



**Immaginare il futuro, investire nello sviluppo**

**CONTRIBUIRE AL RILANCIO  
DELLO SVILUPPO ITALIANO:  
IL VALORE SOCIALE DEL  
PRIVATE BANKING**

Milano, 16 novembre 2018



# INDICE

PREMESSA	V
PARTE PRIMA: IL PUNTO DI VISTA DEI CITTADINI	1
1. IL VALORE SOCIALE RIVELATO DEL PRIVATE BANKING	3
2. IL CONTESTO	7
3. LA BUONA RICCHEZZA FA ANCHE SVILUPPO	11
4. LA NUOVA STAGIONE DEL PRIVATE BANKING	18
PARTE SECONDA: IL RAPPORTO CON GLI IMPRENDITORI	21
5. PERCHÉ È DECISIVO IL RAPPORTO CON GLI IMPRENDITORI	23
6. PATRIMONI PERSONALI E PATRIMONI AZIENDALI	24
7. IL PATRIMONIO PERSONALE E IL SUO FUTURO: I COSTI DELL'INDECISIONE	26
8. OLTRE LA SOLA CONSULENZA FINANZIARIA: LA FIDUCIA PERSONALE PERNO DI UNA CONSULENZA PIÙ GLOBALE DEL PRIVATE BANKER	29
9. LA TENTAZIONE (ILLUSORIA) DI POTER FARE DA SOLI	31
APPENDICE: EVOLUZIONE DEI RISPARMI DELLE FAMIGLIE E IL SERVIZIO DI PRIVATE BANKING	33
10. I FENOMENI DI MEDIO PERIODO NEL RISPARMIO DELLE FAMIGLIE	35
11. IL SERVIZIO DI PRIVATE BANKING: UNA DEFINIZIONE	39
12. IL PRIVATE BANKING NELLA PERCEZIONE DEI CLIENTI	42
CONCLUSIONI	45
LE TABELLE	47



## PREMESSA

Gli operatori del Private Banking si sono convinti nello svolgimento della loro attività di consulenza per la crescita e conservazione dei patrimoni delle famiglie benestanti del grado di importanza per lo sviluppo del Paese di un'efficiente ed efficace gestione delle scelte finanziarie della clientela e dell'impatto positivo che esse possono avere, non solo sul piano individuale, ma anche per la collettività.

La clientela Private infatti dispone di patrimoni ampi, largamente diversificati e senza esigenze di immediata liquidabilità, quindi adatti per investimenti di medio e lungo periodo, ideali per finanziare i progetti di sviluppo delle imprese.

Se questo ruolo propulsivo dei patrimoni delle famiglie benestanti fosse collettivamente riconosciuto troverebbe un terreno favorevole al suo consolidamento, aiutando i *decision maker* nel disegno di politiche volte a favorirne lo sviluppo e a rafforzarne il ruolo. Risulta, quindi, di interesse andare a verificare il sentimento della collettività nei confronti della ricchezza, dei modi in cui è stata generata e dei giudizi sul suo utilizzo. Un'indagine che abbiamo affidato a Censis, un istituto di ricerca sociologica che da 50 anni indaga, mette in luce e interpreta i più profondi sentimenti della popolazione italiana, con un metodo "*dappertutto e rasoterra*", citando l'ultimo libro del suo storico fondatore, che ci permetterà di fotografare una realtà ampia e diversificata realmente rappresentativa del Paese.

I risultati della ricerca ci hanno in qualche modo confortanti nell'evidenziare che il 52,4% degli italiani pensa che la ricchezza sia un'opportunità se investita bene, che sentimenti come ammirazione, rispetto ed emulazione vengono associati ai benestanti da una buona parte degli italiani, anche se un 13,5% afferma di provare invidia e un 48,8% indifferenza. Passando all'opinione degli italiani sui professionisti che offrono servizi di consulenza finanziaria a persone con grandi patrimoni il 79,6% li giudica utili quando indirizzano gli investimenti con positivi effetti per la collettività e il benessere di tutti.

Il rapporto è ricchissimo di spunti, merita una lettura attenta e suggerisce numerosi ambiti di approfondimento. Quello che in estrema sintesi è di grande

stimolo per la nostra industria è che la maggioranza degli italiani riconosce le sinergie possibili tra investimenti redditizi dei patrimoni delle famiglie benestanti e scelte utili alla crescita dell'economia reale e quindi allo sviluppo del Paese con ricadute positive sugli individui e la collettività.

Fabio Innocenzi  
Presidente AIPB

## **PARTE PRIMA: IL PUNTO DI VISTA DEI CITTADINI**



# 1. IL VALORE SOCIALE RIVELATO DEL PRIVATE BANKING

## 1.1. Mobilitare risorse private per lo sviluppo

Qual è il posto della ricchezza e dei patrimoni finanziari nell'Italia che stenta a ritrovare lo sviluppo dopo la più grande crisi del dopoguerra? E quale, secondo gli italiani, il contributo che può venire da chi dispone di ricchezza? Infine, quali le modalità attraverso cui la ricchezza stessa può diventare molto più che sola fonte di vantaggi per chi ne dispone?

Ecco i punti d'avvio del presente Rapporto, che consente, forse per la prima volta, di sgomberare il campo da una serie di stereotipi sul rapporto e, più ancora, sulle idee degli italiani in merito alla ricchezza e ai suoi detentori: la ricchezza che si mette in gioco, uscendo da ogni inerzia, e finanzia gli investimenti nell'economia reale è oggi per gli italiani un valore positivo; per questo genera valore sociale chi, per professione e competenze, stimola e orienta i detentori di patrimoni a metterli in gioco investendoli, al fine di ottenere benefici per se stessi e per la collettività.

Qui è svelato il valore sociale del Private Banking, inteso come il contributo che gli operatori del settore possono dare all'obiettivo nazionale del momento, il rilancio dello sviluppo, svolgendo al meglio la propria funzione: accompagnare e orientare i detentori dei patrimoni più cospicui a un buon impiego degli stessi.

Nell'Italia che faticosamente ricerca il sentiero della crescita, il Private Banking può essere molto più che una attività di *pura consulenza per benestanti*, perché può contribuire a definire la quota di ricchezza privata che partecipa alla partita dello sviluppo.

Senza abiurare a *mission* e professionalità, nel pieno rispetto di entrambe il Private Banking e i suoi protagonisti possono diventare attori di primo piano di questa sfida. Rispettando i due pilastri fondativi del mandato fiduciario conferito dal cliente, la diversificazione degli investimenti e la ricerca di rendimento, il Private Banking può infatti prospettare i benefici attesi e i relativi rischi degli investimenti in economia reale, contribuendo così alla decisione se tali risorse saranno mobilitate per lo sviluppo, se rimarranno inerti o andranno verso lidi che poco o niente danno al rilancio della crescita italiana.

In estrema sintesi, la ricerca offre risposte positive a quesiti decisivi per delineare la nuova fase del Private Banking in Italia: nell'attuale situazione di stentata ripresa, il Private Banking, è in grado di creare valore sociale?

La risposta è sì, e lo può fare valorizzando la fiducia e il riconoscimento di cui beneficia presso i gruppi sociali che dispongono di risorse decisive per la nostra economia.

Questa creazione di valore sociale può avvenire nel rispetto della sua *mission* fondativa di orientamento dei clienti verso investimenti che tutelano e valorizzano i patrimoni. Perché ci sia valore sociale, occorre che il Private Banker riesca a conciliare la tutela dei patrimoni, ogni volta che si dimostri possibile, con altri aspetti, dall'investimento reale nell'economia italiana a benefici aggiuntivi per specifici territori o comunità.

Orientare gli investimenti verso le eccellenze italiane che si dimostrano meritevoli di raccogliere capitali di rischio è un valore possibile; così come quello di orientarli verso progetti che ampliano l'occupazione e/o consentono di perseguire determinati obiettivi sociali, ad esempio di tipo inclusivo per categorie svantaggiate. In questa logica, diventa decisivo il rapporto con gli imprenditori, detentori di elevati patrimoni e protagonisti dell'economia reale, le cui decisioni in merito al rapporto tra patrimoni personali e patrimonio dell'azienda incidono sulle dinamiche dello sviluppo possibile.

Il valore sociale del Private Banking non è figlio di mero buonismo o di una eticità antieconomica, bensì di una cultura contemporanea che si colloca sulla frontiera più avanzata dell'innovazione delle culture professionali. Questo servizio, infatti, è in grado di trovare nuovi equilibri tra il legittimo interesse economico individuale di chi dispone di patrimoni, spesso derivati dello sforzo e del successo di più generazioni, e la necessità imperiosa di mettere in movimento risorse per potenziare le imprese e creare occupazione aggiuntiva; in una parola, per attivare il circuito dello sviluppo da troppo tempo inceppato.

## 1.2. Le modalità della sfida

Componente costitutivo dello sviluppo in una economia di mercato è l'investimento, che va finanziato con un efficiente trasferimento di risorse da soggetti che ne dispongono e magari non intendono impiegarle, ad altri che non ne dispongono, o almeno non ne hanno a sufficienza, ma che vogliono implementare progetti imprenditoriali.

Il circuito dell'investimento ha quindi assoluto bisogno di soggetti con adeguata dotazione di risorse che maturano la volontà di utilizzarle o di consentirne l'utilizzo a chi ha idee, progetti, *capabilities* appropriate. Ecco una prima verità elementare dello sviluppo: se le risorse restano inerti non c'è investimento e non ci può essere crescita.

Per stimolare chi ha risorse a impiegarle, trasferendole a chi ne ha bisogno per finanziare investimenti, è indispensabile prospettare un beneficio con un rapporto tra rischi e rendimenti che renda razionale e praticabile la messa in movimento delle risorse stesse.

Questa è la sostanza del valore sociale del Private Banking come professione che accompagna e supporta le persone che dispongono di risorse nelle decisioni sugli impieghi. La sostanza della creazione di valore sociale si condensa proprio nella capacità di persuadere chi dispone di patrimoni a non lasciarli congelati, a preferire le eccellenze italiane che sanno competere a livello internazionale, valutando idee e progetti capaci di dare rendimenti privati e sviluppo collettivo.

In fondo, la crisi ha fatto scoppiare la bolla della speculazione basata sulla logica della *produzione di soldi a mezzo soldi* e ha aperto spazi a un più sano rapporto tra finanza ed economia reale, tra risparmio e investimento, tra dinamica della ricchezza privata e sviluppo collettivo. È un'opportunità da valorizzare ed è evidente che chi contribuisce a farlo incasserà un elevato dividendo reputazionale.

In tale contesto, la capacità di generare valore sociale è decisiva per la *social reputation* del Private Banking, delle istituzioni e dei professionisti che lo svolgono, perché consente di emanciparsi dalle rappresentazioni stereotipate *della consulenza o del consulente dei benestanti*, per assumere il volto contemporaneo del professionista che promuove benessere dei clienti e, nel fare questo, anche della comunità.

Emergono criteri discriminanti che consentono di delineare confini e contenuti del buon Private Banking della nostra epoca:

- la ricchezza inerte, chiusa in sé stessa e nella sua pura riproduzione genera risentimento e odio sociale perché partecipa di una società bloccata, asfittica, incapace di crescere;
- la ricchezza che sceglie di rimettersi in circolo con investimenti che generano rendimenti e al contempo occupazione, innovazione, economie esterne di vario tipo per le comunità è una componente costitutiva e virtuosa di una società aperta, che cresce e moltiplica le opportunità anche per chi si trova più in basso nella piramide sociale.

Il richiamo al valore sociale del Private Banking non è un'operazione di marketing sociale, di riverniciatura per restare uguali a sé stessi, ma muove da un'idea precisa della funzione sociale dei patrimoni e del Private Banking: preservare e valorizzare i patrimoni all'interno di una più generale dinamica di crescita dell'economia a cui possono dare un contributo determinante.

Il valore sociale non è legato in via esclusiva a un impiego dei patrimoni di tipo solidale per comunità o specifici gruppi sociali; certo, anche questa dimensione è importante, ma il valore sociale del Private Banking ha un significato più ampio e rinvia alla sua capacità di stimolare la ricchezza a contribuire allo sviluppo economico, presupposto di ogni sviluppo sociale e civile.

Del resto, la crescita è la risposta migliore e più efficace alla diffusa rabbia per le disuguaglianze percepite come ampie e crescenti, esito di una mobilità sociale cristallizzata. In contesti asfittici, dove i patrimoni accumulati sono visti come puramente autoreferenziali, capaci di riprodursi senza effetti tangibili sulla comunità, la ricchezza e i benestanti sono soggetti ai rischi concreti di una *bad social reputation* che finisce per generare forme incontrollate di invidia sociale o di vera e propria repulsione verso la generica categoria dei benestanti.

La ricchezza privata diventa così strumento per il benessere di tutti e il Private Banking uno dei soggetti decisivi per risolvere la non facile equazione.

