

TREN D

Fatti, fenomeni, studi, ricerche che fanno tendenza

BANCHE ATTENTE, TROPPI CLIENTI HANNO POCA FIDUCIA

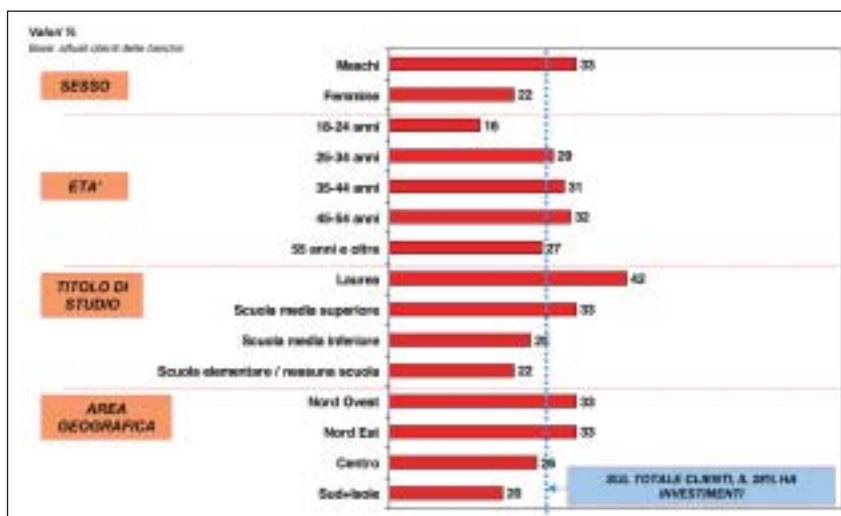
Una ricerca misura il grado di fiducia e di soddisfazione degli italiani. Ma la prima scoperta è che uno su tre non usa per nulla gli istituti di credito. E che pochi investono

Il 32% degli italiani non utilizza una banca, il 54% ne utilizza una sola. Nel resto dell'Europa invece le percentuali di chi non utilizza una banca vanno mediamente dal 5% al 15%. Da una prima analisi dei risultati dell'Osservatorio Busacca & Associates-Doxa sulla Fiducia nelle Banemerge che esiste ancora un enorme divario nel rapporto banca-

cliente. Pensate: il 44% degli italiani possiede un unico conto corrente, mentre il soltanto il 7% ha una dotazione completa di prodotti bancari (conto corrente, investimenti e finanziamenti).

Significativo anche il dato relativo ai chi possiede una laurea: tra il totale dei laureati il 15% non utilizza la banca

Identikit di chi investe con la banca



Commenta Antonino Busacca, senior partner dell'omonima società di consulenza, che con la società di ricerche di mercato Doxa ha realizzato l'Osservatorio: «Sembra impossibile, ma a tutt'oggi oltre la metà degli italiani non considera la banca come un partner utile o affidabile per le questioni finanziarie. E, quel che è peggio, per i clienti mono-banca non c'è legame fra soddisfazione e acquisto».

PIÙ EFFICIENZA, MA POCA EFFICACIA

Secondo Busacca il problema principale è che le banche ad oggi gestiscono i rapporti con i loro clienti in maniera troppo tradizionale: hanno rinnovato strumenti, tecnologie e prodotti ma le modalità di vendita e relazione, se si eccettua Internet, sono rimaste nella sostanza quelle di sempre; in poche parole le banche hanno lavorato molto sull'efficienza ma poco sull'efficacia.

La clientela cosiddetta affluent, quella di fascia patrimoniale più alta, chiede alla banca chiarezza, precisione e qualità per effettuare scelte consapevoli. Il cliente-massa, in linea con un trend riconoscibile a livello europeo - osserva ancora Antonino Busacca - vuole scegliere divertendosi, e attribuisce primaria importanza all'esperienza dell'acquisto: che deve essere piacevole, con rispetto e valorizzazione del suo tempo. La quota di oltre il 60% di italiani che non utilizza la banca o non la ritiene affidabile rappresenterebbe quindi un terreno di conquista e un tema sul quale riflettere per ridisegnare modalità innovative di relazione e di vendita».

La ricerca ha posto l'attenzione sulla necessità per gli istituti bancari italiani di conciliare il perseguimento degli obiettivi di profitto con la necessità di garantire ai propri clienti trasparenza, affidabilità e

correttezza per ottenerne la fiducia. Il rapporto tra gli italiani e le banche è stato per molto tempo piuttosto statico, incentrato su una relazione stabile e duratura. Oggi privatizzazioni, concentrazioni e differenziazioni nell'offerta dei prodotti modificano la visione tradizionale della banca. I clienti, aumentati in numero, valore e attese, appaiono sempre più critici, diffidenti ed esigenti in un mercato sempre più competitivo.

Il passo conseguente alla sfiducia e all'insoddisfazione è il cambio della propria banca.

OGNI ANNO 3,5 MILIONI CAMBIANO BANCA

Recenti dati fonte Eurisko dicono che in Italia all'anno 3.500.000 clienti abbandonano la propria banca, e di questi due milioni lasciano le grandi banche.

