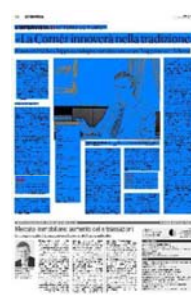


Corriere del Ticino

12.10.2016



Corriere del Ticino  
6903 Lugano  
091/ 960 31 31  
www.cdt.ch

Genere di media: Stampa  
Tipo di media: Quotidiani e settimanali  
Tiratura: 36'108  
Periodicità: 6x/settimana

Tema n°: 220.026  
Abbonamento n°: 220026  
Pagina: 30  
Superficie: 89'630 mm<sup>2</sup>

# L'INTERVISTA ■ VITTORIO CORNARO\*

## «La Cornèr innoverà nella tradizione»

Il nuovo CEO: lo sviluppo tecnologico non deve snaturare il rapporto con il cliente



**TERZA GENERAZIONE** Vittorio Cornaro ha ricevuto dal padre Paolo le redini della banca, fondata dal nonno Vittorio. *(Foto Zocchetti)*

VANNI CARATTO e ERICA LANZI

Vittorio Cornaro, nipote del fondatore della banca Cornèr, ha raccolto da pochi giorni dal padre Paolo il timone della conduzione operativa dell'istituto, uno dei pochi in Ticino (insieme a Banca del Ceresio e Società Bancaria Ticinese) che possa vantare una lunga tradizione familiare. Il nuovo CEO spiega al CdT la strategia del gruppo, basata su un attento mix di rispetto delle tradizioni e investimento in innovazioni tecnologiche. E ricorda: le finalità della banca devono essere sempre le stesse, cioè mettere al primo posto la cura delle esigenze del cliente.

■ La piazza finanziaria svizzera negli ultimi trent'anni ha attraversato importanti cambiamenti, tra cui la scelta «quasi obbligatoria» di internazionalizzazione. Cornèr Banca ha tuttavia sempre sostenuto l'importanza di valorizzare le tradizioni locali. Come mai?

«La complessità del business bancario è aumentata considerevolmente negli ultimi anni. Il nostro mercato principale è la Svizzera, che rappresenta circa il 90% della nostra clientela ed è anche la realtà che conosciamo meglio. Spostarsi all'estero implica esporsi a regolamentazioni internazionali, che complicano il business ulteriormente con costi non indifferenti».

Quindi questa scelta controcorrente verrà mantenuta?

«Premetto che fare business all'estero non è escluso a priori. L'anno scorso abbiamo finalizzato l'acquisizione di Diners Club Italia e Dinit, e con le carte di credito siamo presenti anche in Gran Bretagna. Tuttavia prima di avviarcene in avventure all'esterno in altri ambiti, come ad esempio il private banking, preferiamo concentrarci sul mercato che conosciamo meglio, ovvero il nostro Paese. Probabilmente negli anni scorsi qualcu-

no ci ha tacciato di 'lentezza' per questa scelta in controtendenza. Tuttavia, a fronte anche del peso delle regolamentazioni, oggi si sta rivelando un vantaggio». Anche il mercato locale diventa però



**La Svizzera e il Ticino rimarranno anche per il futuro il nostro mercato di riferimento**

sempre più concorrenziale. Come affrontate la sfida?

«Da una parte le grandi banche accentrano sempre di più i poteri decisionali nella Svizzera interna. Dall'altra la clientela cerca sempre di più un interlocutore locale: questo avvantaggia sicuramente una banca come la nostra. Il Ticino resta una piazza finanziaria importante e c'è spazio per crescere. Chiaramente bisogna essere capaci di leggere i segni del mercato e quelle che sono le necessità delle diverse fasce di clientela».

Come si concilia il vostro modo di fare banca molto tradizionale con l'essere sempre all'avanguardia sul fronte tecnologico?

«In realtà per un cliente le necessità di base sono sempre le stesse, cioè innanzitutto trovare una controparte con cui parlare e che possa offrire un servizio di consulenza. Questa necessità difficilmente scomparirà anche con l'avanzare delle innovazioni tecnologiche. Dall'altra parte, ci vuole una piattaforma informatica all'altezza delle necessità individuali».