## 2. IL CONTESTO

### 2.1. L'ombra oscura e lunga del cambiamento: dagli anni Ottanta al post-crisi

Qual è il contesto di riferimento del nostro Paese in cui si muovono, in questa fase, le famiglie, le imprese e gli operatori? Quali sono i pilastri della percezione collettiva e dei comportamenti sociali prevalenti che definiscono la situazione in cui si inseriscono le scelte di imprese, famiglie e quindi degli operatori dei vari settori?

La grande crisi è oggi a un decennio da noi, tuttavia la sua onda lunga resta profondamente radicata nella vita quotidiana degli italiani nella forma di una modificazione definitiva della psicologia collettiva e degli stili di vita.

Se è innegabile che il 2008 ha rappresentato un *turning point* nella storia (ma non solo) del nostro Paese, limitarsi a quanto accaduto negli ultimi anni non è sufficiente per cogliere in profondità le dinamiche e le trasformazioni che hanno investito l'economia italiana e modificato le abitudini di risparmio, consumo e investimento di famiglie, imprese e Pubblica Amministrazione.

Gli anni Ottanta rappresentano una stagione contrassegnata dal protagonismo del settore pubblico nell'economia: il deficit medio annuo di spesa della Pubblica Amministrazione in quegli anni era del 6,6% e, parallelamente, si consolidava la tradizionale capacità risparmiatrice delle famiglie italiane: il risparmio privato complessivo era, infatti, del 28,8%, del reddito nazionale lordo disponibile, di cui il 20% apparteneva alle famiglie e l'8,8% alle imprese.

Gli anni Novanta e ancora di più il nuovo secolo, segnano la fine della *stagione del deficit*: la Pubblica Amministrazione inizia un graduale percorso di contrazione del deficit, parallelamente alla progressiva riduzione della quota di risparmio annuo delle famiglie. Sono i primi segnali di un mutamento del quadro economico nazionale, a seguito del quale le famiglie italiane si sono impegnate in prima linea nel fronteggiare le difficoltà e gli squilibri finanziari, cedendo nel tempo quote di risparmio per sostenere consumi nuovi e diversificati.

Con la crisi, la *spending review*, il timore dello *spread* e i tagli alla spesa pubblica aumentano le disuguaglianze sociali e cambiano gli stili di vita: il risparmio medio annuo delle famiglie si contrae ulteriormente, arrivando oggi

a circa il 5% del reddito lordo annuo. Non solo gli italiani risparmiano meno, ma le motivazioni sottese al risparmio sono diverse rispetto al passato.

Nell'incertezza, infatti, i risparmi diventano ancora di più una voce essenziale nel bilancio familiare, vero antidoto all'insicurezza diffusa. Basti pensare, solo per fare un esempio, alla contrazione del *welfare state* e all'aumento della spesa privata per far fronte ai rischi della salute e all'importanza che, in un settore così strategico per la vita dei cittadini, hanno rappresentato quelle quote di *risparmio cautelativo cash* o destinate, più che nel passato, verso riserve assicurative, per fronteggiare i rischi e gli imprevisti.

Completano il quadro nazionale attuale gli investimenti lordi -fermi ormai da un quinquennio e lontani dalle quote del passato- e il portafoglio delle attività finanziarie delle famiglie che nel 2018, seppur cresciuto rispetto a venti anni fa, è tornato ai livelli pre-crisi: segnali di un Paese che attende un definitivo e decisivo rilancio della propria economia.

Se Pil, consumi e risparmi sono crollati negli anni successivi la grande crisi, e oggi, dopo una stagione di incrementi zero-virgola, sono ancora sotto ai valori di un tempo, non c'è dubbio che il *sentiment* del Paese sia radicalmente cambiato.

Aspettative piatte o decrescenti come esito di una mobilità sociale bloccata e disuguaglianze reali o percepite come più ampie rispetto al passato, hanno contribuito a determinare un clima sociale dominato dal rancore. Un rancore che tende a sprigionarsi a ondate, e che di certo non facilita l'accettazione e dunque la virtuosa coesistenza delle diversità socioeconomiche che, invece, nella fase alta dell'economia, quella dello sviluppo e incremento delle opportunità per tutti, venivano percepite come uno straordinario stimolo all'impegno individuale.

La grande saga del benessere italiano, cominciata nella Ricostruzione e per grandi fasi giunta fino alla crisi del 2008, viveva dell'idea che era possibile salire nella scala sociale, con accesso a livelli più alti di reddito, consumo e benessere. L'accumulazione del patrimonio era considerata un valore a cui tutti dovevano aderire, con il giusto impegno individuale nel quotidiano e nella progettualità di vita.

Oggi, invece, per una parte importante del corpo sociale è il tempo della disillusione, del prevalere di un senso di esclusione *definitiva* dalle *magnifiche sorti e progressive*, che lascia il campo ad atteggiamenti nostalgici verso il passato e a scenari pessimistici rispetto al futuro. Una situazione le

cui radici reali rinviano al trauma irrisolto della crisi, a cui ascrivere le basi materiali e psicologiche della nostra vita collettiva.

## **2.2. La preoccupazione per il futuro e il sogno della fuga**

Imprigionati nello stagno del presente e impauriti da un futuro a tinte fosche, non stupirebbe dunque che tra i bersagli del rancore e della rabbia degli italiani rientrano proprio le disparità patrimoniali e di reddito, con i redditi e patrimoni elevati collocati sull'altra sponda del fiume senza che all'orizzonte appaia alcun guado o ponte, fuor di metafora una qualche concreta opportunità di risalire la scala del benessere economico e sociale. Anzi, anche mantenere la propria attuale collocazione appare impresa ardua e, per un numero significativo di italiani, l'unica soluzione è tentare la via di fuga.

Qualunque riflessione sulla ricchezza e sulla sua collocazione valoriale nella società italiana non può non tenere conto di questo quadro di contesto, ovvero del blocco dell'ascensore sociale, della rarefazione di prospettive appetibili, della diffusa paura di declassamento che mina alle fondamenta la coesione sociale, perché pone gli individui in una posizione costante di difesa che spinge a ispessire le distanze dagli altri.

La dirompente irruzione sulla scena sociale di una *psicologia collettiva del negativo* emerge evidente dalla prospettiva soggettiva in cui gli italiani si collocano pensando al futuro: alla richiesta di pensare a come sarà la vita nel futuro prossimo, in un orizzonte temporale di 5-10 anni, nel 62,2% degli italiani domina la preoccupazione; solo il 18,5% vive l'attesa con curiosità; ancor meno solo coloro i quali affrontano il prossimo futuro con energia, con un senso di fiducia (7,1%) o che si sentono addirittura rassicurati (3,5%).

E l'inquietudine attraversa trasversalmente l'Italia senza distinzioni di area geografica: la preoccupazione, infatti, richiama come sentimento rispetto al futuro il 56,1% al Nord-Ovest, il 66,7% al Nord-Est, il 62,1% al Centro (62,1%) e il 65,0% al Sud e Isole (tab.1).

La preoccupazione rinvia al sentimento più pervasivo del nostro tempo: l'incertezza. Dalla crisi ai giorni nostri, ogni pilastro di certezze, dall'economia al welfare, è stato picconato, o almeno eroso, e ciò incide fortemente sul sentimento collettivo, condizionando la vita di ogni persona.

In fondo, l'Italia è oggi un paese che invecchia e dalla mobilità sociale ingessata, dove in molti casi il voto preso in occasione della licenza media consente di prevedere il futuro scolastico e lavorativo di un giovane.

Allora non può sorprendere che anche le giovani generazioni, in prevalenza, pensando al futuro si dicano preoccupate (57,1%), mentre la curiosità, che pure è uno dei motori dell'innovazione e che dovrebbe appartenere soprattutto a loro, è indicata dal 22% degli stessi.

In tale contesto incerto e nebuloso, si fa largo la convinzione sociale che è meglio fuggire, che l'Italia non è un paese per giovani, progettualità e idee su cui scommettere.

Ben il 63,1% dei 18-34enni dichiara che se ne avesse la possibilità nel futuro se ne andrebbe dall'Italia, mentre il 36,9% non prenderebbe in considerazione questa possibilità anche se ne avesse l'opportunità, vuoi perché tutto sommato l'Italia è ancora uno dei paesi in cui si vive meglio (21,2%), vuoi per non dover vivere il trauma dello sradicamento dalla propria cultura e dal proprio territorio (15,7%) (tab.2).

La quota di coloro che, avendone la possibilità, se ne andrebbe tende a ridursi al crescere dell'età, ma si tratta di una prospettiva che accomuna la maggioranza degli adulti attivi (52,6% dei 35-64enni) per poi scendere al 24,5% degli over64, restituendo una pericolosa sensazione di svuotamento potenziale (oltre che reale, con la fuga dei cervelli) del Paese.

Il *running away* dei giovani diventa metafora del nostro tempo, più potente del *no future*, perché esprime la convinzione che l'Italia abbia un problema in più rispetto agli altri paesi. Nella psicologia collettiva dei più giovani il futuro c'è, ma è sicuramente migliore fuori dall'Italia.

È la patologia del mancato o riscato sviluppo. L'Italia vive la convinzione che l'economia non ha la potenza sufficiente per espandersi e pertanto le opportunità sono destinate a restare ristrette, legate ancora una volta a dinamiche di ceto, alla dotazione di partenza di ciascuno.

### **3. LA BUONA RICCHEZZA FA ANCHE SVILUPPO**

#### **3.1. Voglia di sviluppo e voglia di ricchezza *per lo sviluppo***

In tempi di raffinati dibattiti sulla felicità della decrescita e dello sviluppo zero, colpisce la voglia diffusa di sviluppo che emerge tra gli italiani: non c'è gruppo sociale o territorio che non indichi esplicitamente la voglia che l'economia torni a crescere.

I dati dell'indagine Censis sono inequivocabili: nel complesso, lo sviluppo economico del Paese è ritenuto importante dal 94,1% dei cittadini, e, nello specifico, per il 65,4% è molto importante, in quanto è dell'avviso che il benessere collettivo sia la base imprescindibile del proprio benessere e di quello della propria famiglia; per il 28,7% lo è abbastanza, perché convinto che esista un nesso tra la crescita del Paese e la possibilità di veder aumentare anche le proprie risorse.

Solo il 4,4% dichiara che lo sviluppo resta un tema troppo vago e distante dai propri interessi concreti e l'1,5% si autodefinisce attento solo alle proprie attività, il resto non conta.

Questa consapevolezza è matura anche tra i più giovani: il 93,0% dei 18-34enni, infatti, ritiene molto o abbastanza importante per il benessere personale e della propria famiglia lo sviluppo collettivo del Paese Italia, e la percentuale è anche più alta tra i 35-64 anni (93,8%) e gli anziani (95,7%) (tab.3).

Piena convinzione si riscontra trasversalmente alle principali categorie professionali: lo sviluppo dell'economia nazionale è considerato importante per il benessere personale e della propria famiglia o per i benefici economici che ne derivano dal 94% degli impiegati, dal 92,1% dei dirigenti e dal 95,7% degli operai.

Due aspetti vanno sottolineati:

- la già citata voglia di sviluppo, che è più che una nostalgia per il passato, è consapevolezza che il proprio destino individuale è legato all'evoluzione di quello della comunità, almeno sul piano delle opportunità economiche.
- un aspetto più culturale, che segnala come l'individualismo non è più sufficiente se non si dispiega in un contesto tutto teso verso la crescita.

Il benessere individuale è per gli italiani strettamente legato al benessere collettivo, che non è letto come astratto, generico, ma come del tutto concreto, perché capace di condizionare la propria vita.

Ecco quindi una prima fondamentale verità del nostro tempo, troppo spesso nascosta da una narrazione pubblica e mediatica particolarmente attenta a soluzioni di decrescita: nella cultura sociale collettiva degli italiani è forte il nesso tra benessere collettivo e benessere individuale e tale convinzione vince in modo trasversale al corpo sociale e ai territori.

I risultati dell'indagine evidenziano come sia radicata tra gli italiani una visione non gretta e limitativa di sviluppo, pensato come una dinamica collettiva in cui anche quella individuale deve trovare spazio e spinta.

Si è dinanzi a tracce di una *vision* collettiva della crescita, interpretata dagli italiani come una piattaforma per la moltiplicazione delle opportunità per i singoli. Ciò spinge ad affermare che gli italiani, a dieci anni dalla crisi e da molti anni impantanati nella stentata ripresa, dicono un *sì alto e forte* allo sviluppo, che è da considerarsi come un obiettivo desiderato dalla collettività.

