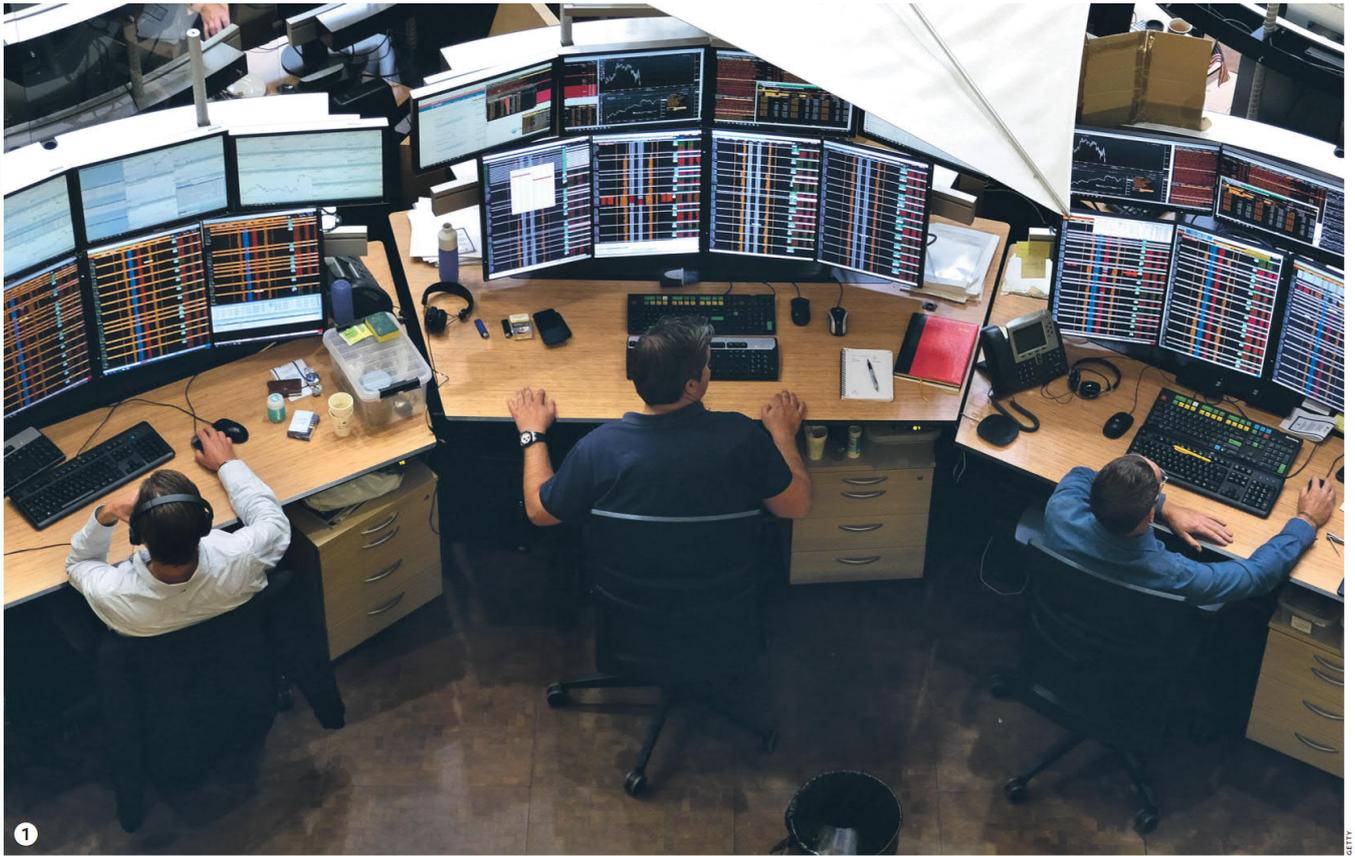


## Argomento: AIPB: Si parla di Noi



LO SCENARIO

# Private banking, sfida alla gestione del futuro

Gli operatori e i driver di crescita: “Entro cinque anni 180 miliardi passeranno di mano dall’attuale generazione di risparmiatori a quella successiva”

Sibilla Di Palma

**I**l passaggio di ingenti quote di ricchezza da una generazione all'altra, che richiede in capo ai consulenti la capacità di parlare a persone con approcci molto diversi quanto a linguaggio e strumenti di uso quotidiano; la necessità di continuare a investire sull'innovazione tecnologica pur in una fase congiunturale di bassa crescita, considerato che il digitale rappresenta ormai uno dei driver fondamentali per attrarre anche clienti più facoltosi. Sono alcune delle sfide che attendono il settore del private banking nei prossimi mesi, all'interno di uno scenario complesso sia a livello macro, sia per la crescente concorrenza dal lato dell'offerta che mette sotto pressione i

margin. Il settore vive un momento positivo: come rileva un'analisi condotta dall'ufficio studi dell'Associazione Italiana Private Banking (Aipb), le masse amministrare alla fine del primo semestre 2023 (1.057 miliardi di euro, cioè più 2,5% rispetto al primo trimestre 2023 e più 6,3% se il confronto viene fatto con la fine del 2022) avevano già raggiunto i risultati attesi per fine anno. Un contributo importante è arrivato dalla performance dei mercati finanziari, cresciuti nonostante la debolezza della congiuntura, ma va anche segnalata la raccolta netta positiva per 26 miliardi (13 miliardi in entrambi i periodi), a dimostrazione della capacità degli operatori di apportare nuove risorse tra ricchezza

① La consulenza a pagamento nel comparto Private è salita nell'ultimo anno dal 13 al 17 per cento

creata ex-novo e quote di mercato sottratte agli operatori tradizionali.

