



La Banca Regionale Europea è un istituto di credito medio-grande, con una raccolta globale di 17 miliardi di euro e 260 filiali nell'Italia del nord-ovest. Ben radicata in Piemonte, è leader di mercato in provincia di Cuneo. Sulla base dei risultati di bilancio, compare costantemente nelle zone alte delle classifiche nazionali: a giudizio del settimanale *Il Mondo*, è tra le otto banche italiane a "cinque stelle", per solidità, rischio e redditività. Dal 2000 fa parte del Gruppo Banca Lombarda e Piemontese, che, fondato sul modello federativo, è uno tra i principali gruppi creditizi italiani. Nel giugno scorso ha lanciato con successo un aumento di capitale di 300 milioni di euro e la domanda, da parte degli investitori privati e istituzionali, è stata oltre cinque volte superiore all'offerta.

In momenti di crisi, come quello che stiamo vivendo, acquisiscono particolare valore, nella valutazione di una banca, la qualità dell'attivo e la patrimonializzazione. La Banca Regionale Europea, come le altre banche del Gruppo (a partire dal Banco di Brescia), opera in zone economicamente sane; non è esposta in operazioni all'estero in aree a rischio, quali il Sud America. Le sofferenze sono nell'ordine dell'1%; il capitale sociale è di 442 milioni di euro.

Anche la capacità di corrispondere alle aspettative degli investitori e di gestirne il patrimonio costituisce per le banche un elemento distintivo e un asset strategico.

In questo periodo di difficoltà dei mercati finanziari – siamo lontani anni luce dai facili entusiasmi del periodo in cui far precedere "net" a qualsiasi società sembrava garantirne a scatola chiusa un aumento di valore – è interessante conoscere su quali linee si muove la Banca Regionale Europea, nel consigliare gli investimenti alla clientela.

"Un elemento costante, nella storia della banca, è dato dalla

Banca Regionale Europea: fare bene e saperlo comunicare

di Bernardino Marino

prudenza", sottolinea Carlo Benigni, responsabile delle relazioni esterne. "Ogni cliente sceglie il profilo di rischio che ritiene più adeguato alle sue esigenze, quanto a composizione e durata dell'investimento, e in questa fase il ruolo consulenziale della banca è fondamentale. La banca fornisce tutti gli elementi di analisi e previsione disponibili, e nelle sue indicazioni privilegia le scelte razionali e di medio-lungo periodo, rispetto ad ipotesi apparentemente allettanti, ma poco sicure; ad esempio, non abbiamo mai consigliato l'acquisto di titoli argentini. Tutto questo è molto apprezzato dai nostri investitori, attenti all'esigenza di tutelare il capitale"

La banca detiene una quota della Compagnie Monégasque de Banque, specializzata negli investimenti finanziari, e per seguire al meglio la clientela si è dotata di un nuovo modello, che affianca alle strutture retail e corporate un'apposita struttura private banking. La Banca Regionale Europea distribuisce i

prodotti della Grifogest, di cui è azionista di riferimento, e della Capitalgest, la società di fondi comuni del Gruppo Banca Lombarda e Piemontese; a differenza di molti concorrenti, non si limita a distribuire prodotti del Gruppo, ma è aperta al "multi-manager": in particolare, sono disponibili comparti di Sicav di Schroeder, di J. P. Morgan Fleming e prodotti assicurativi della Allianz (ex Unione Subalpina Assicurazioni). Tra le diverse proposte, tutta una serie di prodotti che da un lato garantiscono la protezione assoluta del capitale, con interesse garantito, dall'altro consentono l'ingresso nei mercati azionari (GPF protette, prodotti legati ad indici e titoli azionari, ecc.).

Inoltre, la banca distribuisce i prodotti di risparmio assicurativo di Lombarda Vita, società che fa capo al Gruppo e alla Cattolica Assicurazioni, che dello stesso Gruppo è tra i principali azionisti; tra i prodotti più attuali, le unit linked a capitale garantito.

La formula del successo, per la Banca Regionale Europea, si basa sul rapporto fiduciario con la clientela, consolidato, in Piemonte, dalla tradizione più che secolare della Cassa di Risparmio di Cuneo, da cui la BRE ha tratto origine nel 1995.

In un'azienda di servizi l'immagine costituisce uno tra gli elementi costitutivi della redditività aziendale; è il motivo per cui la BRE usa la comunicazione come leva strategica, a supporto della mission di banca ispirata a un localismo aperto e all'ascolto del mercato. Si inseriscono nel quadro di una gestione coordinata dell'immagine la comunicazione istituzionale e di prodotto, la formazione del personale, la rivista *Rassegna* (consultabile sul sito www.brebanca.it), le

sponsorizzazioni di eccellenza nel campo della cultura (partnership col Teatro alla Scala, il Museo Poldi Pezzoli, il Premio Eugenio Montale, il Premio Cesare Pavese) e dello

sport (la squadra di volley Noicom-Brebanca e Stefania Belmondo, rispettivamente testimonial del Conto Giovani e del nuovo Conto Cresco).

Il modello federativo in cui la BRE si è inserita, con il passaggio della maggioranza azionaria al Gruppo Banca Lombarda e Piemontese, si è confermato vincente, perché consente alle singole banche partecipi di utilizzare il vantaggio competitivo del proprio marchio, in un contesto di elevatissima autonomia, avendo alle spalle una holding alla quale sono delegate funzioni strategiche e gestionali di supporto, che generano sinergie ed economie di scala. Nell'ambito della holding, la mission della BRE è di esserne il riferimento nell'area dell'Italia del nord-ovest, coordinando le altre due banche del Gruppo che vi operano, la Banca Cassa di Risparmio di Tortona e il Banco di San Giorgio, di Genova. Per la prossima primavera è in programma l'apertura della prima filiale all'estero, nella vicina Francia, a Nizza.