All'interno di questa visione desiderata di sviluppo come moltiplicatore delle opportunità individuali trova posto e si viene affermando in maniera netta anche la visione della *ricchezza come risorsa e non come costo parassitario* che, invece, genera invidia e livore sociale (tab.4):

- un'ampia maggioranza di italiani, il 52,4%, dichiara, infatti, che la ricchezza è per l'Italia un'opportunità, se si stimolano i detentori a investirla bene: quota che sale al 59,5% tra i laureati;
- rimane, però, un 25,1% che la reputa inutile per l'Italia perché i ricchi ormai vivono a livello globale, portano i soldi lontano e un 22,5% che ritiene si tratti di un furto, in quanto i benestanti sono egoisti e operano a danno della collettività.

Il pregiudizio di classe, o comunque verso benestanti e ricchezza, è dunque forte ma minoritario, a vantaggio di una più matura e razionale consapevolezza che la ricchezza non è un male di per sé, diventando virtuosa se investita e messa nelle condizioni di fruttare non solo per i suoi detentori ma per tutta la società.

La buona *social reputation* della ricchezza produttiva, intesa come quella che viene investita, producendo rendimenti per i detentori e benefici per la collettività tutta, è una componente significativa della cultura sociale collettiva, che sfugge all'immaginario rancoroso che cristallizza le persone

ad una rappresentazione demonizzante. Benestanti e ricchezza non sono il male assoluto, tutto dipende da come operano e dagli esiti che generano.

La figura sociale dei Paperoni, egoisti assoluti, lascia il posto a quello del buon investitore che non tiene i soldi fermi, che si orienta verso impieghi redditizi che sono anche generatori di benefici sociali, dall'occupazione aggiuntiva, alle nuove soluzioni di prodotti e servizi, alle infrastrutture che fanno da volano di nuove opportunità di crescita delle comunità.

Gli italiani, infatti, dimostrano di apprezzare chi decide di investire concretamente nel circuito produttivo, con ricadute positive a vantaggio dell'economia reale a favore di chi ha idee.

Apprezzamento che si traduce anche in un sorprendente, e per questo più significativo, giudizio favorevole verso una *riduzione delle tasse* nei confronti di chi, detenendo patrimoni alti, si impegna ad investire le proprie risorse nel territorio.

Si dichiara favorevole alla riduzione delle tasse per le parti di patrimonio investito il 45,7% degli italiani, quota che resta elevata in modo trasversale al corpo sociale e ai territori. I favorevoli aumentano al crescere del titolo di studio, andando dal 40,0% dei rispondenti in possesso di licenza media al 46,7% dei laureati (tab.5).

L'ulteriore segnale che, nella cultura sociale collettiva non vince la condanna *hic et nunc* della ricchezza privata, ma un giudizio articolato dipende dall'utilizzo che gli investitori ne fanno, emerge dall'atteggiamento prevalente nei confronti dei detentori della stessa e dalle opinioni sulla sua origine.

Se il 48,8% degli italiani dichiara che nei confronti dei detentori di grandi patrimoni ha un atteggiamento di indifferenza, il 24% nutre un sentimento di ammirazione espressa dall'affermazione *mi piacerebbe essere come loro*, il 20,9% di rispetto (*la gran parte delle persone benestanti ha meritato di trovarsi in tale condizione*), il 12,2% di emulazione (*sono un incentivo per tutti a provare a diventare benestanti*).

Su valori decisamente inferiori si attestano, invece, le risposte connotate negativamente: il 13,5% dei rispondenti prova un sentimento di invidia, per privilegiati senza alcun merito, il 4,4% un sentimento di odio, mentre il 9,7% dichiara sentimenti di riprovazione morale (tab.6).

Atteggiamenti maggiormente positivi si riscontrano tra le giovani generazioni: infatti, il 35,6% dei *millennial* dichiara di provare ammirazione, il 21,8% rispetto e il 12,2% esprime un desiderio di emulazione.

L'incrocio dei dati per condizione socioeconomica indica che prova ammirazione il 28,6% delle persone con disagio socioeconomico: percentuale superiore a quella di persone che hanno condizioni economiche migliori, da chi vive del proprio lavoro ma non dispone di grandi patrimoni.

In sintesi, si può dunque asserire che il rancore non colpisce in modo violento e diretto i benestanti, né la ricchezza è di per sé requisito per generare odio sociale; anche il dato di indifferente neutralità espresso dagli italiani rispetto ai ricchi conferma ulteriormente che la ricchezza nella percezione collettiva non ha una direzione unica di giudizio ma, ancora una volta, dipende dall'uso che i detentori ne fanno.

Sulla ricchezza emerge un giudizio degli italiani maturo, che muove verso un superamento di rappresentazioni stereotipate, demonizzanti, ispirato ad una nuova consapevolezza pronta a riconoscere i meriti di chi detiene patrimoni ma è pronta a operare per lo sviluppo mettendoli in gioco.

Tale consapevolezza si enuclea anche dalle opinioni degli italiani sulla provenienza della ricchezza, la cui origine non è demonizzata a prescindere; infatti, se il 39,2% degli italiani richiama la nascita (ereditarietà), il 33,3% ritiene che la ricchezza di solito sia il frutto del lavoro duro. Se il 29,1% cita la fortuna, il 23,6% sottolinea la voglia di riuscire, la volontà. Altre origini maggiormente richiamate sono, per un verso, la capacità di assumersi dei rischi (22,4%), l'inventiva, la creatività (20,1%) e il talento (15,9%) e, per l'altro, lo sfruttamento degli altri della società (16,9%).

La concezione consapevole del ruolo sociale potenziale della ricchezza emerge anche dalle opinioni dei 18-34enni, tra i quali è vero che molti citano la nascita (43,8%) e la fortuna (32,3%) come origine dei patrimoni, ma quote significative richiamano anche il lavoro duro (35,0%), il talento (23,0%), la voglia di riuscire (24,0%), la capacità di prendere rischi (24,0%) e l'inventiva (18,9%) (tab.7).

In una fase in cui gli italiani sono convinti che la mobilità sociale sia bloccata e troppo condizionata da fattori patologici quali le conoscenze, gli agganci politici o la semplice appartenenza ad una famiglia potente, è importante che come fattori originari della ricchezza richiamino in buone percentuali ruolo e peso del duro lavoro o della voglia di riuscire o del talento individuale e non sia dominante quel presupposto dell'invidia sociale che è la diffusa convinzione che all'origine della ricchezza ci siano essenzialmente fattori casuali o di indebita appropriazione.

È forte nella memoria collettiva la lunga corsa alla conquista del benessere che in poche generazioni ha trasformato gruppi sociali e aree del Paese tradizionalmente povere in nuovi protagonisti di benessere e sviluppo. Per questo la ricchezza accumulata è per tanti italiani l'esito di processi di emancipazione e successo individuale. Infatti, in molte aree del Paese e per quote elevate di cittadini, è sufficiente guardare longitudinalmente alla storia della propria famiglia per individuare un percorso ascensionale, fino anche ad uno stato di ricchezza.

Siamo una società che ha vissuto e metabolizzato una crescita economica concentrata nel tempo e quindi ha accumulato nella sua memoria che il passaggio da povero a benestante è stato esito di lavoro, assunzione di rischi e, in molti casi, di sacrifici e grande impegno individuale.

Non sorprende, quindi, che trasversalmente a classi di età, gruppi sociali e territori è forte la convinzione che la ricchezza sia anche esito della capacità di giocare in prima persona con relativi rischi accumulando poi legittimamente i frutti delle scelte e dei rischi presi.

È altrettanto evidente agli occhi degli italiani che, rispetto alle generazioni precedenti, tra i più giovani detentori di elevati patrimoni si registrano quote inferiori di persone che li hanno conquistati con il proprio sudore e merito. Pertanto, il capitale di riconoscimento della origine equa e meritata delle ricchezze nel tempo è destinato a scemare. Eppure, ancora in questa fase esiste una prevalente legittimità sociale della ricchezza, perché conquistata sul campo da chi la detiene o dai diretti antenati degli attuali benestanti.

Sono indicazioni importanti, anche se parziali e a tratti contraddittorie, perché si staccano dal livore inibente della società del rancore, in cui troppo spesso vince l'invettiva impotente, l'invidia di tutto ciò che va oltre la mediocre mediocrazia.

### **3.2. Meno preoccupati, più vigili: il rapporto dei clienti PB con il futuro italiano**

Se per gli italiani l'antidoto all'incertezza e alla preoccupazione è un'idea di sviluppo e ricchezza che guarda con attenzione all'economia reale e alle sue opportunità di investimento, qual è il *sentiment* dei detentori di patrimoni rispetto al proprio futuro e quello del Paese? E quali sono gli aspetti che sembrano maggiormente orientare le loro decisioni di investimento?

Rispetto al futuro del nostro Paese, quella *psicologia sociale del negativo*, che sembra pervadere le aspettative e gli atteggiamenti degli italiani, è meno evidente tra chi detiene grandi patrimoni: è il 46,5% a definirsi preoccupato (contro il 62,2% rilevato tra gli italiani), il 20,8% è incuriosito da come sarà la vita in Italia nei prossimi 5/10 anni (18,5% tra la popolazione). E ancora, per il 13% pensare alla vita in Italia nel futuro motiva come di fronte ad una sfida (7,1% tra gli italiani) (tab.8).

Se la preoccupazione, l'incertezza, l'idea che per l'Italia sia impossibile delineare percorsi di crescita e sviluppo, trova negli italiani (specialmente tra i giovani) la sua manifestazione nel *sogno della fuga* dal nostro Paese, il desiderio di lasciare l'Italia non rientra tra le principali aspirazioni future delle persone con patrimoni elevati: 3 su 4 (il 75,8%), infatti, non se ne andrebbero dall'Italia (rispetto al 51,6% della popolazione).

Minore preoccupazione, tuttavia, non significa minore attenzione verso quanto accadrà nel futuro in Italia, specialmente rispetto al possibile mutato atteggiamento del Paese verso chi investe nel paese: più della metà dei rispondenti tra i possessori di patrimoni elevati (53,6%) è d'accordo con l'affermazione per cui tra 10 anni l'Italia sarà un paese sempre meno ospitale per chi ha risorse da investire (tab.9).

Meno preoccupati, ma comunque "vigili" rispetto a possibili evoluzioni peggiorative dello scenario: è questo il segnale lanciato da una quota considerevole di detentori di risorse che, qualora lo scenario cambi e il contesto nazionale non sia più meritevole di investimenti, potrebbe essere pronta a rivedere le proprie strategie e idee.

D'altro canto, tra chi detiene patrimoni è meno radicata l'idea che lo sviluppo nazionale sia indissolubilmente legato a quello individuale: se l'85,5% ritiene molto e abbastanza importante lo sviluppo economico del nostro Paese, solo il 36,6% è convinto che sia la base imprescindibile per il proprio benessere personale e familiare.

Ma quali sono gli aspetti maggiormente determinanti nell'orientare le scelte di investimento? Dai dati emergono le seguenti indicazioni (tab.10):

- il 73,5% ritiene molto o abbastanza importante che la scelta di investimento sia inerente al territorio italiano, che abbia valore per il Paese;
- il 70,4% reputa molto e abbastanza importanti le ricadute produttive, in termini di reddito e occupazione;
- il 64,8% considera molto o abbastanza importante che l'investimento sia destinato ad attività e prodotti legati alla comunità locale di appartenenza;
- il 59,5% attribuisce importanza a investimenti che siano socialmente responsabili, prestando attenzione a questioni di carattere sociale e ambientale;
- il 44,6% ritiene molto e abbastanza importante che il proprio investimento finanzia lo Stato italiano attraverso l'acquisto di titoli di debito pubblico.

Dal valore prodotto per l'economia nazionale, all'aumento del reddito e dell'occupazione, fino alle ricadute sull'economia locale e al tema della responsabilità sociale e del sostegno allo Stato italiano, sono tutti segnali di un gruppo sociale, quello di chi detiene risorse e ha le capacità di investire, che in un quadro economico e finanziario globale e con dinamiche professionali sempre più sovranazionali mantiene comunque una buona attenzione al proprio Paese, prestando lo sguardo a prodotti e imprese italiane.

È in tale quadro che si sviluppano tutte le potenzialità, l'azione e i servizi offerti dal Private Banking. Infatti:

- 2 clienti su 3 si rivolgono al Private Banker per servizi di consulenza su nuove forme di investimento, su investimenti in campi innovativi e sul finanziamento di startup;
- il Private Banker (per il 48,2% dei clienti) è anche il principale riferimento per progetti di finanza sostenibile, filantropia, iniziative benefiche e progetti di sostenibilità sociale e ambientale.

## **4. LA NUOVA STAGIONE DEL PRIVATE BANKING**

### **4.1. Le cose che ci si aspetta dal Private Banker**

Lo sviluppo è lo *zenit* della positività per gli italiani e presumibilmente ciò che può cambiare il segno della percezione del futuro e della connessa voglia di fuga. E la ricchezza, come rilevato, può contribuire molto a generare sviluppo, purché esca dall'inerzia e dall'autoreferenzialità.

