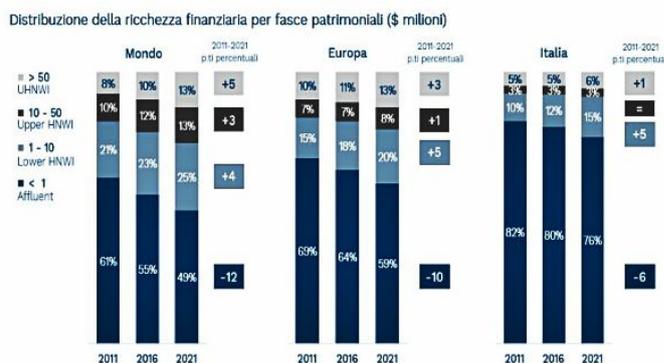


AIPB: si parla di Noi

[Link alla pagina web](#)

Private Banking: un settore in crescita costante e di buone prospettive

Mettere a confronto, a livello globale, le caratteristiche dei diversi target di clientela del Private Banking, i differenti modelli di servizio e le gamme d'offerta, la figura professionale del private banker e l'impatto delle nuove tecnologie per offrire, non solo una rinnovata fotografia di un settore, quello del Private Banking italiano, ma rispondere soprattutto alla aspirazione dello stesso di guardare oltre i confini nazionali per proseguire nel proprio percorso di sviluppo e di maturazione con maggiore consapevolezza del proprio ruolo di catalizzatore di un risparmio consapevole e dinamico, sempre più al servizio della crescita economica del Paese. Questo l'obiettivo della ricerca "Il Private Banking nel Mondo", prima edizione dell'osservatorio internazionale sul Private Banking realizzato da **AIPB** e The Boston Consulting Group e presentata in occasione del XIII Forum del Private Banking. "L'industria italiana del Private Banking - ha commentato Fabio Innocenzi, Presidente di **AIPB** - ha raggiunto un buon grado di maturità dimostrato da una crescita costante e da un'elevata penetrazione del servizio tra le famiglie italiane più abbienti. Il settore gestisce oggi quasi 800 miliardi di euro. Ha raggiunto quindi un peso rilevante e di qualità nell'ambito della più generale industria del risparmio. Inoltre, attraverso un servizio di consulenza evoluta, riesce a contemplare l'esigenza di offrire rendimenti soddisfacenti alla propria clientela, con quella di promuovere un investimento sempre più dinamico a sostegno dello sviluppo economico del Paese. Arrivati a questo stadio di evoluzione - conclude Innocenzi - è sembrato quanto mai opportuno indirizzare lo sguardo ad altri mercati, in particolare a quelli più evoluti o in forte crescita. Il mercato Private Banking italiano è risultato competitivo sotto molti aspetti, con una marginalità elevata ed un'alta penetrazione del mercato, ma guardare alle esperienze nel mondo ha aiutato a disegnare le evoluzioni future cogliendo il meglio delle best practice internazionali". Secondo Gennaro Casale, Senior Partner and Managing Director di The Boston Consulting Group, "il Private Banking è senza dubbio uno dei settori più attrattivi nel panorama bancario, non solo italiano, in grado di generare costantemente valore sia per gli azionisti che per i clienti. In Italia la redditività del settore si mantiene alta e stabile nel tempo, al disopra della media europea. Il



