

Le sfide future del Private Banking al centro della XIX edizione del Forum AIPB

- Sulla spinta degli ottimi risultati di raccolta (+5,3%) il settore registra una crescita dell'8,2% rispetto al 2022 raggiungendo, a fine 2023, 1.076 miliardi di euro di asset in gestione.
- Nei prossimi anni il settore prevede ingenti passaggi di ricchezza verso le generazioni più giovani: AIPB stima 180 mld di euro entro 5 anni e 300 mld di euro entro il 2033. Già nel 2023 sono passati di mano 22 mld di euro.
- A fronte di un continuo allungamento della speranza di vita (84 anni), i clienti private dichiarano di percepirsi anziani a 76 anni e pensano di rimanere professionalmente attivi fino ai 69. Un'evidenza che ha un impatto significativo sui bisogni di protezione e di pianificazione finanziaria.
- L'aumento dell'età media dei private banker (dai 46 anni del 2012 ai 53 del 2023) rende prioritario l'inserimento dei giovani nel settore senza disperdere il patrimonio di competenze dei professionisti più esperti. In poco più di dieci anni i banker over60 sono passati dal 2% al 14%.
- Un'anteprima del Nuovo Osservatorio AIPB "Il settore finanziario e il Private Banking: come attrarre la «Next Generation»" evidenzia che il 71% dei giovani reputa che il settore finanziario sia un ambito di lavoro attraente, ma solo il 15% dichiara di conoscere bene il settore del Private Banking.

Milano, 27 novembre 2023 – La **XIX edizione del Forum AIPB** ("Un patto tra le generazioni: l'agenda del **Private Banking**") riunirà il 28 novembre a Palazzo Mezzanotte a Milano oltre 450 rappresentanti della distribuzione e della produzione del settore del Private Banking e più di 2.000 Private Banker e consulenti finanziari si collegheranno da remoto.

Il 2023 si chiude con **risultati positivi per l'industria del Private Banking** accompagnati da un livello di soddisfazione della clientela mai registrato prima. Evidenze che confermano la fiducia della clientela per un modello di servizio caratterizzato dalla presenza di professionisti dedicati ad elevata professionalità. In uno scenario economico e finanziario complesso e mutevole, il **Private Banking ha individuato tre sfide chiave per una crescita sostenibile nel tempo del proprio modello di servizio**: la capacità di rafforzare il presidio delle future generazioni di clientela con un approccio alla consulenza multigenerazionale; lo sviluppo di una "protezione" che non si limiti solo all'ambito finanziario; la capacità di cogliere le opportunità offerte dall'utilizzo dei dati e dall'intelligenza artificiale. A queste tre sfide si aggiunge la necessità di attrarre nuove generazioni all'interno del settore, per portare nuove competenze, assicurandosi però di non disperdere quelle maturate nel tempo e promuovendo la creazione di squadre multigenerazionali.

Andrea Ragaini, Presidente dell'Associazione Italiana Private Banking (AIPB), nel corso della conferenza stampa di presentazione dell'evento, ha commentato: "Nei prossimi anni l'industria assisterà a ingenti passaggi di ricchezza da parte dell'attuale generazione di clienti verso la successiva. Per non disperdere il patrimonio servito dal Private Banking, sarà quindi fondamentale rinnovare il patto di fiducia con una

nuova generazione di clienti, favorendo un maggiore coinvolgimento e imparando a conoscerli fin da subito, indagandone priorità di vita, aspettative sul servizio e sistema di valori.”.