Come si è visto, la crisi economica, in modo sorprendente e quasi in controtendenza rispetto al più generale *sentiment*, sembra aver sviluppato nei cittadini una nuova maturità e consapevolezza nei confronti della ricchezza e di chi ne dispone.

In particolare, va fissato il fatto che gli italiani riconoscono il valore sociale aggiuntivo delle scelte di investimento delle risorse di cui le persone dispongono, dal finanziamento dell'economia reale sino agli impatti sociali ampiamente intesi, inclusi quindi i progetti che tutelano l'ambiente o perseguono specifici obiettivi sociali.

È su questo metro di misura che il Private Banking può giocare una sua nuova rilevante stagione: forte della capacità di accompagnare i benestanti del nostro Paese, può orientare verso decisioni di impiego della ricchezza che facciano convivere il legittimo interesse privato, nutrito di adeguati rendimenti, con il sentiero della crescita economica e del benessere collettivo.

E allora, ecco di seguito enucleato anche dalle concrete opinioni degli italiani, il potenziale virtuoso, positivo, la modalità chiave con cui il Private Banking può generare valore sociale: il 79,6% degli italiani definisce *utili* i professionisti che affiancano le persone con grandi patrimoni nelle loro decisioni di investimento dal punto di vista del benessere della società, della collettività, purché stimolino i benestanti a fare investimenti: è una opinione condivisa trasversalmente alle classi di età, al genere, ai territori di residenza e ai gruppi sociali (tab.11).

È un primo risultato importante, una sorta di acquisizione a premessa che taglia fuori visioni pregiudizialmente negative sul ruolo dei consulenti delle persone più abbienti.

Dalle opinioni degli italiani emerge anche il riferimento ai diversi aspetti sui quali il Private Banking con la sua interlocuzione fiduciaria con le persone

dotate di patrimoni può intervenire generando valore. I professionisti della consulenza finanziaria sono ritenuti molto o abbastanza utili:

- dall'89,1% degli intervistati, per promuovere lo sviluppo mettendo in movimento le risorse di chi ce le ha verso investimenti che stimolino la crescita. Lo pensa il 92,6% dei rispondenti residenti nelle aree del Sud e delle Isole, l'89,4% dei *millennial*, l'88,3% dei laureati;
- dall'88,1%, per orientare le scelte di utilizzo e investimento dei patrimoni verso progetti che creino occupazione, benefici sociali e non solo soldi per i più benestanti. Quota che raggiunge il 91,3% tra i *millennial*, l'88,7% nell'area del Sud e delle Isole, l'88,3% tra coloro in possesso di una laurea.

Può suonare originale e inedito, ma nello svolgere in modo appropriato la propria funzione di consulente per la tutela e valorizzazione dei patrimoni familiari, il *Private Banker* può fare molto di più, connotandosi come una sorta di promotore dello sviluppo.

Non si tratta di marketing sociale, piuttosto, in questa fase, è possibile la coincidenza tra la promozione di investimenti interessanti per chi ha i soldi e la promozione di investimenti utili per la comunità. Questa coincidenza virtuosa con esiti *win win* tra benestanti e il resto della comunità ha maggiori probabilità di realizzarsi se gli operatori del Private Banking agevolano l'opportunità di valutare soluzioni di investimento di economia reale che creano più lavoro e più redditi o sviluppano infrastrutture che, notoriamente, sono la chiave per avere più crescita in un territorio.

In buona sostanza, il messaggio degli italiani è chiaro e dà conto dell'importanza reale del Private Banking: nell'orientare le scelte dei benestanti, i Private Banker finiscono per incidere sia sul tasso di crescita economica, sia sul tasso di reale uguaglianza sociale, intesa come amplificazione delle opportunità per tutti, e in primis per chi ha talento, idee, capacità, energie e voglia di fare, ma non le risorse per dispiegare queste sue potenzialità.

Non si consideri una forzatura sottolineare più volte questo aspetto, in una fase storica in cui quote elevate di risparmio rimangono ferme nei portafogli delle famiglie italiane a scopo puramente cautelativo: +110 miliardi di euro di liquidità nei portafogli del totale delle famiglie italiane nel 2015-2017 segnalano una reazione massiccia e capillare all'insicurezza diffusa.

Nell'Italia che al futuro associa preoccupazione e al presente incertezza, dove un'elevata quota di giovani coltiva una voglia di fuga, la linea di demarcazione è inevitabilmente tra chi lavora e promuove sviluppo e chi no.

Il Private Banker, inteso come professionista che può operare come promotore presso chi dispone di risorse di un loro impiego pro-sviluppo, utilizzando la buona relazionalità con il cliente e la capacità di orientarne le scelte, ha in questa fase storica l'opportunità di fare delle proprie competenze non solo la base per un'elevata soddisfazione del proprio cliente, ma per un contributo rilevante per la comunità.

**PARTE SECONDA:**  
**IL RAPPORTO CON GLI IMPRENDITORI**



## 5. PERCHÉ È DECISIVO IL RAPPORTO CON GLI IMPRENDITORI

Protagonisti chiave dello sviluppo sono gli imprenditori con una doppia veste: detentori di patrimoni e utilizzatori di risorse.

L'imprenditore, per il ruolo che esercita e per le risorse che possiede, è il potenziale destinatario di azioni dei Private Banker che, se efficaci, potrebbero avere effetti straordinariamente positivi per economia e società del nostro Paese. Infatti, una componente strategica del valore sociale ascrivibile al Private Banking è legata alla capacità di portare quote di imprenditori a:

- gestire il rapporto tra patrimoni aziendali e patrimoni personali sulla base di scelte orientate a favorire lo sviluppo delle imprese. Diventa importante promuovere tra gli imprenditori una visione di sé stessi come persona e come figura sociale a tutto tondo. Dal punto di vista dei servizi di consulenza, per una crescita armonica dell'intero patrimonio sarebbe utile sposare una gestione moderna della componente *private* e di quella *corporate* attraverso una netta separazione delle attività aziendali e del patrimonio personale la cui gestione venga però guidata da una *vision* complessiva unitaria per poter cogliere il beneficio di servizi funzionali agli obiettivi dell'imprenditore in quanto tale e in quanto persona;
- affrontare con maggior attenzione le successioni aziendali riducendo gli impatti negativi sulle aziende che, in troppi casi, ricadono su lavoratori, stakeholder e comunità coinvolte;
- generare un *upgrading* nella educazione finanziaria e nella responsabilizzazione nella gestione dei patrimoni, con un salto di qualità nella cultura imprenditoriale e di gestione delle stesse imprese che avrebbe effetti straordinari tenuto conto della struttura produttiva del nostro Paese.

Sono molte quindi le ragioni concrete che consentono di affermare che una componente decisiva del valore sociale del Private Banking su cui costruire *upgrading* reputazionale è inscritta nell'attività di accompagnamento e supporto agli imprenditori nell'esercizio delle proprie funzioni.

Non più e non solo consulenti per i patrimoni personali, ma interlocutori primari per scelte strategiche per il futuro della propria impresa: questa la destinazione auspicabile dell'evoluzione del Private Banking, da cui discende anche una moltiplicazione della capacità di generare valore sociale.

## 6. PATRIMONI PERSONALI E PATRIMONI AZIENDALI

Nel nostro Paese, uno dei più potenti motori industriali europei, i processi di accumulazione di consistenti patrimoni economici e finanziari derivano in molti casi dai successi delle imprese e dei singoli imprenditori che nel giro di poche generazioni hanno potuto realizzare una ricchezza personale e familiare composita: dai beni immobiliari ai fondi, dagli strumenti assicurativi alle azioni, dalle obbligazioni ai beni di lusso o alle opere d'arte.

La moltiplicazione del tessuto imprenditoriale italiano e il decollo della disponibilità di patrimoni dei tanti imprenditori, sono andati di pari passo con il consolidamento di una cultura imprenditoriale che univa una grande abilità nella produzione, a una gestione personalistica della ricchezza generata dall'azienda, portata fuori da quest'ultima come patrimonio familiare, con una confusa distinzione tra l'azienda come luogo di produzione, da un lato, e quel che essa generava e che entrava a far parte del patrimonio personale, dall'altro.

L'esito di questo processo è stato l'affermarsi di una linea di confine mobile tra universo dell'azienda e patrimonio personale, una scissione vissuta e praticata tra la figura dell'imprenditore e la persona privata che lo incarna.

L'interlocutore di questo imprenditore scisso era il consulente finanziario di stampo tradizionale, chiamato a dare consulenza sulle scelte di portafoglio, con la logica del fare *più soldi con soldi*, lasciando la sfera aziendale ad altri interlocutori del bancario e della consulenza. Con il risultato che la mancata visione complessiva e una *asset segregation* fragile rischiava di lasciar agire connessioni non sempre coerenti, per l'imprenditore come per l'impresa.

La crisi finanziaria e i tanti processi di ristrutturazione industriale hanno amplificato questo meccanismo, poiché le aziende hanno ridotto la capacità di assolvere al loro ruolo di alimentazione dei patrimoni privati ma, anzi, hanno avuto bisogno del rientro di quote di patrimonio per affrontare le difficoltà.

Si tratta di una fenomenologia socioeconomica poco conosciuta e di cui è importante capire le implicazioni di psicologia sociale e nei micro-comportamenti dei protagonisti soprattutto dopo la fase più calda della crisi.

Sembra, infatti, radicarsi negli imprenditori una propensione a un approccio diverso rispetto al pre-crisi, riposizionando in modo strutturale e innovativo le barriere e i conseguenti flussi finanziari tra aziendale e personale, e

andando in direzione di una visione “integrata” dei propri patrimoni, avere un’unica *vision* complessiva delle proprie capacità finanziarie, in grado di mettere a fuoco gli obiettivi e le capacità dell’imprenditore in quanto tale e in quanto persona.

Qui nasce una nuova e più complessa esigenza di consulenza, dove il Private Banker, attraverso l’analisi complessiva delle disponibilità del proprio cliente elabora piani di gestione del patrimonio personale coerenti con le future esigenze di gestione aziendale e di quelle personali.

L’imprenditore per il Private Banker è non più, e non solo, una persona con patrimonio, ma un potenziale destinatario di una consulenza più ampia che tocca l’evoluzione futura dell’azienda oltre che la persona e la famiglia.

La ricostruzione di un sistema organico e coerente di visione delle diverse componenti patrimoniali, che devono mantenere modelli di gestione separata, comporta un alto livello di specializzazione professionale dei *bankers* non meno che adeguate funzioni di formazione e di supporto. Molto del lavoro è ancora da fare, dato che anche dall’indagine del Censis emerge che gli imprenditori stessi sono ancora divisi in relazione al rapporto tra gestione del patrimonio finanziario personale e finanza aziendale: il 43,8% vuole armonizzazione; il 41,4% è convinto che debbano rimanere distinte e separate, mentre gli incerti su questo tema sono il 14,8% (tab.12).

È anche vero che, come emerso dalle interviste ai testimoni privilegiati nel corso delle attività di ricerca, se un tempo era alta la barriera costruita intorno al patrimonio personale per distinguerla dalle attività aziendali, da cui pure era stato generato, oggi tra gli imprenditori post-crisi, resi più avveduti dall’esperienza vissuta, sembra sia andato emergendo una sorta di *bias del sopravvissuto* che tende a rimuovere o almeno abbassare la barriera conoscitiva citata e costruire una propria capacità di analisi complessiva del patrimonio. Analisi che gli imprenditori intendono affidare proprio ai loro banker privati.

Uno degli esiti è l’ampliamento delle attività possibili del Private Banker, tenuto conto che si tratta di una persona di assoluta fiducia al quale l’imprenditore può chiedere consigli non solo per l’allocazione della propria ricchezza personale, ma su eventuali decisioni rilevanti riguardanti la fonte prima del patrimonio, l’azienda.

## 7. IL PATRIMONIO PERSONALE E IL SUO FUTURO: I COSTI DELL'INDECISIONE

Quale concezione prevalente del destino del patrimonio hanno gli imprenditori? Che ruolo gli attribuiscono, al di là dell'orizzonte della loro persona e anche della loro stessa vita?

In primo luogo, emerge che la famiglia resta centrale nella mentalità dei gruppi sociali benestanti e il patrimonio altro non è che l'incarnazione di una storia familiare che si è andata condensando in *asset* a loro volta da valorizzare.

È una concezione familistica della successione del patrimonio e delle aspettative rivolte alle generazioni chiamate a tutelare e accrescere il patrimonio stesso per interpretare la propria funzione nella catena generazionale.

Questa concezione del patrimonio incide in modo rilevante anche sul rapporto tra patrimonio personale ed esigenze e problematiche dell'azienda.

