

NOTA STAMPA

## **AIPB e Accenture: le sfide generazionali del Private Banking**

**“La consulenza finanziaria per la Next Gen:  
nuovi modelli per gli investitori e i professionisti di domani”**  
una ricerca di AIPB e Accenture

- *L'industria del Private Banking è cresciuta in modo considerevole negli ultimi 15 anni, fino a raggiungere il 70% del suo mercato potenziale.*
- *Per la prima volta convivono nel Private Banking generazioni di clienti e di professionisti con aspettative e profili socioculturali differenti. Oggi la nuova sfida è incrementare la clientela Gen X e attrarre i professionisti Millennials.*
- *La ricchezza finanziaria dei Millennials e della Gen X è circa il 44% del totale e presenta un potenziale di mercato per il servizio di consulenza, in termini di ricchezza non gestita, che raggiunge circa i 600/700 miliardi di euro.*
- *Quale consulenza finanziaria per acquisire la prossima generazione di clienti? La proposta di Accenture è introdurre un nuovo modello di servizio: il Next Generation Wealth Management Model.*

Milano, 29 marzo 2023 – Analizzare e comprendere l'evoluzione di attese, esigenze e aspettative della prossima generazione di Clienti e Consulenti per proseguire nel percorso di successo e crescita del Private Banking. Con questo obiettivo, l'**Associazione Italiana Private Banking (AIPB)** ha realizzato con **Accenture** la ricerca **“La consulenza finanziaria per la Next Gen: nuovi modelli per gli investitori e i professionisti di domani”**.

Dal 2007 il **Private Banking** ha registrato una **rapida crescita** (+6,6% CAGR degli asset in gestione), superiore all'evoluzione della ricchezza delle famiglie (+1,4%) e del Pil (-0,3%). Un percorso di sviluppo e consolidamento del modello di servizio che ha portato l'Industria a **gestire oltre il 70% del suo mercato d'elezione**, quello delle famiglie con portafogli finanziari investibili superiori a 500.000 euro (nel 2022 il mercato potenziale del Private Banking è stato di 1.360 miliardi di euro).

Il **nuovo mercato, da analizzare oggi per poterlo conquistare domani**, è quello di individui ad alto potenziale con età comprese tra 26-41 anni (Millennials) e tra 42-57 anni (Gen X): **interessati a una consulenza finanziaria efficiente ed evoluta**, la loro **ricchezza finanziaria è stimata in circa 600/700 miliardi di euro**.

*“Come Private Banking abbiamo raggiunto negli ultimi 15 anni straordinari risultati, ma ora è arrivato il momento di aprirci alle nuove generazioni e guidare il ricambio generazionale realizzando un nuovo modello di gestione della ricchezza che catturi l'interesse dei futuri investitori, considerando che oggi oltre tre quarti dei patrimoni gestiti dalla nostra Industria fanno capo a un decisore over 55.”* ha

evidenziato **Andrea Ragaini, Presidente di AIPB**. Ha aggiunto, inoltre: *“Per raggiungere questo risultato dobbiamo attrarre giovane capitale umano offrendo modalità di lavoro più inclusive basate su un maggiore dialogo intergenerazionale. Grazie al contributo di questi nuovi professionisti, l’Industria sarà in grado di progettare quei servizi di consulenza sempre più digitali, evoluti ed efficienti, che ci vengono richiesti dai Millennials e dalla Gen X .*

**Massimiliano Colangelo, Accenture Financial Services Lead** ha integrato così i risultati della ricerca: *“Recenti indagini evidenziano - da un lato - come l’Italia si collochi agli ultimi posti per livello di alfabetizzazione finanziaria, nonostante la maggior parte degli italiani si dichiara interessata ad aumentare il proprio livello di cultura in materia. Dall’altro lato, la ricchezza risulta ancora polarizzata e frammentata. Bisogna quindi constatare che nel nostro Paese esiste una criticità in fatto di educazione finanziaria correlata ad un tema di gestione del risparmio. Abbiamo però anche l’opportunità di rispondere a questa doppia sfida, facendo leva su un unico abilitatore, la tecnologia, per attivare nuovi modelli di servizio”. E aggiunge: “Modelli di servizio innovativi, pensati per le nuove generazioni, che potranno coesistere in modo virtuoso insieme a quelli tradizionali, con diversi benefici sul Paese in termini di crescita duratura e sostenibile, maggiore inclusione ed educazione finanziaria oltre ad un miglior sistema di welfare. Infine, anche il Private Banking avrà indubbi vantaggi nell’adottare i nuovi modelli che secondo le nostre stime si tradurranno in 600-700 miliardi di patrimoni, 15 miliardi di clienti e 9 miliardi di potenziali ricavi addizionali”.*

## Mix digitale e umano, ecco le esigenze della Next Generation

Per affrontare queste nuove sfide, la ricerca è stata realizzata intervistando i risparmiatori tra i 26 e i 55 anni, clienti delle principali banche italiane sia tradizionali che online. I clienti presi a campione dall’indagine hanno una capacità di risparmio annuale di circa 5mila euro. L’entità dei patrimoni di questo target è, nella gran parte dei casi, inferiore a 500 mila euro, ma più del 40% degli intervistati dichiara disponibilità finanziarie tra i 75.000 euro e i 500.000 euro.

