

3.3.3 Caratteristiche e analisi della clientela

Clienti per segmento

La distribuzione della clientela, tra Enti Pubblici, Imprese (suddivise sulla base della dimensione del fatturato nei tre segmenti Large Corporate, Corporate e Small Business) e Famiglie (censite nei tre segmenti "Private", "Affluent" e "Mass Market" in base alla consistenza del patrimonio finanziario), è indicata nella tabella che segue:

Tab. 2 - Numerosità clientela per segmento – Dicembre 2010

Segmenti	Numero Clienti
PP.AA.	534
Imprese	108.736
Famiglie	383.578
Totale	492.848

A fine 2010 la clientela della Banca risulta superiore a 492 mila unità, la maggior parte dei quali costituite da famiglie (oltre 383 mila), mentre il numero delle imprese clienti risulta maggiore di 108 mila unità.

Tab. 3 - Rapporti con la clientela per tipologia e residenza dello sportello (n. contratti per forma tecnica)

	Conti Correnti		Depositi a risparmio		Certificati di deposito		Dossier titoli		Obbligazioni	
	2010	Var %	2010	Var %	2010	Var %	2010	Var %	2010	Var. %
MARCHE	294.849	0,1%	142.980	4,4%	15.410	-47,0%	101.504	-4,9%	51.071	1,7%
UMBRIA	15.849	4,7%	2.385	6,1%	234	-41,4%	2.842	-5,1%	1.748	10,6%
LAZIO	36.226	11,5%	2.578	27,2%	239	-49,6%	5.233	1,7%	2.965	13,9%
EMILIA ROMAGNA	9.261	6,1%	749	22,4%	96	-48,1%	1.326	-1,4%	924	15,4%
MOLISE	547	28,1%	17	6,3%	2	-50,0%	42	10,5%	44	33,3%
ABRUZZO	11.294	4,3%	1.130	13,5%	51	-52,8%	1.084	-4,6%	913	10,5%
TOTALE	368.026	1,6%	149.839	4,9%	16.032	-47,0%	112.031	-4,6%	57.665	2,9%

Nella tabella sopra riportata sono descritte le diverse tipologie di rapporto che la Banca intrattiene con la propria clientela. In un contesto di fase recessiva a livello globale, i dati riferiti al 2010 denotano un dinamismo di crescita più accentuato nelle filiali collocate nelle altre regioni del centro Italia, in linea con le politiche di espansione della Banca.

I dati riportati nella tabella 3 testimoniano, inoltre, come l'attività commerciale della Banca sia volta a soddisfare le preferenze di investimento della clientela, da strumenti a breve termine a prodotti di media durata, con un contenuto livello di rischiosità ed un altrettanto elevato livello di trasparenza.

3.3.4 Politica della raccolta e degli impieghi

Raccolta

Al 31 dicembre 2010 la provvista totale da clientela si attesta a 20.036 milioni di euro, segnando un incremento del 2,8% sul 31 dicembre 2009 con un progresso della raccolta diretta, che raggiunge quota 15.669 milioni di euro (+4,1%) e una flessione della raccolta indiretta, attestatasi a circa 4.367 milioni di euro (-1,7%), attribuibile ad un calo delle forme di custodia o gestione per conto della clientela (-15,2%) non sufficientemente compensate dal buon andamento della raccolta in amministrazione (+12,4%).

Stante il permanere di un basso livello dei tassi di rendimento, nell'ambito di uno scenario macroeconomico caratterizzato da forti elementi di incertezza, si è assistito quindi ad una ricomposizione



delle forme tecniche della raccolta con una forte penalizzazione del comparto del risparmio gestito a favore di forme di raccolta diretta da clientela *retail* (+3,9%) a breve e medio termine, in particolare le obbligazioni (+12%).

Nel dettaglio, il collocamento di prestiti obbligazionari della Banca ha riguardato sottoscrizioni, da investitori *retail*, per nominali 1.344 milioni su 97 nuovi prestiti, prevalentemente a tasso fisso, e da investitori istituzionali per 900 milioni nominali riconducibili a 2 nuove emissioni nell'ambito del programma EMTN. Complessivamente il flusso netto della raccolta obbligazionaria da clientela *retail* risulta pari a 348 milioni di euro, portando così il relativo *stock* di titoli obbligazionari a 3.435 milioni di euro, al lordo del prestito subordinato di 180 milioni di euro.