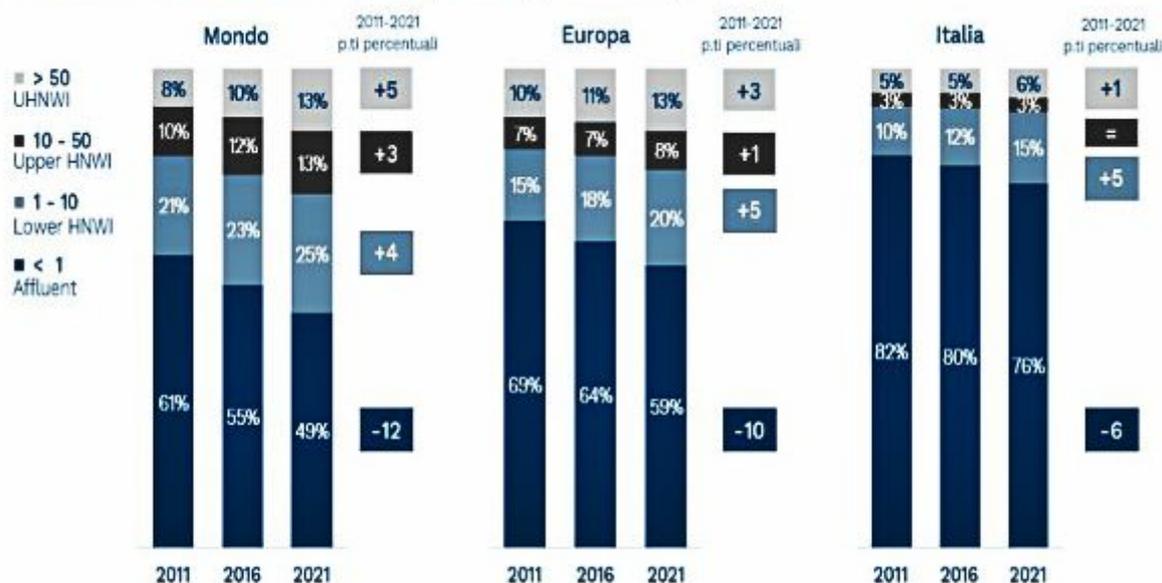
confronto con mercati più maturi e dinamiche economiche e sociali differenti fornisce interessanti spunti di riflessione sulla potenziale evoluzione dell'industria nel nostro Paese: prima di tutto sulla consulenza evoluta come motore di innovazione per l'offerta (logica di servizio e non di prodotto, investimenti alternativi, ulteriore apertura dell'architettura). In secondo luogo sull'opportunità offerta dagli investimenti in digitale per il miglioramento dell'esperienza cliente e la fidelizzazione dei private banker; infine su come importanti bacini di crescita siano rappresentati dalla trasformazione della ricchezza detenuta in patrimonio immobiliare e patrimonio aziendale dei clienti. I principali risultati dello studio "Il Private Banking nel Mondo" Dal Report emerge innanzitutto che la ricchezza finanziaria globale privata è pari a 167.000 miliardi di dollari ed è concentrata in 3 regioni principali, di simili dimensioni: Nord America, Europa Occidentale e Asia-Pacifico. L'Asia-Pacifico è la regione in maggior sviluppo e si prevede che, entro il 2021, la ricchezza privata di questa zona arriverà a superare quella del Nord America. Il tasso di crescita atteso in Europa Occidentale è minore e pertanto l'area avrà dimensioni inferiori rispetto alle altre, pur continuando a rappresentare circa il 30% della ricchezza finanziaria privata. L'Italia è il quarto mercato più ampio dell'Europa Occidentale, con 4.500 miliardi di dollari in attività finanziarie nel 2016. Lo Studio evidenzia in particolare che l'Italia 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%. In via generale, alla base della forte attrattività futura del settore si possono indicare due trend strutturali. Il primo, figlio di una tendenza globale alla quale l'Italia non fa eccezione, è la concentrazione della ricchezza nei segmenti di clientela più alti: i clienti target del private banking detengono una quota in aumento della ricchezza finanziaria totale. Infatti, 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. Sebbene tale fenomeno sia presente anche in Italia, è bene evidenziare come l'intensità sia significativamente inferiore rispetto ad altri Paesi. In altre parole, la ricchezza si concentra anche nel nostro Paese nelle fasce più alte ma in maniera più lenta e graduale. Tale fenomeno costituisce un secondo trend strutturale che viene registrato sia a livello globale che italiano. Nel mondo, infatti, 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. A livello globale, il servizio Private ha intercettato il 41% della ricchezza potenziale (ricchezza finanziaria dei clienti con patrimonio superiore a 1 milione di dollari), che rappresenta circa un terzo della ricchezza finanziaria globale. L'Europa è tra le regioni con il livello di penetrazione del servizio più alto tra i mercati maturi, mentre la regione Asia-Pacifico presenta ampio spazio di espansione. L'Italia è il Paese europeo con il più alto tasso di penetrazione del servizio, che è pari all'86%. Guardando al dettaglio della segmentazione della

