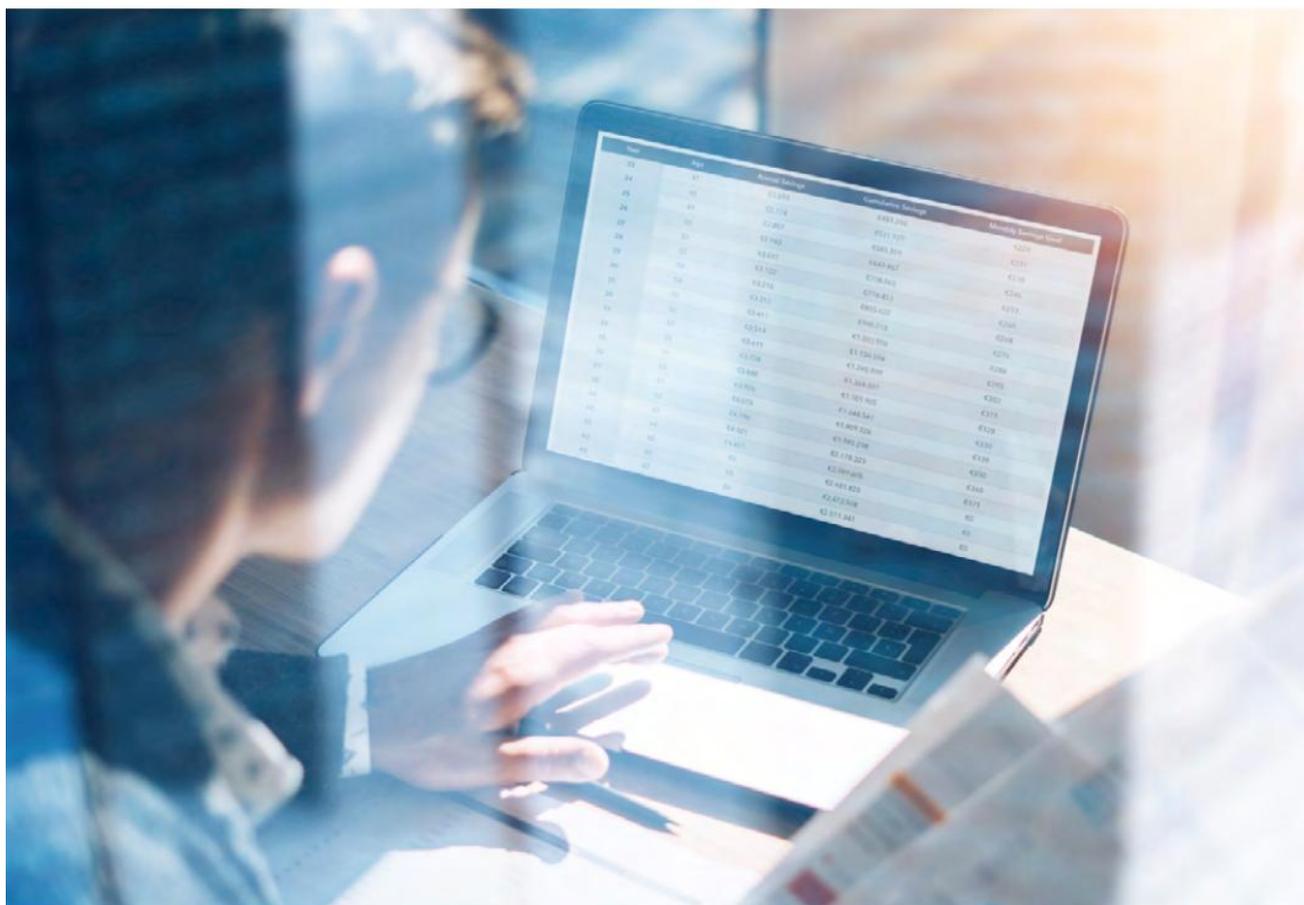


AIPB: si parla di Noi



IL PRIVATE BANKING diventa sofisticato

In Italia il comparto gestisce 800 miliardi ed è destinato a crescere del 2,9% nei prossimi anni

di laura morelli

I private banking vive una nuova primavera. Dopo gli ultimi anni nella nebbia della crisi, ora il sole sembra tornato a splendere, innanzitutto grazie un aumento diffuso della ricchezza a livello globale che in dieci anni raddoppierà dai 101mila miliardi del 2011 ai 192mila del 2021.