Per gli imprenditori, l'obiettivo primo per il patrimonio personale è la sua preservazione nel tempo: infatti, alla richiesta di indicare l'obiettivo principale in caso di investimento del patrimonio il 36,2% indica la sua preservazione nel tempo per trasmetterlo a eredi o per una buona causa o a beneficio di una Onlus, il 25,5% il mantenimento dell'attuale tenore di vita, il 24,3% la necessità di accrescere il patrimonio sempre più e il 14,0% indica la volontà di avere risorse da investire nell'impresa (tab.13).

Nel lungo periodo, dunque, gli investimenti devono essere funzionali a consentire una trasmissione intergenerazionale, in prevalenza a propri familiari oppure come attestazione di una volontà filantropica, di generosità sociale, soluzioni che lasciano comunque in secondo piano l'impresa e le sue esigenze.

L'indagine ha anche consentito di entrare più nel concreto rispetto alle scelte degli imprenditori sulla sorte del *proprio* patrimonio complessivo e d'impresa per il *dopo di loro* ed è emerso che:

- il 50,4% degli imprenditori intervistati ha dichiarato di non averci ancora pensato, e il 32,2% perché è una questione che ha sempre rimandato e il 18,2% perché dichiara di non essere interessato a quel che accadrà dopo la sua morte;

- il 49,6% ci ha pensato, il 30,9% conoscendone bene le conseguenze e il 18,7% senza avere ancora una soluzione (tab.14).

Riguardo allo specifico del patrimonio aziendale una maggioranza ancora più alta di imprenditori allo stato attuale non ha fatto nulla di concreto poiché l'88,3% dichiara esplicitamente di non avere cominciato a trasferire il patrimonio aziendale ai propri eredi a fronte dell'11,7% che ha già cominciato (tab.15).

Nell'operatività delle aziende italiane la successione oltre l'orizzonte di attività e/o di vita dell'attuale imprenditore non appare dunque tra le priorità per le quali mettere in campo soluzioni adeguate; anche gli imprenditori che mostrano di aver pensato al tema, che comunque hanno un'idea di quale dovrà essere la destinazione futura della propria azienda, nel concreto fanno poco. Non è allora peregrino ipotizzare che i costi sociali legati a successioni *tribolate* nelle aziende siano destinati a restare nel tempo se non entrano in gioco fattori nuovi in grado di modificare la cultura operativa degli imprenditori stessi.

Tra gli imprenditori che dichiarano di avere avviato in concreto il trasferimento agli eredi del patrimonio aziendale, il 50,7% ha proceduto a cointestazioni e intestazioni a favore degli eredi, il 36,6% ha realizzato patti di famiglia sull'azienda o sulle partecipazioni societarie, il 26,1% ha proceduto a redigere un testamento, poi a grande distanza seguono donazioni formali presso il notaio (8,5%) e polizze assicurative (8,2%).

Nella pianificazione e nella concreta realizzazione del passaggio generazionale dell'impresa, resistenze psicologiche e culturali si doppiano e si intrecciano con difficoltà pratiche e oggettive: la principale difficoltà, riscontrata dal 36,3% degli imprenditori intervistati, è quella di riuscire a garantire la continuità dell'azienda, seguita, a breve distanza, dalla volontà, tutta interna alle dinamiche familiari, di non scontentare alcun erede (32,6%). Il 21,8%, inoltre, indica il nodo critico costituito dall'individuazione di un soggetto che possa costituire il sostituto adatto e il 9,3% confessa la resistenza personale a dove pensare da subito a quando l'impresa sarà di altri.

Proprio il passaggio generazionale allora, per la sua strategicità e al tempo stesso punto di debolezza nel ciclo di vita di una impresa, può costituire uno dei punti decisivi di azione possibile del Private Banking nella sua azione di affiancamento degli imprenditori. Accompagnare e supportare il passaggio generazionale nelle aziende, garantendone continuità e vincendo le resistenze, materiali e psicologiche degli imprenditori, è oggi un obiettivo decisivo per la produzione di valore sociale da parte del Private Banking.

Quanto più si svilupperà un trasferimento generazionale fluido, tanto più saranno abbattuti i costi sociali che oggi ricadono su occupati, stakeholder e comunità per aziende che entrano in crisi o non riescono a garantire la continuità oltre il fondatore e/o attuale imprenditore.

## **8. OLTRE LA SOLA CONSULENZA FINANZIARIA: LA FIDUCIA PERSONALE PERNO DI UNA CONSULENZA PIÙ GLOBALE DEL PRIVATE BANKER**

Focalizzando l'attenzione di nuovo sul valore sociale del Private Banking nel nuovo contesto, i dati sulla trasmissione generazionale illustrati poco sopra rafforzano la convinzione che, nell'orizzonte di analisi del valore sociale del Private Banking, la partita essenziale si giochi sulla capacità di affiancare gli imprenditori nel percorso di *awareness* e relativo *upgrading* nello stile di esercizio della propria funzione.

Si può dire che il Private Banking deve farsi portatore di soluzioni che salvaguardano e potenziano l'azienda, intesa come entità complessa che genera valore non solo per il proprietario, ma per la società nel suo insieme e per una pluralità di stakeholder.

Che rapporto hanno gli imprenditori con i servizi di Private Banking?

L'85% dichiara di conoscere i servizi di Private Banking, dato in linea con quello relativo al totale dei detentori di grandi patrimoni.

E i servizi di Private Banking per l'imprenditore sono connotati, rispetto a quelli del banking ordinario, in primo luogo dal fatto di garantire una consulenza dedicata, costruita intorno allo specifico della situazione dell'imprenditore e si materializzano in primo luogo nella fornitura di soluzioni per la buona gestione degli investimenti finanziari.

Il 36% degli imprenditori, poi, indica come il Private Banker rinvii a *team* di esperti direttamente legati a esso o del cui supporto è possibile beneficiare attraverso il Private Banker che opera come terminale che smista e apre porte. Il 27,7% degli imprenditori segnala come connotato del Private Banking la capacità di identificare i suoi bisogni per la costruzione di soluzioni individuali.

Da qui la chiave per un'evoluzione del contenuto dei servizi del Private Banking per l'imprenditore: la convinzione diffusa che siano servizi a forte personalizzazione pronti a essere modulati in relazione ai propri bisogni, traccia il sentiero di potenziale ampliamento della gamma di bisogni per i quali l'imprenditore potrebbe in futuro contare sulla consulenza del Private Banker. Un sentiero costruito tramite la relazionalità individuale e la generazione di servizi personalizzati con logica di *fine tuning* sulle specificità dei singoli bisogni.

In buona sostanza, l'attuale confine dei servizi di Private Banking, costituito dalla consulenza finanziaria ristretta ai patrimoni personali, può essere forzato e spostato in avanti non tanto con un semplice ampliamento della gamma di servizi che formalmente possono rientrare nell'alveo delle competenze del Private Banking, ma a partire dal rapporto fiduciario, diretto, personale che su aspetti decisivi della propria situazione, dall'azienda alla famiglia, gli imprenditori hanno con il Private Banker.

Il Private Banker, quindi, ha ampi spazi di potenziamento del rapporto con gli imprenditori che peraltro gli consentirebbero di rintuzzare la concorrenza di figure professionali diverse, tra le quali spicca il commercialista che è il riferimento per il 67,6% degli imprenditori che utilizzano anche figure professionali non bancarie e di consulenti finanziari indipendenti (29,9%).

Non più solo pivot per gli impieghi dei patrimoni personali ma, per il complesso di esigenze legate all'azienda, all'esercizio della funzione imprenditoriale, sino ai punti di contatto tra quel che è dell'azienda e quel che è personale, con un occhio particolare al tema della successione che resta paradigmatico dei costi sociali associati a non efficaci decisioni su aspetti privati qual è il trasferimento generazionale della proprietà e gestione di una azienda.

## 9. LA TENTAZIONE (ILLUSORIA) DI POTER FARE DA SOLI

Psicologia e scelte degli imprenditori in questa fase, per gli aspetti che più sono rilevanti per l'evoluzione del Private Banking e per la sua capacità di generare valore sociale, sono completati da una analisi del più generale *sentiment* degli imprenditori rispetto al nostro Paese. La psicologia collettiva degli imprenditori, come per altre figure sociali, cogenera scelte e comportamenti ed è decisiva soprattutto per chi entra in rapporti fiduciari ed è chiamato a condividere decisioni che hanno elevate implicazioni sulle vite private e sulla società.

Gli imprenditori italiani in questa fase, pur preoccupati per il futuro italiano, ne hanno una visione meno cupa del resto degli italiani, anche degli altri detentori di patrimoni consistenti.

Infatti, oltre un quarto degli imprenditori intervistati è convinto che nei prossimi cinque anni nell'economia italiana le cose andranno meglio di adesso, il 53,5% che saranno come ora e il 20% che andranno peggio. Il dato relativo agli ottimisti è sostanzialmente superiore a quello relativo al totale dei benestanti.

Inoltre, tra gli imprenditori, gli ottimisti in merito all'evoluzione su base annuale dell'economia sono quasi il 19% rispetto a una media del 13% tra i detentori di grandi patrimoni. Pertanto, esiste un *di più* specifico di ottimismo degli imprenditori che si distinguono sia dal resto dei cittadini sia dagli altri gruppi sociali più benestanti.

E sempre con riferimento al futuro del Paese gli imprenditori si mostrano meno preoccupati, più curiosi e più stimolati ad accettarne le sfide: i dati sono eloquenti di una preoccupazione presente, ma meno pervasiva, che lascia spazio anche a *sentiment* meno invalidanti sul piano dell'azione (tab.17).

Il relativo ottimismo sul futuro non impedisce loro di essere meno coinvolti rispetto allo sviluppo complessivo dell'economia nazionale, poiché rispetto al resto dei cittadini sono molto meno convinti che tale sviluppo sia essenziale per la loro attività e relativo benessere (tab.18).

In particolare, dai dati emerge che è il 36,8% degli imprenditori a ritenere molto importante lo sviluppo dell'economia poiché il benessere collettivo è base imprescindibile anche del benessere personale e familiare, laddove la

quota relativa al totale della popolazione, analizzata nella prima parte del presente Rapporto, era pari al 65,4%.

In sostanza, anche gli imprenditori reputano importante lo sviluppo dell'economia e tuttavia, come del resto anche gli altri clienti del Private Banking, considerano meno stringente il nesso tra benessere collettivo e benessere individuale.

Si può allora dedurre che va emergendo una sottile (ma non tanto) tentazione alla scissione del destino dell'impresa dall'economia tutta; una sorta di tentazione di (poter) fare da soli, estranei o indifferenti al contesto dell'economia nazionale. Una sorta di rassegnazione attiva rispetto all'economia e alla società italiana, da cui si fa largo l'illusione che sia possibile vivere e operare in *splendido isolamento*.

Oppure si può più semplicemente rilevare una tendenza a una maggiore auto centratura degli imprenditori, convinti di adempiere largamente al proprio ruolo facendo andare bene le proprie imprese, garantendo o addirittura ampliando l'occupazione.

Comunque sia, di fronte alla persistenza di vincoli sistemici, istituzionali, politici e di design dei mercati vince una tendenza a contare sulle proprie forze, che molto spesso consente di avere risultati rilevanti, in particolare tra le imprese esportatrici che non necessariamente sono solo le più grandi.

**APPENDICE: EVOLUZIONE DEI RISPARMI DELLE  
FAMIGLIE E IL SERVIZIO DI PRIVATE BANKING**



## **10. I FENOMENI DI MEDIO PERIODO NEL RISPARMIO DELLE FAMIGLIE**

Nel tentativo di delineare alcuni macro-cicli che hanno caratterizzato i rendimenti finanziari nel nostro Paese, è possibile individuare i momenti di snodo di questa progressione: la contrazione dei rendimenti dei titoli di Stato, il forte ridimensionamento dei rendimenti azionari italiani nei primi anni Duemila dopo la lunga rincorsa di fine millennio, la loro ripartenza nel 2017.

In questi snodi, uniti alle influenze dei mercati mondiali e alle dinamiche di crescita (o di mancata crescita) dei valori macroeconomici, si può leggere lo spunto al cambiamento dell'offerta dei servizi di Private Banking:

- nei primi anni Novanta si ferma la crescita dei mercati finanziari del decennio precedente: lo Stato si prepara all'ingresso nella moneta unica e termina il suo ruolo di imprenditore diretto, le imprese sono chiamate a una profonda ristrutturazione dei processi produttivi e dei fronti commerciali, le famiglie a sacrifici e a imposte straordinarie. L'inseguimento dei punti base resta l'approccio prevalente ma non basta più, da solo, a fare la differenza;
- alla fine del decennio, si chiude la bolla tecnologica con risultati finanziari importanti e inizia il percorso di uscita dal modello tutto italiano di alto rendimento e basso rischio dei titoli di Stato; si consolida un modello di economia globale e un forte tasso di internazionalizzazione degli investimenti privati. Il Private Banking inizia a unire alla gestione patrimoniale i servizi di consulenza evoluta;
- i primi anni Duemila sono anni di crescita dell'economia e di trasformazione profonda nei processi di accumulazione, i rendimenti sono in generale modesti, l'euro domina la scena, si avvertono i prodromi della crisi finanziaria del 2007-2008. Il Private Banking allarga il suo campo di azione e avvia quello che gli operatori chiamano "riposizionamento delle barriere" tra finanza private e corporate;
- gli esiti della crisi globale sono noti: la stabilità delle gestioni patrimoniali diventa via via più incerta, i processi di accumulazione della ricchezza guardano a una diversificazione settoriale e geografica sempre più profonda. Si pongono le basi di una ulteriore orbita funzionale dei servizi offerti dal Private Banker.

