

## Argomento: AIPB: Si parla di Noi

## L'INDAGINE. Che cosa vogliono i clienti del private

A cosa pensa la clientela Private. Dati in %



Fonte Aipb - Bva Doxa: «Indagine sulla clientela Private in Italia»

## Focus Aipb

# Private banker e la sfida della protection

Le attese di una vita più lunga generano bisogni che vanno capiti e intercettati

I private banker sono seduti su un nuova miniera d'oro, ma in pochi se ne rendono conto e sfruttano questo nuovo filone.

Non si tratta solo di patrimoni da amministrare, ma piuttosto di una moltitudine di clienti che sono alla ricerca di protezione, sicurezza e risposte, in un contesto di cambiamento come l'attuale caratterizzato da trend di lungo periodo che stanno facendo emergere la necessità di coperture assicurative: longevità, cambiamento climatico, bisogno di cure in un contesto, che dopo il Covid, ha mostrato tutte le falle del sistema pubblico. Lo sviluppo delle soluzioni finanziarie destinate ai possessori di grandi patrimoni in questi anni è proseguito ma è nel settore della protezione che si gioca la prossima partita.

Se ne è parlato alla conferenza "Protezione assicurativa: la nuova frontiera dei modelli di servizio per la clientela private" organizzata dall'Associazione Italiana Private Banking (Aipb) in collaborazione con Prometeia.

Un confronto serrato tra operatori di private banking e le compagnie assicurative, con la presenza dei principali leader di mercato: Massimo Monacelli, general manager di Generali Italia, Giovanna Gigliotti (chief life & health officer e Cco di UniSalute - Uni-

polSai), Alessandro Scarfò, Ad e dg di Intesa Sanpaolo Assicura), protagonisti di una tavola rotonda moderata da Stefano Frazzoni, (Senior Partner di Prometeia) alla quale hanno partecipato anche Massimo Grandis (Ad di Mediolanum Assicurazioni) e Paolo Fumo, direttore commerciale di Cnp Vita Assicura. Tutti concordi nel ritenere che chi per primo riuscirà ad intercettare i nuovi bisogni potrà farsi largo nella nuova prateria. «La crescita dell'aspettativa di vita rappresenta un meraviglioso traguardo per la medicina, ma propone nuove sfide per il Paese in tema di pianificazione finanziaria e sostenibilità economica a lungo termine - ha spiegato Andrea Ragaini, presidente di Aipb) -. La pianificazione finanziaria deve considerare una vita attiva sempre più lunga, e la probabile evoluzione del welfare pubblico e della spesa pensionistica impongono anche ai clienti Private scelte di protezione fino ad ora trascurate». In questo contesto «sarà essenziale che le banche private e le reti di private banker stimolino l'evoluzione del servizio - ha spiegato Sebastiano Mazzoni Perelli, managing director di Prometeia e responsabile dell'area wealth & asset Management - attraverso lo sviluppo della relativa tecnologia, la formazione e l'affiancamento di desk specialistici centralizzati a supporto dei private banker, rafforzando così la cultura consulenziale con la Protection Advisory».

Il mercato della Protection in Italia è in forte crescita. La bancassicurazione sta guadagnando sempre più importanza, soprattutto nelle componenti danni alla persona e protezione vita, rappresentando mediamente il 24% dei premi. La raccolta totale nel 2023 ammontava a 11,2 miliardi di euro (+10% sul 2022), con una predominanza delle componenti danni (pari a 9,3 miliardi, +8%), mentre i rimanenti 1,9 miliardi (+19%) hanno riguardato la componente vita. Tuttavia, risulta ancora poco penetrato il segmento Private, che comprende circa 700 mila famiglie (3% del totale) che detengono il 36% della ricchezza finanziaria (1.287 miliardi di euro) e il 38% di quella reale delle famiglie italiane (2.781 miliardi). In questo contesto, l'ecosistema assicurativo è chiamato ad assumere un ruolo più proattivo diventando un centro di servizi altamente specializzati che integra e qualifica l'offerta assicurativa vera e propria.

- Fe.Pe.

## IL BISOGNO

## I clienti vogliono protezione

In un recente studio Aipb, in cui si chiede alle famiglie Private un bilancio sulle coperture assicurative adottate, emerge che solo il 24% si sente protetto a sufficienza, mentre il 64% ritiene che prima di ragionare di gestione degli investimenti sarebbe giusto pensare alla copertura dei rischi. Dal proprio banker di fiducia, infatti, oltre due terzi della clientela (68%) si aspetta una consulenza su soluzioni assicurative di protezione.

