



La Clientela Private

Gianluca Serafini – Responsabile Marketing e Rete Bancaria

Università Carlo Cattaneo - LIUC

Castellanza, aprile 2019

Agenda

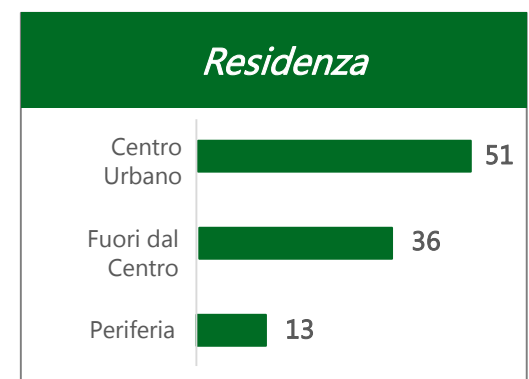
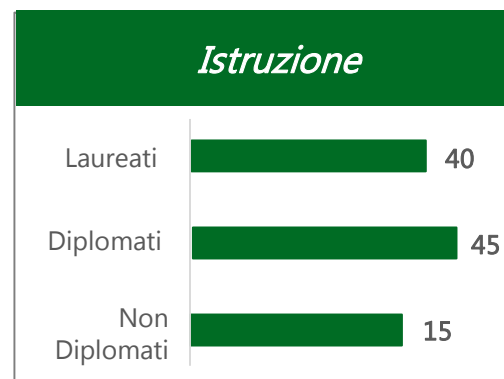
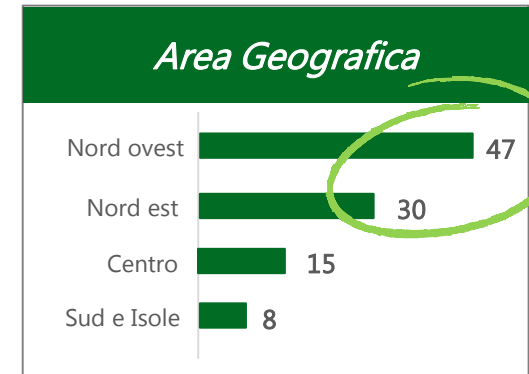
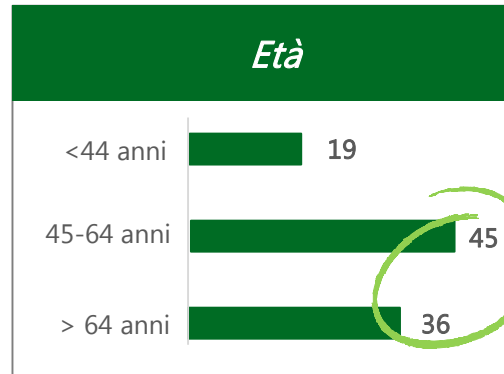
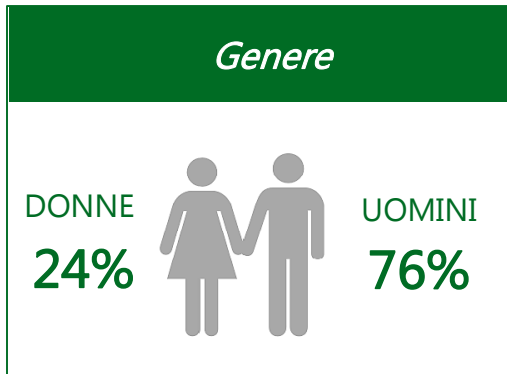
- 1 Caratterizzazione della clientela Private