I dati macroscopici di natura finanziaria che condizionano, anche se non in via esclusiva, le dinamiche di comportamento delle famiglie possono poi essere interpretati anche alla luce della propensione agli investimenti.

Nella relazione annuale per l'esercizio 2017 la Banca d'Italia pubblica una tavola sintetica sull'andamento di medio periodo del risparmio nazionale e degli investimenti in relazione al reddito nazionale lordo disponibile.

I dati contenuti consentono di inquadrare brevemente l'analisi sui comportamenti finanziari delle famiglie italiane e sul ruolo svolto dal Private Banking in una logica di medio-lungo periodo.

Nel 2017, secondo l'analisi di Banca d'Italia, il risparmio nazionale torna sui livelli medi del primo decennio di questo secolo mentre la quota degli investimenti lordi resta ancora lontana.

Nel corso degli anni Ottanta le amministrazioni pubbliche operano in deficit (con una media di erosione delle quote di risparmio nazionale del 6,6% all'anno); il risparmio del settore privato arriva al 28,8% con le imprese che pesano per l'8,8% e le famiglie che destinano a risparmio in media ogni anno una quota del 20% del loro reddito.

Nei primi anni Novanta il nostro Paese avvia la lunga e faticosa correzione degli squilibri di finanza pubblica: la media del deficit delle amministrazioni si dimezza al 3,3%, le imprese vedono crescere la loro quota di risparmio al 10,6% e il risparmio privato delle famiglie si riduce, in media ogni anno, di una quota del 6% sul reddito.

Il primo decennio del XXI secolo vede completarsi il ridisegno del risparmio: il settore pubblico esce da una condizione strutturale di deficit (al netto delle partite finanziarie) con un risparmio medio dello 0,7%; il settore privato perde ulteriori quote di risparmio con la quota delle famiglie che si contrae ancora di più, arrivando all'8% medio, a fronte dell'11,4% delle imprese.

Poi arriva il lato peggiore della crisi. Il risparmio delle famiglie ormai quota stabilmente fra il 5 e il 6% del reddito nazionale, ben lontano dal 20% degli anni Ottanta, le imprese si assestano intorno al 12% e gli investimenti nel loro complesso sono ancora ben lontani dal periodo pre-crisi.

Negli anni Ottanta avevamo un deficit del 6,6% pubblico e un surplus del 28,8% del settore privato e, quindi, a fronte di un risparmio nazionale lordo del 22,3% si registrano investimenti lordi per il 23,2%. Il Paese investiva più di quanto risparmiava e generava un deficit sulle partite correnti con l'estero.

Oggi ci troviamo nella situazione opposta: un attivo corrente a fronte di investimenti inchiodati da almeno un quinquennio al 17% del reddito. L'Italia di oggi risparmia e accumula attivi meno di quella di ieri ma investe ancora meno.

La riduzione strutturale degli investimenti e della propensione al risparmio delle famiglie segnala il tentativo di ripristinare i livelli di consumo, compresi durante la fase regressiva dell'economia italiana, riducendo la quota di risparmio e una diffusa incertezza circa l'evoluzione dei parametri macro-economici del nostro Paese.

Un'analisi più accurata sulle dinamiche di medio periodo della dimensione e della composizione dei portafogli finanziari delle famiglie permette qualche ulteriore considerazione.

Nel corso degli ultimi vent'anni la dimensione del portafoglio delle attività finanziarie detenute dalle famiglie italiane cresce di circa 800 miliardi di euro, a prezzi 2018, pari al 22,5% delle attività detenute nel 1998 (tab.19).

La composizione di portafoglio muta nello stesso periodo in modo significativo: le riserve assicurative triplicano passando da circa 337 miliardi di euro a oltre 1.000 miliardi di euro; i titoli obbligazionari si riducono a poco più di un terzo con un sostanziale azzeramento dei titoli a breve termine; le disponibilità liquide crescono di oltre il 41% arrivando a sfiorare i 1.365 miliardi di euro; la dimensione di portafoglio in azioni e in altre partecipazioni e in quote di fondi comuni fluttua nel tempo dando segnali di una qualche ripresa sono nel corso dell'ultimo biennio.

In sintesi, nel medio periodo il nostro Paese ha affrontato una lunga trasformazione strutturale in termini di risparmio e accumulazione finanziaria, cedendo quote di risparmio privato delle famiglie per mantenere adeguati livelli di consumo, accrescendo quote di risparmio delle imprese per accumulare risorse sufficienti in attesa di nuove opportunità d'investimento, raggiungendo una condizione di surplus delle amministrazioni pubbliche.

La minor propensione al risparmio delle famiglie, ridotta a oltre un quarto dei livelli registrati dai primi anni Sessanta a metà degli anni Novanta, ha poi agito da selettore nelle decisioni di portafoglio e d'investimento finanziario allontanando le famiglie dagli investimenti nell'economia reale.

Non sembra, a questo punto, inutile però ricordare che contestualmente cresceva il debito pubblico del nostro Paese e, con questo, l'onere finanziario per farvi fronte, con una criticità strutturale che è da tempo sotto gli occhi di

tutti e che, specie in questi ultimi mesi, genera più di una preoccupazione circa la sua sostenibilità nel medio periodo.

Lo scenario verso il quale ci stiamo muovendo appare, in altre parole, caratterizzato da un nuovo e ulteriore “snodo” dei servizi richiesti al Private Banker dettato dalle dinamiche finanziarie e che, facilmente, può rimodulare la caratterizzazione del mercato verso un diverso approccio alla protezione e valorizzazione del portafoglio.

Inoltre, restando all’analisi del medio periodo trascorso, oltre a modificarsi la propensione al risparmio e quella agli investimenti e la composizione interna dei portafogli finanziari delle famiglie italiane, la ricchezza finanziaria è divenuta più concentrata.

La quota di attività finanziarie posseduta dalla metà delle famiglie con ricchezza netta più bassa è scesa di circa 10 punti percentuali tra il 1991 e il 2016 passando dal 21,3% al 11,1%.

La quota di attività finanziarie detenuta dal 10% più abbiente è salita di quasi 20 punti percentuali arrivando oggi a poco meno del 53%.

Incremento di attività finanziaria per le famiglie più ricche che si rispecchia non tanto nell’indebolimento delle fasce meno abbienti della popolazione quanto piuttosto in quelle medie e medio-alte.

Una lettura analoga può essere fatta considerando la quota di famiglie che possiede attività finanziarie: con una diminuzione nelle fasce meno abbienti, una tenuta nelle fasce medie e una riduzione, da cogliere come segnale anche al di là dei valori numerici, nelle fasce medio-alte.

## **11. IL SERVIZIO DI PRIVATE BANKING: UNA DEFINIZIONE**

Il Private Banking, nella sua accezione più generale, è un complesso integrato e personalizzato di servizi finanziari e di consulenza per famiglie con livelli alti di reddito e/o con rilevanti patrimoni.

Il servizio è considerato di Private Banking se è erogato su un patrimonio disponibile da intendersi come la globalità del patrimonio del cliente personale, familiare o collegato all'attività professionale o imprenditoriale e in cui rientrano tutti i beni: quelli di natura bancaria, finanziaria e assicurativa, quelli immobiliari e quelli di lusso. Il patrimonio disponibile del cliente oggetto del servizio di Private Banking non può, per motivi di economicità e di sostenibilità, essere inferiore all'importo convenzionalmente fissato in un controvalore totale di almeno 2 milioni di euro.

Il Private Banker costruisce la propria professionalità e il rapporto con il proprio cliente con la qualità di integrazione di servizi evoluti e con forti livelli di personalizzazione. Consulenza sugli investimenti specialistici di prodotto, consulenza sulla protezione patrimoniale, pianificazione della successione, filantropia, governance familiare, strutturazione della ricchezza, accesso a opportunità di investimento alternative, trasferimenti immobiliari e di aziende, sguardo nel futuro e cura del presente sono solo alcune delle componenti che caratterizzano il Private Banking e che, integrate tra loro, hanno garantito in passato e continuano a garantire oggi un essenziale sostegno professionale alla crescita economica e allo sviluppo sociale.

Ecco perché definizioni troppo stringenti e chiuse dei servizi di Private Banking risultano imprecise se non addirittura fuorvianti. Basti ricordare che le istituzioni bancarie attuali nascono, alla fine del Trecento, a Firenze e a Venezia come banche private, per distinguersi dai banchi al minuto o dai banchi in mercato, proprio per la gestione delle finanze personali delle grandi famiglie dell'epoca e che furono i veri motori dello sviluppo economico e culturale del nostro Paese e di buona parte dell'Europa.

Una clientela attenta ai rendimenti e agli andamenti dei mercati finanziari mondiali ma che non si limita, nelle gestioni patrimoniali, solo ai risultati e che esprime anche nel nostro Paese una forte attenzione ai tanti e molteplici fattori di conservazione e valorizzazione dei patrimoni finanziari che il settore del Private Banking offre.

Se, dunque, l'obiettivo del servizio bancario era e resta la protezione, la crescita, la razionale articolazione dei patrimoni personali sullo sfondo resta ben visibile un valore sociale del Private Banking che può essere letto e interpretato anche guardando ai diversi cambiamenti culturali e di modello del servizio che negli ultimi anni ne hanno progressivamente ampliato la sfera di azione.

Cambiamenti che, in estrema sintesi, possono essere raffigurati come l'allargamento da un nucleo centrale verso orbite via via più larghe e complesse:

- un nucleo nel quale la consulenza e intermediazione finanziaria guardano a chi insegue la strategia del rendimento (per slogan potremmo chiamarla la strategia del *punto base*), orientate a offrire maggiori rendimenti e migliore protezione nell'accumulazione di risparmio;
- una prima linea orbitale (in sintesi del “tax & law”) che, indicativamente, ha preso avvio con la contrazione dei rendimenti medi nella prima metà degli anni Novanta, nella quale cresce la domanda, e la risposta del Private Banking, di gestione complessa dei patrimoni, con diversificazione dei portafogli finanziari, consulenza anche fiscale, legale (specie per le successioni), immobiliare;
- una seconda linea (in sintesi di “riposizionamento di barriere e steccati”), legata al diverso scenario dettato dalla crisi finanziaria globale iniziata nel 2008, nella quale cresce la domanda e la capacità del Private Banking di rimodulare i confini dei patrimoni e i vincoli nei flussi che legano e/o separano la finanza personale da quella dell'impresa o che determinano strutture finanziarie complesse per la successione;
- una terza linea (di protezione e di rilancio) nella quale la rimodulazione delle barriere tra finanza d'impresa e finanza privata o tra patrimonio personale e patrimonio da trasmettere a eredi o a obiettivi di natura sociale o filantropica consolida il loro avvicinamento o, in alternativa, si orienta a una maggiore separazione.

In altre parole, così come cresce in modo rilevante il numero di ricchi, anche nel nostro Paese, e il valore complessivo del loro patrimonio si sviluppa, si articola anche la capacità del Private Banking di integrare competenze e professionalità, strumenti e obiettivi, linguaggi e analisi interpretative dei bisogni dei clienti. È il suo determinante contributo alla crescita e alla modernità del nostro sistema finanziario e produttivo.

Un valore sociale complesso, come complessa è l'architettura dei servizi offerti e il progressivo evolversi verso "orbite e funzioni" via via più ampie, la cui individuazione e misurazione sta tanto nella dimensione della salvaguardia dei rendimenti e dei patrimoni ma anche nella sofisticata azione di assistenza alla finanza privata, oggi come molti secoli orsono, vero motore dello sviluppo economico e sociale.

Oggi, in Italia, il Private Banking presidia quasi un terzo dei patrimoni finanziari privati investibili. A giugno 2018 ammontano a 800 miliardi di euro i patrimoni che le famiglie hanno affidato agli operatori di Private Banking del nostro Paese (tab.20).

Dal 2010, la quota di penetrazione del Private Banking sulla ricchezza investibile è cresciuta costantemente, con una media annua del 4,2%, segno che il settore ha saputo mantenere nel corso del tempo il mandato fiduciario ricevuto dal cliente, superando insieme a lui anche i periodi più difficili legati per esempio alle crisi finanziarie che si sono avvicinate nell'ultimo decennio.

