

## Peter Mayr di Südtirol Bank: «Crediamo nella consulenza»

### Scudo

Meglio del  
previsto



### Anasf

I risultati del tavolo  
con Bankitalia



### Euromobiliare

In crescita  
esponenziale



*La rete altoatesina si sta sviluppando in tutta Italia e ha recentemente acquisito Laurin capital management, che dovrebbe portare numerose sinergie, oltre che una notevole massa di capitali da gestire. Ormai l'ex Alpi sim è stabilmente fra le prime dieci del nostro*

## La forza dell'indipendenza

di Massimiliano D'Amico

**È** passato poco più di un anno della sua fondazione, ma SÜDTIROL BANK nata dalle ceneri di ALPI SIM sta bruciando le tappe e chiuderà l'anno con dati sensibilmente migliori, rispetto a quelli preventivati dal piano triennale. Si è inoltre costantemente posizionata nella top ten della classifica Assoreti. Il presidente e fondatore PETER MAYR svela i dettagli dell'affare LAURIN CAPITAL MANAGEMENT e spiega perché i suoi promotori sono i partner ideali per i consulenti indipendenti.

*Südtirol Bank ha segnato nei primi nove mesi del 2009 una raccolta netta positiva superiore a 245 milioni. In un contesto di mercato così complicato, come siete riusciti a segnare flussi positivi nel gestito per oltre 230 milioni?*

«Il consenso da parte dei promotori è l'immagine riflessa del consenso più generale con cui il mercato accoglie i nostri servizi. Ma anche la comunicazione d'offerta gioca un ruolo chiave, nel senso che i nostri prodotti dichiarano con molta trasparenza gli obiettivi di fondo e il rischio implicito di ogni linea. Seguendo questa impostazione, il nostro cliente non corre il rischio di trovarsi improvvisamente a gestire una formula uno al posto dell'utilitaria alla quale è abituato. Naturalmente vale anche il contrario, ma l'importante è che l'informazione rappresenti esattamente lo scenario strategico del prodotto, senza timori di sorprese dietro l'angolo. Credo, quindi, che la nostra



storica attenzione al rispetto dei profili comportamentali del risparmiatore ci porterà a consolidare il trend di raccolta anche nei primi mesi del 2010».

*Un trend positivo che potrebbe essere influenzato dallo scudo fiscale. Come si*

*sta muovendo la vostra banca per intercettare questo gettito?*

«Per noi era importante creare un supporto di consulenza in grado di orientare il cliente verso la scelta migliore. Per il momento posso solo confermare che, nonostante le voci dissonanti della pri-

**Paese e sta continuando la crescita. Punta molto sul rapporto di consulenza. «Sin dalla fondazione abbiamo fatto del brokeraggio finanziario in totale assenza di conflitti di interesse la nostra bandiera», afferma il presidente e fondatore**

ma ora, l'interesse ad approfittare delle opportunità offerte dallo scudo sta crescendo di giorno in giorno. Stiamo facendo un buon lavoro in termini di raccolta, così come nelle precedenti due edizioni dello scudo fiscale. In generale non siamo ancora in fase di consuntivo, soprattutto per quanto riguarda l'entità dei capitali interessati ma va, invece, sottolineato il fatto che la nostra posizione geografica, che ci vede lontani dai centri finanziari principali, ha contribuito ad aumentare la nostra immagine di riservatezza e in nome della riservatezza riteniamo sia opportuno non fornire dati di questo tipo».

