



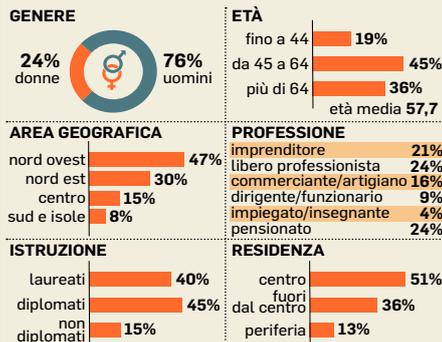
**IL BANCHIERE È UNO
 DISPOSTO A FARTI
 UN PRESTITO
 SE PUOI DIMOSTRARE
 CHE NON TI SERVE**
 Herbert V. Prochnow

PRIVATE BANKING

Giovedì 26 Aprile 2018
 www.ilmessaggero.it

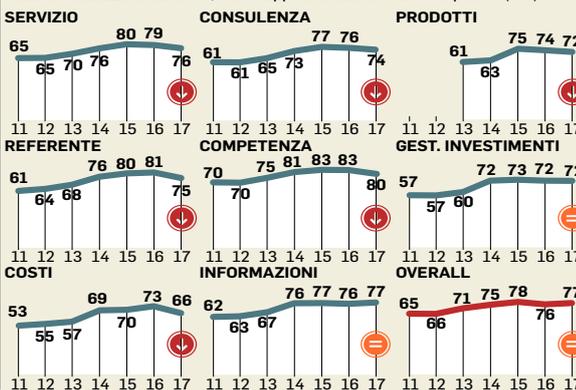
Il profilo socio-demografico del cliente Private

Famiglie con patrimonio finanziario superiore a 500.000 euro, equivalenti a oltre 1.150.000 individui investitori. Rilevazione: giugno e luglio 2017

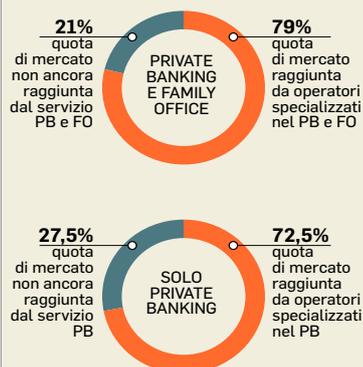


Grado di soddisfazione del servizio ricevuto dai gestori italiani

Scala di valutazione da 3 a 8, sono rappresentate le % di voto positivo (7-8)



Il mercato dei titolari di liquidità superiori a 500.000 euro: 1.100 miliardi il totale



Più di 250 miliardi in cerca di gestore

Tradizionalista, distaccato, distratto e ingaggiato: sono le categorie che descrivono l'approccio del cliente private ai suoi investimenti. O almeno sono le rappresentazioni utilizzate nella 12ª edizione dell'Osservatorio sulla clientela private in Italia, condotto da Aipb, l'associazione per il private banking.

LA COMPETIZIONE

Secondo l'ultima indagine condotta da Magstat, la società di consulenza specializzata nel mercato private in Italia, sono poco meno di 1 milione e 200 mila i clienti dichiarati (con una liquidità di almeno 500 mila euro), per un totale di quasi 870 miliardi di euro di masse amministrare, che secondo Magstat sono quelle gestite da 255 operatori finanziari, compresi i family office (non tutti sono soci di Aipb e per questo resta una divergenza tra i numeri del mercato forniti da Aipb, per la quale i valori sono di poco inferiori agli 800 miliardi). A fronte, sempre secondo le rilevazioni condotte da Magstat, di un mercato complessivo che varrebbe almeno 1100 miliardi di euro. Circa un quinto di queste masse non sono ancora amministrare dalla consulenza finanziaria dei private banker e dei family office.

