

Sintesi del report “Innovazione nel mercato del Private Banking”

AIPB e Supernovae Labs: Innovazione nel mercato del Private Banking italiano. Stato dell’arte e driver del cambiamento

- *L’innovazione nel Private Banking non è solo un’opportunità, ma una necessità strategica per affrontare un futuro sempre più digitale e integrato, mantenendo al centro il valore della componente umana del servizio.*
- *La ricerca realizzata da AIPB in collaborazione con Supernovae Labs esplora le principali innovazioni che stanno ridefinendo il Private Banking in Italia, analizzando come queste trasformazioni stiano influenzando i modelli di servizio, il ruolo dei consulenti finanziari e l’interazione con i clienti.*
- *L’obiettivo è approfondire le 5 aree chiave (Offerta di prodotti e servizi; Supporti operativi a disposizione dei banker; Strumenti di relazione; Tecnologia; sistemi e Intelligenza Artificiale, Organizzazione e cultura aziendale) in termini di disponibilità, tecnologie, integrazione degli strumenti e piattaforme per comporre la consulenza e i criteri che orientano le scelte rispetto ai provider attuali.*

Il Private Banking Italiano riconosce nell’innovazione tecnologica un fattore fondamentale di competizione in grado di attrarre nuovi clienti e nuovi Private Banker. La centralità della relazione Banker-Cliente trova nell’innovazione tecnologica i supporti necessari per un modello di consulenza sempre più evoluto, caratterizzato da un approccio olistico alla gestione del patrimonio, in grado di generare valore futuro per i clienti e per la Banca.

Per Antonella Massari, Segretario Generale AIPB *“L’innovazione tecnologica è centrale nell’agenda del Private Banking. La fiducia che la clientela ripone nella consulenza professionale si fonda su importanti componenti di servizio, in particolare sul supporto professionale dedicato alla gestione del patrimonio finanziario che rappresenta una priorità per i 70% dei clienti. La tecnologia permetterà un ulteriore innalzamento del livello di personalizzazione delle proposte di investimento e una maggiore velocità nell’adattamento dei portafogli alle evoluzioni del mercato finanziario.”*

Queste le principali evidenze della ricerca sull’innovazione tecnologica e organizzativa nel settore del Private Banking in Italia, condotta dall’Associazione Italiana Private Banking (**AIPB**) in collaborazione con **Supernovae Labs**, i cui risultati sono stati presentati nell’ambito del seminario organizzato dalla Commissione Tecnica **“Digital Innovation & Fintech”** di AIPB, presso la sede di BlackRock a Milano.

“La ricerca mostra chiaramente come i leader delle Private Bank Italiane abbiano compreso che, in uno scenario in cui i regolatori nazionali ed europei spingono verso la razionalizzazione del mercato e l’aumento della competizione, saranno gli istituti che sapranno cogliere rapidamente le opportunità generate dall’innovazione tecnologica, che guideranno la trasformazione del settore. Per generare valore, l’innovazione tecnologica dovrà essere integrata stabilmente nei modelli operativi e di servizio, come già avviene nelle principali best practice internazionali.” **dichiara Carlo Giugovaz, CEO e Founder de Supernovae Group**, boutique di consulenza su temi di innovazione per i mercati finanziari.

Principali evidenze della ricerca

1. *Accelerazione della digitalizzazione*

La pandemia ha segnato un punto di svolta nel processo di digitalizzazione del settore. Oltre il 70% delle banche private italiane dichiarano di aver fornito ai propri Banker (e un altro 18% è in procinto di rilasciare) una dotazione tecnologico-digitale (c.d. “Scrivania del Banker”) in grado di abilitare la consulenza evoluta, aperta a temi di pianificazione finanziaria, passaggio generazionale. Meno compatto invece il punto di vista del mercato rispetto ad un’ulteriore evoluzione verso ad un modello “olistico” di gestione del patrimonio: tolto un 25% di istituti che già hanno adottato soluzioni per includere nel perimetro della consulenza asset detenuti presso terzi (es. real estate, patrimonio dell’impresa, quote di Private Equity e Venture Capital), il resto del mercato è diviso tra chi crede che siano temi rilevanti da affrontare in un prossimo futuro e chi ritiene il tema non rilevante.