Una prospettiva incoraggiante che viene confermata anche a livello nazionale dove, stando allo studio dell'Associazione italiana private banking (Aipb) e di Boston consulting group "Il private banking nel mondo", si passerà dai 3,5mila miliardi del 2011 ai 4,5mila stimati al 2021.

Questo scenario si riflette poi nella crescente necessità di una gestione più sofisticata (e redditizia) che sta iniziando a rendere più rilevante il private banking. Il settore gestisce un quarto del totale della ricchezza finanziaria del nostro Paese (circa 800 miliardi di euro su 4mila miliardi) riferibile a risparmiatori che hanno portafogli ampiamente diversificati e senza esigenze di immediata liquidabilità.

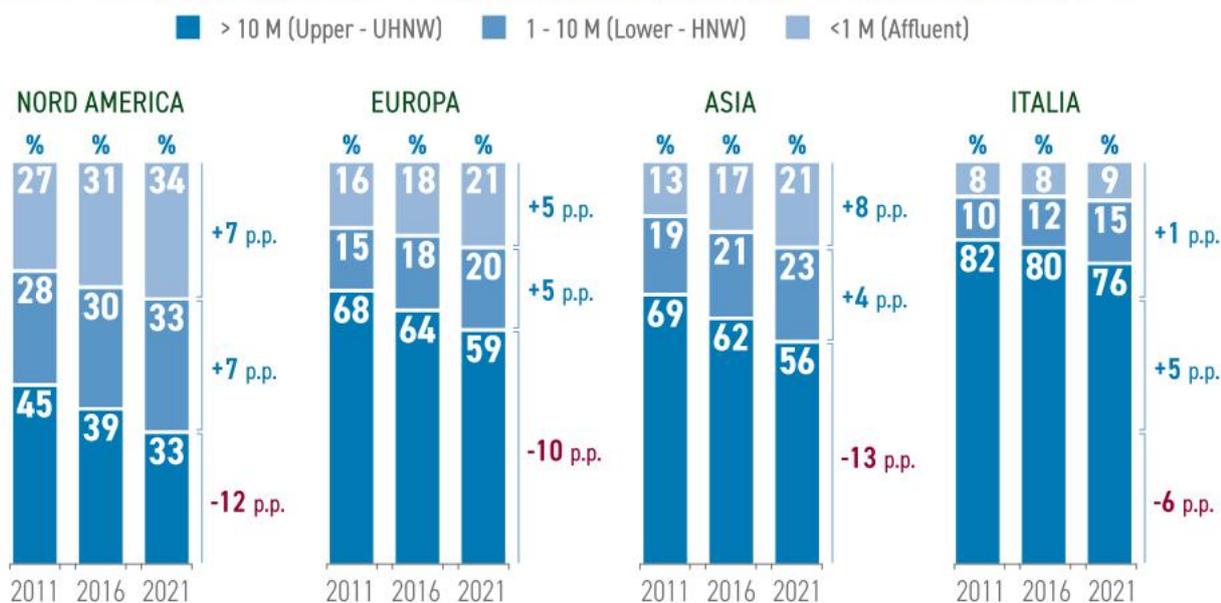
«All'interno del sistema bancario italiano, nel 2016, a fronte di ricavi da risparmio gestito del sistema pari a 8,9 miliardi di euro, il private banking ha contribuito con 3,7 miliardi, questa



Fabio Innocenzi

«All'interno del sistema bancario italiano, nel 2016, a fronte di ricavi da risparmio gestito del sistema pari a 8,9 miliardi di euro, il private banking ha contribuito con 3,7 miliardi»