Tenuto conto della sfiducia della clientela indotta dalla crisi dei mercati finanziari manifestatasi da fine 2008 e non ancora completamente assorbita, la Banca ha orientato la politica commerciale puntando ancor di più sull'offerta dei prodotti a maggiore trasparenza e semplicità.

Nel mondo dei conti correnti, l'offerta al segmento Privati si è consolidata la vendita del conto "MY", conto corrente a pacchetto dedicato ai giovani di età compresa tra i 18 ed i 30 anni, per rispondere alla loro esigenza di avere un conto corrente a costo zero, semplice ed essenziale, affidabile, modulare, trasparente e fortemente orientato ai canali telematici (internet, carte di pagamento etc.). Banca Marche ha continuato a commercializzare i depositi a risparmio, come strumento di risparmio flessibile e sicuro, nella forma del libretto di deposito nominativo e vincolato. In particolare, si sono rafforzati i risultati dei due specifici prodotti lanciati nel 2009:

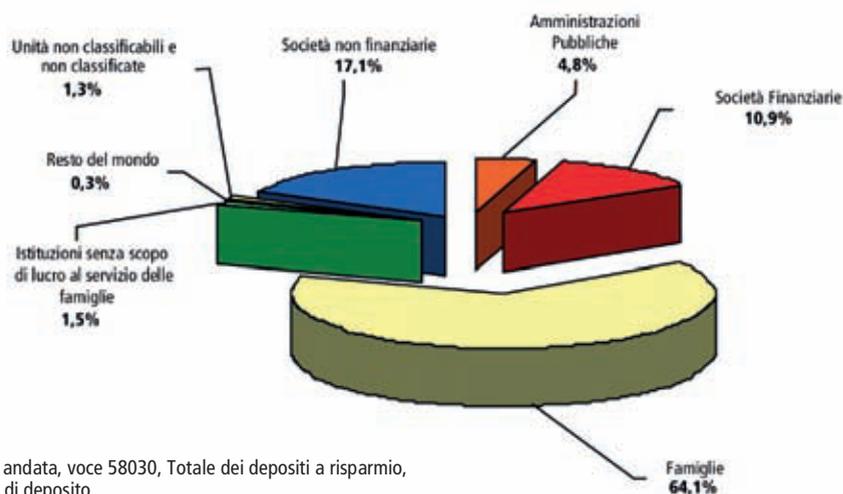
- ❖ "Tasso Super Risparmio", che prevede una remunerazione più elevata rispetto ai depositi liberi purché non siano effettuati prelievi fino a fine anno;
- ❖ "RisparmioMIO" con scadenze progressive che vanno da 3 a 24 mesi, con caratteristiche quali il prelievo, il versamento integrativo e il rinnovo automatico, che lo rendono uno strumento molto versatile e competitivo.

Nel mese di novembre 2010 è stato, inoltre, lanciato il prodotto "Risparmio Mio Junior", deposito a risparmio vincolato semplice e flessibile dedicato ai minori di età compresa tra 0 e 18 (non compiuti).

Con riferimento al Segmento Imprese continuano a consolidarsi i conti dedicati alle imprese commerciali, industriali e artigiane, soprattutto nelle linee "Limited", che hanno permesso, soprattutto per il segmento "Commercianti" ed "Artigiani", di soddisfare le esigenze di quei clienti con operatività bancaria ridotta. I prodotti a catalogo sono stati affiancati da un'iniziativa "Pacchetto di benvenuto Imprese" dedicata ai nuovi clienti. Alla base dell'offerta vi sono i conti correnti a pacchetto presenti nel catalogo della Banca affiancati da altri prodotti e servizi offerti a condizioni favorevoli.

Nel grafico sottostante (Graf. 3) è rappresentata la composizione dei depositi per settore economico della controparte:

Graf. 3 - Composizione dei depositi per settore di attività economica della clientela al 31 dicembre 2010



Fonte: Matrice dei conti flusso di andata, voce 58030, Totale dei depositi a risparmio, Buoni Fruttiferi, Certificati di deposito