

# EFFETTO COVID «IL RISPARMIO? PIÙ DIGITALE E STOP AL MORDI E FUGGI»

Paolo Di Grazia (FinecoBank): «C'è più attenzione ai progetti di lungo periodo rispetto alle speculazioni di breve. È un segnale di maturità. Il web è una strada senza ritorno»

di **Stefano Righi**

**C'**è un effetto Covid anche sui risparmi degli italiani. Ne è convinto Paolo Di Grazia che, con Mauro Albanese (rete) e Fabio Milanese (operations), è uno dei tre vice direttori generali che governano l'operatività di Finecobank alle spalle di Alessandro Foti. In Fineco dalla fondazione, Di Grazia, 53 anni, responsabile del global business, fotografa il cambiamento degli ultimi dodici mesi, un'evoluzione che potrebbe risultare irreversibile.

**Di Grazia, si fa un gran parlare di cultura finanziaria. L'italiano è un grande risparmiatore, ma preferisce ancora tenere i soldi sotto il materasso o liquidi nel conto corrente. Accetta l'erosione dell'inflazione piuttosto che affrontare i mercati finanziari.**

«Qualcosa sta cambiando. Se c'è una cosa che abbiamo notato in questi ultimi dodici mesi è un incremento della cultura finanziaria della nostra clientela. È cambiata la consapevolezza: la clientela ha scoperto che c'è un modo di investire nel lungo periodo con ritorni interessanti e un rischio bilanciato. È una scommessa che noi avevamo aperto all'inizio del nostro percorso, 22 anni fa e che adesso sta venendo a completa maturazione. Un tempo il risparmiato-

re poteva investire solo sul mercato domestico e poco più in là. Oggi ha la possibilità concreta e semplice di investire nella crescita globale, di arrivare con l'aiuto di un consulente a creare un portafoglio capace di considerare tutte le opportunità di crescita. Con una diversificazione amplissima dei mercati su cui investire. È un passo in avanti notevolissimo».

**A questa maggiore cultura finanziaria si è affiancata anche una diversa richiesta di tipologia di prodotti?**

«La consapevolezza di lungo periodo si è accompagnata a una minor propensione al rischio nel breve. C'è un atteggiamento prudente da parte della clientela, che guarda più all'obiettivo lontano che alla speculazione di breve. In molti hanno scelto la cosiddetta strategia del decumulo: ovvero l'entrata sui mercati in maniera graduale, con piani anche a cinque anni. È una strategia prudente, che permette di limitare le oscillazioni di mercato, consentendo di partecipare alla crescita globale».

**FinecoBank nasce digitale. Un anno fa eravate una delle poche banche in Italia pronte a rispondere al lockdown. Nel 2020 i clienti sono arrivati a essere 1,3 milioni. Quando arriverete a 2 milioni?**

«In realtà se il mercato fosse perfettamente razionale dovremmo parlare di 4 milioni di clienti. Invece entrano in gioco diversi meccanismi quando si decide di cambiare banca, ma sono certo ci arriveremo perché è aumentata la richiesta di servizi digitali, dai pagamenti agli investimenti. Nel corso di quest'anno è aumentata la consapevolezza della clientela, rendendo più evidenti le difficoltà per il sistema bancario tradizionale nello stare al passo con i tempi e con le richieste di operazioni agili e da remoto. Oggi il cliente di una banca non è più disposto a tollerare disservizi, quello che chiede è che la banca semplifichi la sua vita, non la complichì».

**Lei è in FinecoBank dalla fondazione. Come siete cambiati in questi anni?**

«Rispetto agli esordi il modello di servizio si è evoluto e arricchito, per arrivare a una configurazione stabile da circa un decennio. L'idea è stata quella di fornire risposte semplici a tutte le esigenze finanziarie dei clienti grazie a un'unica piattaforma digitale collegata a una rete di consulenti finanziari. Ecco, la semplicità di utilizzo è uno dei punti a cui teniamo maggiormente».

**Avete un vantaggio industriale rispetto ai concorrenti?**

«FinecoBank è stata disegnata interamente in casa, con un sistema informa-

tivo proprietario, la sua infrastruttura è stata pensata, alla fine del secolo scorso, per una banca del futuro. Quel futuro è adesso...».

