

DIMENSIONE CLIENTE 2013



# Banca Popolare di Vicenza

## *“Tradizione e Futuro”*

Luca Vanetti - Responsabile Direzione Marketing

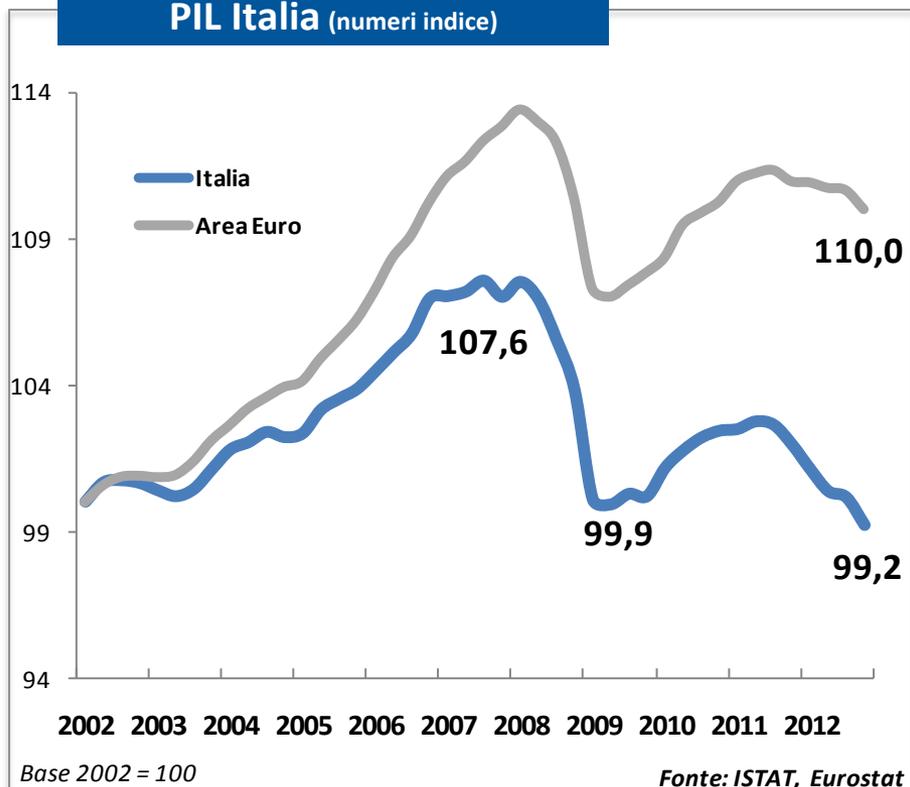
Roma, 10 aprile 2013



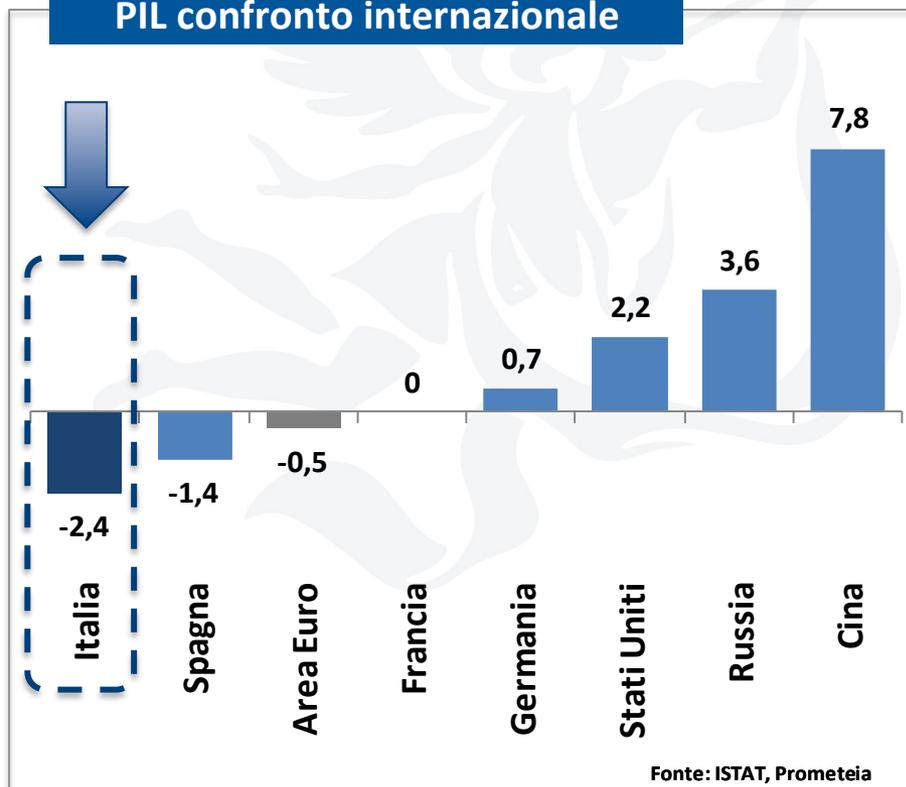
**Gruppo Banca  
Popolare di Vicenza**

# PIL: una preoccupante recessione

## PIL Italia (numeri