

NOTA STAMPA

**AIPB e PwC Italia:
unire investimento e protezione delle famiglie,
la nuova sfida del Private Banking**

**“Private Protection: la nuova frontiera del wealth management”
una ricerca di AIPB e PwC**

- *Il Private Banking tutela nel tempo i patrimoni di 670.000 famiglie, nelle quali sono presenti generazioni che si differenziano per esigenze, valori e obiettivi non solo legati alla gestione finanziaria.*
- *L’evoluzione della società caratterizzata da allungamento della speranza di vita, riduzione della natalità, restringimento dei nuclei familiari, maggiore mobilità dei giovani, minore offerta di sanità pubblica accresce i bisogni di protezione a scopo precauzionale degli individui.*
- *Il 61% degli operatori del Private Banking ritiene che andrebbe sviluppata un’offerta mirata alla Clientela Private facendo leva sull’elevato grado di conoscenza dei bisogni offrendo soluzioni non solo per la protezione del patrimonio finanziario ma anche per la protezione dell’individuo, della famiglia e dell’attività professionale.*
- *Solo una famiglia Private su quattro si sente ben protetta, percezione che apre opportunità per il Private Banking di ampliare il perimetro della consulenza: infatti il 50 % dei clienti dichiara che si affiderebbe alla propria banca se gli venissero offerti servizi e soluzioni in linea con le proprie esigenze.*
- *L’offerta assicurativa Vita è già ampiamente diffusa, mentre l’assicurazione sui Danni mostra un minore sviluppo: solo nel 14% dei casi l’offerta Private ha caratteristiche distinte rispetto a quella Retail.*

Milano, 15 giugno 2023 – L’evoluzione della società caratterizzata da allungamento della speranza di vita, riduzione della natalità, restringimento dei nuclei familiari, maggiore mobilità dei giovani e minore offerta di sanità pubblica accresce i bisogni di protezione a scopo precauzionale degli individui. La ricchezza delle famiglie italiane (10.400 miliardi di euro) rappresenta quindi una risorsa preziosa per il Paese, ma esposta alle fragilità nazionali legate a rischi naturali, a una struttura produttiva frammentata e composta in prevalenza da PMI, da un peso crescente delle famiglie monoreddito. L’industria del Private Banking ha l’opportunità di ampliare le componenti di valore della consulenza professionale per le famiglie offrendo soluzioni non solo per la protezione del patrimonio finanziario, ma anche per la protezione dell’individuo, della famiglia e dell’attività professionale.

Con l’obiettivo di analizzare l’evoluzione delle esigenze di protezione delle famiglie e le risposte degli operatori di Private Banking, l’Associazione Italiana Private Banking (AIPB) e PwC Italia hanno realizzato la ricerca **“Private Protection: la nuova frontiera del wealth management”¹**. L’evento di presentazione

¹ La ricerca ha indagato la domanda (le famiglie Private) e l’offerta (gli operatori del mercato). La prima è stata svolta in collaborazione con BVA-Doxa ed ha esaminato un panel rappresentativo di circa 700 famiglie; la seconda è stata rivolta a 30 operatori del settore Asset & Wealth Management.

si è tenuto oggi e ha approfondito gli **elementi abilitanti per avvicinare l'offerta assicurativa del mondo Danni alla distribuzione dedicata al segmento di clientela del Private Banking**, facendo luce sul mercato della protezione dai rischi sulle persone e sui beni riferibili a questo segmento del mercato.