- 2 Il contesto di riferimento e le mutate esigenze della clientela Private

- 3 Focus sul Cliente Private imprenditore

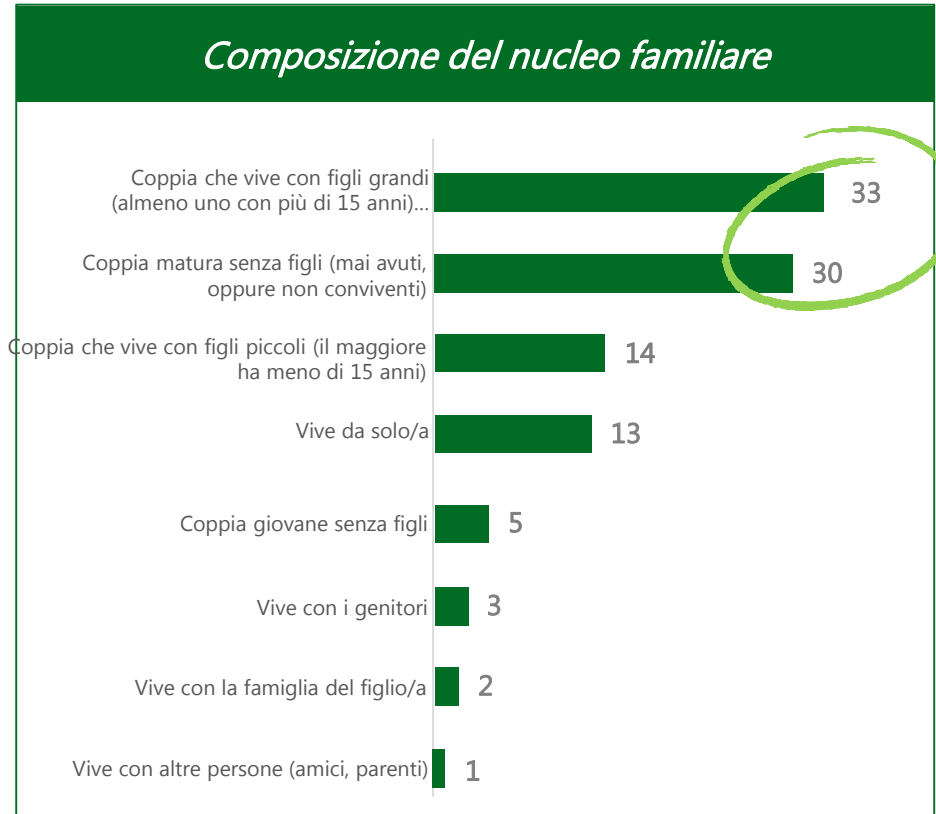
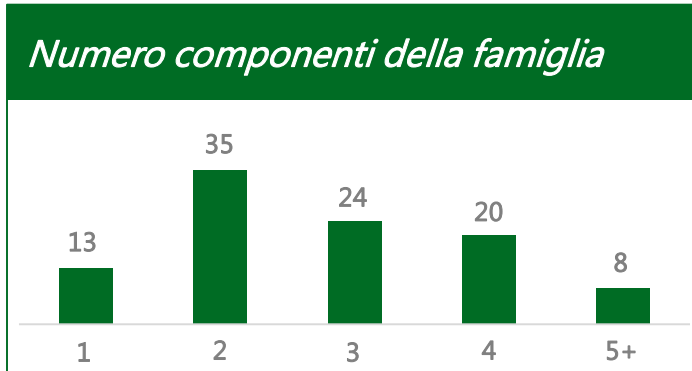
- 4 Il modello Private Wealth Management

Il profilo socio-demografico della Clientela Private



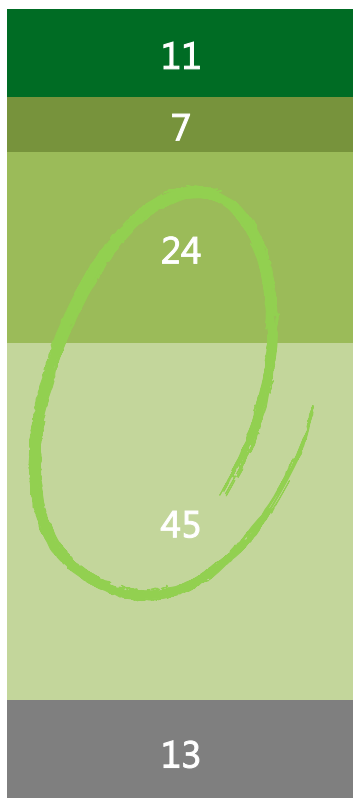
La clientela Private risulta composta principalmente da uomini (ca. $\frac{3}{4}$ del totale), si caratterizza per un'età avanzata (81% con età maggiore di 45 anni) e si concentra principalmente al Nord Italia (77%)

Composizione familiare



I nuclei familiari Private appaiono costituiti principalmente da coppie sposate mature, senza figli o con figli già grandi

Reddito e risparmio



REDDITO ANNUALE NETTO

- Oltre 500.000 euro
- Fra 250.000 e 500.000 euro
- Fra 100.001 e 250.000 euro
- Fra 50.001 e 100.000 euro
- Fino a 50.000 euro

Fatto 100 il reddito annuo delle famiglie, il contributo medio del capofamiglia è del