2. *Intelligenza Artificiale: un driver per la personalizzazione dell’offerta*

L’Intelligenza Artificiale (AI) emerge come il fattore tecnologico più rilevante dal punto di vista strategico per supportare modelli di consulenza evoluta, nonché approcci olistici alla gestione del patrimonio, con investimenti previsti in crescita del 9,7% nel 2025. Gli istituti stanno sperimentando già oggi le potenzialità dell’Intelligenza Artificiale per una maggior conoscenza dei clienti, finalizzata ad una personalizzazione più precisa dell’offerta di consulenza, nonché il valore di quella Generativa per supportare i Banker e le persone di “sede” attraverso bot conversazionali. I leader Private ritengono tuttavia che, almeno nel breve periodo, i benefici più immediati delle applicazioni di AI continueranno a registrarsi nell’area dell’efficienza operativa mentre, per vedere impatti di business sia necessaria una iniezione di nuove risorse e competenze specializzate.

3. *Contesto regolamentare: un boost verso un approccio olistico alla gestione del patrimonio*

Il 76% degli istituti già offre consulenza sugli asset detenuti presso terzi, con soluzioni più o meno integrate che consentono ai clienti di avere una visione complessiva del proprio patrimonio. Tuttavia, meno del 50% degli istituti hanno sviluppato soluzioni che consentono di caricare automaticamente i dati dei portafogli depositati presso altri istituti e di aggiornare automaticamente i dati. Per i Leader il regolamento FIDA (Financial Information Data Access) aiuterà a superare i limiti dell’approccio attuale, rafforzando ulteriormente il servizio di consulenza evoluta (100%), aumentando il livello della competizione nel mercato (72%) e favorendo la nascita di nuove challenger digitali (59%). Solo il 21% pensa che FIDA porterà alla necessità di rivedere il proprio modello di business sviluppando un canale “pure digital” accanto a quelli attuali per vincere la competizione e resistere all’ingresso dei nuovi player tra cui i FISP (Financial Information Service Provider).

4. *Cybersecurity e sicurezza dei dati*

La sicurezza informatica e la protezione dei dati personali rappresentano una priorità assoluta, seconda solo alla necessità di migliorare le soluzioni la gestione della relazione banker e cliente. Tale rilevanza deriva dalla necessità di garantire la custodia “fiduciaria” delle informazioni personali che i clienti condividono con il proprio Banker e la propria banca. Da qui la necessità di rafforzare ulteriormente i sistemi di protezione contro le nuove minacce digitali. L’adozione di strumenti di AI per prevenire frodi, rilevare comportamenti anomali e difendersi da attacchi di tipo deep-fake è considerata cruciale. Inoltre, la maggior parte delle banche prevede un aumento significativo degli investimenti in questo ambito nei prossimi anni.

5. *CRM e Data Intelligence*

L’adozione di strumenti di CRM avanzati, analytics e data intelligence è considerata fondamentale per migliorare la relazione tra banker e cliente. Le tecnologie di analisi dei dati, combinate con l’Intelligenza Artificiale, stanno consentendo alle banche di ottenere una conoscenza più approfondita delle abitudini e delle preferenze dei clienti, favorendo così la personalizzazione dell’offerta. La ricerca ha mostrato come gli

investimenti in quest'area aumenteranno del 9,1% entro il 2025, rendendo il CRM un pilastro fondamentale del servizio di Private Banking.

6. *Sostenibilità e ESG*

L'offerta di prodotti di investimento socialmente responsabili e sostenibili (ESG) è diventata un elemento centrale nelle strategie delle banche private italiane. La domanda di prodotti sostenibili è in crescita, soprattutto tra i clienti più giovani e tecnologicamente avanzati. Anche grazie all'inclusione obbligatoria del tema della sostenibilità in fase di profilazione della clientela per volontà dei regolatori, il 100% degli istituti ha integrato prodotti ESG nel proprio catalogo, tuttavia solo il 31% ha già adottato strumenti di rendicontazione in logica commerciale dell'impronta ambientale del portafoglio del cliente, forse complice la mancanza di standard e rating coerenti tra i vari attori del mercato.

