

# Le sfide «generazionali» del Private Banking

Andrea Ragaini

Presidente AIPB

29 marzo 2023

# Private Banking: modello di servizio alla base del successo

**IL MODELLO DI SERVIZIO**  
**CENTRALITA' del Private Banker e Consulenza olistica**



# LE SFIDE DEL PRIVATE BANKING



1° Passaggio generazionale dei Private Bankers e Talenti **68%**

2° Attrarre Next Generation clienti Private **61%**



3° Cogliere opportunità dai processi di innovazione **43%**

4° Tutelare i patrimoni nel tempo **25%**



# LE SFIDE DEL PRIVATE BANKING



1°

Passaggio generazionale dei Private Bankers e Talenti

68%

2°

Attrarre Next Generation clienti Private

61%



3°

Cogliere opportunità dai processi di innovazione

43%

4°

Tutelare i patrimoni nel tempo

25%



# LE SFIDE DEL PRIVATE BANKING



1°

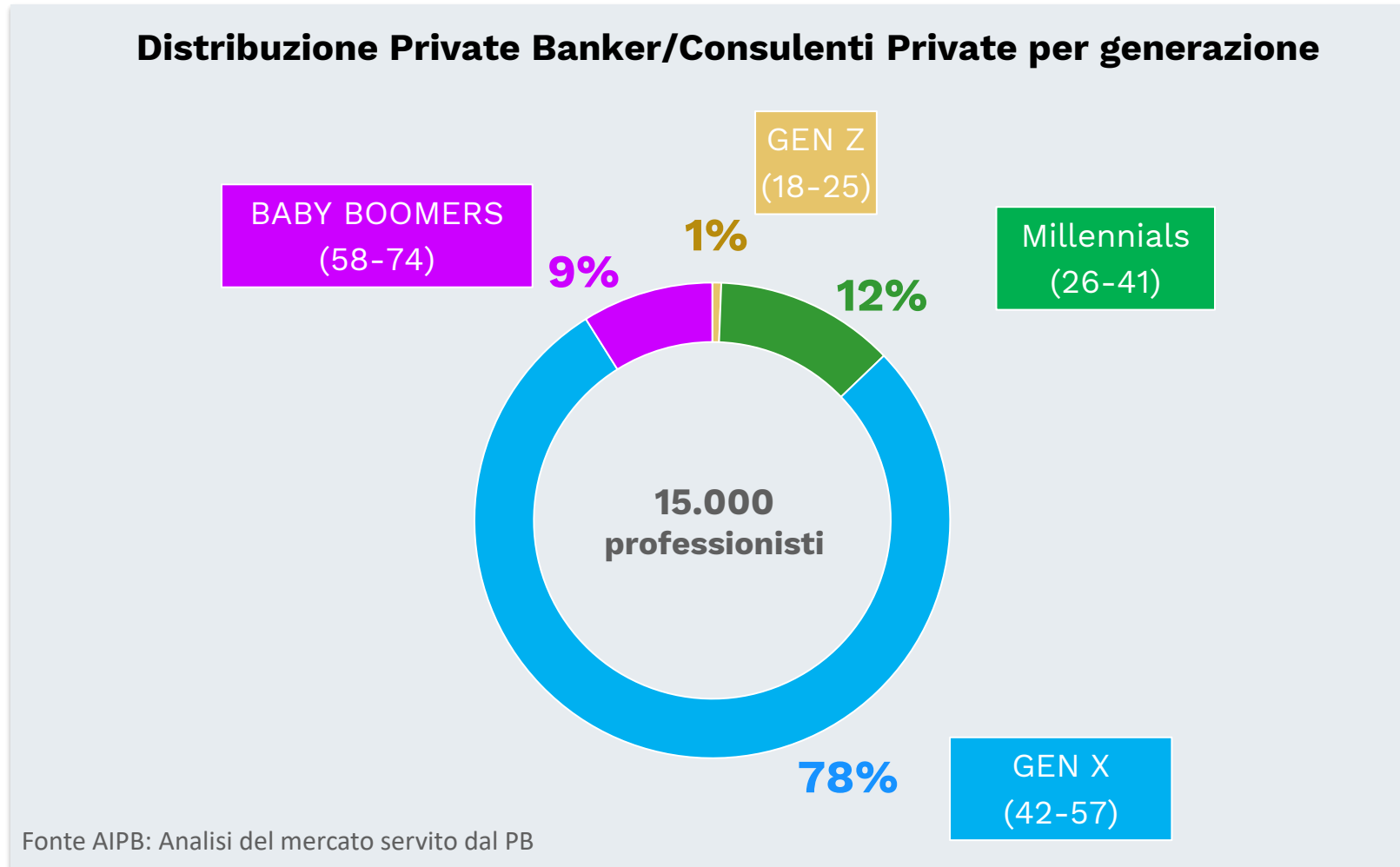
Passaggio generazionale dei Private Bankers e Talenti