78%

In media in un anno la famiglia riesce a risparmiare il

32%

delle entrate nette annuali

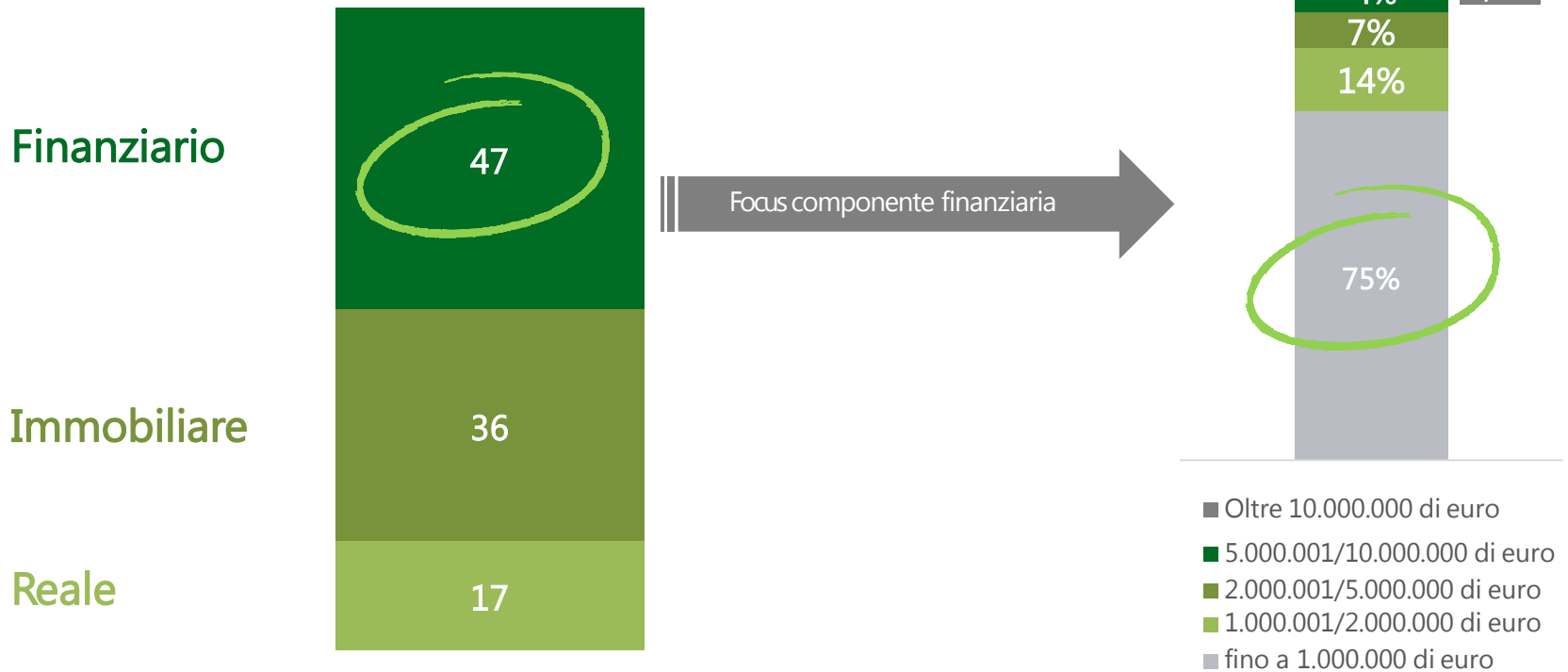
Circa il 70% dei nuclei familiari percepisce un reddito annuale netto compreso tra € 50.000 e 250.000. Il capofamiglia contribuisce in modo significativo alla sua formazione

Il patrimonio

Fatto 100 il vostro patrimonio familiare complessivo, a quanto ammonta in percentuale quello...?

Interviste personali ad un campione di decisori finanziari rappresentativo dell'universo di riferimento

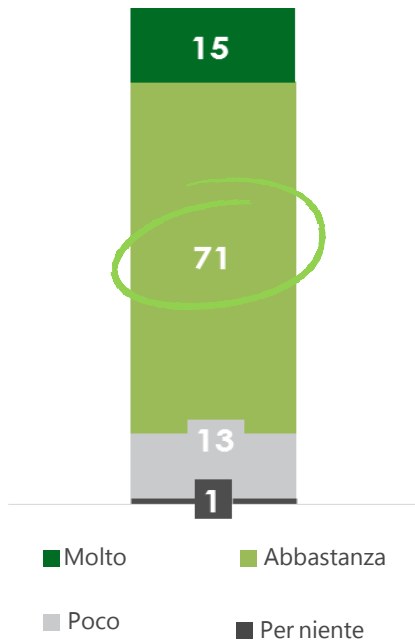
Suddivisione della Clientela Private per fasce di patrimonio finanziario



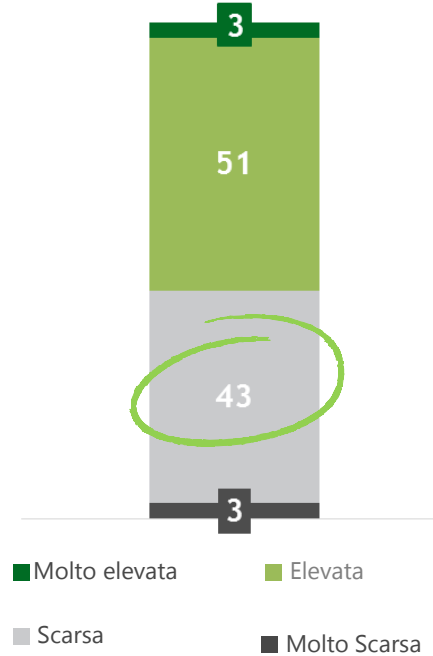
Il patrimonio finanziario ricopre un ruolo preponderante (47%) all'interno del patrimonio familiare complessivo, ma risulta inferiore a € 1 mln nella maggior parte dei casi

La competenza finanziaria

Lei direbbe che i temi relativi alla gestione del denaro e agli investimenti le interessano... Quanto?



Lei ritiene di avere una competenza su temi di gestione del denaro ed investimenti...



Come si è formata la sua competenza finanziaria con riferimento agli investimenti?