Tre suggerimenti per lo sviluppo del Private Banking in Italia

1. *Investire in cultura organizzativa.*

Il tema della necessità di evolvere la cultura organizzativa verso l'innovazione è emerso nelle risposte dei leader che, in relazione all'Intelligenza Artificiale, hanno evidenziato la necessità di attrarre nuovi talenti e integrare le risorse disponibili per potere ottenere benefici apprezzabili. È emerso anche dalle risposte dei Direttori Marketing e Direttori IT che hanno evidenziato come, tolta l'allocatione di budget dedicati all'innovazione (IT e di prodotto), vi è necessità di una maggior apertura verso l'esterno da parte delle banche, in particolare verso gli ecosistemi fintech e centri di competenza (università e laboratori) e dello sviluppo di centri di dipartimenti e funzioni di governo dell'innovazione, affinché gli ingenti investimenti in innovazione possano produrre i risultati attesi. Indagare la capacità della propria banca di fare innovazione, oltre che di comprare tecnologia, appare strategicamente per indirizzare le risorse nei prossimi mesi.

2. *Adottare Tecnologie Avanzate come l'Intelligenza Artificiale*

L'integrazione dell'Intelligenza Artificiale non solo migliorerà la capacità di analisi e decisionale a supporto dei consulenti, ma consentirà anche di anticipare i bisogni dei clienti, ottimizzare i portafogli e offrire un servizio sempre più tempestivo, preciso e personalizzato. In questo ambito appare necessario per le banche utilizzare il potenziale dell'Intelligenza Artificiale per individuare cluster di clienti sulla base di criteri differenti rispetto alla normale segmentazione patrimoniale, per rispondere in particolare alle sfide poste dalle nuove generazioni di clienti private che sfuggono in parte alle logiche adottate sino ad oggi.

3. *Rafforzare la Sicurezza Informatica*

Con l'aumento delle minacce digitali, e con la condivisione delle informazioni digitali che sarà introdotta nei prossimi mesi dal regolamento FIDA, appare fondamentale investire ulteriori risorse in tecnologie di cybersecurity avanzate ma, al contempo, promuovere una cultura della sicurezza incentrata sulla protezione dei dati e delle informazioni dei clienti, un elemento sempre più centrale nella relazione fiduciaria tra banker e cliente. In questo caso, oltre che un tema di cultura organizzativa, si pone la necessità di investire in educazione per i propri clienti che, sempre più, si relazioneranno con i Banker e con la Banca attraverso i propri device tecnologici.

*** **

AIPB è l'Associazione che riunisce i principali operatori nazionali e internazionali del Private Banking, Università, Centri di ricerca, Società di servizi, Associazioni di settore, Studi legali e professionali. Nata nel 2004, AIPB è un network interdisciplinare che condivide le proprie competenze distintive per la creazione, lo sviluppo e l'allargamento della cultura del Private Banking che si rivolge a famiglie e individui con patrimoni significativi ed esigenze complesse di investimento. Gli operatori del Private Banking mettono a disposizione di questa clientela competenze qualificate, un'ampia gamma di servizi personalizzati in base alle specifiche esigenze di ogni singolo cliente e strutture organizzative dedicate. Perseguendo qualità ed eccellenza, scopo di AIPB è promuovere e valorizzare, attraverso costanti attività istituzionali, culturali e formative il servizio di Private Banking in termini di competenza, trasparenza ed efficacia nei confronti dei bisogni e delle necessità di individui e famiglie.

Sito web: www.aipb.it

Profilo LinkedIn: www.linkedin.com/company/aipb-italian-private-banking-association

Contatti per la stampa:

Community – Reputation Advisers

aipb@community.it

Giuliano Pasini

Federico Nascimben | federico.nascimben@community.it | 351 1059957

Alice Piscitelli | alice.piscitelli@community.it | 351 1411998

Supernovae Group

Supernovae Group nasce nel 2016 come Supernovae Labs, società di consulenza nell'innovazione dei servizi finanziari. Oggi è una consolidata realtà di consulenza direzionale per supportare il top management nel decision making su temi di innovazione di business, organizzativa e di banking & wealth management. Nel 2023 Supernovae Group lancia Finnovation, il primo startup studio in ambito Fintech in Italia, con l'obiettivo di lanciare 9 startup fintech entro il 2030.

Sito web: www.supernovaelabs.com

Profilo LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/supernovaelabs-srl/>

Contatti per la stampa:

Greta Ubbiali | press@supernovaelabs.com