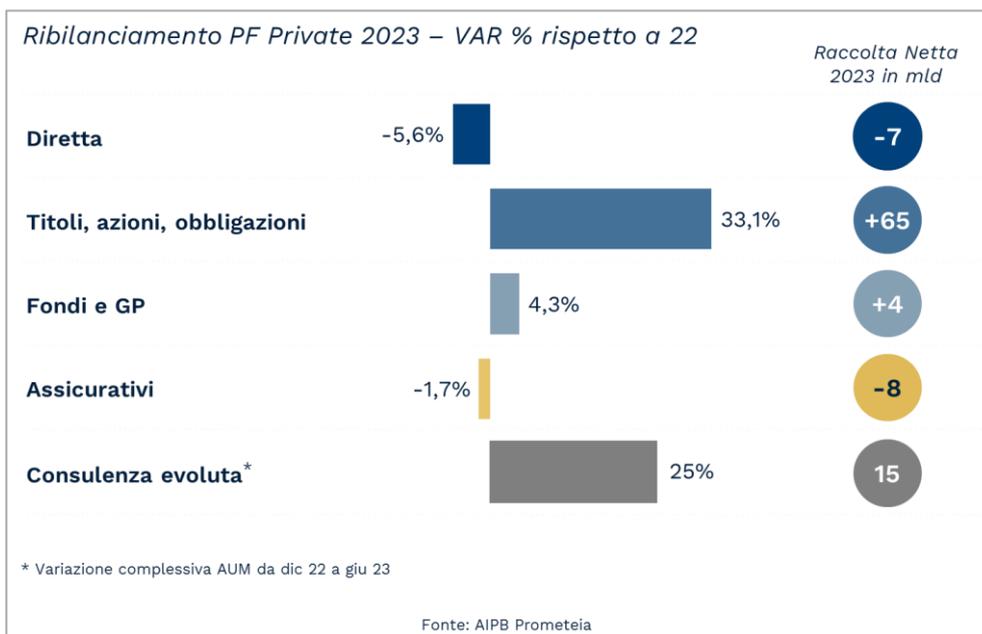
Le preoccupazioni delle famiglie e la ricomposizione dei portafogli nel 2023

“Le preoccupazioni delle famiglie orientano di conseguenza le loro preferenze d’investimento e modificano l’orizzonte temporale con cui i clienti affrontano le scelte di pianificazione patrimoniale”, ha osservato il **Presidente di Aipb**, ricordando che “nel 2023 sono tornati ad assumere rilevanza i timori legati agli effetti dell’inflazione e al calo del reddito, uniti alle preoccupazioni per la salute, la longevità e il benessere della famiglia”.

Inflazione e volontà di preservare il valore del patrimonio nel tempo hanno influenzato la **ricomposizione del portafoglio finanziario**. Le preferenze delle famiglie private si sono infatti orientate nel primo semestre verso gli investimenti che hanno maggiormente beneficiato dell’aumento dei tassi. Titoli di Stato e obbligazioni sono così cresciuti del 33% sul valore totale degli asset gestiti dal settore. Il contributo delle azioni, invece, è stato marginale. I fondi di investimento e le gestioni patrimoniali hanno registrato una crescita positiva, ma significativamente inferiore, pari al 4,3% delle masse gestite, mentre il comparto assicurativo ha subito un calo dell’1,7%.

“Nel 2023 - ricorda **Ragains** - si sono interrotte tendenze di lungo periodo: la liquidità è calata dopo 10 anni di crescita ininterrotta, e il comparto del risparmio amministrato, dopo 15 anni di flessione, ha subito un deciso rimbalzo. Siamo molto felici che in questo contesto sia cresciuta in modo rilevante la consulenza evoluta a pagamento (+25% nel solo primo semestre 2023), a conferma dell’unicità del modello di servizio del Private Banking”.

La preoccupazione per salute, longevità e benessere della famiglia hanno invece influito sul **bisogno di protezione delle famiglie Private**, ambito in cui le priorità hanno assunto caratteristiche differenziate se osservate tenendo in considerazione l’età anagrafica dei clienti. “Si tratta di obiettivi articolati su cui i clienti si confronterebbero volentieri con il proprio Banker e che trovano negli strumenti di pianificazione finanziaria e di protezione assicurativa il loro punto di sintesi”, ha spiegato **Ragains**.



Cinque generazioni di clienti: il private banker snodo di un patto intergenerazionale