Anche la soddisfazione per il servizio ricevuto conferma la solidità del rapporto fiduciario tra Private Banking e famiglie: l'indice di *customer satisfaction* registrato annualmente presso la clientela cresce senza interruzioni dal 2009 al 2016, assestandosi negli ultimi anni su valori molto alti. Nel 2018 si dichiara soddisfatto del servizio ricevuto il 75% dei clienti (tab.21).

## **12. IL PRIVATE BANKING NELLA PERCEZIONE DEI CLIENTI**

### **12.1. Cosa chiedono al Private Banking i clienti private**

L'indagine condotta da AIPB e Censis presso un campione significativo di italiani che utilizzano i servizi del Private Banking, di cui si è dato conto dei principali risultati nei capitoli precedenti, è stata effettuata nei mesi di maggio e giugno 2018 attraverso una rilevazione campionaria con somministrazione diretta di un questionario strutturato.

I risultati dell'indagine, confrontati con quelli di analoghe indagini realizzate negli anni precedenti, hanno consentito di evidenziare una evoluzione significativa nella domanda dei clienti, legate sia all'evoluzione sociodemografica che si riflette nella composizione della clientela di riferimento, sia all'evoluzione tecnologica che alle nuove esigenze che vanno emergendo.

Pertanto, un punto fermo emerso dalla presente indagine è che la profonda articolazione del Private Banking come un servizio complesso e integrato risponde alla diversità della composizione interna della clientela che accede al servizio offerto dai banker specializzati, ed è nella visione dei clienti uno dei tratti più connotanti il Private Banking anche rispetto ai servizi bancari di tipo tradizionale.

Nel confronto tra i dati dell'indagine 2018 e quelli dello scorso anno emerge infatti un'attenzione ancora molto alta nella domanda di personalizzazione (tab.22):

- il 71% dei clienti ritiene che la principale caratteristica del servizio di Private Banking sia nella possibilità di una relazione personale e dedicata;
- la dimensione consulenziale finanziaria (che resta una delle tre principali caratteristiche del private) vede ridurre il suo grado di importanza, almeno nel senso generale di questa espressione, con il 24,5% che ritiene il servizio caratterizzato da soluzioni finanziarie personalizzate (erano il 42% dei clienti lo scorso anno);
- assume importanza crescente (24,1%, circa un quarto dei clienti Private) la qualità dei servizi di tutela patrimoniale.

Il cliente Private è, un cliente che tende a mantenere aperte più alternative (6 clienti su dieci gestiscono i propri investimenti con almeno due istituzioni),

quale che ne sia l'età, il sesso o la professione ed è un cliente che ha compiuto una scelta consapevole dell'istituzione bancaria con la quale opera (ben il 70% non lascerebbe la propria banca per seguire il consulente che lo consiglia). Presta un'attenzione costante alla continuità e alla qualità del servizio (il 45% dichiara di avere un confronto con i consulenti almeno una volta al mese e l'87% almeno una volta ogni tre mesi).

Il cliente Private è poi un cliente che ripone grande fiducia nell'istituzione bancaria con la quale opera dato che il 75% di loro si dichiara molto soddisfatto dei servizi di consulenza.

Per quanto emerge dall'indagine, non si registrano sostanziali differenze sui livelli di soddisfazione della qualità dei servizi ricevuti sia se si segmenta la clientela in base alla ripartizione geografica di residenza sia se si analizzano le differenze in termini di sesso o di età anagrafica.

Un rapporto stabile quello tra cliente e Private Banker, caratterizzato da un alto livello di soddisfazione e da una progressiva attenzione alle integrazioni di natura professionale che il Private Banking oggi garantisce.

A riprova di questa evidenza concorre anche la lettura delle diverse componenti dei servizi attesi che vede prevalere la proiezione dei clienti verso il Private Banker anche su servizi non direttamente correlati alla gestione dei patrimoni o alla loro valorizzazione:

- per i servizi di consulenza tecnica e legale sul passaggio generazionale e sui temi della successione il principale riferimento è il Private Banker (per il 37,4% dei clienti), per il 25% il proprio avvocato;
- per il 46,8% dei clienti è il principale riferimento di consulenza e assistenza tecnica per servizi assicurativi funzionali alla gestione del patrimonio (il 30% preferisce invece essere seguito da un agente assicurativo);
- il 55% dei clienti pensa al servizio di Private Banking anche in termini di consulenza su patrimoni depositati all'estero, sulla loro pianificazione fiscale internazionale, su servizi per l'internazionalizzazione dell'azienda o degli investimenti;
- il 46% dei clienti utilizzano o pensano di utilizzare il Private Banking anche per la ricerca di soluzioni di Real Estate e per la consulenza per investimenti e gestione del patrimonio immobiliare.

## 12.2. Sulle dinamiche d'investimento dei clienti Private

La clientela più ricca esprime, come ovvio, una proiezione dei propri investimenti con motivazioni e obiettivi non sempre e non del tutto netti. Convivono nel quadro di attese e di sguardo al futuro diverse componenti: in parte di salvaguardia, in parte di calibratura dei rischi, in parte di valorizzazione delle risorse con rendimenti sempre crescenti.

Nel corso dell'indagine è stato comunque possibile mettere a fuoco quanto meno la principale (sebbene non unica) motivazione che determina le scelte di investimento delle famiglie italiane con alti patrimoni finanziari:

- per il 41,2% dei clienti l'obiettivo principale del proprio investimento è lo sforzo di tutelare e preservare il proprio patrimonio finanziario; su questo obiettivo si registra una maggiore sensibilità delle donne (vale per il 50,1% di loro) e una minore attenzione nelle regioni meridionali;
- per il 30,2% è invece il garantirsi continuità nel tenore di vita, stabilità dei rendimenti anche a scapito di qualche punto in meno; da sottolineare a questo proposito il significativo valore più modesto rispetto alla media nazionale dei clienti residenti nel Centro del Paese;
- per il 22,5% accrescerne il valore e su questo fronte si nota una maggiore aggressività nel Centro e del segmento maschile della clientela;
- il 6,1% si pone come obiettivo principale la possibilità di avere garanzie finanziarie per migliorare i volumi d'investimento nella propria impresa.

In sintesi, la clientela del Private Banking chiede un servizio capace di equilibrare bisogni diversi, dal rendimento alla tutela, seguendo vie di minore personalizzazione dei prodotti e maggiore attenzione alle relazioni personali in una logica e con un approccio che non rinuncia alla misura dei *basis point* ma che inizia a esprimere il bisogno di una visione di medio-lungo periodo.

Il 36,1% dei clienti si dichiara poi disponibile a congelare una parte del proprio patrimonio per dieci anni (senza possibilità di riscatto o movimentazione) se questo accresce i livelli di rendimento o ne determina alcuni vantaggi fiscali. Tale propensione, come è normale attendersi, varia in misura sensibile con l'età del cliente ma, anche nella fascia dei clienti meno giovani, uno su quattro si orienta a una visione di medio-lungo periodo.

Una parte che per il 41,4% dei clienti può essere superiore al 10% del valore complessivo del portafoglio finanziario.

## CONCLUSIONI

Al termine della lettura del rapporto Censis diversi stimoli arrivano all'industria del Private Banking su come svolgere un ruolo attivo di sostegno alla crescita del Paese conciliandolo con l'obiettivo primario di protezione e sviluppo dei patrimoni che la clientela affida alla sua cura.

Su due fronti, in particolare, sono emerse evidenze che chiariscono alcuni campi di azione, da un lato quelle provenienti dall'analisi delle motivazioni che orientano le scelte di investimento della clientela e dall'altro dalle affermazioni riguardanti i passaggi generazionali, rilevanti per la più specifica categoria dei clienti imprenditori.

Nell'analisi delle scelte di investimento della clientela Private, la ricerca restituisce la descrizione di un gruppo sociale che, in un quadro economico finanziario globale e con dinamiche professionali sempre più sovranazionali, esprime comunque un'attenzione al proprio Paese e alle ricadute sociali delle proprie scelte di investimento.

Il Private Banking deve quindi tener conto di questa sensibilità e cercare di proporre alla clientela quelle opportunità in grado di coniugare il legittimo interesse alla tutela e all'accrescimento del patrimonio con la destinazione di una parte di ricchezza alla partita dello sviluppo economico del Paese. Si tratterà di accompagnare l'investitore nella definizione della quota di portafoglio destinabile, affinché la diversificazione non sia solo garantita ma anche ottimizzata, nella valutazione dell'orizzonte temporale, tipicamente più dilatato per gli investimenti in economia reale e infine nella selezione dei veicoli più adatti messi a disposizione dal mercato.

Il campo di analisi degli imprenditori offre ulteriori spunti di riflessione per il settore con l'emergere di un quadro con ampi spazi di intervento, innanzitutto sui sistemi di governance delle imprese familiari. Gli imprenditori intervistati, infatti, da un lato dichiarano di voler finalizzare i loro investimenti alla conservazione del patrimonio per trasmetterlo agli eredi dall'altro, in molti casi, non hanno risolto il problema del passaggio generazionale riguardante l'attività imprenditoriale. Questo ultimo atteggiamento può rappresentare un elemento di fragilità per le imprese italiane e pone limiti ad una crescita sostenibile, determinando potenziali costi sociali.

Ecco dunque l'ambito d'azione possibile per il Private Banking che, attraverso servizi di Wealth Management, può affiancare l'imprenditore nella scelta di soluzioni che salvaguardino la continuità aziendale da un lato e il patrimonio familiare dall'altro con benefici per la proprietà ma anche per la collettività

Fin qui si è fatto cenno ad interventi specifici del Private Banking, ma diversi sono gli stakeholder che possono favorire, con le loro azioni di governo, indirizzo e controllo, l'affermarsi del circolo virtuoso tra investimenti privati ed economia reale, e il rapporto del Censis può esserne un utile strumento di stimolo.

Desidero, quindi, ringraziare il Censis per la professionalità e la passione mostrata nello sviluppo di questa ricerca, che amplia le nostre conoscenze e ci aiuta a meglio delineare i possibili campi di azione.

Antonella Massari  
Segretario Generale AIPB

## **LE TABELLE**



**Tab. 1 – Opinioni degli italiani rispetto al futuro, per area geografica (val. %)**

<i>Pensare a cosa sarà la vita in Italia nel futuro (tra cinque/dieci anni):</i>	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	<b>Totale</b>
La preoccupa	56,1	66,7	62,1	65	<b>62,2</b>
La incuriosisce	22,1	16,9	15,5	18,1	<b>18,5</b>
La carica come di fronte a una sfida	7,1	7,4	7,3	6,7	<b>7,1</b>
La lascia indifferente	7,5	4,2	4,9	1,8	<b>4,5</b>
La rassicura	4,6	1,1	5,3	2,8	<b>3,5</b>
La rende felice	0,7	2,1	3,4	3,1	<b>2,3</b>
Nessuno di questi	1,8	1,6	1,5	2,5	<b>1,9</b>
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 2 – Opinioni degli italiani sull'eventuale permanenza o fuga dall'Italia per età (val. %)**

<i>Se ne avesse la possibilità nel futuro, se ne andrebbe dall'Italia?</i>	18-34 anni	35-64 anni	65 anni e più	<b>Totale</b>
<b>Sì</b>	<b>63,1</b>	<b>52,6</b>	<b>24,5</b>	<b>48,3</b>
<i>Di cui</i>				
- perché la qualità della vita tende a peggiorare	47,9	42,6	22,8	39,2
- perché vivere qui o altrove per me è la stessa cosa	15,2	10	1,7	9,1
<b>No</b>	<b>36,9</b>	<b>47,5</b>	<b>75,4</b>	<b>51,7</b>
<i>Di cui</i>				
- perché nel complesso credo che sia uno dei paesi al mondo in cui si vive meglio	21,2	25,2	24,1	24,1
- perché non potrei vivere altrove, perché qui ho le mie radici	15,7	22,3	51,3	27,6
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 3 – Opinione degli italiani sull'importanza dello sviluppo economico del Paese, per età (val. %)**

<i>Per lei, è importante lo sviluppo economico del nostro Paese?</i>	18-34 anni	35-64 anni	65 anni e più	<b>Totale</b>
<b>Sì</b>	<b>93</b>	<b>93,8</b>	<b>95,7</b>	<b>94,1</b>
<i>di cui</i>				
- Molto, il benessere collettivo è la base imprescindibile anche del benessere mio e della mia famiglia	59,4	63,2	76,3	65,4
- Abbastanza, se il paese cresce anche le mie attività/risorse ne beneficiano	33,6	30,6	19,4	28,7
<b>No</b>	<b>7</b>	<b>6,2</b>	<b>4,3</b>	<b>5,9</b>
<i>di cui</i>				
- Poco, lo sviluppo è un tema troppo vago, distante dai miei interessi concreti	5,5	4,3	3,4	4,4
- Per niente, guardo alle mie attività/risorse, il resto conta poco per me	1,5	1,9	0,9	1,5
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 4 – Opinioni degli italiani sul ruolo della ricchezza per l'Italia, per titolo di studio (val. %):**

