

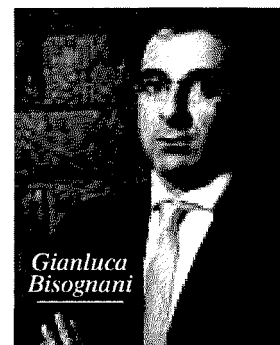
SI CONCENTRA SU RISPARMIO GESTITO E SERVIZI OLTRE IL TRADING

# IWBank amplia la gamma prodotti

DI CLAUDIA CERVINI

**IWBank** cresce e amplia la gamma prodotti concentrandosi sul risparmio gestito e su servizi che vanno oltre il trading per presentarsi come banca completa. «A fine 2012 avevamo 121 mila clienti per 6,1 miliardi di asset bancari. Ciò significa che ogni cliente ha circa 50 mila euro di asset. E nel 2013 cresciamo di 2 mila clienti nuovi al mese», dice a *MF-Milano Finanza* Gianluca Bisognani, direttore generale di IWBank. È per questi clienti, meno ricchi dei trader ma con buone disponibilità finanziarie ed esigenze sofisticate, che la banca online del gruppo **Ubi** punta al risparmio gestito (che sarà protagonista anche di una nuova campagna pubblicitaria entro giugno). E, a due mesi dal lancio della nuova offerta dedicata *Fai una scelta di Fondo*, fatta di 3 mila fondi e sicav e 93 case di gestione, tira le prime somme. «Oltre 100 mila dei nostri clienti fanno banking e non trading», afferma Bisognani, in Ubi Banca dal 2006 come capo del **private banking**, con un passato in McKinsey e in **Banca d'Italia**. «Sono clienti che hanno in media 44 anni, sono nel pieno dell'attività produttiva e producono reddito». Oltre ad avere buone risorse finanziarie sono tecnologizzati e informati finanziariamente. «Partendo da una buona base di risparmio gestito nei primi tre mesi dal lancio della nuova offerta stiamo crescendo in linea con l'obiettivo per il 2013 a doppia cifra». Queste strategie si inseriscono in un contesto positivo per la banca, che ha chiuso il 2012 con un utile di 11,6 milioni, una raccolta diretta di 2,883 miliardi (+51,3%) e ha acquisito venti nuovi clienti. Se un pezzo di dna della banca rimane nel trading (IWBank è la banca numero due in Italia nel trading con 8 milioni di ordini eseguiti l'anno e circa 35 mila al giorno), in questi anni IWBank è andata molto oltre. «Per quanto riguarda i mutui residenziali alle famiglie, siamo cresciuti del 15% nel 2012, mentre 1 miliardo di raccolta netta è derivato dai conti deposito», spiega Bisognani. «Vogliamo presentarci a tutti gli effetti come banca completa, offrendo più servizi e allargando la base clienti intercettando famigliari e amici di chi è già cliente della banca e ne è soddisfatto». Come conquistare la clientela su un tema così delicato come il risparmio? «Il plus di *Fai una scelta di Fondo* sta nella completezza dell'offerta e nella piattaforma tecnologica, oltre che nella convenienza». Il 100% dell'offerta è senza commissioni di sottoscrizione, switch e rimborso e, a partire dal 1° gennaio 2013, è stata avviata un'iniziativa promo-

zionale che prevede la restituzione del 10% delle commissioni prelevate dalle società di gestione per qualsiasi importo investito. Eppure può essere rischioso puntare sul risparmio in un momento in cui le famiglie risparmiano sempre meno e anzi attingono dai risparmi per mantenere lo stesso tenore di vita. «Questo è meno vero per la nostra fascia di clientela, che sembra sopportare meglio di altri il momento storico. Inoltre i risparmiatori si stanno in parte spostando da una gestione diretta degli investimenti a prodotti di risparmio gestito, percepiti come più efficienti». Ecco perché in casa IWBank si amplia l'offerta e si monitora costantemente il grado di soddisfazione. «Il 40% della nostra base clienti è monobanca e il 70% ha individuato in IWBank la principale banca online». Per assecondare ancora di più i clienti tecnologici e finanziariamente evoluti la banca sta innovando il modo di relazionarsi col cliente. «Continuiamo a investire sul mobile banking: nelle prossime settimane rilasceremo una App per il trading per iPad e una App per Android per l'attività di banking». Di risparmio gestito si tornerà a parlare a breve. «Entro giugno lanceremo la nuova campagna pubblicitaria dedicata al risparmio gestito e agli altri servizi di investimento della banca».



Gianluca Bisognani