## CONQUISTARE NUOVE GENERAZIONI DI PROFESSIONISTI

Quasi 1 banker su 3 ha più di 50 anni. Nei prossimi 10 anni assisteremo ad un grande ricambio generazionale.

# Il capitale umano del Private Banking

**Nel Private Banking operano 4 GENERAZIONI di professionisti** che contribuiscono attivamente alla diffusione di una **gestione professionale dei patrimoni privati**.



# 4 generazioni di professionisti con valori, esperienze ed esigenze diverse...

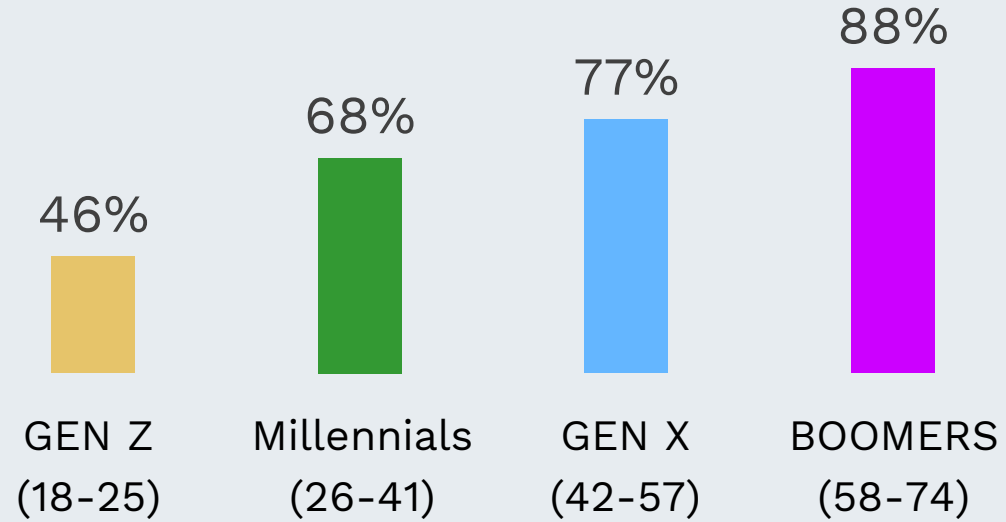
Cosa cercano i potenziali dipendenti in un nuovo lavoro

<b>GEN Z (18-25)</b>	<b>Millennials (26-41)</b>	<b>GEN X (42-57)</b>	<b>BABY BOOMERS (58-74)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Atmosfera di lavoro</li><li>• Visibilità percorso di carriera</li><li>• Diversità e inclusione</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Retribuzione e Benefit</li><li>• Remote working</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Buon equilibrio tra vita privata e lavorativa</li><li>• Retribuzione e benefit</li><li>• Vicinanza luogo di lavoro</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sicurezza e contenuto del lavoro</li><li>• Buona reputazione</li><li>• Management forte</li></ul>

# ...Che devono trovare riscontro nel dialogo con la Banca...

## ENGAGEMENT

«Ritengo di contribuire attivamente alla reputazione della mia Banca»

