

Argomento: AIPB: Si parla di Noi[Link alla pagina web](#)**Il PB guardi oltrefrontiera**

Se l'orizzonte di chi fa impresa e si rivolge come cliente al private banking ormai non può che essere internazionale, anche l'offerta del settore è chiamata a interrogarsi sulla necessità di internazionalizzazione? Punta a rispondere a questa domanda l'indagine annuale dell'Associazione Italiana Private



Banking presentata nel corso del XV Aipb Forum del Private Banking 2019. Massimi storici "Il private banking è un'industria che, forte di una lunga tradizione, ha saputo costruire un solido posizionamento sul mercato domestico con standard qualitativi molto elevati", racconta Paolo Langè (nella foto), presidente di Aipb. Una chiara attestazione di fiducia proviene dal valore raggiunto dal patrimonio in gestione, pari a 840 miliardi di euro, il più alto di sempre e dall'ampia penetrazione raggiunta sulla clientela di riferimento. Inoltre", ricorda, "i patrimoni gestiti, per entità e caratteristiche, si prestano particolarmente a investimenti di lungo periodo, anche con finalità di sviluppo del paese". Il livello competitivo dell'industria deve tuttavia essere mantenuto in uno scenario ormai divenuto internazionale ed è questa la ragione che ha spinto l'associazione a coinvolgere Deloitte in un'analisi diversa rispetto alle passate edizioni. Per la prima volta lo studio del posizionamento internazionale dell'industria italiana del private banking tiene conto dell'analisi dell'impatto del sistema paese. "Le risultanze della ricerca ci mostrano da un lato un settore con un buon grado di attrattività, dall'altro sottolineano l'urgenza di fare sistema in modo più stretto rispetto al passato. Ciò affinché il Private Banking italiano possa rimanere competitivo con le principali piazze finanziarie internazionali", aggiunge Langè. Sguardo oltrefrontiera L'analisi che Luigi Capitanio, director del Monitor Deloitte ricava dallo studio, apre nuove prospettive. "Il settore del private banking italiano ha l'opportunità di sfruttare la forte esperienza sviluppata a livello nazionale ed esportare i suoi servizi al di fuori dei

nostri confini, in modo da sostenere la crescita del settore attraverso l'aumento del numero di clienti Private, l'awareness del brand a livello internazionale, una offerta più ampia e un aumento delle competenze". Ovviamente il successo non è scontato. Capitanio ricorda l'importanza di "valutare attentamente il mercato potenziale e di rivolgersi innanzitutto ai segmenti su cui la banca può sfruttare un vantaggio competitivo. "Ne deriva che le banche private italiane devono rivolgersi a clienti privati internazionali con un forte legame con l'Italia", sottolinea. La ricetta è essenziale non intraprendere iniziative di internalizzazione spot, ma piuttosto "definire una strategia di espansione strutturata che tenga conto dei nuovi modelli di servizio da offrire, della tipologia di presidio fisico del territorio e di un adeguato piano di comunicazione coerente con le linee guida strategiche dettate a livello di gruppo", si legge nella ricerca. Con l'invito a diffondere una cultura internazionale e una mentalità aperta al cambiamento. "La corretta cultura aziendale può fornire alle organizzazioni un vantaggio competitivo. È quindi fondamentale che le Banche Private italiane sviluppino una cultura volta a favorire l'adozione e la diffusione di nuovi prodotti/servizi nei vari paesi". Potenziale di crescita Regno Unito, Stati Uniti e Svizzera sono per gli autori dello studio i paesi più interessanti per servire i tre gruppi di potenziali clienti: italiani con interessi all'estero, italiani che risiedono in paesi esteri, stranieri con interessi in Italia. L'analisi comparativa con l'offerta negli altri paesi consente di giungere anche a un'altra conclusione. "Prendendo spunto dai più interessanti hub globali di private banking, l'industria dovrebbe essere fortemente impegnata a sostenere e influenzare la crescita del Paese e lo sviluppo delle politiche di miglioramento del sistema", scrivono gli autori dello studio. "Per soddisfare le esigenze degli investitori italiani e internazionali, è necessario potenziare il nuovo ruolo del Private Banking che lo vede sempre più coinvolto con le istituzioni per costruire un sistema economico attraente". Insomma un invito a fare squadra che non risulta del tutto nuovo per il nostro paese, ma non per questo non è di grande attualità.