

26 luglio 2017

Private banking: il Real Estate mantiene uno spazio importante nell'asset allocation, ma perde di appeal rispetto al passato

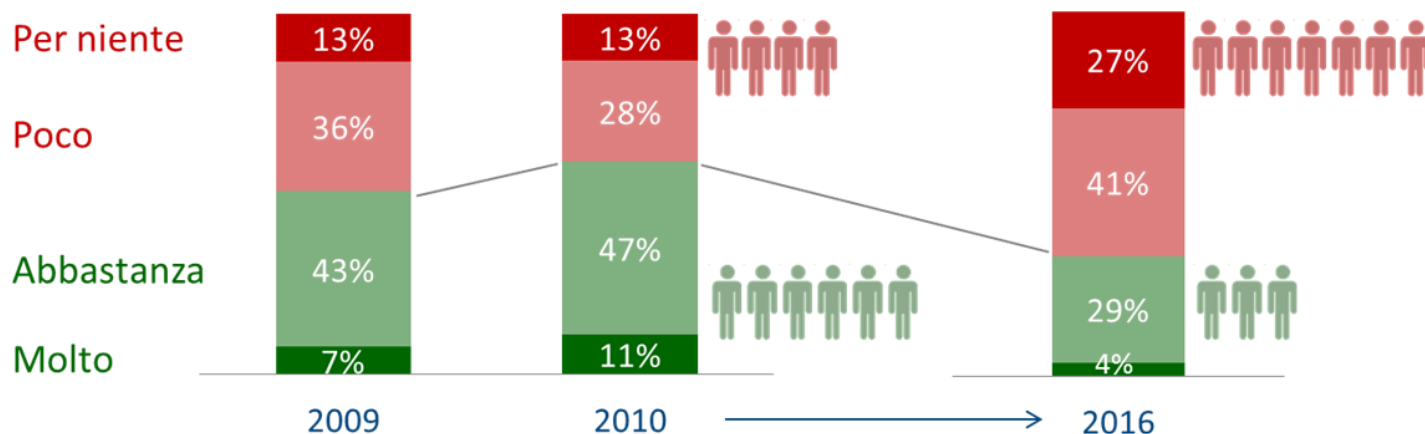
Il settore immobiliare continua a mantenere un posto saldo nella strategia di allocazione del patrimonio dei clienti HNW e UHNW. Il *World Wealth Report 2016* di Capgemini, a tal proposito, rivela che nel 2015 il Real Estate è stato il quinto tra i settori che hanno condotto la crescita globale. Non solo, una ricerca portata avanti da National Real Estate Investor dimostra come gli investitori che detengono patrimoni sostanziosi tengono l'immobiliare in grande considerazione, nonostante gli addetti ai lavori del settore giudichino come una vera e propria sfida raggiungerli, informarli sulle strategie d'investimento e incontrare le loro aspettative. Questa survey, inoltre, ha stimato che la maggior parte dei clienti HNW alloca tra il 6 e il 25% dei propri portafogli in Real Estate.

In Italia, queste percentuali salgono in modo considerevole, infatti nella composizione del patrimonio dei clienti Private, le proprietà immobiliari raggiungono un valore del 39%, confermando la tendenza globale di cui si parlava poco sopra e la tradizionale passione italiana per il mattone. È pur vero che il Real Estate nel nostro Paese ha subito un calo dell'appeal che deteneva un tempo: dal 2010 il settore ha perso il 18% di chi era abbastanza interessato a investire in immobili e l'8% di chi era molto interessato.

La passione per il Real Estate non ha sicuramente smesso di caratterizzare le scelte di investimento dei clienti Private italiani, solo, il settore ha subito dei contraccolpi dovuti al contesto economico-fiscale sempre più complesso, rendendo il settore meno attraente rispetto al passato.

Interesse dei clienti Private a investire nel settore immobiliare

Domanda: Nei prossimi due anni, quanto sarebbe interessato ad investire nel settore immobiliare sia direttamente acquistando immobili, sia indirettamente attraverso società/fondi immobiliari?



Fonte: GFK per AIPB, Indagine sulla clientela Private, 2016