indice)



## PIL confronto internazionale

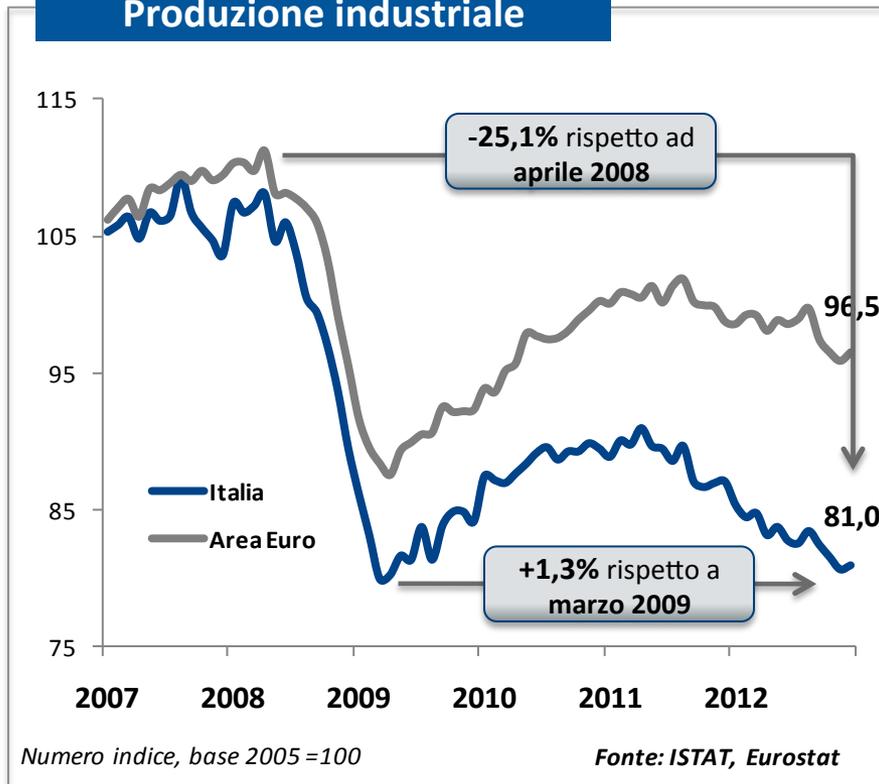


**Pil sostanzialmente invariato negli ultimi 10 anni**

**Nel 2012 l'Italia ha registrato la peggiore performance economica tra i principali paesi europei**

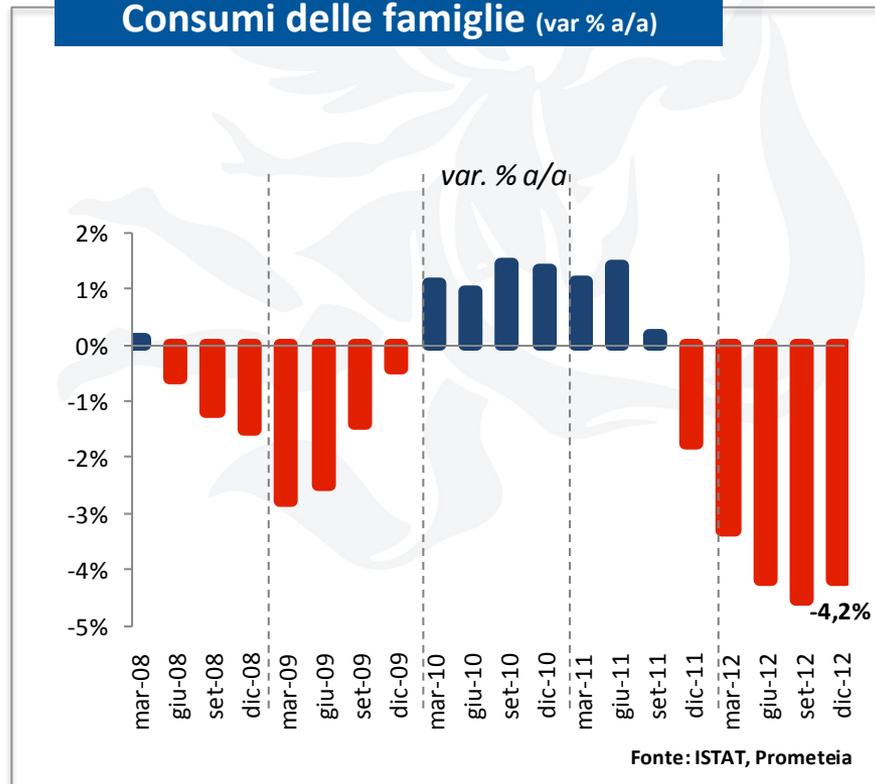
# Effetti della crisi su produzione e consumi