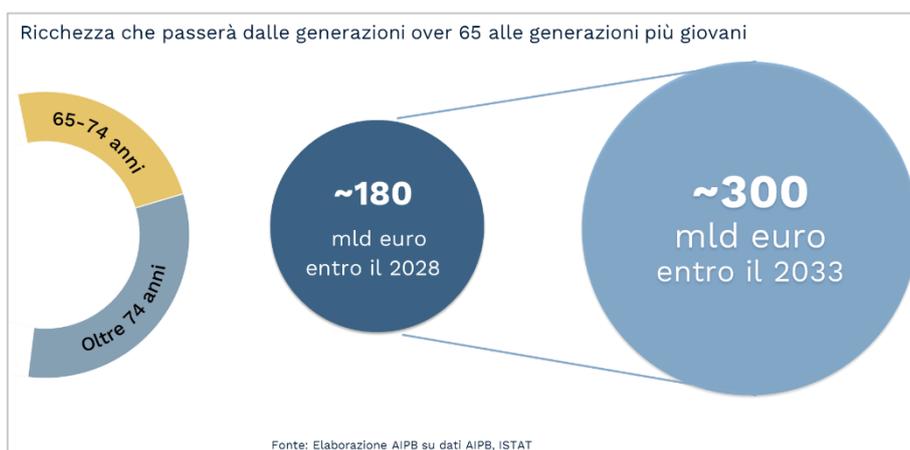
Consapevole dello scenario attuale, il Private Banking dovrà realizzare un'**agenda** che gli consenta di affrontare le **tre grandi sfide del prossimo futuro**: attrarre la prossima generazione di clienti Private; ampliare il concetto di protezione, oltre quella finanziaria; e cogliere le nuove opportunità derivanti dai processi di innovazione.

Oggi il Private Banking sta gestendo contemporaneamente **cinque generazioni di clienti**, che hanno pesi molto diversi tra loro: quella che arriva ai 44 anni (9% dell'AuM); quella compresa tra i 45 e i 54 anni (11%); la fascia 55-64 (25%); quella inclusa tra i 65 e i 74 anni (23%); infine, il 32% dei clienti che hanno più di 74 anni. Ognuna di queste generazioni presenta bisogni, aspettative e desiderata diversi, di cui bisogna tenere conto in una gestione dinamica e intertemporale del patrimonio. Ad esempio, nella consulenza sulla gestione del patrimonio di un cliente di 55-64 anni, il Private Banker si troverà mediamente di fronte a bisogni che coinvolgono anche la presenza di un figlio under 40 anni e un genitore over 70.

Passaggio dei patrimoni tra generazioni

Nei prossimi anni l'industria assisterà ad **ingenti passaggi di ricchezza** da parte dell'attuale generazione di clienti verso la successiva. Entro la fine di quest'anno si prevede che 22 miliardi di euro passeranno alle generazioni più giovani: cifra che salirà a circa 180 miliardi entro il 2028 e a 300 miliardi entro il 2033. Il Private Banking dovrà essere in grado di far dialogare le diverse generazioni, riducendo la quota di clienti (pari al 69% tra i 65 e i 74 anni e al 58% tra gli over 74) che non coinvolge i figli nella gestione del patrimonio e aumentando la percentuale di chi confermerà il consulente di famiglia (solo il 23% tra i 45 e 65 anni).

Per conservare la relazione costruita nel tempo, diventa fondamentale **rinnovare il patto di fiducia con gli eredi della clientela acquisita**, attivando in tempo momenti di coinvolgimento e comprensione del diverso sistema di valori, priorità di vita e aspettative sul servizio. Dall'Osservatorio sulla clientela di AIPB emerge, ad esempio, che tra i 45 e 54 anni le motivazioni che portano ad investire sono legate all'accumulo e alla costruzione del capitale, mentre tra i 55 e i 64 anni diventa centrale essere in grado di costruire qualcosa per i futuri eredi. Le fasce d'età più giovani vogliono comprendere l'impatto dei loro investimenti, mentre quelle più *senior* chiedono soprattutto un incontro sistematico col Banker. Di conseguenza, il servizio di consulenza deve assumere modalità diversificate: nel primo caso (45-54 anni) la clientela tiene in considerazione un orizzonte temporale più lungo e un rischio potenziale più elevato, per ricercare maggiori opportunità di rendimento; mentre nel secondo (55-64 anni) i clienti pensano a come costruire il futuro della propria famiglia (es. distribuzione quote, passaggio generazionale).