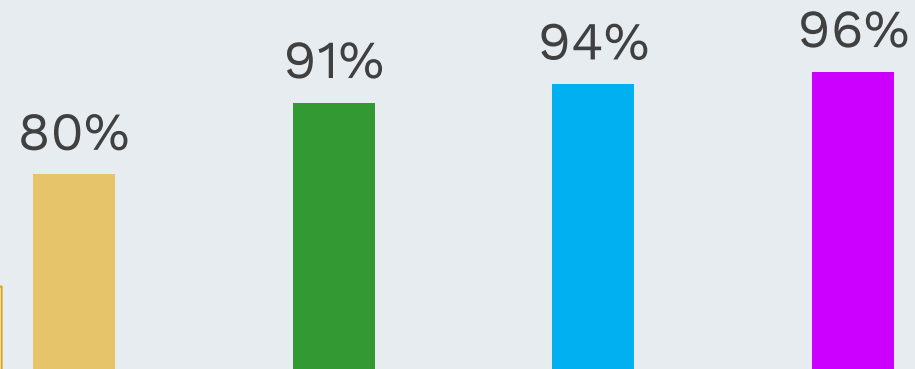


## OTTIMISTI

Positivi verso la loro professione nel futuro

*Preoccupazioni*

- *Burocrazia*
- *Poca autonomia*

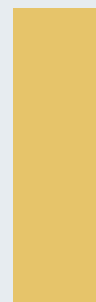




# ...per garantire la futura sostenibilità di questa professione che svolge un ruolo chiave per le famiglie

**"Vorrei fare parte di un TEAM che gestisce l'introduzione di nuove risorse"**

100%



GEN Z  
(18-25)

85%



Millennials  
(26-41)

79%



GEN X  
(42-57)

79%



BOOMERS  
(58-74)

**«Il lavoro in TEAM migliora la relazione con il cliente»**

80%



64%



67%



52%



**E' necessario attivare nuove modalità di lavoro più inclusive, che si basino sulla contaminazione intergenerazionale**

# LE SFIDE DEL PRIVATE BANKING



2°

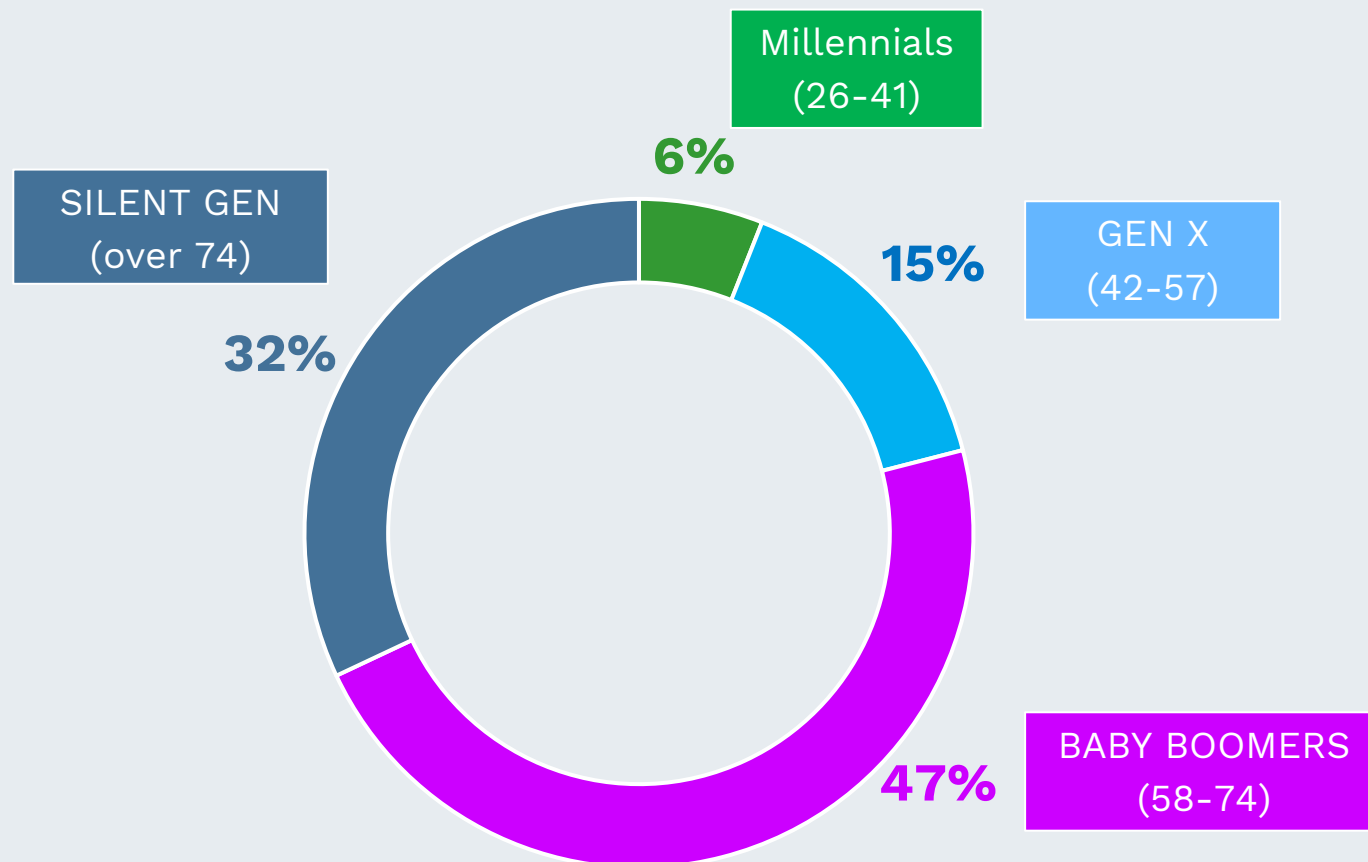
Attrarre Next Generation clienti Private