Circa 3/4 dei clienti Private intervistati dichiara di avere interesse nei confronti della gestione del denaro e degli investimenti, ma quasi la metà di loro ritiene di avere competenze scarse in materia

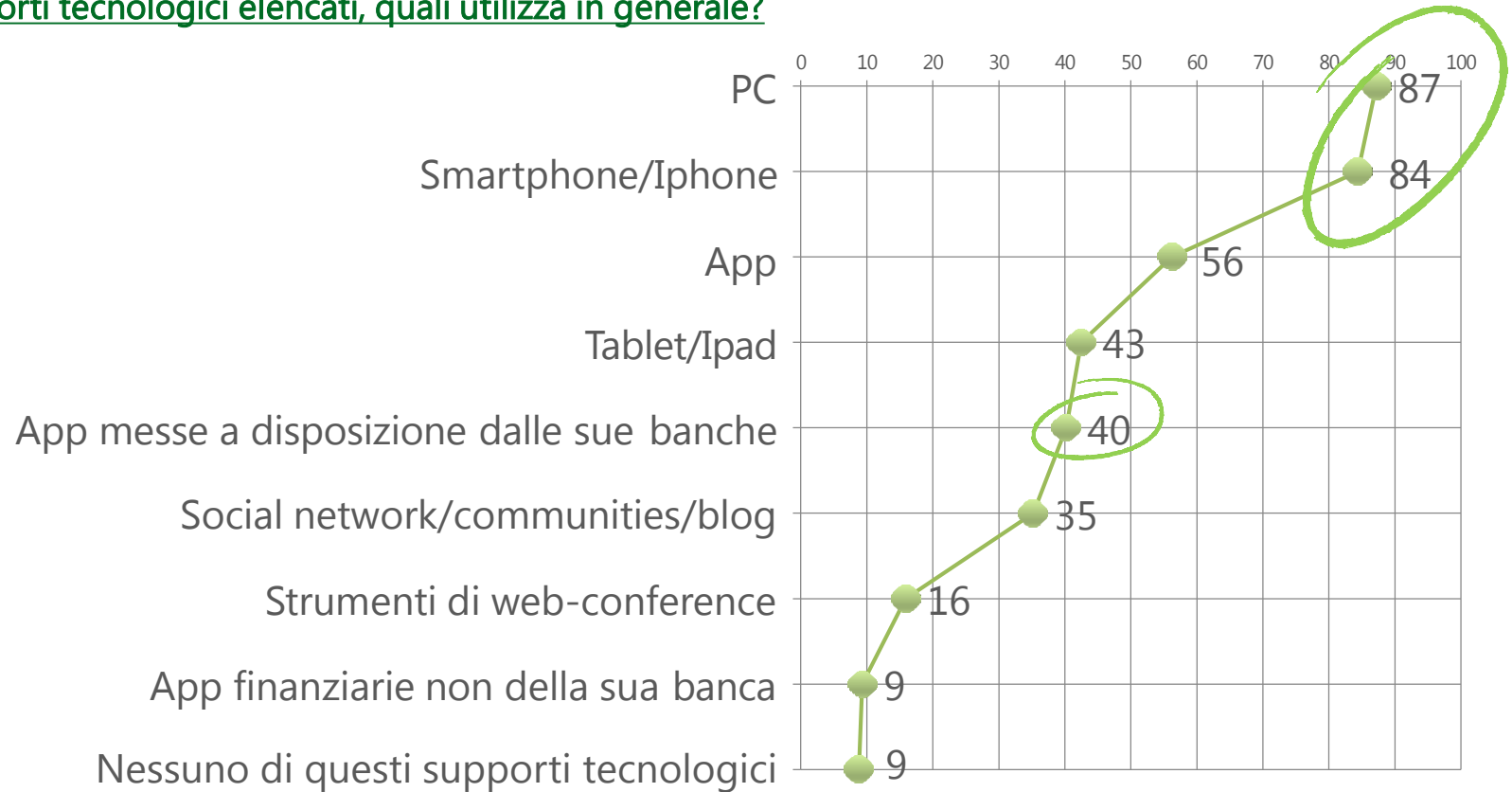
La propensione al rischio



La maggioranza degli intervistati mostra un profilo di rischio prudentiale e appare non propensa ad assumersi rischi maggiori per investimenti che contribuiscono allo sviluppo delle imprese italiane

Le dotazioni digitali

Dei supporti tecnologici elencati, quali utilizza in generale?



L'abitudine all'utilizzo di PC e smartphone appare estremamente diffusa, ma meno della metà dei clienti Private utilizza app messe a disposizione dalle banche di riferimento

I touch-point diretti ed indiretti sperimentati dal cliente Private negli ultimi 6 mesi



Il consulente finanziario dei clienti Private risulta il canale privilegiato nei contatti con la banca

Agenda

- ① Caratterizzazione della clientela Private

- ② Il contesto di riferimento e le mutate esigenze della clientela Private

- ③ Focus sul Cliente Private imprenditore

- ④ Il modello Private Wealth Management

Il contesto di riferimento – Corporate (1/2)