## Produzione industriale



**Produzione industriale** sugli stessi livelli di inizio 2009 (a dicembre -6,7% a/a) con trend inferiore alla media europea

## Consumi delle famiglie (var % a/a)

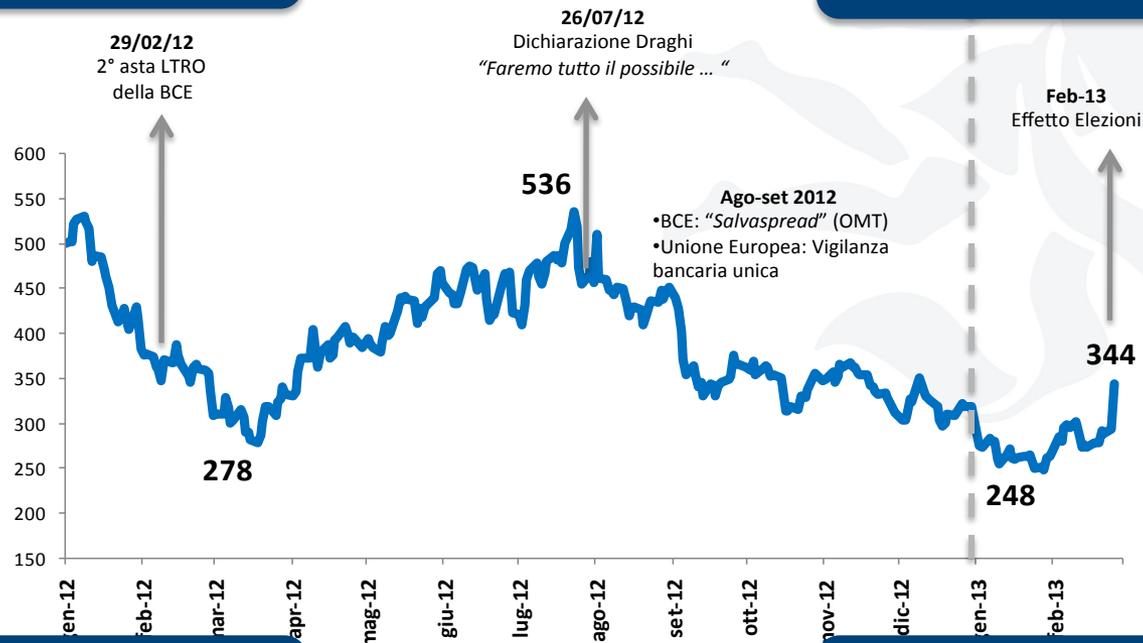


**Consumi delle famiglie** in calo da ormai 5 trimestri consecutivi

# Dinamica dei mercati finanziari

Crisi dei debiti sovrani

Le 'montagne russe' dello *Spread*



Azioni di *downgrading* delle società di rating

Richiesta maggiori livelli di patrimonializzazione

# Discontinuità già in atto

**Ma ...**

il quadro attuale si è inserito in un contesto già di forte cambiamento strutturale:

**a) dell'Industry Bancaria**

## Fattori di cambiamento

1

Interventi regolamentari

2

Incremento pressione competitiva e 'nuovi entranti'

3

Erosione dei margini

*Terminata da anni la **posizione 'privilegiata'** dell'industry bancaria*

# Discontinuità già in atto *(segue)*

**Ma ...**

il quadro attuale si è inserito in un contesto già di forte cambiamento strutturale:

**b) della Clientela Retail**

## Fattori di cambiamento

1

Maggiore consapevolezza finanziaria

2

Sentiment vs. le Banche

3

Attitudine alle nuove tecnologie

*Aspettative del consumatore in termini di offerta e servizio **riposizionate sulle Best Practice** di altri settori ('Apple Experience')*

# Risposte 'prevalenti' nel Retail Banking

- 1** Perseguimento **economie di scala** attraverso processi di **aggregazione** e concentrazione
- 2** **Abbandono** aree di **'business'** a minor redditività
- 3** Sviluppo ruolo e competenze **'manageriali'** del **Direttore di Filiale**
- 4** **Ridimensionamento struttura di costo** principalmente attraverso **'tagli'** della **Rete Sportelli**
- 5** **Sviluppo** proposizioni d'**offerta 'low cost'** ed iniziative di **migrazione** incentivata **operatività vs. canali remoti**