clientela per fasce patrimoniali, il Private Banking, a livello globale, si rivolge al 53% di clienti con un patrimonio finanziario inferiore a 1 milione di dollari che però rappresentano soltanto l'11% in termini di masse gestite. Al contrario, solo il 9% dei clienti ha un patrimonio disponibile superiore a 10 milioni di dollari che corrispondono al 54% delle masse amministrato dal servizio Private. Tra le principali aree geografiche osservate, l'Asia-Pacifico ha la più alta concentrazione di masse e clienti con patrimonio superiore a 10 milioni di dollari, seguita dal Nord America. L'Europa, invece, si caratterizza per un mercato che si rivolge prevalentemente ai clienti con patrimonio finanziario inferiore a 10 milioni di dollari, HNWI (High net worth individual) e Affluent. In Italia, allo stesso modo, si osserva una minore focalizzazione del servizio sulla fascia più alta di clientela (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 dal Private Banking. Anche dal punto di vista della tipologia di servizio offerto si rileva una certa disomogeneità tra le regioni, che caratterizza il modello di business prevalente. Se il Nord America e l'Europa sono infatti connotate da una larga diffusione del servizio di consulenza a pagamento e delle gestioni patrimoniali, la regione Asiatica è caratterizzata da una prevalenza del servizio di distribuzione. In Italia, invece, è largamente diffuso il servizio di consulenza base, a cui è riconducibile il 50% delle masse in gestione presso le strutture Private. Tuttavia, gli operatori Private in Italia hanno predisposto, in fase di adeguamento a MiFID II, uno o più modelli di consulenza evoluta a pagamento in grado di promuovere lo sviluppo del modello di offerta e servizio al cliente. In Italia, a oggi, solo il 12% delle masse è gestito con un modello di consulenza evoluta. Tale dato a livello globale è pari al 19% ed è atteso che possa aumentare fino al 27%, con la crescita di consapevolezza dei clienti sul reale valore aggiunto del servizio. I vantaggi di un modello di consulenza evoluta sono molteplici: passare da una logica di prodotto a una logica di servizio, favorire l'evoluzione del portafoglio dei clienti e infine promuovere una sempre maggiore visione olistica del patrimonio e della pianificazione finanziaria del cliente. Se a questo si aggiunge la graduale evoluzione verso forme di architettura aperta, o meglio di "architettura guidata", i clienti avranno accesso a un universo di strategie di investimento e geografie sempre più ampio, beneficiando di una maggiore competizione fra le fabbriche prodotto. Per esempio, lo sviluppo dei prodotti alternativi, e dei cosiddetti private asset (Private Debt, Private Equity, fondi Real Estate, ecc.), rappresenta un'altra importante opportunità offerta dal mercato per ottimizzare l'allocazione di portafoglio dei clienti. L'Italia, infatti, parte da una quota di 0,2% in investimenti alternativi rispetto al 3-4% in altri mercati sviluppati. In questi mercati alcuni dei player più avanzati investono più del 20% delle masse in queste asset class, soprattutto negli USA. Questi prodotti recano un importante beneficio al sistema Paese, promuovendo nella pratica il ponte tra risparmio del Paese ed economia reale. Circa un terzo delle masse servite dal Private Banking italiano, per esempio, sono detenute da imprenditori: questi clienti possono rappresentare allo stesso tempo "l'offerta di fondi" come risparmiatori, ma anche "la domanda di fondi" come azionisti di piccole grandi realtà di successo. In conclusione, lo Studio