FATTURATI CRESCENTI

+18%

Aumento ricavi vs 2007

MINORE DIPENDENZA DAL CANALE BANCARIO

+100%

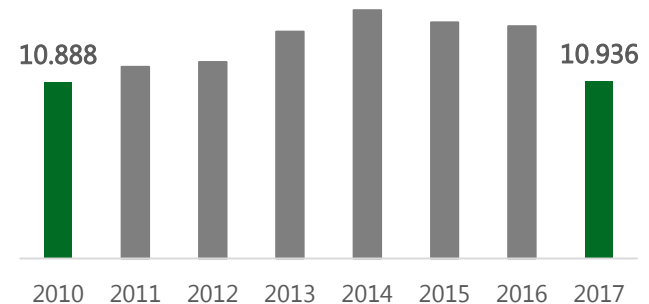
Peso debiti obbligazionari sul totale
delle fonti di finanziamento utilizzate
vs. 2007

ELEVATA QUALITÀ DEI PRODOTTI

20%

Dei prodotti di alta qualità a
livello mondiale è
made in Italy

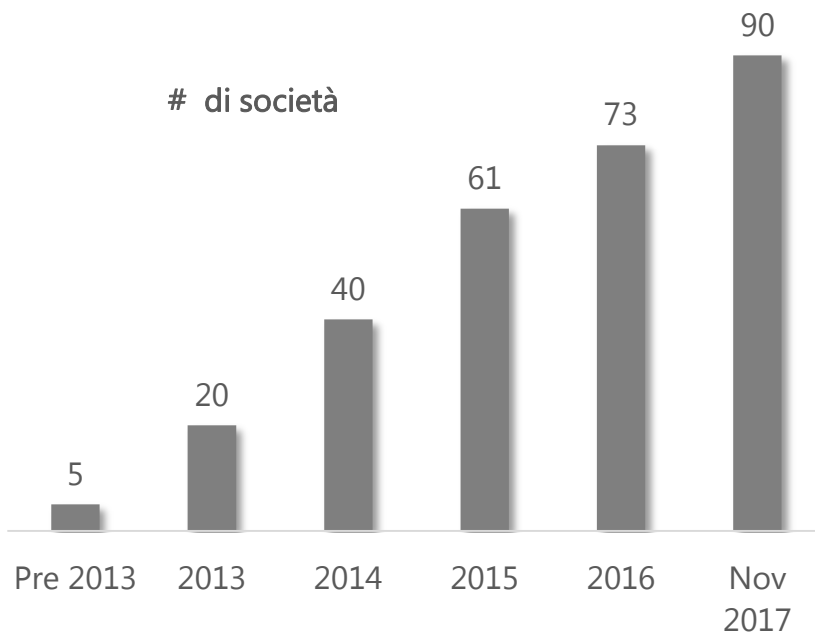
RITORNO DEL # DI FALLIMENTI AI LIVELLI PRE - CRISI



Il contesto di riferimento – Corporate (2/2)

**CRESCE IL NUMERO DI SOCIETÀ
QUOTATE SULL'AIM...**

...ANCHE PER SOCIETÀ DI
DIMENSIONI MINORI

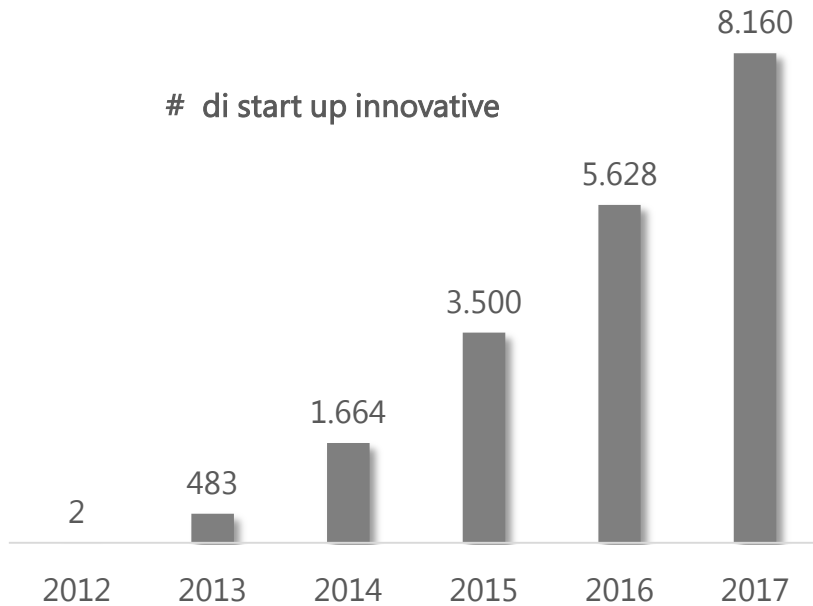


*Nel 2016, il **58%** delle
società quotate sull'AIM, aveva
un capitalizzazione < 30 M€*

+ 85% Capitalizzazione totale del mercato a Nov. 2017 rispetto a fine 2016 (5,2 Bn € vs. 2,8 Bn €)

Il contesto di riferimento – Value Creation

CRESCE IL NUMERO DI NUOVE INIZIATIVE



CRESCE L'ECOSISTEMA DI ATTORI A SUPPORTO



Il contesto di riferimento – Real Estate

UNA ASSET CLASS RILEVANTE NEL PORTAFOGLIO DEI CLIENTI...

