

**Comunicato Stampa****Ricerca Bain & Company e AIPB:  
Private Banking verso nuovi clienti, modelli e redditività**

*Bain & Company e AIPB presentano la ricerca “Navigare le onde del cambiamento: la rotta del Private Banking”. Generazione Y e Z, asset class e nuovi modelli distributivi al centro dell’analisi*

Milano, 19 dicembre 2022 – Il settore del Private Banking sta vivendo una fase di profonda trasformazione a livello globale. Innanzitutto, in termini di clienti: al 2030, sono attesi circa 250 milioni di potenziali nuovi clienti della generazione Y e Z. In virtù di questo trend, la nuova generazione di investitori sarà interessata a servizi e strumenti diversi da quelli diffusi oggi: quasi il 60% del patrimonio alla fine del decennio sarà infatti investito in prodotti innovativi. Cambieranno infine i modelli distributivi – ogni banker avrà circa 300 clienti nel proprio portafoglio – e di lavoro: il 70% del personale richiederà competenze di nuova generazione. In termini di asset class, nel prossimo decennio assisteremo a una crescita significativa della penetrazione di investimenti alternativi, a scapito dei prodotti tradizionali. Non solo soluzioni ESG – che rappresenteranno circa la metà di tutti gli investimenti in prodotti di risparmio entro il 2030, rispetto al 33% che si registra oggi – ma anche digital assets: nei prossimi 5 anni, questi rappresenteranno una quota compresa tra l’1% e il 5% dei portafogli dei clienti.

Queste le principali evidenze che emergono dalla ricerca “*Navigare le onde del cambiamento: la rotta del Private Banking*”, in cui **Bain & Company** e **AIPB** hanno analizzato i principali trend evolutivi dell’industria.

*“Dal 2007, anno in cui il Private Banking ha cominciato a misurarsi, il settore ha registrato una crescita costante, superiore a quella della ricchezza italiana e del PIL, arrivando a gestire oggi circa la metà degli investimenti delle famiglie italiane. L’entità dei patrimoni affidati al Private Banking e la crescita della raccolta netta degli asset della clientela, registrata anche in un anno complesso come il 2022, confermano il valore della consulenza e della gestione professionale degli investimenti. Per mantenere ed accrescere i successi fin qui ottenuti è necessario, però, che l’industria comprenda ed anticipi gli effetti di uno scenario economico, finanziario e sociale in continua evoluzione, individuando precise priorità di azione. La collaborazione con Bain ci ha dato l’occasione di avviare ed approfondire queste riflessioni e anche di disegnare un piano concreto di interventi”*, commenta **Andrea Ragaini**, Presidente AIPB.

*“In questo scenario, il business del Private Banking è per caratteristiche e modello una delle industrie maggiormente sottoposte ad una serie di profonde trasformazioni. Questo implicherà, per gli attori dell’industria italiana del Private Banking, un’accelerazione del proprio grado di innovazione per poter cogliere le opportunità e proseguire il percorso di distintività ed eccellenza offerte alla propria clientela”*, precisa **Franco Baronio**, Senior Partner di Bain & Company.

Alla luce di questo scenario, stanno emergendo nuove dinamiche di profittabilità dell’industria: al 2030, la ricerca evidenzia un 25% di aumento dei ritorni grazie ai modelli abilitati dal digitale rispetto ai modelli tradizionali.

*“Investire in infrastruttura tecnologica, dati e analytics è quindi non più solo un’opportunità, ma un imperativo per i player del Private, se vogliono competere con successo nell’arena e giocare una partita di sviluppo e crescita. Questo chiaramente pone l’accento sulla rilevanza del modello di business e della scalabilità dei costi fissi in aumento”, prosegue **Baronio**.*

