

Il caso Banca Consulia**La digitalizzazione ha aiutato la gestione a distanza dei clienti****Gaia Giorgio Fedi**

In fasi difficili come quella attuale, in cui le Borse sono preda della volatilità, il compito principale di un consulente è quello di stare vicino al cliente e aiutarlo a gestire l'emozione. Per vedere più da vicino un caso di come la relazione tra consulente e cliente si è strutturata nell'emergenza coronavirus, abbiamo chiesto un parere su quanto avviene a Cesare Castelbarco Albani, presidente di Banca Consulia. «Il nostro modello di business produce il 40% dei ricavi da servizi di consulenza evoluta. I nostri 165 consulenti e i private banker della banca sono stati molto vicini ai clienti, cercando di consigliarli nella maniera migliore su ogni aspetto relativo ai loro investimenti e di non farli cedere all'emozione che spesso conduce a scelte affrettate», spiega Castelbarco. E, sottolinea, per questo è necessario aver costruito un rapporto di fiducia con il cliente, sotto molti punti di vista: affidabilità, professionalità, competenza, visione di insieme su tutti gli aspetti che possono riguardare il patrimonio e gli investimenti della clientela. «Ci stiamo ulteriormente rafforzando sulla consulenza evoluta, ampliando l'attività di advisory anche agli aspetti che riguardano gli investimenti immobiliari e in arte», spiega Castelbarco. Non solo: dato che una fetta della clientela è costituita da im-

prenditori e da aziende, la banca sta pensando a venire loro incontro in questo momento difficile. «Vogliamo porci come punto di ingresso per un ventaglio di soluzioni anche sul fronte corporate, consigliando gli imprenditori e indirizzandoli verso partner esterni che possano offrire loro soluzioni di finanza straordinaria al di fuori del canale bancario», aggiunge.

Il modello di consulenza di Banca Consulia cerca di adattarsi alla metamorfosi della clientela, che oggi è me-

**PRESIDENTE**

Cesare Castelbarco Albani è il presidente di Banca Consulia

diamente più informata e ha necessità più sofisticate rispetto al passato, che impongono una visione di insieme sul suo patrimonio e una conoscenza approfondita degli strumenti disponibili sul mercato. «Il nostro modello è disegnato anche per evitare conflitti di interesse: retrocediamo ogni commissione ricevuta dalle società di gestione ai clienti, che quindi pagano solo una percentuale fissa sul contratto di consulenza evoluta», afferma Castelbarco.

Un aspetto non secondario nel-

l'evoluzione dei modelli di consulenza è la digitalizzazione, che nella fase del distanziamento sociale ha giocato un ruolo essenziale. «Abbiamo potuto manifestare la nostra vicinanza ai clienti anche in presenza delle misure di lockdown per contenere il virus, e ci ha aiutato il fatto che noi abbiamo una piattaforma digitale proprietaria molto innovativa, con strumenti come la firma elettronica avanzata, che si scarica in pochi click su smartphone o tablet e consente di fare operazioni, sottoscrivere prodotti e contratti», continua il presidente di Banca Consulia. La piattaforma è stata lanciata nel 1996 e da allora è stata continuamente aggiornata per stare dietro all'evoluzione delle esigenze dei clienti, del mercato e agli aspetti regolamentari e normativi (l'ultimo aggiornamento, Twill, è stato lanciato nei giorni scorsi).

Per il futuro, Castelbarco vede un'accelerazione dei processi che erano già in corso, come appunto la digitalizzazione. «Gli attori del mercato dovranno adeguarsi al cambiamento. Per quanto ci riguarda, prevediamo un utilizzo sempre maggiore delle tecnologie digitali nei nostri servizi, dove tuttavia il rapporto umano tra consulente e cliente resterà una componente essenziale e insostituibile. Troveremo il giusto mix tra fattore umano e tecnologico», conclude.

IRIPRODUZIONE RISERVATA

