

Argomento: AIPB: Si parla di Noi

**Trend.** L'avvento del fintech nella gestione dei grandi patrimoni conferma il ruolo prioritario dell'uomo che può avvalersi di piattaforme sempre più smart

## Porte aperte al digital wealth per supportare banker e clienti

Lucilla Incorvati e Daniela Russo

**D**igitale sì, ma non per la consulenza. Su questo fronte, infatti, sono diverse le fonti che testimoniano un passo indietro da parte degli attori del mercato. Mentre la rivoluzione 4.0 trasforma processi e prodotti nei più diversi ambiti, la digitalizzazione rafforza la centralità dell'uomo-consulente nel rapporto con una clientela pronta ad affidarsi ai professionisti. Lo evidenzia già alcuni mesi fa l'Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano che rilevava la tendenza nel censire, a livello mondiale, 147 piattaforme di robo advisor, sia di startup sia degli operatori di asset e wealth management.

Nell'ultimo anno emerge la forza delle competenze umane e del rapporto fiduciario tra investitore e consulente. L'automazione, da protagonista, finisce con il recitare un ruolo secondario, quello che semplifica e migliora le operazioni di back office.

Le ragioni sono da ricercare, secondo gli esperti dell'Osservatorio, nei limiti dimostrati dai robo advisor nei periodi di maggior turbolenza dei mercati, con le difficoltà riscontrate nel riconoscere determinate situazioni. Diventa così indispensabile l'abilità umana di identificare i movimenti in atto nel mondo degli investimenti, raccogliere informazioni diverse e dare una visione di mercato.

**Robo advisor e robo for advisor**

A conferma di questa tendenza arrivano più di recente anche i risultati dello studio CeTIF - Centro di Ricerca su Tecnologie, Innovazione e Servizi Finanziari dell'Università Cattolica che evidenziano il fallimento del robo advisor puro a favore di un più flessibile modello di "robo for advisor". In questo caso, infatti, gli strumenti digitali sono a supporto dello specialista e non possono essere considerati sostituti. Il private banker resta il consulente di riferimento di cui si avvale il cliente per coordinare un network di competenze necessarie alla gestione, come evidenzia anche l'ultima indagine dell'Associazione Italiana Private Banking (Aipb). La clientela più sofisticata per fronteggiare le necessità derivanti dalla gestione di grandi patrimoni si rivolge a differenti professionisti con specifiche competenze, ma il private banker resta il primo punto di riferimento (nel 74% dei casi per nuovi investimenti, nel 70% per la mappatura e l'analisi del proprio patrimonio, nel 64% per avere supporto in termini di gestione fiduciaria della propria ricchezza). La relazione umana resta prioritaria per le operazioni complesse (l'86% degli investitori si rivolge al private banker per sottoscrivere investimenti, l'85% per una consulenza in merito) ma l'home banking e le app sono rilevanti per le operazioni ordinarie e il monitoraggio. Nel 2018 anche l'Aipb registrava un calo nella propensione dei clienti private ad affi-

**Molti robo advisor hanno lavorato solo sul fattore costo con l'utilizzo di Etf o fondi passivi, non sempre rispondenti alle necessità dell'investitore**



darsi alla gestione automatizzata del patrimonio a fronte di eccessivi costi di consulenza (negli under 55 passa dal 34,5 del 2017 al 22,3% e nella fascia 55-64 anni dal 22,7 al 20,7 per cento). I più giovani, però, mostrano una buona propensione al ricorso a piattaforme digitali e un maggiore ottimismo sul loro futuro (56,8%) e sulla loro affidabilità (37,1%). Resta però bassa la percentuale di coloro che rinuncia alla relazione con il private banker a favore della sola piattaforma digitale.

**Il digital wealth management**

Le piattaforme, in ogni modo, sono destinate a evolversi negli anni, facendo tesoro delle esperienze maturate fino a oggi. Per Silvia Agnelli, ex-

cutive partner Ibm, il prossimo passo sarà l'integrazione, nell'arco di tre anni circa, di strumenti cognitivi, frutto dei progressi dell'intelligenza artificiale. «In Italia - commenta Agnelli - le piattaforme non sono ancora complete. C'è una resistenza sociologica nei confronti del robo advisor che non deve essere inteso come sostitutivo del consulente ma come un elemento a suo supporto (robo4advisor) che può, attraverso l'analisi di dati complessi, contribuire a ottimizzare il lavoro e a favorirne le scelte. Uno strumento che lo agevola nell'elaborazione della proposta al cliente finale». Se il mercato accoglie con favore soluzioni di digital office, infatti, non sembra fare lo stesso con una consulenza

del tutto automatizzata. «Le esperienze fatte fino a oggi, però, - aggiunge Agnelli - erano legate a driver precisi, come il contenimento del costo del servizio, attraverso l'utilizzo di Etf o fondi passivi, non sempre rispondenti alle necessità dell'investitore. La consulenza è invece un servizio di alta sartoria, modellato su misura per il singolo cliente». A oggi, però, il digitale ha contribuito in modo importante a semplificare e migliorare la relazione tra banche, consulenti e clienti finali, grazie alla capacità di realizzare una migliore esperienza per l'utente e, allo stesso tempo, di ottimizzare tempi e lavoro dei private banker, i primi utenti della piattaforma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