<i>Per l'Italia la ricchezza è:</i>	Al più licenza media	Diploma	Laurea e più	<b>Totale</b>
<b>Un'opportunità</b> , se si stimola le persone a investirla bene	44,7	51,1	59,5	<b>52,4</b>
<b>Una cosa inutile</b> , i ricchi ormai vivono a livello globale, portano i soldi lontano	28,8	26,5	20,3	<b>25,1</b>
<b>Un furto</b> , nella gran parte i ricchi sono egoisti e operano a danno della collettività	26,5	22,4	20,3	<b>22,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 5 – Opinioni degli italiani nei confronti dei patrimoni alti, per titolo di studio**

(val. %)

<i>Pensando alle persone che hanno alti patrimoni, lei ritiene che sia più giusto?</i>	Al più licenza media	Diploma	Laurea e più	<b>Totale*</b>
Premiare con tasse più basse chi investe in attività produttive con una ricaduta positiva sull'economia italiana	40	46,9	46,7	<b>45,7</b>
Imporre alte tasse a tutti i patrimoni	34,7	27,6	29,9	<b>29,5</b>
Penalizzare solo chi tiene i soldi fermi e premiare chi li investe in generale	20,6	20,9	22,7	<b>21,4</b>
Premiare con tasse più basse chi effettua investimenti etici (non voglio che i miei soldi siano usati per attività che danneggiano ambiente, persone, ecc.)	21,2	18,9	25,8	<b>21,3</b>
Non imporre alte tasse ad alcuno, perché chi ha i soldi può fare gli investimenti di cui beneficiano alla fin fine tutti	16,5	15,4	10,3	<b>14,1</b>

\*Il totale di colonna non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 6 – Opinioni degli italiani nei confronti dei benestanti/ricchi (val. %)**

<i>Se dovesse definire sinceramente il suo atteggiamento verso le persone molto benestanti/ricche come lo definirebbe:</i>	<b>Totale*</b>
Indifferenza	<b>48,8</b>
Ammirazione	<b>24</b>
Rispetto	<b>20,9</b>
Invidia	<b>13,5</b>
Emulazione	<b>12,2</b>
Riprovazione morale	<b>9,7</b>
Odio/rancore	<b>4,4</b>

\*Il totale di colonna non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte.

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 7 – Opinioni degli italiani sulla provenienza della ricchezza, per età (val. %)**

<i>La ricchezza accumulata, di cui beneficiano le persone/famiglie è di solito frutto di:</i>	18-34 anni	35-64 anni	65 anni e più	<b>Totale*</b>
Nascita (ereditarietà)	43,8	42,9	25,9	<b>39,2</b>
Lavoro duro	35	32,2	34,1	<b>33,3</b>
Fortuna	32,3	29,2	25,9	<b>29,1</b>
Voglia di riuscire, volontà	24	24,1	22	<b>23,6</b>
Capacità di prendere rischi	24	24,1	16,8	<b>22,4</b>
Inventiva, creatività	18,9	21,6	17,7	<b>20,1</b>
Sfruttamento degli altri, della società	15,2	17,2	17,7	<b>16,9</b>
Talento	23	12,3	17,7	<b>15,9</b>
Astuzia	12,9	18,3	7,8	<b>14,7</b>
Privilegi	8,8	12,9	9,9	<b>11,3</b>
Disonestà	9,2	10	15,9	<b>11,2</b>

\*Il totale di colonna non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte.

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 8 – Opinioni dei clienti di Private Banking e degli italiani rispetto al futuro***(val. %)*

	Clienti di Private Banking	Italiani
La preoccupa	46,5	62,2
La incuriosisce	20,8	18,5
La carica come di fronte a una sfida	13,0	7,1
La lascia indifferente	10,8	4,5
Nessuno di questi	6,0	1,9
La rassicura	2,1	3,5
La rende felice	0,8	2,3
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis 2018

**Tab. 9 - Clienti Private Banking e italiani sull'apertura in futuro (tra 10 anni) dell'Italia verso chi ha risorse da investire**

<i>L'Italia sarà sempre meno ospitale per chi ha risorse da investire</i>	Clienti Private Banking	Italiani
D'accordo	53,6	52,2
Non d'accordo	46,4	47,8
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis 2018

**Tab. 10 – Clienti di Private Banking sugli aspetti maggiormente importanti nell'orientare le scelte di investimento (val. %)**

	Molto e abbastanza	Molto
Valore per il mio Paese (attività o prodotti inerenti all'area geografica Italia)	73,5	10,8
Occupazione e reddito (investire direttamente in attività produttive)	70,4	11,4
Valore sul mio territorio (attività o prodotti legati alla mia comunità/all'economia locale)	64,8	8,0
Investimenti socialmente responsabili (investire prestando attenzione a temi ambientali, sociali ecc.)	59,6	6,9
Finanziare lo Stato italiano (investire in titoli del debito pubblico)	44,6	4,0

Fonte: indagine Censis 2018

**Tab. 11 – Opinioni degli italiani sui professionisti che offrono servizi di consulenza a persone con grandi patrimoni (val. %)**

<i>I professionisti che affiancano le persone con grandi patrimoni nelle loro decisioni di investimento, dal punto di vista del benessere della società/collettività sono</i>	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	<b>Totale</b>
<b>Utili</b> , ma devono stimolare i benestanti a fare investimenti con positivi effetti per la collettività e il benessere di tutti	80,7	77,2	79,6	80,1	<b>79,6</b>
<b>Inutili</b> , perché il loro compito alla fin fine è di rendere i ricchi più ricchi	19,3	22,8	20,4	19,9	<b>20,4</b>
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 12 – Opinioni degli imprenditori sul rapporto tra patrimonio personale e patrimonio aziendale (val. %).**

<i>Considerando una persona che ha un'impresa, secondo lei nel rapporto tra patrimonio familiare/personale e patrimonio aziendale occorre:</i>	<b>Totale</b>
Una armonia, al punto che potrebbe essere utile affidare la gestione dell'intero patrimonio ad un solo soggetto	<b>43,8</b>
Una netta distinzione, anche affidandoli a soggetti diversi	<b>41,4</b>
Non saprei	<b>14,8</b>
<b>Totale</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 13 – Opinioni degli imprenditori sugli obiettivi dei propri investimenti (val. %).**

<i>Quando Lei investe, qual è fra i seguenti il suo obiettivo principale?</i>	<b>Totale</b>
Preservare il patrimonio nel tempo per trasmetterlo ai suoi eredi, ad una causa, Onlus	<b>36,2</b>
Mantenimento dell'attuale tenore di vita	<b>25,5</b>
Accrescere il patrimonio sempre più	<b>24,3</b>
Avere risorse da investire nella sua impresa	<b>14</b>
<b>Totale</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 14 – Opinioni degli imprenditori sulla successione del proprio patrimonio finanziario e di impresa (val. %)**

<i>Ha mai pensato alla sorte del suo patrimonio complessivo finanziario e d'impresa quando lei non ci sarà più?</i>	Imprenditore
<b>Si 49,6</b> <i>di cui</i>	
- Ci ho pensato e ne conosco bene le conseguenze	30,9
- ci ho pensato, ma non ne conosco le conseguenze	18,7
<b>No 50,4</b> <i>di cui</i>	
- è una questione che ho sempre rimandato	32,2
- non mi interessa ciò che accadrà dopo di me	18,2
<b>Totale 100</b>	

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 15 – Gli imprenditori e il trasferimento del proprio patrimonio aziendale ad eredi (val. %)**

<i>Ha già cominciato a trasferire il patrimonio aziendale ai suoi eredi?</i>	
No	88,3
Sì	11,7
<b>Totale</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 16 – Principali difficoltà riscontrate dagli imprenditori nel passaggio generazionale della propria impresa/attività (val. %)**

	%
Garantire la continuità della mia impresa	<b>36,3</b>
Riuscire a non scontentare nessuno dei miei eredi	<b>32,6</b>
Individuare un soggetto che possa essere il mio valido sostituto	<b>21,8</b>
Dover pensare sin d'ora a quando l'impresa non sarà più mia	<b>9,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 17 – Opinioni degli imprenditori sul futuro (val. %)**

<i>Pensare a cosa sarà la vita in Italia nel futuro (tra cinque/dieci anni):</i>	Clienti del Private Banking	Imprenditori
La preoccupa	46,5	48,8
La incuriosisce	20,8	19,9
La carica come di fronte ad una sfida	13	18,9
La lascia indifferente	10,8	6,9
Nessuno di questi	6	3,3
La rende felice	0,8	2
La rassicura	2,1	0,3
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 18 – Opinioni degli imprenditori\_sull’importanza dello sviluppo economico del Paese (val. %)**

<i>Per lei, è importante lo sviluppo economico del nostro Paese?</i>	Clienti del Private Banking (*)	Imprenditori
<b>Sì</b>	<b>85,7</b>	<b>88,3</b>
<i>Di cui</i>		
- Molto, il benessere collettivo è la base imprescindibile anche del benessere mio e della mia famiglia	36,6	36,8
- Abbastanza, se il Paese cresce anche le mie attività/risorse ne beneficiano	48,9	51,5
<b>No</b>	<b>14,5</b>	<b>11,8</b>
<i>Di cui</i>		
- Poco, lo sviluppo è un tema troppo vago, distante dai miei interessi concreti	8,5	7,8
- Per niente, guardo alle mie attività/risorse, il resto conta poco per me	6,0	4
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

(\*) Detentori di patrimoni con almeno 500.000 euro

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tab. 21 - Andamento del portafoglio delle attività finanziarie detenute dalle famiglie <sup>(\*)</sup> 1998-2018 (N.I. 1998=100 calcolato sulle consistenze a prezzi 2018)**

Anno	Biglietti, monete e depositi			Titoli obbligazionari			Azioni e altre partecipazioni		Quote di fondi comuni		Riserve assicurative e garanzie standard			Totale attività finanziarie
	Totale	Altri depositi	Biglietti, monete e depositi a vista	Totale	Titoli a breve termini	Totale titoli a medio/lungo termine	Totale	Titoli a partecipazione	Totale	di cui: Riserve ramo vita e fondi pensione	Totale	Altre attività		
1998	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2008	120,8	101,3	137,0	99,1	87,4	101,2	131,5	83,1	211,4	216,5	107,9	107,9	121,8	121,8
2018	141,9	102,3	174,8	34,9	0,7	41,0	119,0	124,4	297,6	313,3	109,6	109,6	122,5	122,5

Fonte: indagine Censis, 2018

**Tabella 20 – Evoluzione ricchezza gestita dal Private Banking in Italia, in mld euro**

2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016	2017	2018 (giu)
439	422	446	481	516	740	776	806	801

\* Cambio perimetro: l'aumento straordinario delle masse nel 2015 deriva dall'ammissione in AIPB di alcune reti di promozione finanziaria e da alcuni cambiamenti nel modello organizzativo di operatori rilevanti, che hanno determinato una significativa variazione nei dati di settore, registrata convenzionalmente al 31-12-2015.

Fonte: AIPB, *Analisi del mercato servito dal Private Banking*, 30 giugno 2018

**Tabella 21 – Soddisfazione clientela Private (percentuale di clienti che dichiarano di essere soddisfatti del servizio valutando con voto 7 o 8 su una scala 3-8. Indagine campionaria annuale condotta su un panel di 650 decisori finanziari con patrimonio finanziario pari o superiore a 500.00 euro)**

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
52%	58%	65%	66%	71%	75%	78	76	77	75%

Fonte: AIPB, *Indagine sulla clientela Private in Italia*, 2018

**Tab. 22 - Le principali caratteristiche che distinguono maggiormente un servizio di Private Banking rispetto a un servizio bancario di base (val. %)**

	2017	2018
Mette a disposizione un referente dedicato	74,0	71,0
Offre consulenza sulla gestione degli investimenti finanziari	60,9	50,5
Offre un'ampia gamma di prodotti finanziari	42,4	39,1
Mette a disposizione un team di esperti	35,0	34,3
Offre consulenza sull'intero bilancio familiare	27,2	26,5
Offre consulenza coerente alle mie caratteristiche personali	22,9	26,1
Identifica i miei bisogni e costruisce soluzioni finanziarie personalizzate	42,0	24,5
Offre servizi di tutela del patrimonio	16,2	24,1
Offre la possibilità di ottenere performance migliori	26,2	23,3
Offre consulenza anche per investimenti immobiliari	29,0	20,6
Offre consulenza fiscale/legale sulla trasmissione generazionale della ricchezza	20,2	19,2

Fonte: indagine Censis, 2018