

Argomento: AIPB: Si parla di Noi

Il cambiamento

Banche, al centro la gestione dei patrimoni e il digitale aiuta a personalizzare l'offerta

MARIANO MANGIA

Cresciute le commissioni da servizi di gestione. In 10 anni, sportelli ridotti da 33.600 a 23.480, saliti da 27 a 31 mila i consulenti. E la tecnologia raggiunge nuove fasce di clienti

Il wealth management è sempre più centrale nell'attività delle banche. Lo dicono i numeri, l'attività tradizionale contribuisce oggi per meno della metà al margine di intermediazione, mentre aumenta il peso delle commissioni derivanti da servizi di gestione, intermediazione e consulenza: in dieci anni il numero di sportelli bancari si è ridotto da circa 33.600 a 23.480, i consulenti finanziari sono passati da 27 mila a quasi 31 mila.

Lo dicono le scelte di molti istituti di credito, a cominciare dal gruppo Intesa Sanpaolo che ha puntato con forza sulle attività di asset management, private banking e assicurazione, con il suo particolare modello di business Wealth Management and Protection; nell'ultima semestrale commissioni e attività assicurativa rappresentavano il 52% dei proventi operativi netti. L'industria del wealth management serve segmenti di clientela diversi, si va dal "mass-affluent" fino ai super-ricchi, gli Ultra High Net Worth Individual; secondo le stime dell'Aipb, l'associazione italiana del private banking, la ricchezza finanziaria delle famiglie italiane investita in titoli, fondi, polizze assicurative e gestioni di portafoglio ammonta a 1.880 miliardi, un dato che non tiene conto dell'enorme li-



quidità mantenuta su conti correnti e depositi. Le strutture dedicate al private banking gestiscono la parte più rilevante di questa ricchezza, 790 miliardi; una percentuale di poco inferiore, il 41%, è affidata a banche e reti di consulenza "non private", Poste Italiane e agenti assicurativi gestiscono il rimanente 17%.

Lungo quale strada si evolverà il wealth management? "La digitalizzazione, a lungo uno strumento di stravolgimento del mercato, può essere una fonte di inclusione e rivitalizzazione, consentendo ai wealth manager di raggiungere un pubblico di massa in modo economico e scalabile", si legge nel Global Wealth 2021 di Boston Consulting

1 Quote sempre maggiori del business delle banche si sposta sulle principali piazza finanziarie del mondo

Group. Cinque gli elementi fondamentali di questo modello di wealth management digitale: un relationship manager "potenziato", che grazie alle tecnologie avanzate sarà in grado di offrire su larga scala esperienze su misura; contenuti di educazione finanziaria per il cliente meno tecnici e più accessibili; una progettazione più smart dell'esperienza del cliente, i leader del settore adottano un approccio "less is more", presentando le informazioni di base in modo chiaro e intuitivo, un analogo impegno per la trasparenza dovrebbe essere assunto sul fronte dei prezzi e, infine, un accesso democratizzato a investimenti come private equity, hedge fund e venture capital, sinora appannaggio di clienti istituzionali e individui molto facoltosi. L'estensione dell'accesso ai mercati privati è un'opportunità individuata anche da Morgan Stanley Research e dalla società di consulenza OliverWyman, unitamente alla prossima ondata di investimenti Esg e al nuovo interesse per le criptovalute. Bisogna andare oltre la costruzione di portafogli standardizzati, nella direzione di una maggiore personalizzazione che utilizza la tecnologia per poter proporre a fasce di ricchezza più basse una gamma più ampia di prodotti. Un accesso ampliato ai mercati privati, ad esempio, può essere realizzato utilizzando piattaforme di distribuzione e nuove soluzioni di investimento "semi-liquide" o "packaged", tra i fattori abilitanti che potrebbero consentire una maggiore personalizzazione dei portafogli vengono citati il ricorso alle fractional share, la negoziazione di frazioni di azioni, già offerta negli Usa da RobinHood, Schwab e Fidelity, e l'evoluzione del direct indexing, l'indicizzazione con acquisto diretto dei singoli titoli.

Numeri

LA RACCOLTA INDIRETTA DELLE BANCHE FAMIGLIE CONSUMATRICI