*Si è chiusa la trattativa per l'acquisizione del 100% della rete dei promotori di Laurin capital management. Quali sono i termini dell'operazione e quali obiettivi contate di raggiungere con questa acquisizione?*

«Sono contento di potere chiarire alcune questioni collegate all'acquisizione di Laurin capital management, un'operazione che si aggira intorno a 2 milioni di euro. In linea di principio le nostre politiche di sviluppo non prevedono azioni di acquisizione semplicemente finalizzate alla crescita quantitativa. La prima condizione strategica da soddisfare riguarda la sintonia operativa e tecnica esistente fra il nostro modello di business e quello della controparte. In questo caso eravamo di fronte a una sim nata e cresciuta in un'orbita concettualmente vicina all'universo Save che è stato, e per molti versi rimane, l'ancoraggio di vision di Südtirol Bank. La stessa sintonia su prodotti e modello di rete ci ha indotti a valutare con attenzione questa opportunità. In aggiunta, all'interno di Lcm operano pro-

fessionalità di elevato livello qualitativo e questo fatto non poteva che essere un rafforzativo della nostra volontà di pervenire a una concreta definizione della trattativa. In conclusione direi che lo stimolo forte che ci ha mossi è legato al comune posizionamento nel mercato del brokeraggio finanziario, libero e indipendente. L'aumento delle masse gestite e il numero di promotori è un elemento importante, ma certamente non decisivo. Ad ogni modo continuiamo di sviluppare la massa gestita di almeno 200 milioni e di contribuire alla crescita della nostra rete di consulenza soprattutto in Alto Adige, dove la nostra rete è ancora poco sviluppata».

*Alpi sim ha portato avanti negli anni un modello di business basato sull'offerta multibrand. L'evoluzione della rete in una struttura bancaria tradizionale non rischia, tuttavia, di generare conflitti di interesse?*

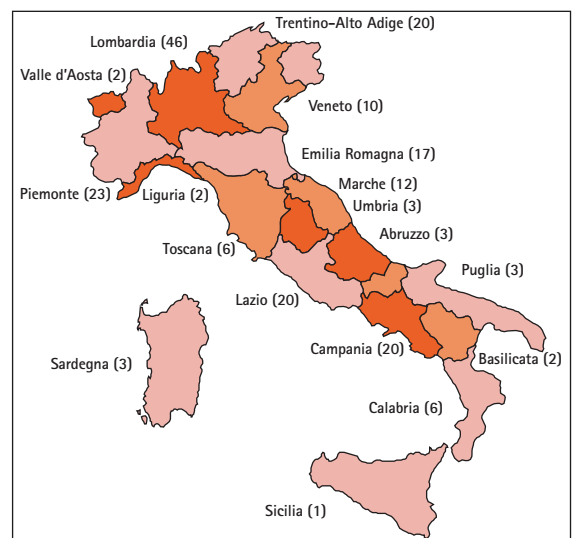
«I conflitti di interesse che affliggono molte reti di estrazione bancaria derivano dalla loro storicità operativa, che ha visto inizialmente la maggior parte di esse attivarsi unicamente nella distribuzione di strumenti finanziari di produzione domestica, che per parecchi anni ha procurato notevoli apporti ai conti delle reti e delle capogruppo. Südtirol Bank è oggi banca, ma la sua storicità operativa è totalmente diversa, in quanto si identifica totalmente con quella di Alpi sim, che sin dalla sua fondazione ha fatto del brokeraggio finanziario in totale assenza di conflitti di interesse la sua bandiera. In generale la nostra, più che essere una rete d'intermediazione, è una rete di consulenza. La logica conseguenza è che dobbiamo garantire l'indipendenza di giu-

dizio. Non a caso "abbiamo scelto il mestiere di scegliere" è stato lo slogan che ha accompagnato le nostre campagne di comunicazione. Poi, la tipologia di canale conta poco. Ciò che conta è la filosofia che ne sta alla base. Trovo fuorviante considerare l'appartenenza al settore bancario come un fatto che, in sé e per sé, allontani dalla caratteristica dell'indipendenza. Per quanto riguarda la purezza, preferirei sostituirla con i concetti di etica, competenza ed esperienza, soprattutto se applicati a una pratica professionale confrontata con modelli concreti di comportamento, ispirati a standard universalmente riconosciuti».