# La scelta di Banca Popolare di Vicenza

---



**Banca  
Popolare di Vicenza**

---

Tradizione e futuro

Campagna Istituzionale Banca Popolare di Vicenza: **“Tradizione e  
Futuro”**

***Tradizione.***

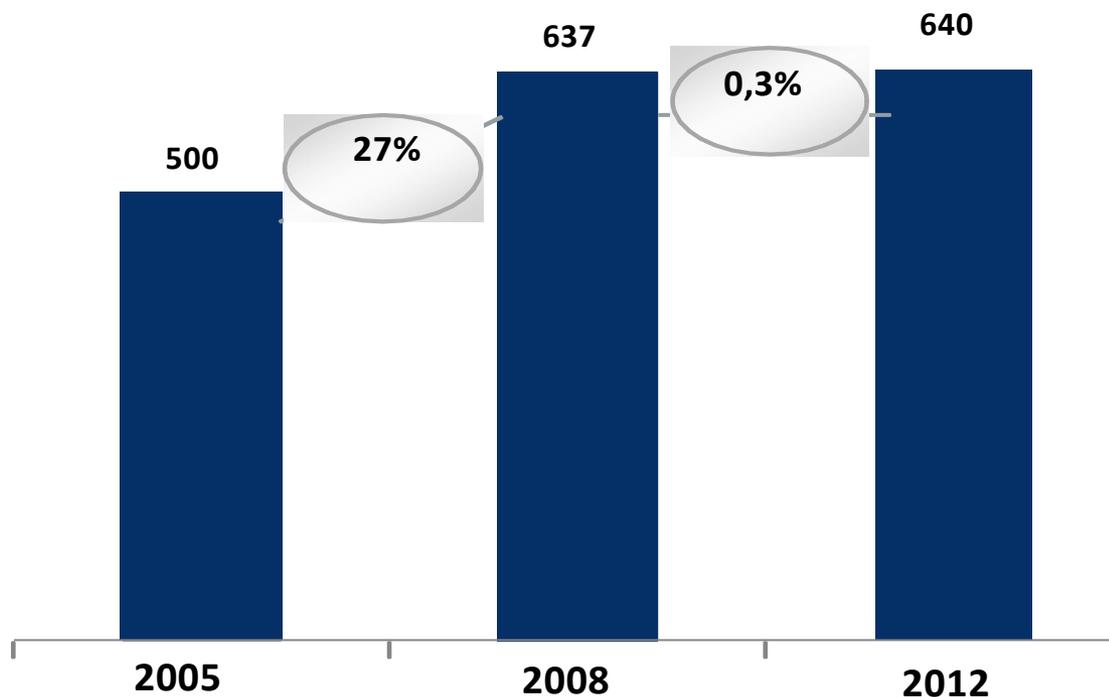


# Tradizione – Autonomia e crescita ‘prudente’

1

Perseguimento **economie di scala** attraverso processi di **aggregazione** e concentrazione ?

## Trend # Sportelli



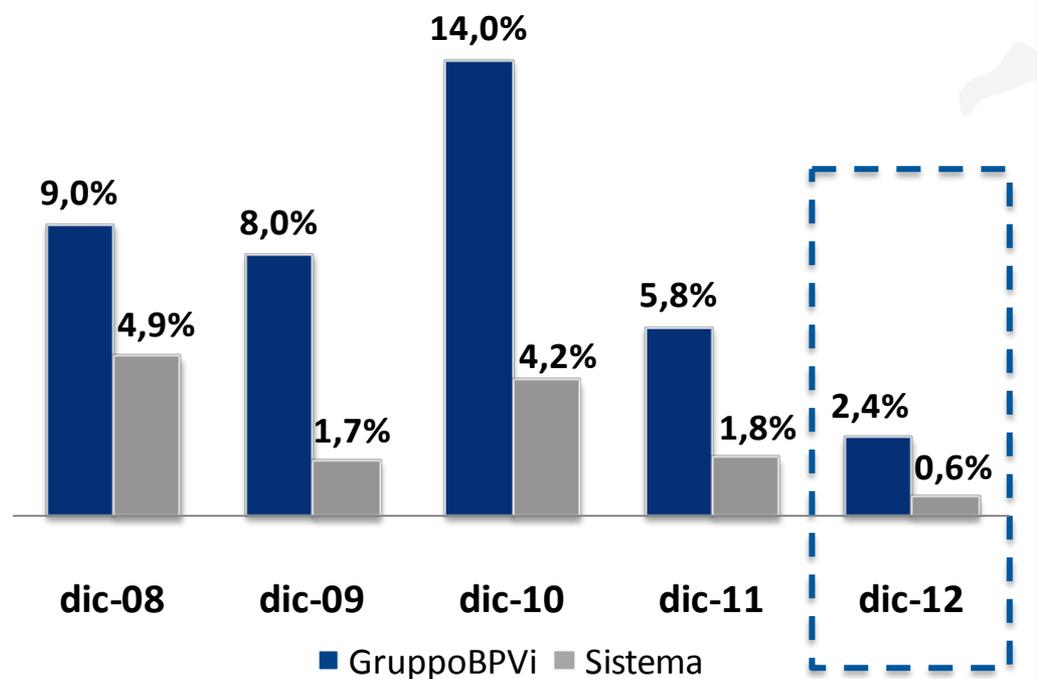
**Dimensionamento target 800 / 1.000 sportelli per:**