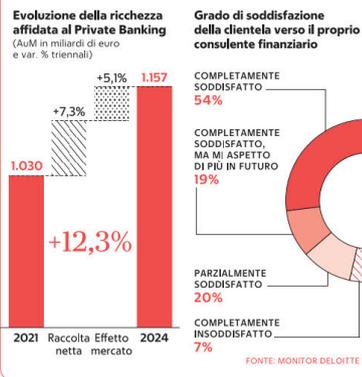
Il report rileva, inoltre, la crescita della componente amministrata all'interno dei portafogli private, che è stata accompagnata da un incremento della consulenza a pagamento, salita nell'ultimo anno dal 13% al 17% del totale, a evidenziare la capacità del settore di accelerare su un segmento che presenta una marginalità superiore alla media. «Stimiamo che entro cinque anni il private banking assisterà al passaggio di 180 miliardi di euro dall'attuale generazione di clienti verso la successiva, una quota considerevole di ricchezza finanziaria, che salirà a 300 miliardi entro il 2033», spiega Andrea Ragaini, presidente di Aipb,

per il quale alla luce di ciò, per rinnovare il patto di fiducia con le future generazioni di clientela, è necessario approfondirne fin da subito priorità e sistema di valori, oltre che le aspettative sul servizio. Un'evoluzione che richiede un approccio sempre più declinato in una nuova chiave multigenerazionale. A questo si affianca la necessità di accelerare negli investimenti sull'innovazione tecnologica per poter restare al passo proprio con le nuove generazioni di nativi digitali, cioè di chi è stato a contatto con le nuove tecnologie fin dai primi anni di vita e può dunque vantare grande dimestichezza con questi strumenti. Una tendenza che va comunque affermandosi non solo tra i più giovani. L'ultimo Monitor



## PRIVATE BANKING E CONSULENZA EVOLUZIONE E GRADIMENTO

La ricerca di Monitor Deloitte prende in considerazione i cambiamenti nel mercato del Private Banking in Italia



Deloitte, che ha coinvolto un campione di oltre 400 persone con patrimonio finanziario non inferiore a 500 mila euro, evidenzia che durante la pandemia è cresciuto l'utilizzo dei canali digitali e i clienti private si aspettano che il modello relazionale ibrido venga rafforzato in futuro.

«Le ragioni del progressivo avvicinamento verso i canali digitali riguardano prevalentemente la possibilità di accedere in qualsiasi momento alle informazioni; il risparmio di tempo legato alla pianificazione di incontri con il consulente e/o le visite in filiale; l'accesso a un'ampia gamma di servizi, spesso incentivata dalla presenza di promozioni e vantaggi legati all'utilizzo del digitale», sottolinea Luigi Capitanio, senior partner, North & South Europe strategy consulting leader di Monitor Deloitte. Questa tendenza, «che attualmente coinvolge prevalentemente la clientela next generation (ovvero gli under 40, ndr), diventerà sempre più preponderante nel prossimo futuro, considerando il processo di migrazione della ricchezza in atto, che nel tempo tenderà ad accelerare». Va comunque detto, aggiunge Capitanio, che questa fetta di clientela incide per circa un quinto degli asset totali. Dunque, «la formula vincente per gli operatori del private banking resta il mantenimento di un modello relazionale ibrido, dove il tocco umano del consulente rappresenta il valore aggiunto per offrire un servizio che possa continuare a soddisfare le specifiche esigenze della clientela più agée, che rappresenta ancora il segmento più rilevante in termini di asset». Sul fronte dell'innovazione tecnologica, l'attenzione è in particolare puntata verso le possibili applicazioni dell'intelligenza artificiale, con l'obiettivo di rendere accessibili a una base di clientela sempre più ampia servizi di investimento evoluti.

Anche Ragaini evidenzia, inoltre, come la tecnologia sia ormai protagonista nella vita di tutte le generazioni di clienti private. Anche se emergono alcune differenze tra le diverse generazioni in merito alle attese sul servizio e sul contenuto della consulenza. «I clienti con un'età compresa tra 45 e 54 anni ricercano, infatti, una piacevole esperienza d'uso dei canali digitali e non rinunciano a conoscere gli impatti (ambientali, sociali e di governance) dei loro investimenti; mentre quelli nella fascia tra 55 e 64 anni non rinunciano agli incontri con il private banker per approfondire determinate informazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### LO STUDIO

#### IL SETTORE BANCARIO E I RUOLI STRATEGICI

Nei prossimi due-tre anni si assisterà a un periodo di forte cambiamento per molti ruoli e funzioni nel settore bancario. Lo rileva lo studio "Evoluzione dei ruoli nel banking" realizzato dalla divisione banking & insurance di Gi Group e da Odm Consulting secondo cui a crescere di importanza fino a diventare sempre più strategiche saranno le figure del private banker e del wealth manager. Questo perché il settore bancario punterà in maniera crescente all'attrazione e alla fidelizzazione dei clienti con portafogli e patrimoni più ampi cui offrire una gestione personalizzata e diversificata. In questo senso identificare come rendere attrattivo il mondo del banking per le nuove generazioni rappresenta una fra le principali sfide del settore, dal momento che l'età media del consulente d'alta fascia si aggira sui 50 anni.



### L'OPINIONE

Per rinnovare il patto di fiducia con le future generazioni di clientela, è necessario approfondirne fin da subito priorità e sistema di valori, oltre che le aspettative sul servizio