*In questo senso quali sono i vantaggi dell'avere alle spalle una banca?*

«Il vantaggio è uno solo: potere fidelizzare i nostri clienti offrendo prodotti finanziari complementari a quelli di una sim. Chi sostiene che la credibilità di una istituzione finanziaria dipenda solo dalla parola "banca" vede solo una

### La rete di Südtirol Bank



## PROMOTORI&CONSULENTI

A colloquio con Peter Mayr  
di Südtirol Bank

minima parte del problema. Il popolo dei risparmiatori non si accontenta più delle etichette, vuole capire lo spessore tecnico, etico e morale di chi opera all'interno delle strutture bancarie. Sotto questo aspetto non abbiamo particolari vantaggi nel fregiarci del titolo di banca: eravamo credibili come sim e a maggior ragione lo siamo oggi come banca. La rete ha già ora (ma avrà sempre più secondo il nostro modello) non solo il tradizionale compito di relationship della banca nel mercato, ma anche quello di antenna di trasmissione delle istanze del mercato alla banca, in un'ottica aziendale market-driven».

**Südtirol Bank ha da tempo lanciato il contratto di consulenza a parcella. Quali opportunità si aprono per i vostri promotori?**

«Si tratta di quel salto di qualità che il mercato richiede da tempo. Di prodotti ce ne sono fin troppi e di consulenza vera ce n'è troppo poca. Questo cambiamento epocale lo sostengo da molto tempo e finalmente ci siamo arrivati. Mi piace sostenere che i nostri promotori non "vendono" prodotti, ma "gestiscono relazioni". Il servizio di consulenza rappresenta per Südtirol Bank molto più che una semplice opzione di prodotto o servizio. Esso investe scelte strategiche di ampio respiro, che manifesteremo al mercato, già a partire dalla prossima primavera, con una serie di annunci graduali, man mano che il disegno verrà concretamente tradotto in passi operativi, come è nostra tradizione».

**Negli ultimi mesi si sono affacciati sul mercato in numero sempre crescente**



**sia i consulenti indipendenti sia le sim di consulenza. Qual è la sua opinione su questi competitor?**

«Vedo con favore l'avvento sia degli uni sia delle altre, considerando la loro una positiva evoluzione di operatori professionali nel mercato di nostro interesse. Ritengo che l'attività di consulenza debba prevedere una forte struttura centrale in grado di eseguire giornalmente l'analisi e il monitoraggio dei tantissimi prodotti esistenti sul mercato. Servono capacità professionali superiori e supporti informatici di qualità e in generale una struttura di costi non sempre alla portata del singolo. Per questo motivo pensiamo di essere noi i partner ideali per i consulenti indipendenti».

**Molte reti, invece, puntano sui grandi portafoglisti. Anche Südtirol Bank segue questa strategia?**

«Non riteniamo che parlare di un grande portafoglio comporti necessariamente l'attribuzione di un positivo giudizio di merito riguardo al suo detentore. Personalmente non vedo di buon occhio quei promotori che sono alla continua ricerca di fee sempre più allettanti e per questo sono pronti a cambiare struttura ogni quattro o cinque anni. Per noi sono fondamentali, e lo saranno

sempre più, man mano che il nostro progetto di consulenza si manifesterà nel concreto, attente considerazioni riguardo alla qualità dell'attività professionale dei nostri candidati. È la qualità dell'approccio professionale che genera grandi portafogli e non viceversa».

**In conclusione quali sono gli obiettivi di Südtirol Bank per il 2010?**

«La maggior parte dei nostri sforzi sarà concentrata nel portare a termine il processo di integrazione di Lcm. Questo progetto di grande complessità comporta tempi lunghi, ma creerà nel medio periodo numerose sinergie. In linea generale anche nel 2010, Südtirol Bank è pronta ad aggredire il mercato. Proseguiremo infatti la campagna di reclutamento e il piano di ampliamento delle partnership commerciali. Contiamo di aumentare le masse in gestione di circa il 20% e gli obiettivi di reclutamento prevedono entro la fine dell'anno l'inserimento di 40-50 nuovi professionisti. Ricerchiamo promotori con esperienza pronti a sposare la nostra filosofia. Per quanto riguarda la gamma dei prodotti, affineremo ancora di più le nostre linee di gestione ed è in pipeline, in partnership con un operatore lussemburghese, il lancio un innovativo fondo di fondi». ■