**Il Covid vi ha trovato tra i pochi preparati alla transizione digitale. Cosa è cambiato in quest'anno?**

«Dal punto di vista sociale e sanitario è stato un anno difficile, che ci ha fatto soffrire e preoccupare tutti. Fortunatamente la nostra banca è stata in grado di erogare un servizio che altrimenti la maggior parte dei clienti non avrebbe saputo dove trovare. C'è stata una grande richiesta di servizi digitali che ci accompagnerà anche in futuro. L'evoluzione dei livelli di digitalizzazione del paese è un trend che non è destinato a esaurirsi, almeno fino a che non arriveremo all'asintoto».

**Sono aumentati i clienti?**

«Sì, sono aumentati i clienti ma soprattutto sono aumentati gli asset in gestione, ovvero le masse. In un anno la raccolta netta è aumentata di 9 miliardi di euro. È la prova di quante persone cercavano una piattaforma con cui investire».

**Quanto dice sembra destinato ad aumentare sempre più il divario tra banche tradizionali e banche specializzate.**

«Sono convinto che a livello mondiale il ritardo delle banche di tipo tradizionale verrà in qualche maniera colmato. Sono certo che gli istituti tradizionali risponderanno alle nuove sfide, evolvendo la qualità della risposta ai bisogni dei clienti, alzando il livello di servizio per essere al passo con i tempi. Ma questi risultati non si otterranno subi-

to, serve un cambio culturale non facile per le banche tradizionali. Nel frattempo noi non staremo di certo fermi ad aspettare».

**Nel vostro modello di business quale ruolo ha Fineco Asset Management, la vostra fabbrica prodotto basata in Irlanda?**

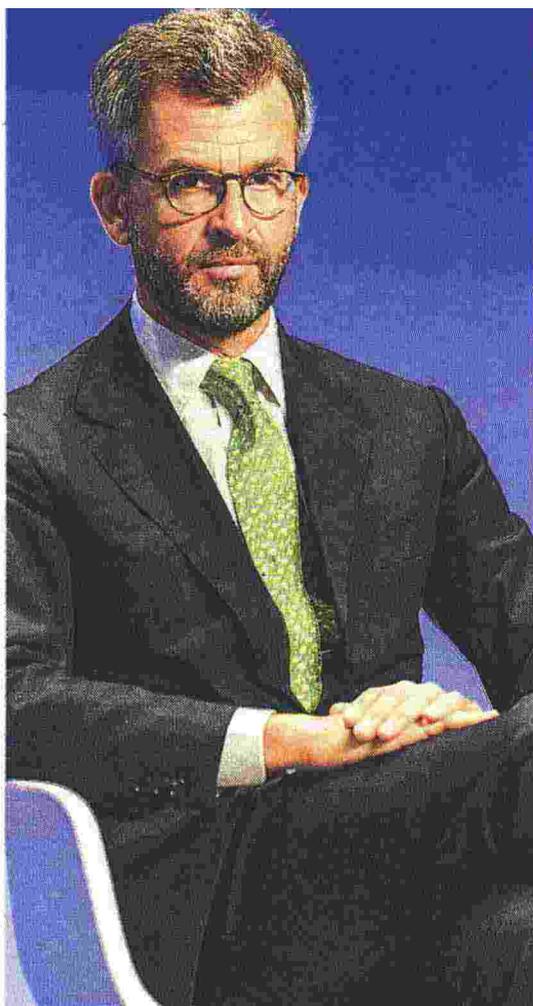
«Fam, che è permeata della cultura di servizio tipica di FinecoBank, compete con gli altri brand della nostra offerta. Offre investimenti esenti da fee legate alle performance, ha grande capacità di cogliere le necessità del mercato grazie alla rapidità nel time to market. Fam è un fattore che gioca a favore di FinecoBank, ma a patto che sappia essere concorrenziale con i grandi gruppi che operano nel settore del risparmio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**324,5**

Milioni di euro

L'utile netto di Fineco nel 2020 (+19,2%)



**In crescita**

Paolo Di Grazia, 53 anni, è vice direttore generale di FinecoBank. È entrato nell'istituto guidato da Alessandro Foti al momento della fondazione, era il 1999



**Le banche di tipo tradizionale cambieranno presto la loro offerta. Ma chi è nato digitale, come noi, non resterà fermo**



080932