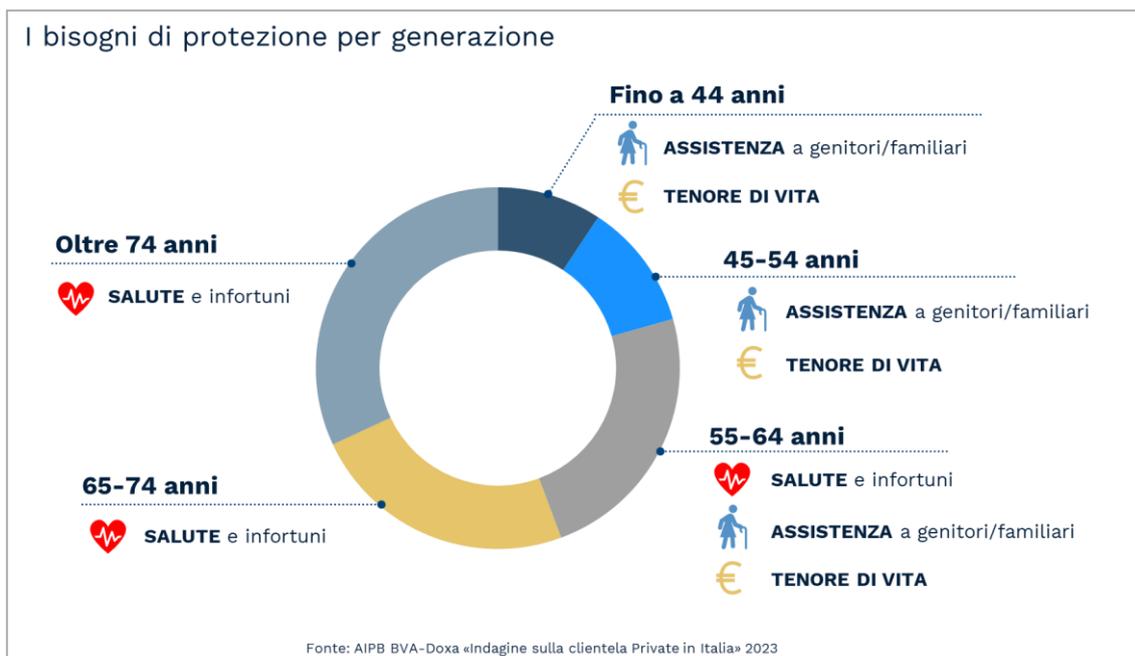
Ampliare il concetto di protezione: troppi rischi per limitarsi a proteggere solo il patrimonio finanziario

Il 53% della ricchezza delle famiglie italiane (pari a 10.900 miliardi di euro¹) è detenuta in **immobili**. Tale patrimonio però è datato (l'86% sono stati costruiti prima del 1990) e si colloca in territori fragili (il 94% dei comuni si trova in una zona a rischio). Inoltre, le famiglie Private hanno un patrimonio immobiliare ampio e articolato e quindi sono più esposte della media (due terzi ha una seconda o una terza casa e un quinto è proprietario dell'immobile aziendale). A ciò si aggiunge che negli anni il rischio di **calamità naturali** è aumentato considerevolmente.

Nonostante questo, gli italiani rimangono **sotto-assicurati**: il confronto internazionale, infatti, registra un premio medio in Italia pari a 300 euro (escluso RC Auto), mentre in altri Paesi europei si registrano valori molti più alti. Ad esempio, circa 550 euro in Spagna fino ai quasi 3.500 nei Paesi Bassi. Le famiglie Private, inoltre, svolgono professioni più esposte ai "rischi", poiché il 23% è rappresentato da imprenditori, il 18% da liberi professionisti e il 17% da autonomi, professioni che hanno maggiore bisogno di essere assicurati.

Il terzo fattore è legato all'aumento dell'**aspettativa di vita**, giunta a 84 anni². Sempre l'Osservatorio sulla clientela AIPB segnala che i clienti Private si percepiscono, in media, "anziani" a 76 anni e si considerano "attivi" e in grado di produrre reddito fino ai 69 anni.

Nel 2023 la **salute** torna ad essere la prima preoccupazione delle famiglie Private, di conseguenza sale l'attenzione verso la sua protezione. L'Italia si basa ancora molto sul Sistema Sanitario Nazionale, con una percentuale di spesa sul totale di quella sanitaria che raggiunge il 76%, contro il 49% della media europea.³ Un tema ancora più sentito dai clienti Private, in quanto l'età media è di molto superiore a quella italiana e pari a 58 anni (il 55% sono over 65), dando ancora più rilevanza alla necessità di stipulare polizze Long Term Care.



