

Al top La nuova indagine sulla percezione che gli operatori finanziari hanno delle banche quotate. Premiate le fusioni

A Profumo il gran premio dei marchi

Unicredit ha il brand e i manager più apprezzati, forte balzo in avanti di Intesa San Paolo

Le aggregazioni fanno bene al brand e premiano Intesa San Paolo. Mentre Unicredit conferma e rafforza la posizione di leadership del proprio marchio nell'universo delle principali banche italiane. Sono questi i risultati più interessanti che emergono dalla rilevazione semestrale realizzata dalla società di analisi indipendente B2Comunicazione in una ricerca che punta a fornire una misurazione quantitativa della forza del brand delle società quotate (Bsq) del settore bancario.

Lo studio, ormai alla sua sesta edizione, ha l'obiettivo di condensare in un punteggio sintetico variabili qualitative come l'efficacia della strategia, la «reputazione» della banca, il suo «potere di mercato», la corporate governance, la capacità di innovazione e la qualità della comunicazione ai mercati finanziari. Tutte variabili che non hanno a che fare direttamente con i risultati di bilancio, ma che pesano — in maniera spesso determinante — sulle fortune di Borsa dei titoli cui sono riferite. I voti sono attribuiti da analisti e giornalisti finanziari.

«Il nuovo gruppo Intesa San Paolo è il grande protagonista degli ultimi mesi. L'aggregazione tra l'istituto milanese e quello torinese ha catturato infatti l'attenzione del settore mettendo nell'ombra i protagonisti delle altre operazioni», dice Riccardo Taverna, partner di B2Comunicazione. Il Bsq indicator del gruppo guidato da Corrado Passera mette dunque a segno una variazione positiva del 3,66% nel periodo giugno 2006-gennaio 2007 rispetto al voto medio pre fusione dei due gruppi. Portando il valore dell'indice a quota 76,46 e scalzando in questo modo Mediobanca dalla seconda posizione in classifica (Bsq a 76,46).

«Il fatto che il Bsq medio delle banche italiane cali nello stesso periodo del 4,41% non ha particolare significato. Questo risultato va interpretato piuttosto come una conferma della stabilità complessiva nella percezio-

Chi sale e chi scende

La classifica sulla forza dei marchi delle banche italiane e quella sulle competenze dei vertici aziendali

Società	Indice		Variaz.% Gennaio /Giugno
	Giugno 2006	Gennaio 2007	
Unicredit	80,39	80,78	0,48
Intesa Sanpaolo*	73,76	76,46	3,66
Mediobanca	77,36	76,22	-1,46
Banco Pop. Verona Novara	69,00	68,93	-0,10
Banca Fideuram	68,29	64,92	-4,93
Banche Popolari Unite	66,12	64,16	-2,96
Capitalia	74,03	63,47	-14,26
BSQ Medio	66,19	63,27	-4,41
Credem	63,22	61,39	-2,90
Banca Popolare Milano	63,83	61,20	-4,11
Monte Paschi Siena	70,10	60,47	-13,73
CRF	60,02	57,58	-4,06
Banca Lombarda	59,40	56,95	-4,12
Carige	55,72	52,79	-5,28
Banca Popolare Italiana	54,94	52,27	-4,87
Banca Etruria	54,14	51,42	-5,03

* Il Bsq Indicator di Intesa San Paolo del giugno 2006 è pari alla media aritmetica dell'indice dei due istituti. Questi dati sono riportati qua sotto per maggiore chiarezza.

Banca Intesa	74,30	n.r.	n.c.
Sanpaolo Imi	73,23	n.r.	n.c.



Società	Indice		Variaz.% Gennaio /Giugno
	Giugno 2006	Gennaio 2007	
Unicredit	81,59	86,59	6,13
Mediobanca	79,17	85,88	8,47
Intesa Sanpaolo*	78,40	81,30	3,69
Banca Fideuram	72,37	76,75	6,05
Capitalia	73,00	73,77	1,05
Banco Pop. Verona Novara	72,00	73,12	1,55
Monte Paschi Siena	71,19	71,60	0,57
Management Team Medio	69,38	71,06	2,42
Banche popolari Unite	70,35	70,99	0,91
Credem	67,21	68,27	1,57
Banca Popolare Milano	64,84	66,28	2,22
Banca Popolare Italiana	64,01	65,46	2,26
Banca Lombarda	63,72	65,31	2,49
CRF	61,20	61,67	0,75
Banca Etruria	59,54	60,44	1,52
Carige	57,97	59,11	1,96

* Il Management Team Indicator di Intesa San Paolo del giugno 2006 è pari alla media aritmetica dell'indice dei due istituti. Questi dati sono riportati qua sotto per maggiore chiarezza.



Fonte: B2 Comunicazione Research

ne del marchio, a fronte di una novità sostanziale — la fusione Intesa - San Paolo, appunto — che ha catalizzato su di sé l'attenzione del mercato», sottolinea Taverna.

Questa lettura che viene confermata dall'andamento sostanzialmente positivo di una delle variabili-chiave dell'indice, il cosiddetto management team indicator. La percezione della «qualità del management» rientra nella dimensione della «reputazione» ed è a sua volta scomposta nella percezione del Ceo (amministratore delegato), del Cfo (direttore finanziario) e

dell'Iro (Investor relations). Rispetto a questa delicatissima variabile tutte le banche italiane analizzate dallo studio registrano una evoluzione positiva. Con punte di miglioramento nel punteggio attribuito all'abilità del management che vanno dal +8,47% di Mediobanca, al +6,13% di Unicredit, al +3,69% di Intesa San Paolo.

Nello specifico delle singole dimensioni Unicredit mantiene la leadership in strategia, innovazione e corporate governance. Mediobanca si conferma prima in «reputazione» e conquista il primato anche in «potere di

mercato. Mentre Intesa San Paolo è premiata nella «comunicazione ai mercati finanziari», dimensione nella quale Banca Intesa primeggiava nel rilevamento precedente.

Alcune delle banche che subiscono il calo più pronunciato del Bsq indicator, ad esempio Capitalia e Monte dei Paschi di Siena debbono questo ridimensionamento all'incertezza relativa alle nuove aggregazioni. Il voto medio di Capitalia resta comunque sopra la media, ed è in crescita sul fronte dell'abilità del management.

MARCO SABELLA