- preservare **autonomia**
- mantenere adeguata **efficienza operativa e vicinanza al territorio**

# Tradizione – “Sostenere il Territorio”

## 2 Abbandono aree di ‘business’ a minor redditività ?

### Dinamica impieghi: Gruppo BPVi vs Sistema

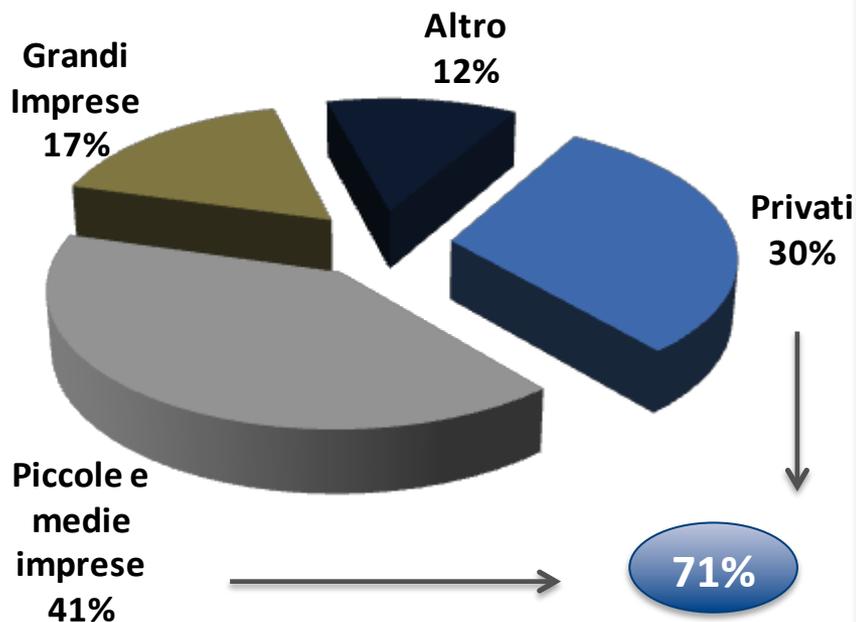


Rinnovato impegno a sostegno del territorio negli anni di ‘crisi’

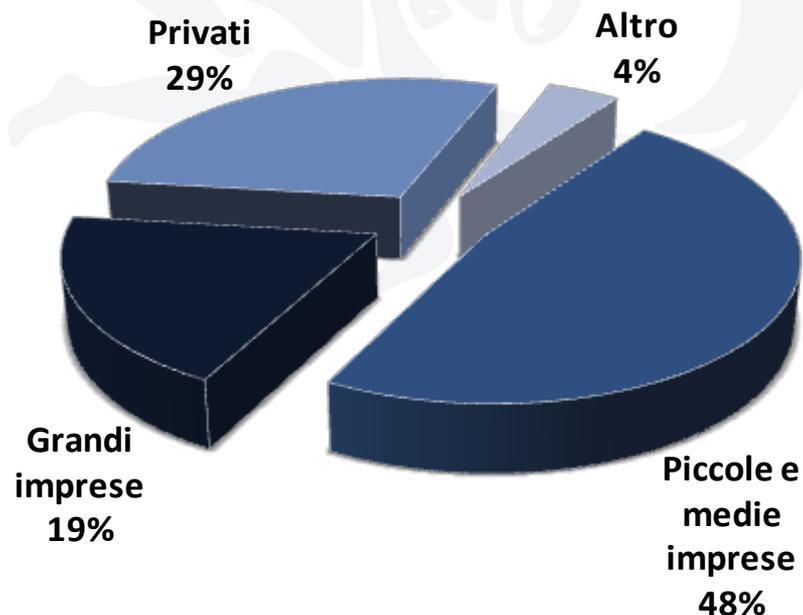
# Tradizione – “Sostenere il Territorio” (segue)