*“Per intercettare la nuova ricchezza, gli operatori del Private Banking dovranno lavorare alla creazione di una proposta commerciale che sia maggiormente attrattiva per i giovani investitori. Una tendenza simile di focus sull’attrattività del brand e della copertura commerciale è avvenuta nell’industria del lusso dove - attraverso modelli ibridi - è accelerata l’accessibilità e la consapevolezza sui prodotti per i segmenti delle nuove generazioni di clienti. Questo ha permesso al settore di allargare significativamente la propria base clienti e intercettare le opportunità di crescita. Società leader nell’industria del lusso hanno costruito piattaforme di digital brand per raggiungere i nuovi clienti con un modello di business con crescita attese di oltre il 20% annuo tra il 2020 e il 2025”, aggiunge **Claudia D’Arpizio**, Senior Partner Bain & Company.*

*“Per accelerare la capacità di creazione di valore dell’industria i principali attori dell’industria devono intervenire su tre direttrici: attrarre e mantenere nuove generazioni di professionisti, realizzare la trasformazione digitale cogliendone appieno il valore e rispondere alle esigenze di nuovi segmenti di clientela cogliendone appieno il potenziale”, conclude **Daniele Funaro**, Partner Bain & Company.*

#### **Contatti per i media:**

##### **AIPB**

**Beatrice Cagnoni** – [beatrice.cagnoni@bc-communication.it](mailto:beatrice.cagnoni@bc-communication.it) – +39 335 5635111

**Giovanni Prati** – [giovanni.prati@bc-communication.it](mailto:giovanni.prati@bc-communication.it) – +39 351 5293362

**Giulia Franzoni** – [giulia.franzoni@bc-communication.it](mailto:giulia.franzoni@bc-communication.it) – +39 334 3337756

##### **Bain & Company**

**Orsola Randi** – [orsola.randi@bain.com](mailto:orsola.randi@bain.com) – +39 339 327 3672

#### **A proposito di AIPB**

*AIPB è l’Associazione che riunisce i principali operatori nazionali e internazionali del Private Banking, Università, Centri di ricerca, Società di servizi, Associazioni di settore, Studi legali e professionali. Nata nel 2004, AIPB è un network interdisciplinare che condivide le proprie competenze distintive per la creazione, lo sviluppo e l’allargamento della cultura del Private Banking che si rivolge a famiglie e individui con patrimoni significativi ed esigenze complesse di investimento. Gli operatori del Private Banking mettono a disposizione di questa clientela competenze qualificate, un’ampia gamma di servizi personalizzati in base alle specifiche esigenze di ogni singolo cliente e strutture organizzative dedicate. Perseguendo qualità ed eccellenza, scopo di AIPB è promuovere e valorizzare, attraverso costanti attività istituzionali, culturali e formative il servizio di Private Banking in termini di competenza, trasparenza ed efficacia nei confronti dei bisogni e delle necessità di individui e famiglie.*

Sito web: [www.aipb.it](http://www.aipb.it)

Profilo LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/aipb-italian-private-banking-association>

Profilo Twitter: [Twitter.com/AIPB\\_it](https://twitter.com/AIPB_it)

Per ulteriori informazioni:

#### **A proposito di Bain & Company**

***Bain & Company** è l’azienda di consulenza globale che aiuta le aziende change-makers più ambiziose a definire il proprio futuro. Con 64 uffici in 39 paesi, lavoriamo insieme ai nostri clienti come un unico team con un obiettivo condiviso:*

*raggiungere risultati straordinari che superino i concorrenti e ridefiniscano gli standard del settore. L'approccio consulenziale di Bain è altamente personalizzato e integrato e, grazie alla creazione di un ecosistema di innovatori digitali, assicura ai clienti risultati migliori e più duraturi, in tempi più brevi. Il nostro impegno a investire oltre 1 miliardo di dollari in 10 anni in servizi pro bono mette il nostro talento, la nostra competenza e le nostre conoscenze a disposizione delle organizzazioni che affrontano le sfide di oggi in materia di istruzione, equità razziale, giustizia sociale, sviluppo economico e ambiente. Fondata nel 1973 a Boston, in Italia ha celebrato il trentennale nel 2019: la sua approfondita competenza e il portafoglio di clienti si estendono a ogni settore industriale ed economico e in Italia la rendono leader di mercato.*

Per maggiori informazioni: [www.bain.it](http://www.bain.it)



Seguici su **LinkedIn Bain & Company Italy**



Seguici su **Twitter** @Bain\_Italia @BainAlerts.