**CONQUISTARE NUOVE GENERAZIONI DI CLIENTI PRIVATE**

# Il Private Banking opera attraverso 4 generazioni di clienti

Nei prossimi 10 anni potremmo assistere ad un consistente passaggio di patrimoni verso Gen X

Distribuzione AUM serviti dal Private Banking per generazione

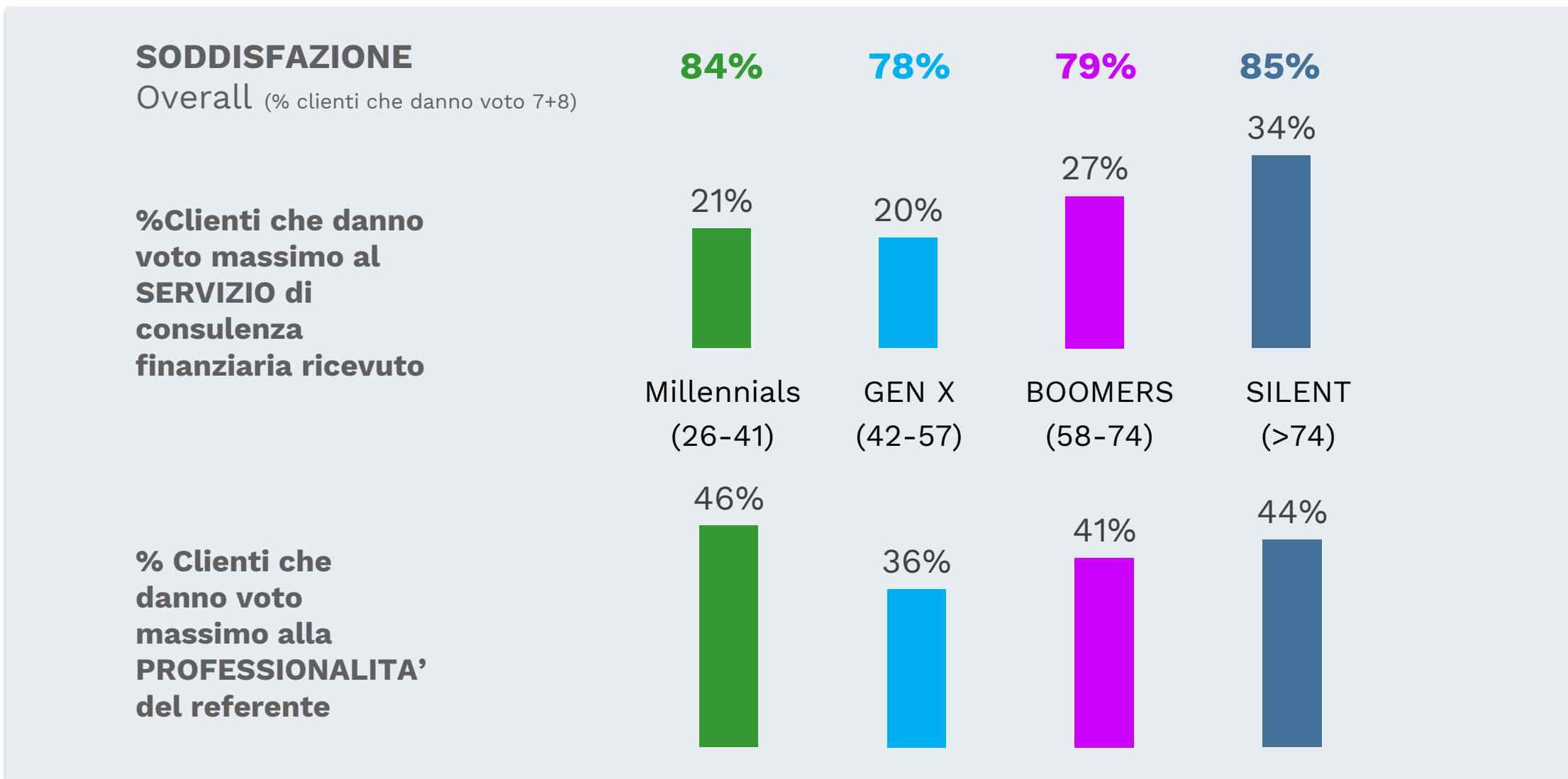


Fonte AIPB: Analisi del mercato servito dal PB

# 4 generazioni di individui e famiglie con valori, esperienze ed esigenze differenti...

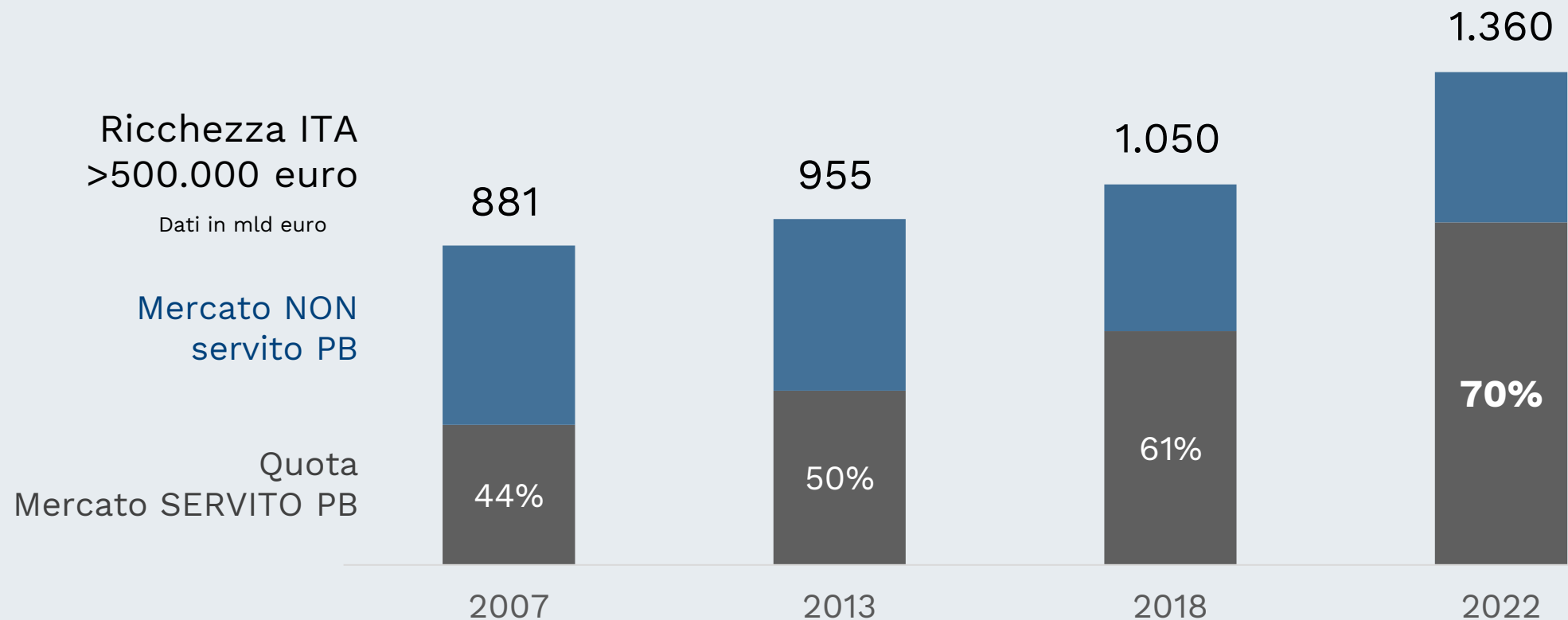
<b>GEN Z + Millennials (under 42)</b>  <i>«You only live once»</i>	<b>GEN X (42-57)</b>  <i>«C'è crisi»</i>	<b>BABY BOOMERS (58-74)</b>  <i>«Se ti impegni ce la fai»</i>	<b>SILENT GEN (OVER 74)</b>  <i>«Abbiamo visto la guerra»</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resilienti</li> <li>• Storia: Crisi 2008</li> <li>• Globalizzati</li> <li>• Politica NO</li> </ul> <div style="border: 1px solid white; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Self confidence competenze dig: &gt;80%</b></li> <li>• <b>Internet uso regolare: 86%</b></li> <li>• <b>Comunicano con messaggi e emoji</b></li> </ul> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scettici</li> <li>• Storia: fine guerra fredda</li> <li>• Fuori dai confini</li> <li>• Politica «NI»</li> </ul> <div style="border: 1px solid white; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Self confidence competenze dig: 76%</b></li> <li>• <b>Internet uso regolare: 80%</b></li> <li>• <b>Comunicano con mail</b></li> </ul> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ottimisti</li> <li>• Storia: boom e rivoluzione culturale</li> <li>• Politica = impegno</li> </ul> <div style="border: 1px solid white; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Self confidence competenze dig: 40%</b></li> <li>• <b>Internet uso regolare: 52%</b></li> <li>• <b>Comunicano con telefono</b></li> </ul> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concreti</li> <li>• Storia: post guerra, ricostruzione</li> <li>• Forte attaccamento al Paese</li> <li>• Politica SI</li> </ul> <div style="border: 1px solid white; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Self confidence competenze dig: 11%</b></li> <li>• <b>Internet uso regolare: 10%</b></li> <li>• <b>Comunicano con: lettere formali</b></li> </ul> </div>