EVOLUZIONE DELLA RICCHEZZA FINANZIARIA PRIVATA PER SEGMENTO DI CLIENTELA



componente rappresenta il 70% dei ricavi totali dell'industria Private e il 12% dei ricavi dell'intero sistema», spiega **Fabio Innocenzi**, presidente di Aipb. Inoltre, osserva, «il private banking è un business diverso rispetto al resto dell'industria del risparmio e degli investimenti e la larghissima maggioranza dei ricavi, 3,7 miliardi di euro, il 70%, viene dal risparmio gestito e dai prodotti assicurativi, quindi ricorrenti».

In generale, l'Italia è il quarto mercato più ampio dell'Europa Occidentale, con circa 3,9 miliardi di euro in attività finanziarie nel 2016. Di questi, 900 miliardi (circa il 20%) sono posseduti da individui con più di un milione di dollari in attività finanziarie, che

costituiscono i potenziali clienti di questo comparto. Le banche private italiane hanno raggiunto un tasso di penetrazione su questo segmento molto alto, pari all'86%, ovvero circa 800 miliardi di dollari. La forza e il successo del modello tricolore sono confermati anche dalla profittabilità espressa dal settore, ben superiore alla media europea (35 punti base sulle masse contro 25 punti in Europa).

L'Italia, evidenzia lo studio, è un mercato maturo e per questo motivo la crescita attesa della ricchezza risulta inferiore rispetto ad altre regioni: 2,9% all'anno contro la media europea del 4,4%. Ma per mantenere lo stato di buona salute di cui gode, osserva **Gennaro Casale**,

EVOLUZIONE DELL'ASSET ALLOCATION PER GEOGRAFIA



Fonte: AIPB; analisi BCG. • (1) Include il Medio Oriente e l'Africa

partner di The Boston Consulting Group, «i player del settore dovranno individuare le opportunità e capire le tendenze e le innovazioni, in modo da consentire all'industria di proseguire nel proprio percorso di sviluppo a sostegno dell'economia del Paese».

RICCHEZZA POLARIZZATA

Una tendenza globale, evidenzia la ricerca, è la concentrazione della ricchezza nei segmenti di clientela più alti. In particolare, il peso della ricchezza detenuta dalla fascia "affluent" a livello globale si è ridotto dal 61% nel 2011 al 55% di oggi a favore di un incremento della quota detenuta dalla fascia private, mentre

nel 2021 più della metà della ricchezza finanziaria mondiale (il 51%) sarà in mano a chi è già ricco, cioè ha almeno un milione di euro di patrimonio. Il 13% (+3% rispetto a oggi) sarà dei "supericchi" che dispongono di oltre 50 milioni, la stessa quota (+1%) di chi ha un patrimonio tra i 10 e i 50 milioni, il 25% (+2%) di chi dispone tra uno e 10 milioni. Tutto il resto della popolazione potrà contare sul 49% della ricchezza finanziaria globale, in forte calo: la quota di chi non può dirsi ricco era al 61% nel 2011 e al 55% l'anno scorso.

L'Italia non fa eccezione, sebbene con intensità significativamente inferiore rispetto ad altri Paesi: la ricchezza si concentra anche nel nostro Paese nelle fasce più alte ma in maniera più

lenta e graduale. Secondo la ricerca, nel 2021 la disponibilità totale sarà per il 6% nelle mani dei "supericchi", per il 3% di chi ha fino a 50 milioni, per il 15% di chi dispone fino a 10 milioni, il 76% del resto della popolazione, in calo dall'82% del 2011.