## 2 Abbandono aree di ‘business’ a minor redditività ?

Composizione % impieghi (dic 2012)



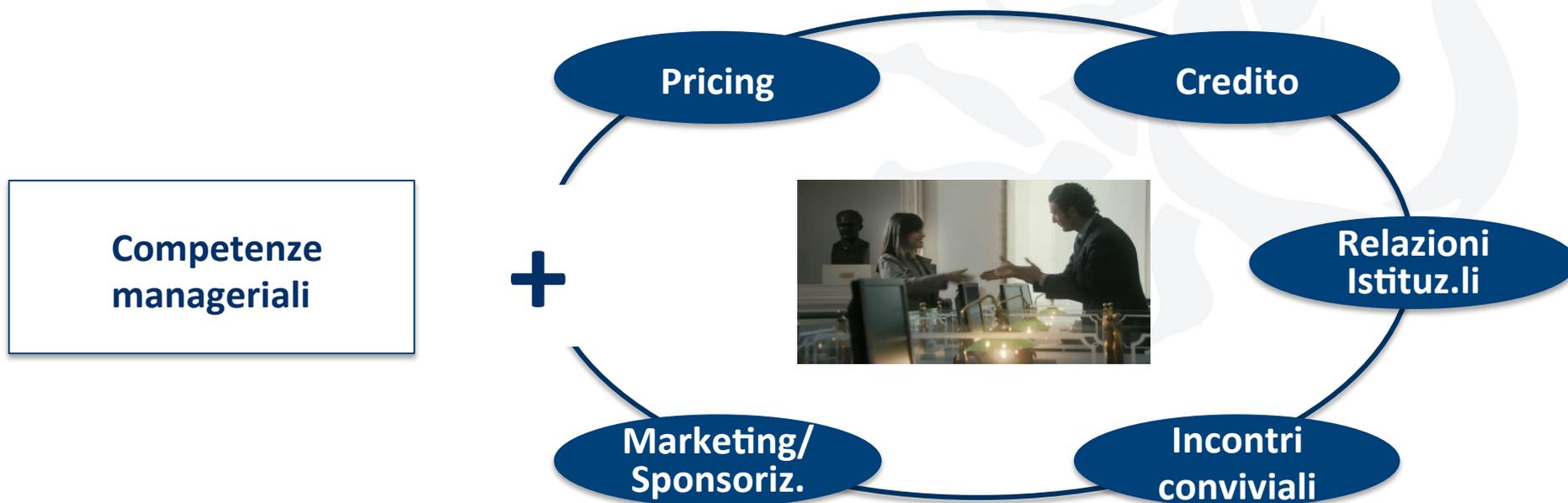
Nuovi finanziamenti 2011-2012



**Particolare attenzione e supporto a Famiglie e PMI**

# Tradizione – Il Direttore di Filiale

## 3 Sviluppo ruolo e competenze ‘manageriali’ del Direttore di Filiale ?



### Modello di Rete BPVI incentrato sulla figura del Direttore di Filiale

- “banchiere” del territorio (*decentramento deleghe*)
- punto di riferimento consolidato (*minimizzazione “turnover”*)

***Futuro.***



# Futuro – Modello Distributivo ‘target’

4

**Ridimensionamento struttura di costo** principalmente attraverso ‘tagli’ della Rete Sportelli ?

## Assetto distributivo ‘target’ BPVI

### Mantenimento centralità ruolo Filiale:

- 1) ampliamento rete Sportelli (target 800/ 1000);
- 2) estensione orari; 3) specializzazione distributiva

- **nei territori a maggior presidio**, piena implementazione del nuovo modello di Rete “hub&spoke”
- **nei territori a minor presidio**
  - Filiali strutturate nei comuni principali affiancate da rete di sviluppo complementari (**agenti e promotori**)
  - introduzione della figura del ‘**gestore remoto di Filiale**’

**Sviluppo di un modello multicanale eccellente** sotto le insegne Banca Popolare di Vicenza

# Futuro – Ruolo nuove tecnologie

5

**Sviluppo** proposizioni d'offerta 'low cost' ed iniziative di migrazione incentivata operatività vs. canali remoti ?

Utilizzo nuove tecnologie per migliorare il servizio in Filiale e per attrarre clientela con soluzioni 'premium' ad elevato valore aggiunto