Le principali evidenze della ricerca mostrano che gli intervistati presentano:

- **un approccio digitale:** l’80% utilizza il digitale per le attività bancarie;
- **la mancanza di un servizio di consulenza professionale:** solo il 39% del campione dichiara di possedere un prodotto di investimento; il 28% possiede prodotti assicurativi e di protezione e tali valori scendono ulteriormente con riguardo ai prodotti creditizi, 20% per i mutui e 12% per i prestiti;
- **il desiderio di un supporto professionale nei momenti chiave:** l’86% degli intervistati che hanno sperimentato un servizio di consulenza digitale lo ha fatto tramite un supporto umano e l’83% si dichiara interessato ad avere un supporto in momenti rilevanti, come la richiesta di un mutuo per l’acquisto della prima casa;
- **la preferenza per un rapporto essenziale con la propria banca:** l’80% privilegia una risposta efficace per risolvere le problematiche riscontrate piuttosto che una relazione continuativa;
- **un significativo interesse verso servizi con caratteristiche ibride:** l’80% si dichiara interessato a un modello che mescoli digitale e supporto umano. Sarebbe anche disponibile a valutare un cambio di istituto per poter usufruire di un servizio con queste caratteristiche.

## Le caratteristiche del Next Generation Wealth Management Model secondo Accenture

Per svolgere un ruolo da protagonista nella transizione verso il nuovo modello di consulenza, secondo Accenture, l'offerta del Private Banking dovrebbe prendere in considerazione evoluzioni digitali come:

- **la modalità di relazione smart**, grazie all'uso combinato dell'esperienza digitale pura, svolta in autonomia, e il supporto del consulente nei momenti chiave per il cliente;
- **la piattaforma digitale user friendly**, che consenta una pianificazione per obiettivi semplice e intuitiva;
- **l'offerta dedicata online** sia di servizi di investimento che di servizi bancari, in grado di soddisfare tutte le esigenze della clientela per diventarne il punto di riferimento;
- **il passaggio da una logica cliente-consulente a una "lean" caratterizzata da clienti condivisi e gestiti in team** per promuovere una maggiore diffusione e scalabilità del servizio di consulenza;
- **la collaborazione con le altre filiere esistenti**, attraverso l'attivazione di partnership per massimizzare le sinergie ed evitare conflitti;
- **una nuova figura di consulente Next Gen con un profilo differente rispetto al banker tradizionale**: un profilo junior, neolaureato, focalizzato sullo sviluppo commerciale, con una remunerazione e dotazione iniziale di clienti per un migliore equilibrio tra autonomia professionale e integrazione nell'azienda;
- **un brand attrattivo in grado di rappresentare autorevolezza in ambito gestione del risparmio verso i clienti.**

*“Oggi i player del settore sono posti di fronte alla sfida di come risultare attrattivi verso le nuove generazioni. La nostra ricerca ha evidenziato che questa tipologia di risparmiatori preferisce un mix di servizio umano digitale differente rispetto agli attuali modelli, basati esclusivamente sulla consulenza e che il risultato di questo mismatch è che una parte della ricchezza non viene gestita” conclude **Andrea Dones, Accenture Capital Markets Industry Lead.** “Per ingaggiare le nuove generazioni serve un modello che si basi sul ripensamento e la creazione di un apposito stile di consulenza o advisory lifestyle. Attraverso l'impiego di nuove tecnologie come AI Generativa e Realtà Aumentata, il nuovo approccio potrà emulare l'esperienza tipica dell'attuale modello Private, dedicato e personalizzato, ma su una ampia clientela, con la conseguenza di abilitare un cost to serve profittevole. Il nuovo modello di servizio, quindi, affiancherà al ruolo strategico del consulente, che resta centrale, quello delle tecnologie, rendendo sempre disponibili servizi digitali con la giusta miscela tra assistenza e autonomia, sulla base delle preferenze del cliente”.*

### **Associazione Italiana Private Banking (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: [www.linkedin.com/company/aipb-italian-private-banking-association](https://www.linkedin.com/company/aipb-italian-private-banking-association)

Contatti per la stampa:

**Community – Reputation Advisers**

[aipb@community.it](mailto:aipb@community.it)

Giuliano Pasini

Federico Nascimben | [federico.nascimben@community.it](mailto:federico.nascimben@community.it) | 351 1059957

Alice Piscitelli | [alice.piscitelli@community.it](mailto:alice.piscitelli@community.it) | 351 1411998

\*\*\*

Accenture è un'azienda globale leader di servizi professionali in ambito digitale, cloud e security. Combinando un'esperienza ineguagliabile e competenze specializzate in più di 40 settori, fornisce servizi in ambito Strategy & Consulting, Technology e Accenture Song, sostenuta dalla più ampia rete di Advanced Technology e Intelligent Operations centers a livello mondiale. I 721.000 talenti combinano ogni giorno tecnologia e ingegno umano, servendo clienti in oltre 120 paesi. Accenture abbraccia la potenza del cambiamento per creare valore e successo condiviso per i clienti, le persone, gli azionisti, i partner e le comunità. [www.accenture.it](http://www.accenture.it) [www.accenture.com](http://www.accenture.com)

**Contatti ufficio stampa**

[accenture.stampa@accenture.com](mailto:accenture.stampa@accenture.com)

+39 331 6989467