100%

dei Clienti Private sono proprietari di prima casa

64%

sono titolari di altri Immobili residenziali non utilizzati

84%

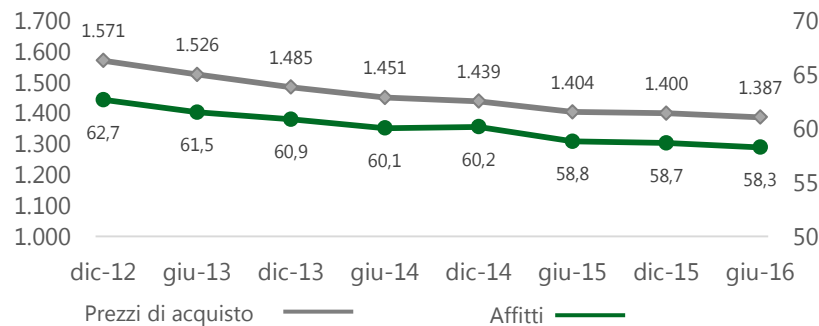
dichiara di possedere una seconda casa

43%

è proprietario di un immobile non residenziale

...CHE HA SUBITO UN TREND NEGATIVO NEGLI ULTIMI ANNI

Trend dei prezzi di acquisto e di affitto (annuale) in Italia



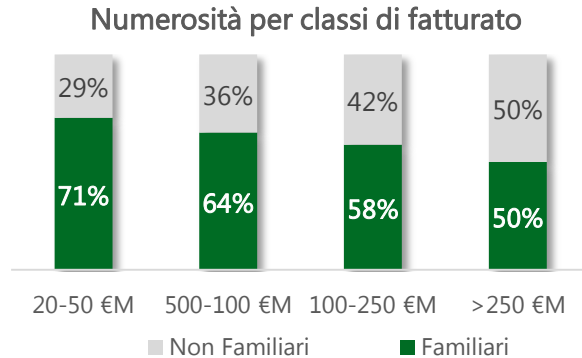
Anche se le compravendite stanno tornando a crescere, dal 2007 le abitazioni hanno ceduto il

39,7%

del loro valore

Il contesto di riferimento – Value Protection

IL CUORE DELL'ECONOMIA ITALIANA È COSTITUITO DA IMPRESE A MATRICE FAMILIARE



Imprese familiari in Italia

784.000

Il **60%** degli imprenditori italiani ha più di sessant'anni (25% > 70 anni)

BASSA SOPRAVVIVENZA AL
PASSAGGIO GENERAZIONALE...

-25% Alla seconda generazione

-15% Alla terza generazione

I Clienti Private mostrano sempre più interesse per soluzioni personalizzate, anche su tematiche non finanziarie



1 cliente su 2 è interessato a ricevere proposte concrete relativamente a:

- Soluzioni di private insurance (60%)
- Corporate advisory and finance (55%)
- Consulenza su tematiche successorie (50%)
- Soluzioni di risk management (49%)
- Consulenza su patrimonio immobiliare e reale (45%)