## Principali Driver di Sviluppo Tecnologico in BPVI

### Dematerializzazione



*Sviluppo 'paperless' di contabili/ contratti e firma digitale*

### Videochat & support



*Introduzione 'consulenza remota' nel modello di servizio*

### Mobile Bank



*Completamento 'suite' di accesso multicanale*

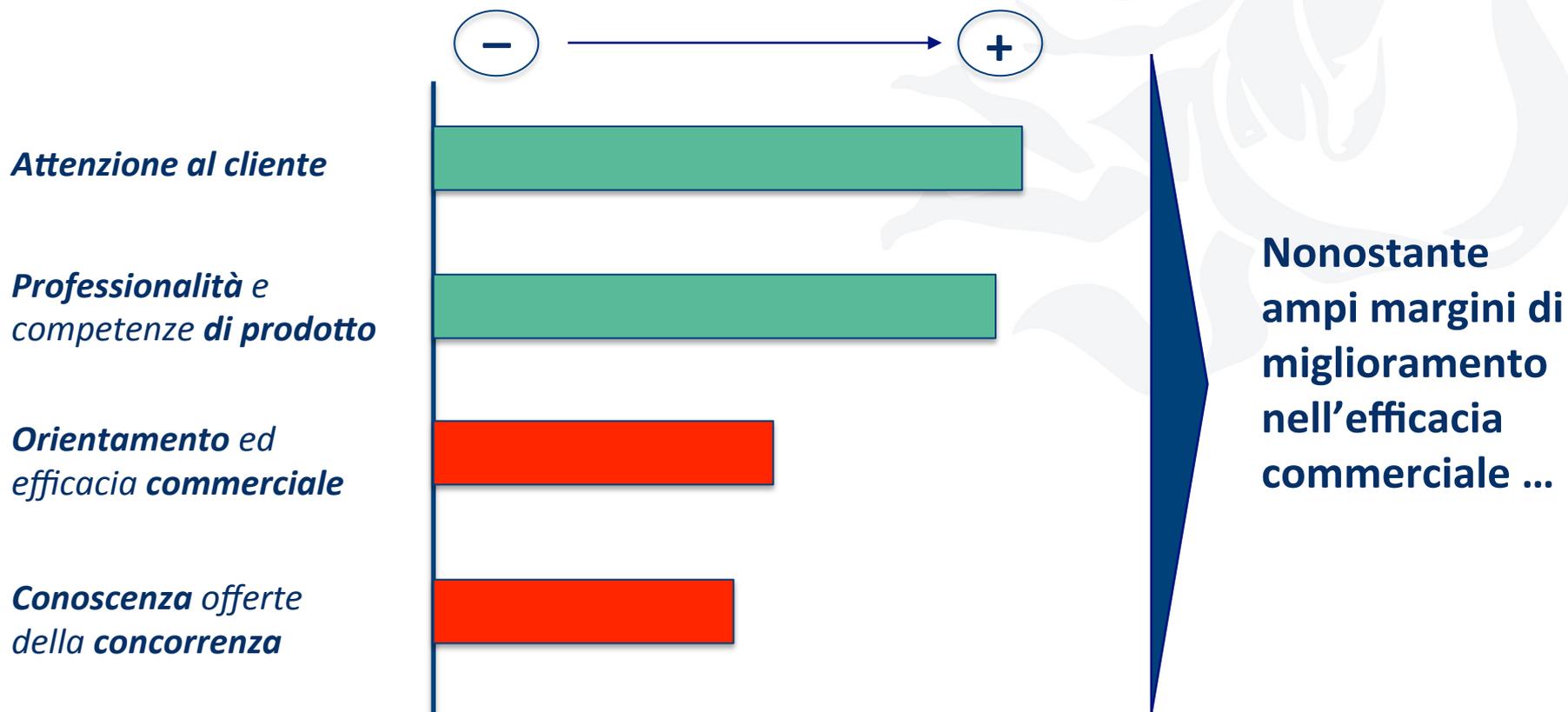
---

# ***Conclusioni***



# Conclusioni – Un modello sostenibile?

## *Punti di forza e debolezza Rete BPVI (evidenze Mystery Shopping 2010/2012)*



# Conclusioni – Un modello sostenibile?

**Evidenze focus group 2006 su target famiglie**

**Punti critici: Dialogo, Affidabilità, Servizio**

**La banca ideale, in sintesi: Partnership, Consulenza, Customer Orientation**

**Rapporto fiduciario: trasparenza ed equità:**

*“... reale personalizzazione e relazione”*

*“... rispetto sostanziale dei patti”*

*“... riconoscimenti e trattamenti di riguardo per i clienti fedeli”*

*“... chiarezza e semplicità delle condizioni d’offerta”*

*“... garanzia delle condizioni di trattamento, no unilateralità”*