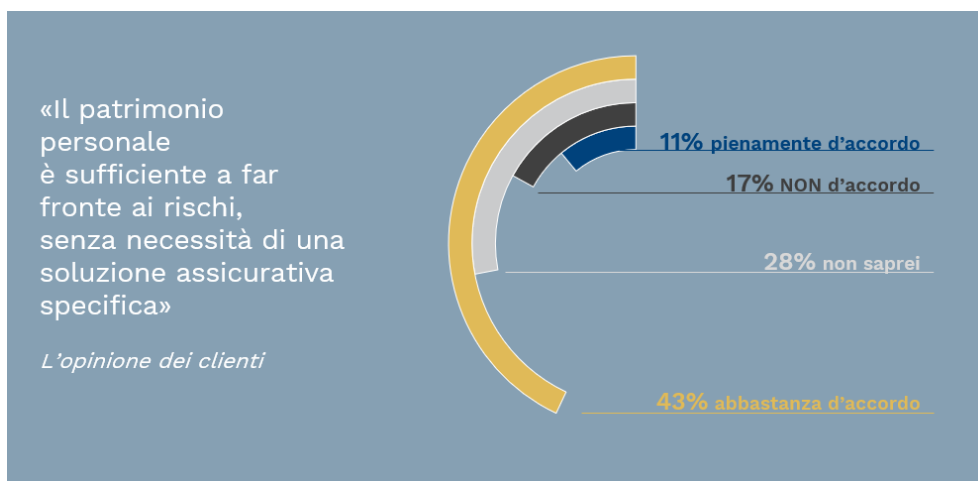
“Il successo del Private Banking si fonda su fiducia, innovazione e protezione. Nell’attuale contesto, la componente di protezione che caratterizza la consulenza professionale è destinata ad assumere una rilevanza crescente.” ha dichiarato **Andrea Ragaini, Presidente AIPB**. *“Siamo consapevoli che nei patrimoni dei clienti coesistono valori, esigenze e preoccupazioni di più generazioni. Il nostro modello basato sull’ascolto sistematico delle esigenze e sull’analisi dei rischi a cui sono esposti i clienti ci rende, agli occhi delle famiglie Private, validi interlocutori per le loro scelte di protezione”.*

Premessa

L'Italia registra un gap di copertura rispetto agli altri Paesi europei soprattutto nel **ramo Danni** (incidenza dei premi sul Pil dell'1,1% contro una media del 2,8%). Le ragioni sono diverse e vanno dal ruolo assistenziale dello Stato alla scarsa alfabetizzazione finanziaria, dalla cultura “scaramantica” degli italiani alla bassa fiducia in un'offerta troppo frammentata.

Il punto di vista della clientela

La maggior parte dei clienti Private ritiene il proprio **patrimonio sia sufficiente a far fronte alla maggior parte dei rischi** (11% molto d'accordo, 43%abbastanza d'accordo), attribuendogli un ruolo improprio di “auto- assicurazione” e rinunciando così ad un trasferimento dei rischi legati agli imprevisti. Soprattutto, le famiglie Private mostrano **difficoltà nell'affrontare temi legati al futuro del patrimonio**: considerando l'età media (circa 60 anni) e gli effetti sul patrimonio legati al progressivo allungamento delle aspettative di vita, la mancanza di una pianificazione di lungo periodo rischia di mettere compromettere la solidità e la stabilità della ricchezza di cui dispongono.



Fonte AIPB: Indagine sulla clientela Private in Italia, 2022

Nonostante il livello di protezione dagli imprevisti assicurato da un patrimonio consistente (in media 1.400. 000 € di sola ricchezza finanziaria investibile a cui si aggiungono immobili e beni reali), è sbagliato pensare che la **clientela Private non abbia esigenze di protezione**. Sono molti gli eventi che possono avere conseguenze molto negative sul benessere familiare e i **prodotti assicurativi** idonei a proteggere la persona, la sua famiglia e i suoi beni possono soddisfare le specifiche esigenze di questo segmento di clientela.

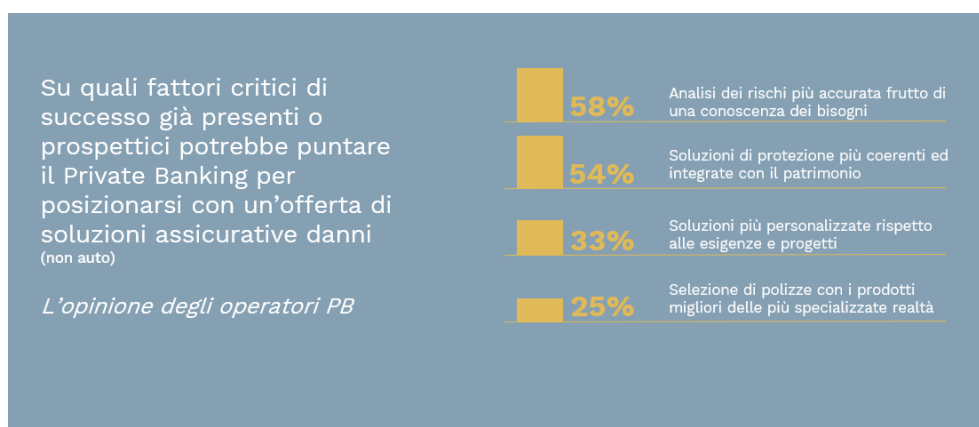
Infatti, a fronte di un bilancio delle coperture assicurative adottate, solo **una famiglia Private su quattro (24%)** si sente ben protetta e **quasi due su tre (64%) ritengono che prima di ragionare di gestione degli investimenti sia giusto pensare alla copertura assicurativa dai rischi**, mentre solo il 10% dichiara di aver già risolto grazie al supporto della propria banca. Poiché il 50% dei clienti Private affiderebbe a quest'ultima la ricerca di soluzioni assicurative adeguate, **per il settore si presentano ampie opportunità di sviluppo**: il 69% dei clienti private considera il Private Banker un valido interlocutore in merito alla protezione, soprattutto se affiancato anche da uno specialista (40%). Questo perché il **Private Banker è in grado di svolgere un'analisi accurata dei rischi** grazie a una conoscenza approfondita del cliente, e proporre soluzioni personalizzate in base agli obiettivi per generare una proposta più vantaggiosa, che riesca a integrare la protezione alla gestione finanziaria.