Guardando al dettaglio della segmentazione della clientela per fasce patrimoniali, in Italia lo studio evidenzia una minore focalizzazione del servizio sulla fascia più alta (solo l'1% di clienti e il 27% delle masse gestite) a favore della fascia di clienti con patrimonio finanziario compreso tra 1 e 10 milioni di dollari (HNWI) che detengono il 50% delle masse gestite. In questo contesto, se guardiamo al mercato di riferimento tradizionale la maggior parte dei clienti target è già stata raggiunta ma ampliando lo sguardo «potremmo estendere e ridisegnare il concetto di mercato potenziale del private per ricomprendere anche la ricchezza immobiliare, reale e da patrimonio aziendale. Tale ricchezza non è ancora stata intercettata e può essere un volano per ulteriore crescita futura del mercato. Un particolare focus, inoltre, dovrà essere fatto sul segmento UHNW, una fascia che non beneficia ancora in Italia di un vero modello dedicato», spiega Casale.



Gennaro Casale

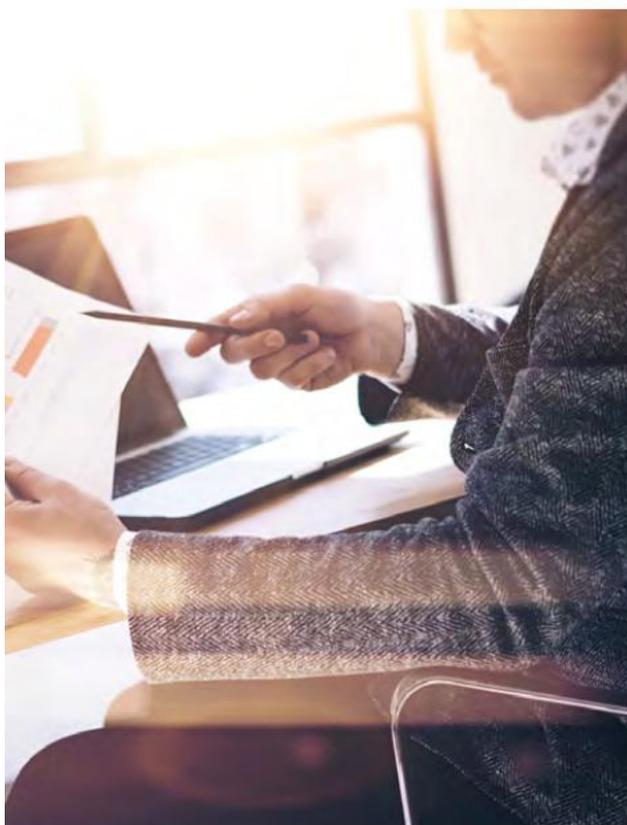
«Potremmo estendere e ridisegnare il concetto di mercato potenziale del private per ricomprendere anche la ricchezza immobiliare, reale e da patrimonio aziendale»

INVESTIMENTI DIVERSIFICATI

A mano a mano che il portafoglio dei clienti diventa più significativo, l'allocazione degli investimenti tende a evolvere e divenire più sofisticata, con un peso crescente della parte azionaria "equity".

Nel mondo la porzione di ricchezza investita in azioni è aumentata dal 39% nel 2011 al 43% nel 2016. Più bilanciato l'asset mix in Italia, dove la quota di azioni passa dal 27% al 33%. L'allocazione di portafoglio dei clienti italiani risulta così oggi equamente ripartita tra azioni (33%), bond (32%) e depositi (35%).