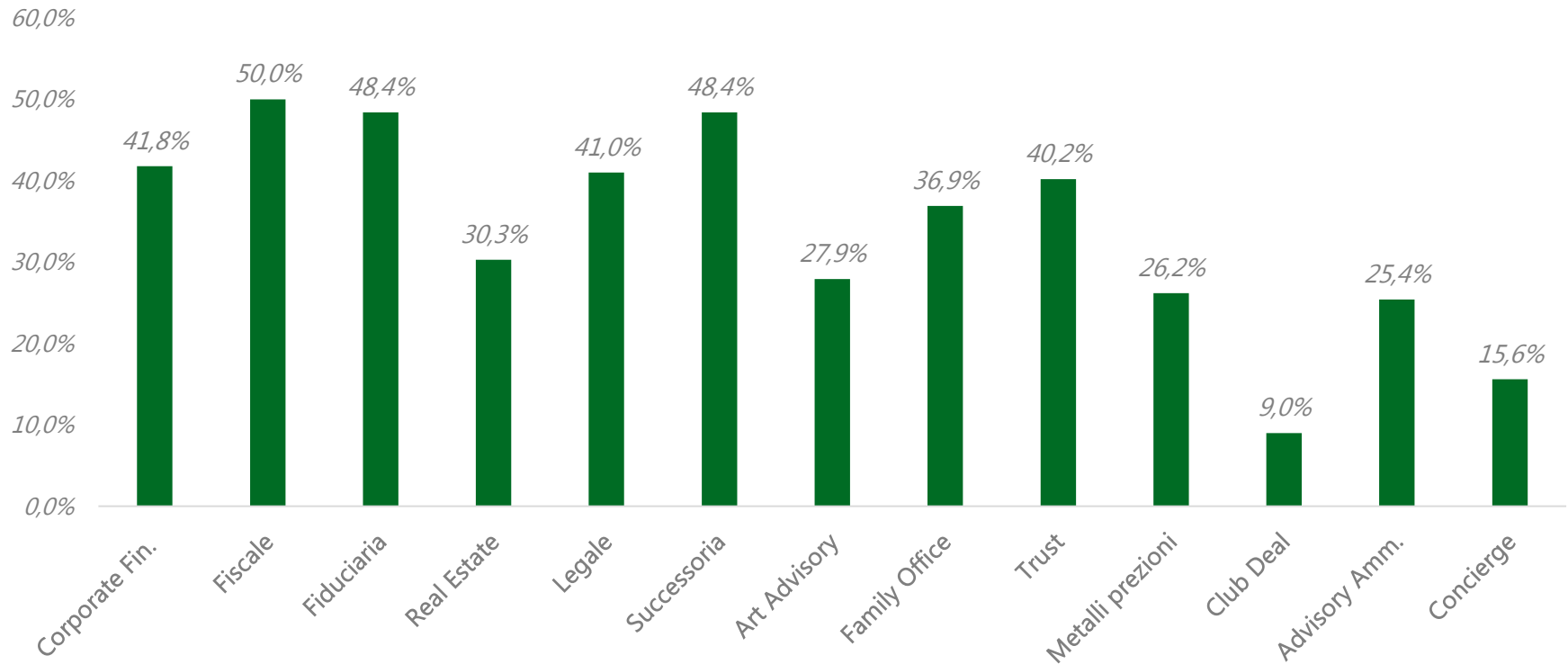


Per quali di questi servizi il cliente si dimostra interessato a rivolgersi ad un istituto bancario?

- Consulenza e assistenza operazioni compravendita (41%)
- Consulenza strategica operazioni complesse (40%)
- Proposte di investimento immobiliare con finalità reddituali (38%)
- Fondi immobiliari riservati (35%)
- Assistenza fiscale/legale per strutturazione operazioni immobiliari (32%)
- Supporto identificazione operatori specializzati (29%)

I servizi non finanziari nell'offerta di Wealth Management

SERVIZI DI WEALTH MANAGEMENT OFFERTI DAGLI OPERATORI DI PRIVATE BANKING IN ITALIA



Alcuni servizi rimangono di nicchia, altri sono ormai una realtà consolidata e sempre più diffusi nel portafoglio di offerta di servizi delle Banche Private

Agenda

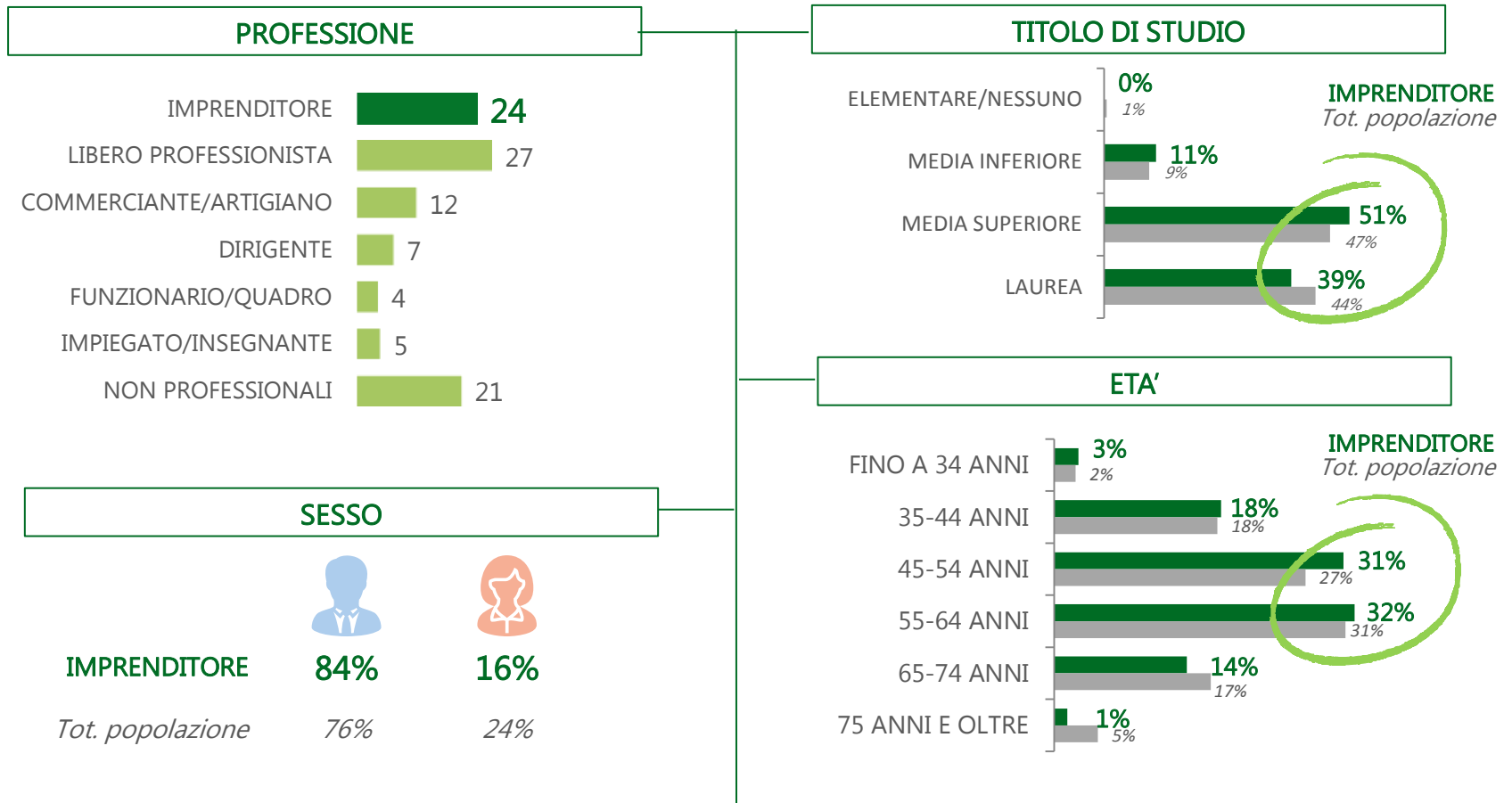
- ① Caratterizzazione della clientela Private