Proprio su questo, il vostro istituto ha sempre spinto molto sull'innovazione tecnologica a favore del cliente, partendo dalle carte di credito. Oggi si

parla molto di fintech. Cosa ne pensa?

«Il fintech è un trend che offre sicuramente delle opportunità, ma su cui bisogna fare qualche considerazione. Il nostro approccio non è quello di creare soluzioni fintech oppure di investire in queste società. Tuttavia da anni valutiamo chi ha sviluppato prodotti all'avanguardia che possano dare un valore aggiunto alla clientela, e come possiamo

integrarli nella nostra banca. Su questo fronte siamo avvantaggiati perché non abbiamo fatto outsourcing del sistema



**Il fintech offre opportunità da valutare e nel caso da integrare nei nostri sistemi**

informatico, per cui le integrazioni avvengono in maniera abbastanza rapida. Si tratta di una sorta di 'palestra informatica', e proprio sulla base di queste considerazioni negli ultimi anni abbiamo introdotto ApplePay (cioè la possibilità di

integrare la propria carta di credito o prepagata nell'i-Phone) e CornèrTrader (la piattaforma di trading online), così come l'offerta di prodotti strutturati».

Tornando al mercato svizzero, come valuta la situazione attuale e le prospettive per l'economia?

«La Svizzera ha mostrato una grandissima resilienza alla crisi finanziaria ed allo shock del superfranco. Ciò vale anche per il Ticino, dove tuttavia alcuni problemi, come i tassi negativi o il malcontento verso il nostro sistema tributario sono accentuati. La conseguenza è spesso una emorragia di persone ed aziende verso l'estero: questo anche a causa del poco attivismo delle istituzioni che si preoccupano di acquisire nuove risorse attirando persone e imprese sul territorio, prima ancora di creare le condizioni ideali per permettere a chi già è qui di rimanere».

E per quanto riguarda la piazza finanziaria ticinese? Vede opportunità di acquisizioni per il vostro istituto?

«Guardando alle statistiche degli ultimi anni, gli scenari non sono rosei. Il settore bancario ticinese vive da tempo un processo di concentrazione dovuto a diversi fattori e questa tendenza durerà probabilmente ancora per qualche anno. Allo stesso tempo la maggior parte degli istituti è ancora alle prese con un processo di assimilazione dei nuovi standard in materia di trasparenza fiscale. Per questo motivo non siamo interessati ad una crescita per linee esterne».

Come sono cambiate invece le figure professionali all'interno della banca?

«Con il cambiare del modello di business bancario sono nate nuove figure professionali in ambiti come il compliance piuttosto che il risk management. Non sono figure professionali facili da trovare: chi proviene dalle grosse banche spesso ha una visione troppo specializzata, mentre realtà minori hanno una struttura meno complessa. A questo proposito si potrebbe fare una considerazione sul fatto che il Ticino è la terza piazza finanziaria svizzera e tuttavia manca ancora un vero centro universitario bancario che permetta ai giovani di ottenere un'adeguata formazione sul territorio».

**Parlando del cambio ai vertici di Cornèr, con lei che subentra nel ruolo di CEO e suo padre Paolo che passa alla presidenza, pensa che questo possa far mutare lo stile di gestione dell'istituto?**

«Direi di no. Innanzitutto il passaggio è stato molto graduale. Inoltre in Cornèr abbiamo sempre avuto uno stile di gestione molto familiare e al contempo imprenditoriale, spesso adottato anche dal management. Le decisioni sono sempre prese collettivamente, senza codificare inutilmente il modo di lavorare assieme».

\*CEO di Cornèr Banca

## LA STORIA

### 1952

La banca viene fondata a Lugano.

### 1975

Prima banca a emettere carte Visa in Svizzera.

### 1998

Emissione di MasterCard.

### 2008

Licenza Visa «cross Border» per il Regno Unito.

### 2011

Acquisizione del 100 % di BonusCard.ch.

### 2012

Lancio della piattaforma trading online CornèrTrader.

### 2014

Licenza per emettere carte Diners Club in Svizzera.

### 2015

Comercard UK, Londra. Acquisizione Diners Club Italia e Dinit.