

## «La notorietà del brand è uno dei fattori chiave per essere scelti»

**■ A distanza di nove mesi dall'entrata in vigore della RdR quali sono gli impatti maggiori sull'industria?**

Penso che il nostro punto di vista sia abbastanza completo perché siamo coinvolti sia come distributori sia come società prodotto.

**In che senso?**

Nel Regno Unito Lloyds Banking Group è la prima banca retail di tutto il Paese ma nello stesso tempo al gruppo fa capo anche Scottish Widows, una società prodotto specializzata in soluzioni assicurative e fondi comuni. Questi

prodotti vengono distribuiti nel canale bancario (appunto gli sportelli Lloyds Banking Group) e tramite il canale degli Ifa (independent Financial advisor)

**Qual è l'impatto maggiore?**

Dal lato della distribuzione sta coinvolgendo l'attività sia a livello sportello sia a livello dei consulenti indipendenti. Il 15% dei consulenti sono usciti dal mercato e ci si aspetta un'ulteriore riduzione da qui ai prossimi mesi. Si è anche visto uno spostamento delle banche che si ritirano dal mercato *mass market*.

**In termini di servizio qual è il trend?**

La consulenza, quella che il cliente è disposto a pagare a parcella, viene prestata solo a chi ha disponibilità superiori alle 100/200mila sterline (circa 140/250mila euro). Tutto il resto della clientela viene seguita con modalità più semplici, come l'*execution only*, perché si è visto che sotto una determinata soglia l'attività non è più profittevole.

**E sul fronte dei prodotti?**

Come è noto le nuove regole sono state estese alla quasi totalità dei prodotti di investimento (sono

esclusi solo quelli di protezione di puro rischio, *Ndr*). Quindi c'è stata una forte razionalizzazione dei prodotti. Noi siamo in assoluto il gruppo più grande nella *bancassurance*: abbiamo ridotto di due terzi la nostra offerta: siamo passati da circa 20 a tre o quattro prodotti. Dall'altra parte se il prodotto è spogliato di tutto l'apparato commissionale diventa più semplice e trasparente.

**Quindi quali sono i criteri in base ai quali si sceglie una casa?**

Notorietà, affidabilità, efficienza, buoni risultati. — **L.I.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**INTERVISTA**



**Renato Mendola**

*direttore generale Clerical Medical*

PROFESSIONISTI DEL RISPARMIO  
MILANO - 14/10/2013

**Ecco cosa insegna l'esperienza inglese**

La notorietà del brand è uno dei fattori chiave per essere scelti

Qualità elevata. Costi bassi. **ERO ETF**