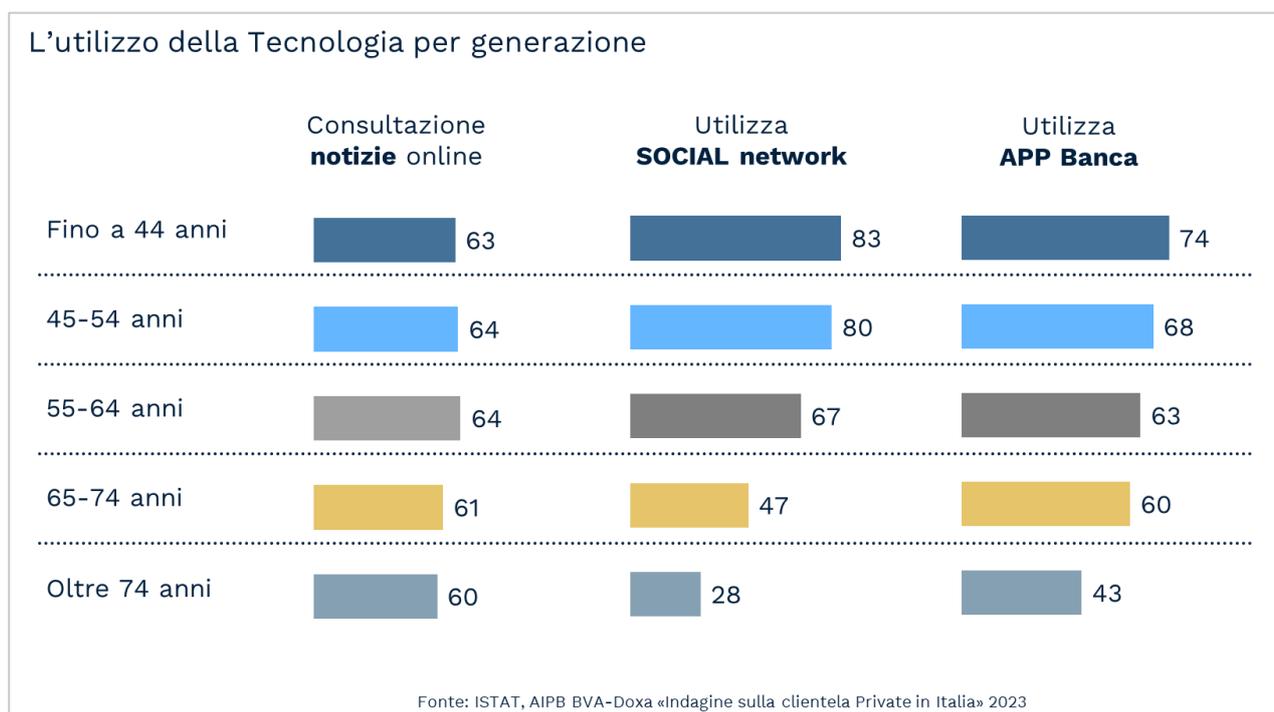
¹ Elaborazione AIPB su Banca d'Italia e Istat 2023.

² Fonte: AIPB- BVA Doxa "Indagine sulla clientela Private in Italia" 2023.

³ Fonte: Cergas Bocconi – Rapporto OASI (2022).

Cogliere le opportunità dei processi di innovazione: i benefici dell'AI

Il **cambiamento tecnologico** sta diventando sempre più veloce e richiede un adattamento che sia altrettanto rapido. Il 70% dei leader Private è consapevole della portata disruptive dell'innovazione per il settore e il 76% ritiene che l'intelligenza artificiale avrà un alto impatto strategico sul modello di servizio. Vi è un'ampia convergenza (88% degli esperti IT Private) sul fatto che **l'analisi avanzata dei dati** rappresenterà il beneficio principale per il Private Banking nell'adozione dei sistemi di intelligenza artificiale.⁴ Questo perché la tecnologia è entrata nella vita quotidiana di tutti, ad esempio l'utilizzo dell'app della Banca sembra essere un comportamento "cross-generazionale": tra i più giovani ne fa uso circa il 70% mentre fra i più senior circa la metà. Ragione per cui il 64% degli operatori Private aumenterà notevolmente gli investimenti in innovazione.⁵