indica alcune opportunità che il Private Banking made in Italy potrà cogliere. Da un lato, il patrimonio del cliente Private italiano non è solo finanziario ma è composto da una quota consistente di ricchezza immobiliare e da un patrimonio aziendale ancora da intercettare attraverso un servizio di wealth advisory dedicato. Dall'altro, una maggiore qualificazione del servizio di consulenza potrà favorire l'inserimento in portafoglio di prodotti funzionali alla diversificazione degli investimenti e consentire al cliente di cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato. I vantaggi di un modello di consulenza evoluta sono molteplici: passare da una logica di prodotto a una logica di servizio, favorire l'evoluzione del portafoglio dei clienti e infine promuovere una sempre maggiore visione olistica del patrimonio e della pianificazione finanziaria del cliente. Se a questo si aggiunge la graduale evoluzione verso forme di architettura aperta, o meglio di "architettura guidata", i clienti avranno accesso a un universo di strategie di investimento e geografie sempre più ampio, beneficiando di una maggiore competizione fra le fabbriche prodotte. Per esempio, lo sviluppo dei prodotti alternativi, e dei cosiddetti private asset (Private Debt, Private Equity, fondi Real Estate, ecc.), rappresenta un'altra importante opportunità offerta dal mercato per ottimizzare l'allocazione di portafoglio dei clienti. L'Italia, infatti, parte da una quota di 0,2% in investimenti alternativi rispetto al 3-4% in altri mercati sviluppati. In questi mercati alcuni dei player più avanzati investono più del 20% delle masse in queste asset class, soprattutto negli USA. Questi prodotti recano un importante beneficio al sistema Paese, promuovendo nella pratica il ponte tra risparmio del Paese ed economia reale. Circa un terzo delle masse servite dal Private Banking italiano, per esempio, sono detenute da imprenditori: questi clienti possono rappresentare allo stesso tempo "l'offerta di fondi" come risparmiatori, ma anche "la domanda di fondi" come azionisti di piccole grandi realtà di successo. In conclusione, lo Studio indica alcune opportunità che il Private Banking made in Italy potrà cogliere. Da un lato, il patrimonio del cliente Private italiano non è solo finanziario ma è composto da una quota consistente di ricchezza immobiliare e da un patrimonio aziendale ancora da intercettare attraverso un servizio di wealth advisory dedicato. Dall'altro, una maggiore qualificazione del servizio di consulenza potrà favorire l'inserimento in portafoglio di prodotti funzionali alla diversificazione degli investimenti e consentire al cliente di cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato. I vantaggi di un modello di consulenza evoluta sono molteplici: passare da una logica di prodotto a una logica di servizio, favorire l'evoluzione del portafoglio dei clienti e infine promuovere una sempre maggiore visione olistica del patrimonio e della pianificazione finanziaria del cliente. Se a questo si aggiunge la graduale evoluzione verso forme di architettura aperta, o meglio di "architettura guidata", i clienti avranno accesso a un universo di strategie di investimento e geografie sempre più ampio, beneficiando di una maggiore competizione fra le fabbriche prodotte. Per esempio, lo sviluppo dei prodotti alternativi, e dei cosiddetti private asset (Private Debt, Private Equity, fondi Real Estate, ecc.), rappresenta un'altra importante opportunità offerta dal mercato per ottimizzare l'allocazione di portafoglio dei clienti. L'Italia, infatti, parte da una quota di 0,2% in investimenti alternativi rispetto al 3-4% in altri mercati sviluppati. In questi mercati alcuni dei

player più avanzati investono più del 20% delle masse in queste asset class, soprattutto negli USA. Questi prodotti recano un importante beneficio al sistema Paese, promuovendo nella pratica il ponte tra risparmio del Paese ed economia reale. Circa un terzo delle masse servite dal Private Banking italiano, per esempio, sono detenute da imprenditori: questi clienti possono rappresentare allo stesso tempo "l'offerta di fondi" come risparmiatori, ma anche "la domanda di fondi" come azionisti di piccole grandi realtà di successo. In conclusione, lo Studio indica alcune opportunità che il Private Banking made in Italy potrà cogliere. Da un lato, il patrimonio del cliente Private italiano non è solo finanziario ma è composto da una quota consistente di ricchezza immobiliare e da un patrimonio aziendale ancora da intercettare attraverso un servizio di wealth advisory dedicato. Dall'altro, una maggiore qualificazione del servizio di consulenza potrà favorire l'inserimento in portafoglio di prodotti funzionali alla diversificazione degli investimenti e consentire al cliente di cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato. Finanza e investimenti Condividi su LinkedIn numero di 06/12/2017 Torna al SOMMARIO Abbonati gratis con email Invia Richiesta una conferma via mail. SEGUICI

Distribuzione della ricchezza finanziaria per fasce patrimoniali (\$ milioni)



Penetrazione del servizio Private per area geografica

