

## I NUMERI DEL MERCATO

### IN ITALIA

**Oltre 10mila miliardi di euro**

La ricchezza a fine 2016 così suddivisa:

**3,1** in attività finanziarie

**5,6** in attività reali e immobiliari

**1,7** in patrimoni aziendali



**14.000 circa**  
I private banker attivi in Italia

### LE MASSE GESTITE DAL PRIVATE BANKING

Valori in miliardi di euro



\*dati al 30 settembre 2017

### NEL MONDO

**167.000 miliardi di dollari**

La ricchezza finanziaria privata (2016)

**192.000 miliardi di dollari**

La ricchezza finanziaria privata attesa nel 2021

Fonte: Aipb

L'EGO

Sofia Fraschini

■ Robo-advisor, blockchain, big data. Ma è il sorpasso dei canali digitali su quelli tradizionali il primo segno che nel mondo bancario la tecnologia fintech sta rivoluzionando il settore, soprattutto quello del private banking. Un ambito che si distingue per essere caratterizzato da servizi finanziari e di consulenza per patrimoni solitamente superiori ai 500.000 euro. E che oggi non passa più solo dalla figura del private banker dedicato.

Secondo l'indagine sulla clientela private in Italia, condotta da GfK per Aipb (associazione italiana private banker), nel 73% dei casi l'internet banking è un'esperienza più frequente di una chiacchierata con un professionista (48%) e l'esperienza con l'app della banca ha acquistato lo stesso valore di una sponsorizzazione (36%). Segno che l'importanza attribuita ai touchpoint digitali è sempre maggiore: non è un caso che la media di utilizzo dei canali digitali abbia raggiunto il 51%, contro il 46% dei canali classici. «Gli operatori private, insomma, avrebbero molto da imparare dal digital retail, conquistando la fiducia dei clienti, con linguaggi e strumenti tecnologicamente all'avanguardia e più user friendly», sottolinea la stessa Aipb.

Anche perché la posta in gioco è notevole: l'industria del private banking, con quasi 800 miliardi di euro gestiti, rappre-

# Il digitale va al sorpasso anche nelle banche che servono i Paperoni

*Nella clientela più abbiente cresce il ricorso alla tecnologia per avere tutto sotto controllo*

senta più di un terzo del Pil italiano. E «l'integrazione fra le nuove tecnologie e i canali tradizionali, stima Boston Consulting, può garantire il 30% in più di profitti nel prossimo triennio».

«Se si guarda in maniera prospettica», ha sottolineato il presidente di Aipb Fabio Innocenzi, «è evidente che le gestioni

### PREVISIONI

**Negli Stati Uniti le masse del robo advisor a quota 255 miliardi entro 5 anni**

più tradizionali, complici tassi di interesse prossimi allo zero e corsi azionari giunti ai loro massimi storici, sono destinate a lasciare sempre più spazio a quelle più innovative e complesse, più flessibili e più attive nei confronti dei mercati non direzionali e multiasset». Ed è proprio in quest'ottica che han-

no trovato spazio, suscitando accesi dibattiti, figure come quella del robo advisor: sistemi di consulenza finanziaria e asset management, 100% online e a basso costo, rivolti al mercato di massa. Il fenomeno è in grande espansione negli Usa, dove una ricerca di Myprivatebanking.com stima che nei prossimi cinque anni rag-

giungeranno 255 miliardi di dollari di asset under management. Una tecnologia che sembra attrarre i più ricchi che spesso investono in strumenti finanziari sofisticati (hedge fund o fondi di private equity), che vogliono trasparenza e risultati anche in termini di prezzo.

«Così, per stare al passo con i



**STRATEGIE** Fabio Brambilla, presidente di Assofintech

### ASSOFINTECH

**Brambilla: «L'intelligenza artificiale è utile, ma l'uomo resterà centrale»**

tempi - commenta Fabio Brambilla, presidente di Assofintech - gli operatori di private banking in Italia si stanno concentrando sulla clientela più giovane, i nativi digitali che sono il gruppo d'acquisto più interessante». Ma la strada in Italia è ancora lunga. Per fidelizzarli nel tempo e aiutarli a fami-

liarizzare con gli investimenti l'ultima novità arriva dall'industria dei videogame. Questa tendenza, che prende il nome di «gamification», si basa sull'utilizzo dei principi e delle applicazioni tipici dei videogiochi nella finanza. È gamification, per esempio, accostare il concetto di investimento a una serie di obiettivi o livelli da raggiungere, oppure visualizzare graficamente sui supporti informatici le conseguenze di una certa scelta.

Ma la tecnologia non è tutto. In un report, Boston Consulting prova a indicare la retta via, sottolineando la necessità di orientarsi verso una fusione delle innovazioni tecnologiche con le relazioni umane. Esplorare cioè le possibilità offerte dai big data, dall'intelligenza artificiale, dal machine learning o dalla blockchain con l'obiettivo di creare dei servizi innovativi, più utili e sostenibili di una semplice guerra al ribasso sui costi dei servizi. Per consolidare il rapporto con la clientela e magari ampliarla è necessario, spiegano gli esperti di Boston Consulting, mettere in piedi dei modelli multicanale. «Insomma - spiega Brambilla - è necessario un sistema ibrido fatto di figure professionali in carne e ossa e di tecnologia. In particolare l'intelligenza artificiale può liberare tempo e personale per tutte quelle procedure di routine che può fare anche una macchina in modo tale che i personal banker possano dedicarsi ad altri aspetti del rapporto con il cliente».