# ...che devono trovare riscontro nei servizi ricevuti



# Il Private Banking sta presidiando sempre di più il suo mercato di riferimento

Evoluzione del mercato potenziale e quota di penetrazione del Private Banking



Fonte AIPB - Prometeia

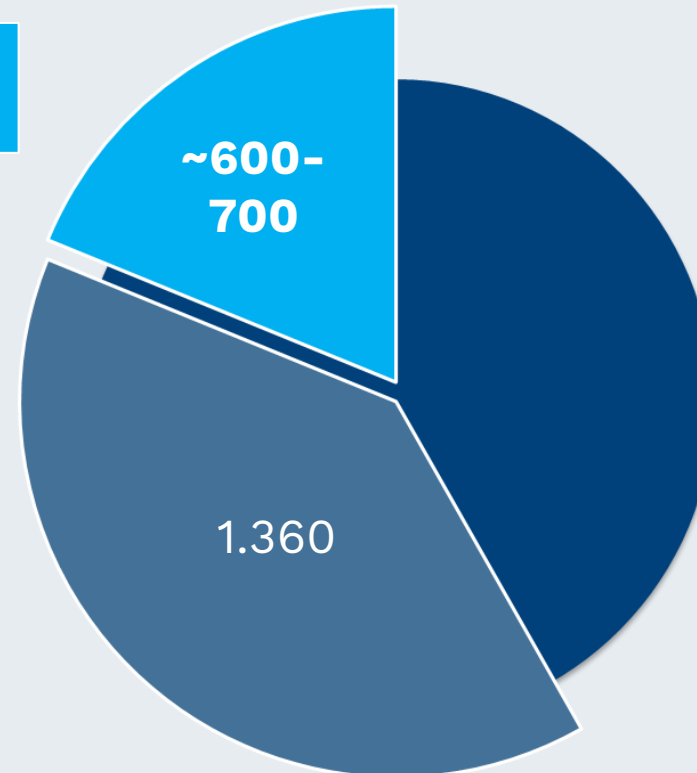
# Millennials e GenX: un nuovo mercato da osservare oggi per avvicinare domani

Next Gen: un bacino dove intercettare nuovo potenziale?

Dati in mld euro

Mercato «NEXT GEN»  
ad alto potenziale\*

Mercato Private  
>500.000 euro



Ricchezza finanziaria  
Famiglie  
3.450

Fonte Accenture - AIPB

\*Mercato «Next Gen» ad alto potenziale: stima della ricchezza finanziaria detenuta da individui appartenenti alle generazioni Millennials e X non ancora raggiunta dal PB con patrimonio in costruzione, elevati flussi reddituali e interessati a servizi di consulenza efficiente ed essenziale che offra una copertura di diversi bisogni oltre al risparmio.

**AIPB** ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
PRIVATE  
BANKING