“Il Private Banker”, prosegue Ragaini. “rappresenta per il cliente un interlocutore di fiducia. Lo accompagna nel tempo e consolida il rapporto nei momenti di difficoltà attraverso incontri frequenti nel corso dei quali non si parla solo di investimenti, ma anche di pianificazione nel suo complesso. La nuova frontiera della consulenza integra la gestione del patrimonio con la copertura assicurativa dedicata alla prevenzione dei rischi non solo finanziari a cui sono esposti i clienti”.

Il punto di vista degli operatori

L'offerta Vita è oggi già ampiamente diffusa e rilevante per le banche Private, che mostra una tendenza ad ampliare i servizi di consulenza finanziaria con le competenze specialistiche assicurative. Nel **settore Danni vi sono invece ampi margini di sviluppo**, poiché solo il 12% ha sviluppato un'offerta completa su questo ramo e un ulteriore 12% la sta sviluppando. Per quattro intervistati su cinque (81%) l'integrazione con il settore Danni è necessaria e per il 54% un elemento chiave.

Nel **colmare questo gap il Private Banking può giocare un ruolo strategico**, grazie ad alcuni vantaggi distintivi, derivanti dalla relazione consolidata con il cliente, che gli consentono un'analisi dei rischi più accurata, frutto di una conoscenza dei reali bisogni (58%) e l'elaborazione di soluzioni personalizzate (33%). Attualmente gli operatori stanno sviluppando modelli distributivi eterogenei, in cui sono cruciali le sinergie con le compagnie di gruppo e le partnership con i broker. Il 61% degli intervistati ritiene che il cliente Private debba essere oggetto di un'offerta di protezione più mirata. Ad oggi il 43% ha sviluppato o sta sviluppando un'offerta Danni dedicata alla clientela Private, ma **solo nel 14% dei casi vi è una differenziazione sensibile tra offerta Private e Retail**, mentre la Private Protection richiede un approccio differenziato e specialistico per tipologia di cliente.

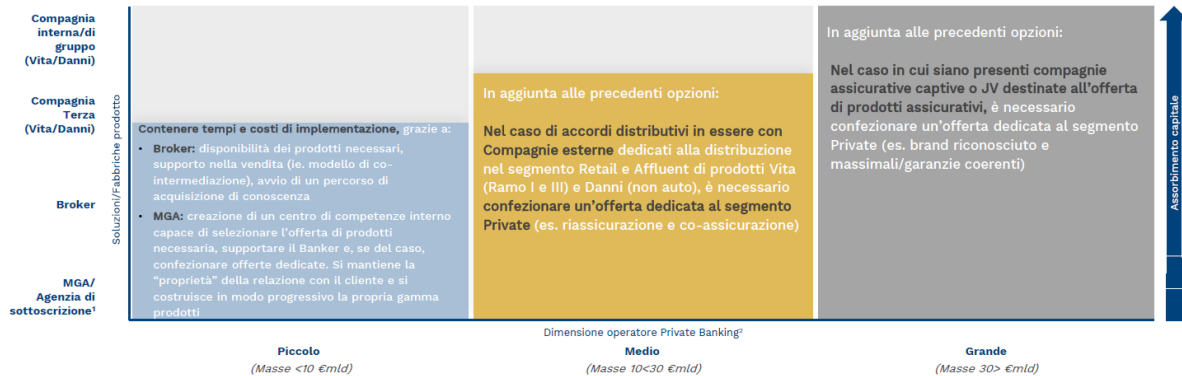


Fonte AIPB: Orientamenti e prospettive di business nel Private Banking, 2022.