La sfida abilitante: il capitale umano dei professionisti Private

Un **continuo investimento nel "capitale umano"** è cruciale per assicurare la sostenibilità del modello di servizio Private e per non disperderne il valore accumulato nel tempo, in termini di credibilità e fiducia. Inoltre, le tendenze demografiche e l'ampliamento delle competenze necessarie per rimanere competitivi in un mondo in rapido e, spesso, imprevedibile cambiamento, impongono la coesistenza e il contributo dei giovani e dei meno giovani, ciascuno portatore di diverse capacità e saperi. In questo quadro diventa cruciale per il settore del Private Banking **inserire giovani generazioni di professionisti**, in presenza di un'età media dei Private Banker passata dai 46 anni del 2012 ai 53 del 2023⁶. Per la quasi totalità degli operatori (96%) l'inserimento dei giovani Banker è prioritario, al contempo il 65% ha iniziato percorsi per valorizzare i professionisti oltre il pensionamento⁷. L'industria mostra di credere fortemente nell'**interazione tra generazioni**, come dimostrato dal fatto che il 71% ha già attivato gruppi multigenerazionali.

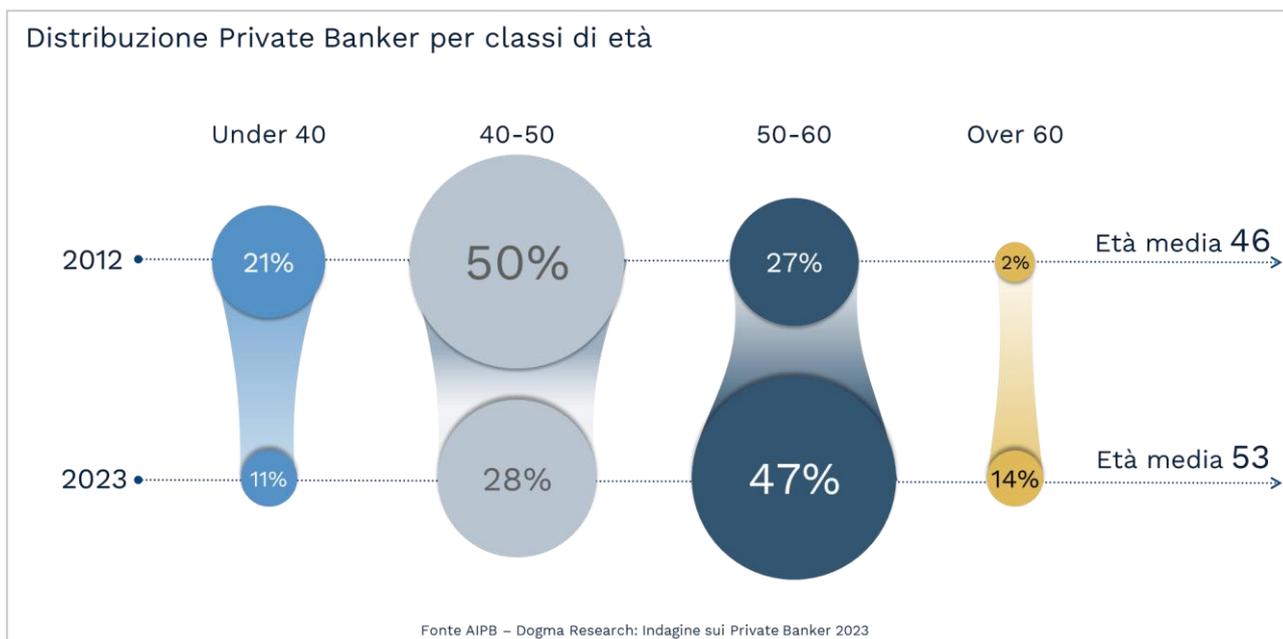
⁴ Fonte: AIPB Supernovae Labs 2023

⁵ Fonte: AIPB Supernovae Labs 2023

⁶ Fonte: AIPB – Dogma Research: "Indagine sul Private Banker" 2023.

⁷ Fonte: AIPB "Orientamenti di business nel Private Banking" 2023.

Al fine di raggiungere una composizione più equilibrata per età, nella popolazione dei consulenti è incoraggiante l'elevata percentuale (80%) dei banker di tutte le età che mostra interesse a lavorare in team e quella dei giovani (71%) che ritiene il settore finanziario un ambito lavorativo attraente.⁸



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

⁸ Fonte: AIPB – Il settore finanziario e il Private Banking: come attrarre la «Next Generation»