Questi dati, sottolinea Busacca, devono far riflettere: le banche italiane hanno davanti a sé una grande opportunità di conquista di potenziali nuovi clienti e di riconquista di clienti delusi, ma hanno dinanzi anche la minaccia dell'arrivo in massa di strutture più dinamiche e aggressive.

Ma che cosa chiedono i clienti alla propria banca? «La principale aspettativa è di avere maggiore qualità, più chiarezza e maggiore frequenza nella comunicazione, nel contatto e nella relazione. Modalità di contatto mirate e tempestive vengono gradite oltre ogni aspettativa e consentono una relazione più articolata e allineata con gli obiettivi del cliente».

ASCOLTARE LA CLIENTELA

Il cliente non vuole insomma soltanto prodotti, ma soluzioni, esperienze che vedano rispettato e valorizzato il proprio tempo. Negli acquisti routinari cerca esperienze belle e piacevoli, negli acquisti critici chiarezza e qualità.

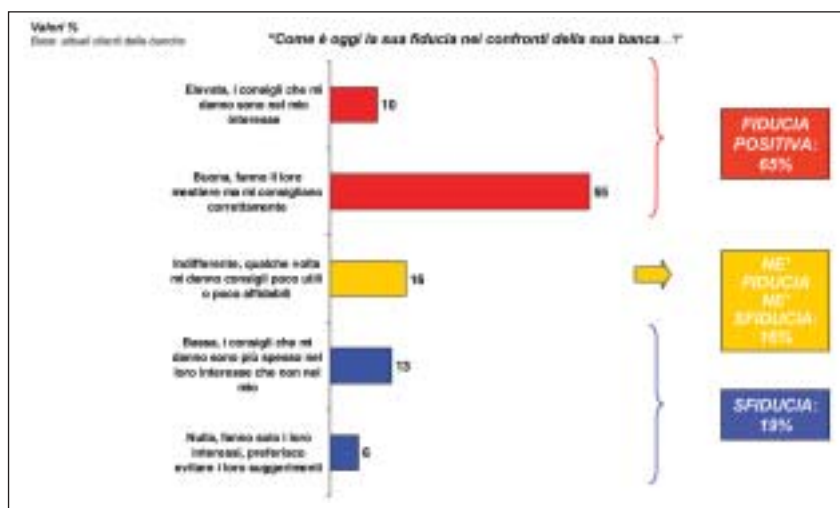
Secondo Antonino Busacca oggi più che mai, in un regime di forte concorrenza, occorre che le banche strutturino sistemi di ascolto del cliente e delle sue tradizionali e nuove esigenze. ■

Lungo tutto il corso dell'anno il livello di fiducia degli italiani nella banca e di soddisfazione per il servizio ricevuto verranno tenuti sotto osservazione dalla società di consulenza

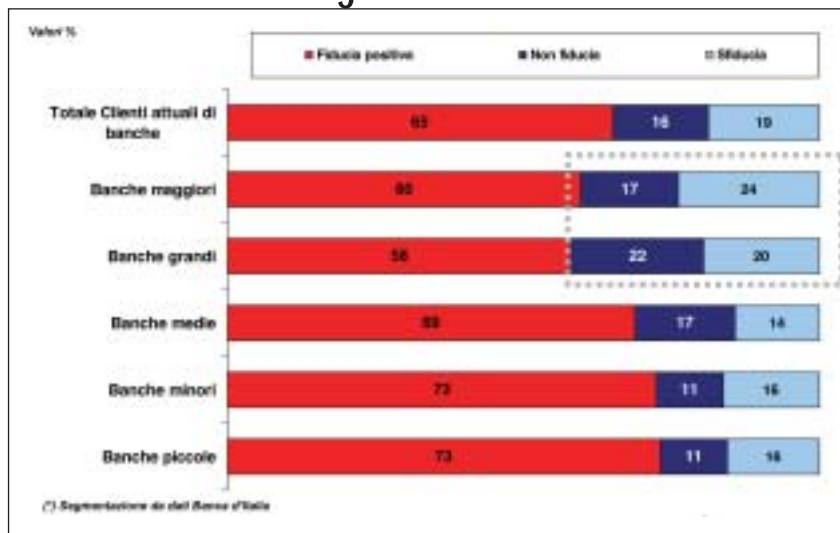
Busacca & associati e dalla Doxa. Nella prima fase, di cui pubblichiamo parte dei risultati, sono stati intervistati tra metà marzo e metà aprile 2005, con interviste telefoniche cosiddette

Cati, campioni settimanali indipendenti rappresentativi della popolazione italiana adulta. In totale 3792 italiani, di cui 2758 clienti di banche.