Il potenziale della Private Protection

Secondo la visione di PwC Italia, basata sulle analisi svolte da AIPB, le possibili strategie da implementare da parte degli operatori Private devono considerare due fattori chiave: la **dimensione dell'operatore** (piccolo, medio e grande) e la presenza/combinazione di una o più soluzioni che spaziano dall'**appoggio a Compagnie o a broker**, al ricorso ad **agenzie di sottoscrizione** o MGA, a **soluzioni multiple**.

Le possibili strategie per gli operatori Private



Ad integrazione delle linee guida tracciate, ciascun operatore può prendere in considerazione specifici **driver decisionali** (quali ad esempio la marginalità dei singoli prodotti, la gamma prodotto, il grado di innovazione e i relativi tempi di realizzo di un prodotto o di un particolare modello distributivo a cui si aspira) che possono influenzare la direttrice evolutiva perseguibile.

Le **linee guida** da considerare prevedono inoltre specifiche azioni a supporto della consulenza:

- Valutazione delle esigenze in ottica olistica tra investimento e protezione (ie. Mifid & IDD)
- Protezione prima dell'investimento
- Svincolare liquidità per gli investimenti a fronte di coperture assicurative adeguate
- Dotare i Private Banker di strumenti e prodotti adeguati a coprire le esigenze del mercato Protection
- Maggiore penetrazione del credito/lombard
- Gestione delle passività del cliente (ie. mutui, consumi) con rilevanza e competenza
- Approccio alla gestione globale del cliente sostenibile (ie. trasferimento dei rischi di premorienza/invalidità in primis)
- Formazione ai Private Banker sui temi di Protezione

Mauro Panebianco, Partner PwC Italia, Asset & Wealth Management Advisory EMEA Leader, ha commentato: *"L'industria del Private Banking, ha da sempre la grande responsabilità di gestire i risparmi delle famiglie Private Italiane, che nel tempo, avevano accumulato ingenti patrimoni. Con il cambiare delle abitudini, l'avvicinarsi di fenomeni imprevisti che abbiamo anche vissuto recentemente, quali la pandemia o eventi catastrofici, la copertura dei rischi è diventata un bisogno essenziale da affiancare alla tutela del patrimonio finanziario. Attraverso la collaborazione con AIPB, è infatti emersa una grande opportunità che il mercato offre e che per essere colta richiede strumenti, prodotti e approcci innovativi: il bisogno di protezione dei rischi delle famiglie Private. Lo studio congiunto con l'associazione consente di intravedere delle linee di sviluppo che gli operatori Private possono perseguire per creare un'offerta di servizi di successo che permetta una piena integrazione dell'offerta assicurativa nei percorsi di gestione e pianificazione degli attivi finanziari, in un approccio cosiddetto di ALM, ove oltre la componente degli*

asset diventa fondamentale la gestione delle liabilities. Questo approccio, inoltre, sarebbe per l'industria un'occasione di essere meno volatile alle turbolenze del mercato stabilizzando i relativi ricavi”.

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

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

Contatti per la stampa:

Community – Reputation Advisers

aipb@community.it

Giuliano Pasini

Federico Nascimben | federico.nascimben@community.it | 351 1059957

Alice Piscitelli | alice.piscitelli@community.it | 351 1411998

PwC

L'obiettivo di PwC è quello di creare fiducia nella società e risolvere problemi importanti. È un network presente in 152 Paesi con quasi 328.000 professionisti, impegnati a garantire qualità nei servizi di revisione, di advisory e di consulenza fiscale. Per saperne di più e per comunicarci ciò che per voi è importante, visitate il nostro sito www.pwc.com. PwC si riferisce al network PwC e/o a una o più delle sue imprese aderenti, ciascuna delle quali è un'entità giuridica separata. Per maggiori dettagli visitare il sito www.pwc.com/structure. © 2023 PwC. Tutti i diritti riservati.

Contatti

Barabino&Partners per PwC

Tel. 02/72.02.35.35

Alice Brambilla

a.brambilla@barabino.it

Cell. 328/26.68.196

Letizia Castiello

l.castiello@barabino.it

Cell. 348/62.37.666

PwC Italia

Tel. 02/667341

Luigi Barbetta

Media Relations Manager

luigi.barbetta@pwc.com