Ma prima di seguire l'analisi tipologica di Aipb vale la pena

► In Italia il 20% dei patrimoni finanziari è tuttora affidato alla pratica del fai-da-te

► L'analisi dei clienti messa a punto da Aipb serve per incrociare la domanda e l'offerta

dare uno sguardo alla congiuntura. La prima caratteristica è l'aumento della volatilità. Per Paolo Gianferrara, responsabile offerta finanziaria e patrimoniale di Bnl-Bnp Paribas Private banking «i mercati azionari resteranno volatili per il seguito dell'anno ma potranno comunque registrare globalmente una buona performance, con l'impulso di una buona dinamica degli utili aziendali. Tuttavia, ci troviamo al termine del ciclo economico espansionistico che abbiamo appena attraversato e il bear market dovrebbe cominciare tra qualche mese, con un'origine negli Stati Uniti».

Ci sono caratteristiche peculiari del mercato private in Italia? Per Antonella Massari, segretario generale di Aipb, la prima caratteristica riguarda «la presenza di prodotti "captive", che in Italia è ancora significativa rispetto ad altri mercati ma

turi ma che andrà a ridursi sempre di più per dare spazio a forme di architettura aperta o guidata, beneficiando della maggiore competizione tra fabbriche prodotte».

I PRODOTTI CAPTIVE

Proprio la preponderanza dei prodotti captive potrebbe essere limitata da Mifid 2, secondo Francesco Castelli di Banor Sim, una fabbrica prodotto-boutique: «La trasparenza sui costi farà bene. Restano poi norme che favoriscono i prodotti captive».

TRADIZIONALISTA, DISTACCATO, DISTRATTO E INGAGGIATO: SONO I PROFILI CHE INDICANO GLI ATTEGGIAMENTI DEGLI INVESTITORI



I clienti si differenziano per l'approccio nella relazione con il servizio di consulenza finanziaria. L'analisi evidenzia quattro cluster, a seconda delle attitudini e delle attese, che suggeriscono strategie e tattiche diverse:

- 1 Il Tradizionalista** si avvicina ai servizi nel modo più consueto: la consulenza è gestione degli investimenti e tempo a lui dedicato. Crede nel bilanciamento tra banca e banker, è soddisfatto, ma conservatore.
- 2 Il Distaccato** necessita del servizio, ma non sembra ancora aver trovato la formula di consulenza a lui congeniale. Desidera guidare la relazione con la banca, ma al contempo lamenta uno squilibrio e vorrebbe un supporto maggiore.
- 3 Il Distratto** è un cliente soddisfatto, ma disinteressato alle tematiche finanziarie per come gli sono state finora proposte. Non essendo interessato non ha modo di valorizzare ed apprezzare a fondo ciò che riceve.
- 4 L'Ingaggiato** è il cliente "perfetto": competente, interessato, fidelizzato e ambasciatore della sua banca. Pronto a ricevere nuove proposte, per lui la consulenza è molto di più che gestione degli investimenti, è wealth management.

Se il prodotto è collocato la banca lo compra e lo vende, altrimenti no». Ma il cliente private è soddisfatto del servizio offerto? All'apparenza ancora sì. Ma gli indicatori che emergono dalla ricerca Aipb (presentata nei giorni scorsi a Milano) segnalano una progressiva erosione: «Il calo della soddisfazione per i costi rappresenta un indicatore che rispecchia un clima di generale minor entusiasmo nelle valutazioni».

I QUATTRO PROFILI

Ed ecco definirsi i quattro profili della clientela private. Il Tradizionalista (28%) si avvicina ai servizi nel modo più consueto: la consulenza è gestione degli investimenti e tempo a lui dedicato: è soddisfatto, ma conservatore. Il Distaccato (25%) necessita del servizio, ma non sembra ancora aver trovato la formula di consulenza a lui congeniale. Il Distratto (27%) è un cliente soddisfatto, ma disinteressato alle tematiche finanziarie per come gli sono state finora proposte. Non essendo interessato non ha modo di valorizzare ed apprezzare a fondo ciò che riceve. L'Ingaggiato (solo 20%) è il cliente competente, interessato, fidelizzato: per lui la consulenza è molto di più che gestione degli investimenti, è wealth management.

Marco Barbieri