Due su tre si fidano



Più diffidenza verso i grandi istituti



Fonte: Osservatorio sulla fiducia nelle banche

MERRILL LYNCH CI CREDE «NELL'EUROPA DELL'EST ANCORA OPPORTUNITÀ»

Russia, Turchia e i nuovi partner della Ue offrono occasioni interessanti. Azioni ancora ben valutate

In base all'ultima ricerca elaborata da Merrill Lynch Investment Managers (MLIM) sui Paesi Emerging Europe, le economie dei Paesi dell'Europa Centrale e Orientale rappresentano ancora delle opportunità di investimento molto attraenti per gli investitori. Tre i motivi principali che giustificano tale posizione:

1 NUOVI PAESI CRESCONO

Un anno fa sono entrati a far parte della UE 10 nuovi Paesi (fra questi Polonia, Ungheria e Repubblica Ceca) con economie caratterizzate da una forza lavoro a basso costo e alto livello di istruzione, i quali hanno realizzato una crescita della produttività industriale nell'ordine del 10% annuo. Gli Investimenti Esteri Diretti per abitante effettuati verso tali Paesi sono stati i più cospicui degli ultimi dieci anni su scala mondiale; le loro valute si stanno inoltre apprezzando e i redditi sono in aumento, con una crescita economica più accentuata rispetto a quella dell'Europa Occidentale. In futuro, tali Paesi andranno inoltre a far parte dell'Unione Monetaria Europea (UME), anche se prima dovranno rientrare nei parametri stabiliti dal Trattato di Maastricht relativamente a inflazione e disavanzo pubblico. Si è rilevato come il periodo che precede l'en-

trata di un nuovo stato membro nell'UME sia sempre stato particolarmente redditizio per chi investe in capitale di rischio, come ad esempio si è verificato per Spagna, Portogallo e Grecia, che, entrati nell'EMU alla fine degli anni novanta, hanno realizzato straordinari trend sui rispettivi mercati azionari.

2 IL PETROLIO SPINGE LA RUSSIA

Grazie agli alti prezzi del petrolio, nel 2005 la Russia prevede, per il sesto anno, un consistente avanzo del bilancio pubblico e del saldo delle partite correnti. Anche se nel corso del secondo mandato del presidente

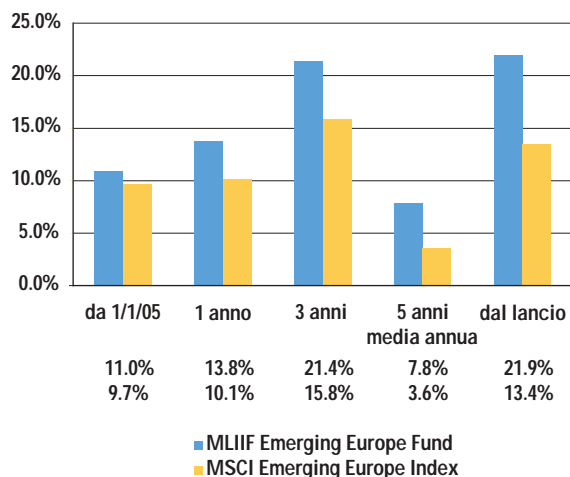
Putin il processo di riforma ha subito un rallentamento, è stato tuttavia riconfermato l'obiettivo di medio termine della riduzione della dipendenza energetica del Paese. È proprio a tal fine che Putin cercherà di attirare gli investimenti esteri in ambiti diversi rispetto al settore dell'energia. Merrill Lynch IM prevede inoltre che i prezzi dei prodotti petroliferi si manterranno alti e questo fenomeno favorirà ulteriormente una forte crescita del Prodotto Interno Lordo (Pil) della Russia.

3 LA TURCHIA ATTRA E INVESTIMENTI

La Turchia conta di entrare a far parte dell'Unione Europea nel 2015. Tale obiettivo, associato alla disciplina finanziaria impostata dal Fondo Monetario Internazionale (FMI), è alla base dell'attuale trend disinflazionistico e del progredire del processo riformistico; ciò comporta che nel medio periodo la Turchia continuerà a rappresentare un Paese in grado di attrarre gli investitori. A differenza di quanto accade in Europa Occidentale, in Turchia aumenta la popolazione in età lavorativa (nel 2000 più del 60% della popolazione turca aveva meno di 25 anni) e secondo le previsioni di Merrill Lynch IM, in condizioni favorevoli, l'economia turca potrebbe crescere di oltre un 6% annuo.

Le aziende dell'area Emerging Europe continuano a essere valutate positivamente. In Ungheria e Polonia, per il 2005 i titoli delle imprese sono scambiati sulla base di un P/E (rapporto tra prezzo e utili) pari a circa 12, rispetto al 15 delle imprese Statunitensi e dell'Europa Occidentale. Le valutazioni più basse per le imprese Russe (P/E 2005 pari a 7,5 circa) tengono conto del maggior rischio politico che caratterizza quest'ultima area geografica. In Turchia i titoli azionari vengono scambiati sulla base di un P/E di circa 11,5. ■

Fondo batte benchmark



A confronto con l'indice i rendimenti del fondo Merrill Lynch IM specializzato negli investimenti nei Paesi emergenti dell'Europa