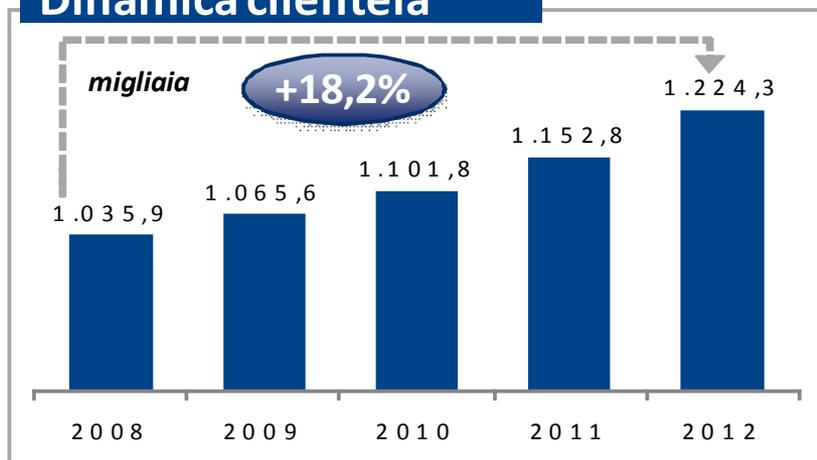
*“... garanzia e deontologia, no sorprese”*

*“... equità delle spese, no costi ingiustificati”*

**... il  
posizionamento  
BPVI intercetta  
aspettative e  
bisogni  
consolidati ma  
ancora da  
indirizzare  
pienamente**

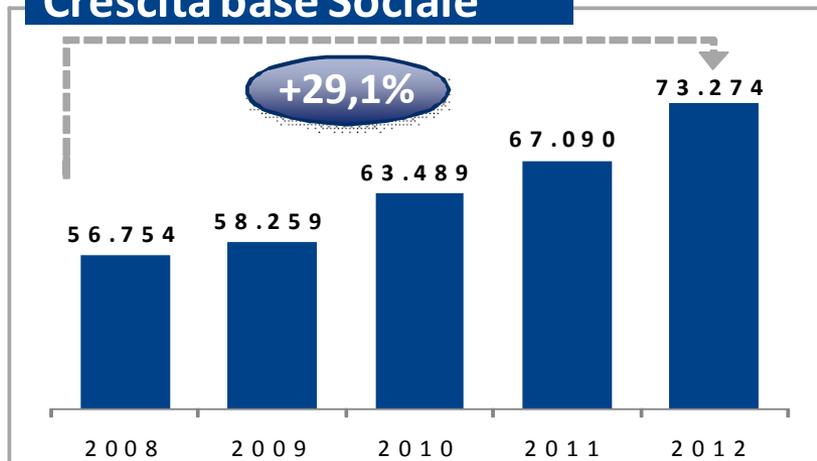
# Risultati commerciali

## Dinamica clientela

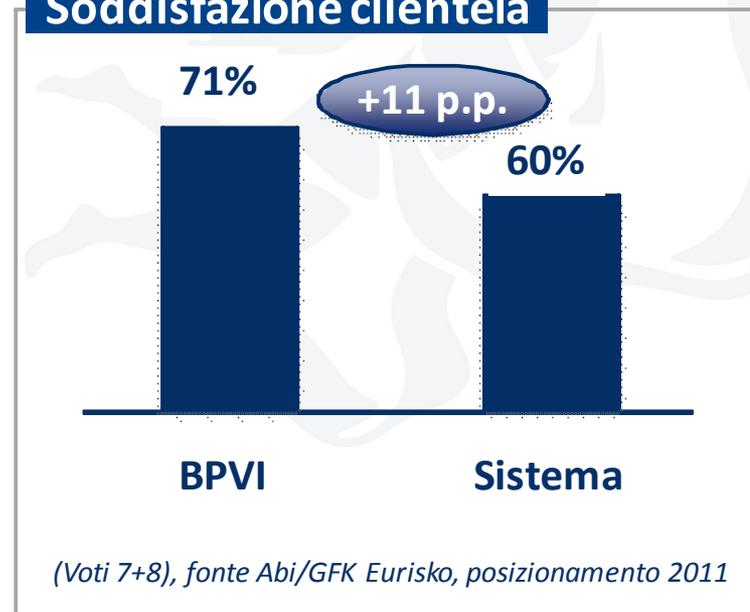


← +0,5% sportelli →

## Crescita base Sociale



## Soddisfazione clientela



# In sintesi

---

dal  
“Manifesto  
Programmatico  
della Banca  
Popolare di  
Vicenza” (1867  
)

“... affinché le **classi lavoratrici, le piccole industrie, il minuto commercio, ed i bottegaj** potessero agevolmente **godere del credito** sorto dal fecondo e liberale principio della **previdenza e della mutualità**”.

Tradizionale modo di “fare banca” della BPVi tipico del modello di banca popolare, supportato dall’innovazione tecnologica per il perseguimento di un servizio d’eccellenza

***Grazie per  
l'attenzione.***