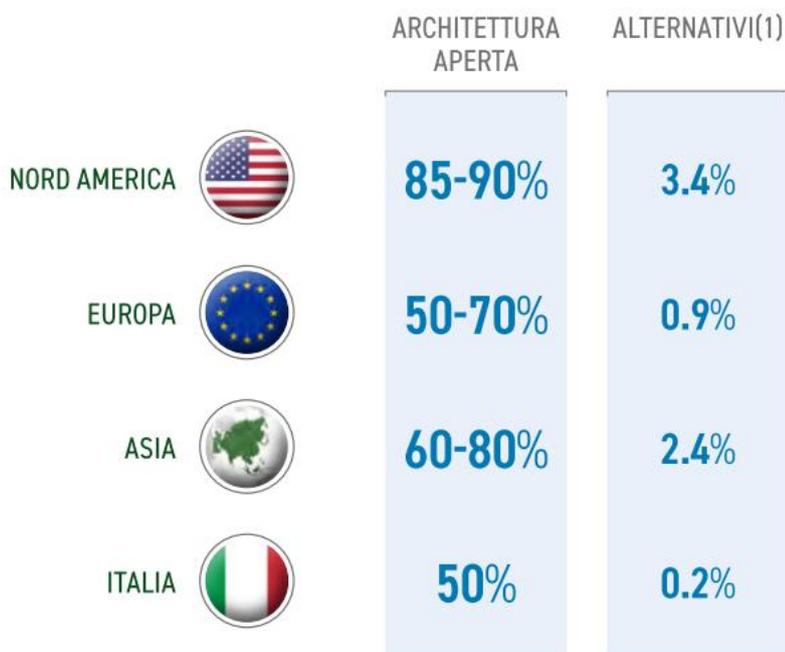
Anche per il nostro Paese è comunque



prevista, nei prossimi cinque anni, una crescita del peso delle azioni nell'asset allocation, andando ad allinearsi a quello degli altri principali Paesi europei.

Ciò in cui l'Italia resta indietro è nello sviluppo dei prodotti alternativi e dei cosiddetti "private assets" (ad es. private debt, private equity, fondi real estate) che rappresenta un'altra importante opportunità del mercato per ottimizzare l'allocazione di portafoglio dei clienti, specialmente a valle di una corretta pianificazione dell'orizzonte d'investimento. L'Italia, infatti, parte da una quota di 0,2% in investimenti alternativi rispetto al 3-4% in altri mercati sviluppati e a più del 20% negli Usa. Su questo fronte però, evidenzia **Innocenzo Cipolletta**, presidente di Aifi, «qualcosa sta cambiando e alcuni private banker stanno iniziando a deidcare una parte limitata delle proprie masse in gestione in questo tipo di investimenti, soprattutto attraverso fondi di fondi». Il volano, qui, è che considerando l'andamento delle asset class più tradizionali e, nello scenario di tassi attuale, gli investimenti alternativi sono una leva di fidelizzazione importante per il cliente e inoltre «danno un importante beneficio al sistema paese promuovendo nella pratica il ponte tra risparmio del Paese ed economia reale», aggiunge Casale.

ARCHITETTURA APERTA E PRODOTTI ALTERNATIVI IN ITALIA E NEL MONDO



Fonte: AIPB; analisi BCG. • (1) Includono private equity, private debt e fondi real estate

ha promosso un servizio base per tutti. «I vantaggi di un modello di consulenza evoluta sono molteplici: passare da una logica di prodotto a una di servizio, favorire l'evoluzione del portafoglio dei clienti, incentivare le opportunità di cross-selling e infine promuovere una sempre maggiore visione olistica del patrimonio e della pianificazione finanziaria del cliente», spiega.

INNOVAZIONE E DIGITALE

L'imperativo è dunque innovare, sia se si tratti di segmentazione della clientela, «finora basata solo sulla ricchezza ma oggi più trasversale», spiega il partner di Bcg, sia nei servizi, ad esempio attraverso l'adozione di un modello di consulenza evoluta. A oggi in Italia solo il 12% delle masse è gestito con un modello di consulenza evoluta rispetto al 19% a livello globale mentre circa il 50% è ancora gestito dai cosiddetti mandati di "consulenza di base", diffusi in passato quando l'industria bancaria

Infine, la digitalizzazione, un aspetto che sottolinea il partner «non riguarda solo il segmento retail ma anche la gestione private in particolare per quanto riguarda l'offerta di servizi e la gestione. Anzi ogni elemento della catena del valore ne potrà beneficiare, dall'automazione delle attività di back office fino al front-office e all'esperienza del cliente». In pratica, si parla non di robo-advisor ma "robot per advisor". Un'altra sfida che il settore si dovrà preparare ad affrontare per restare competitivo. 🤖