- ② Il contesto di riferimento e le mutate esigenze della clientela Private

- ③ Focus sul Cliente Private imprenditore

- ④ Il modello Private Wealth Management

Il profilo socio-demografico del cliente Imprenditore



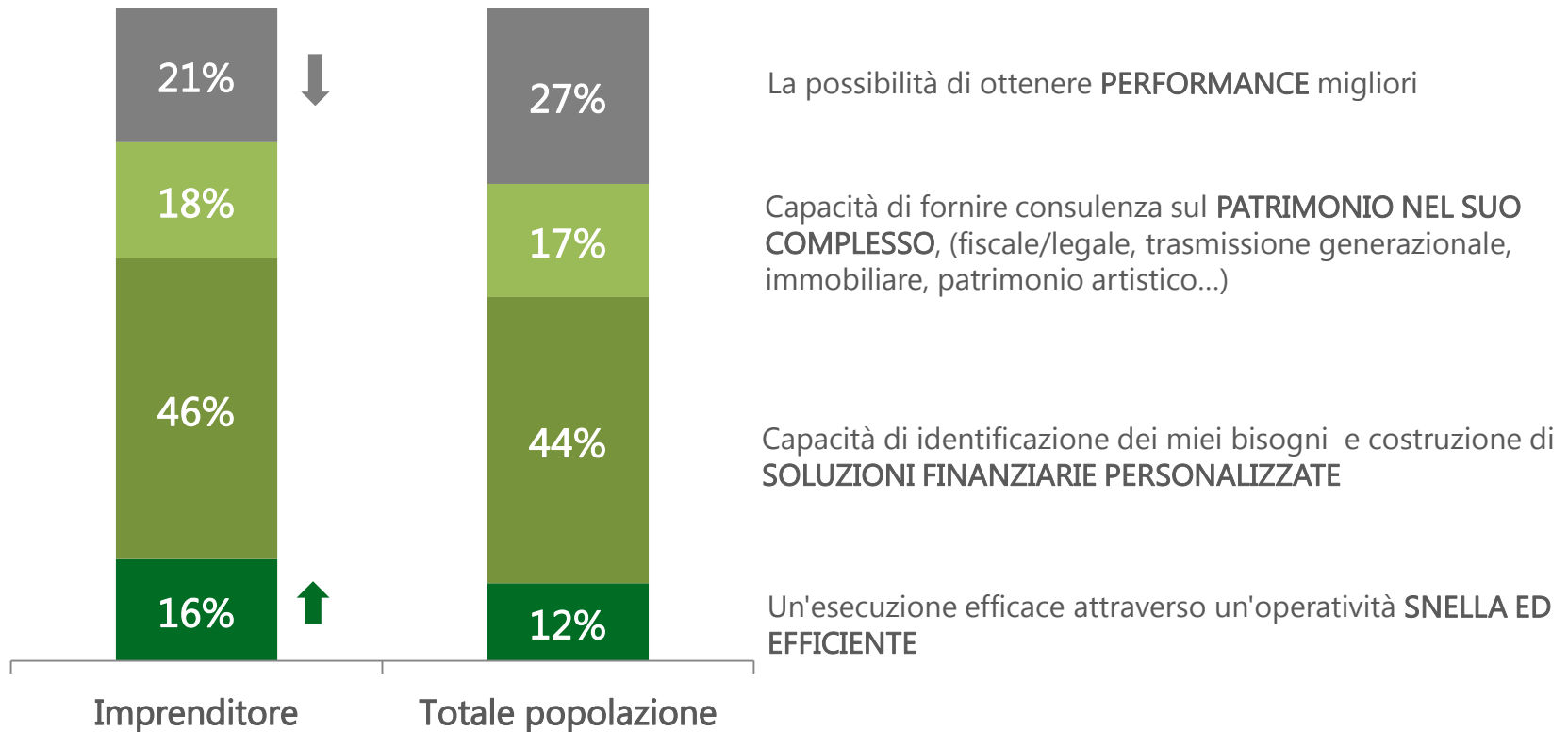
Il segmento dei clienti Private imprenditori risulta composto principalmente da uomini (> 4/5 del totale) e mostra un'età media e un livello di istruzione inferiori rispetto al totale della popolazione

Le aspettative nei confronti del Private Banking

...Lei cosa si aspetta da un servizio di Private Banking?

Percentuale di risposte attribuite al primo posto

Interviste personali ad un campione di decisori finanziari rappresentativo dell'universo di riferimento



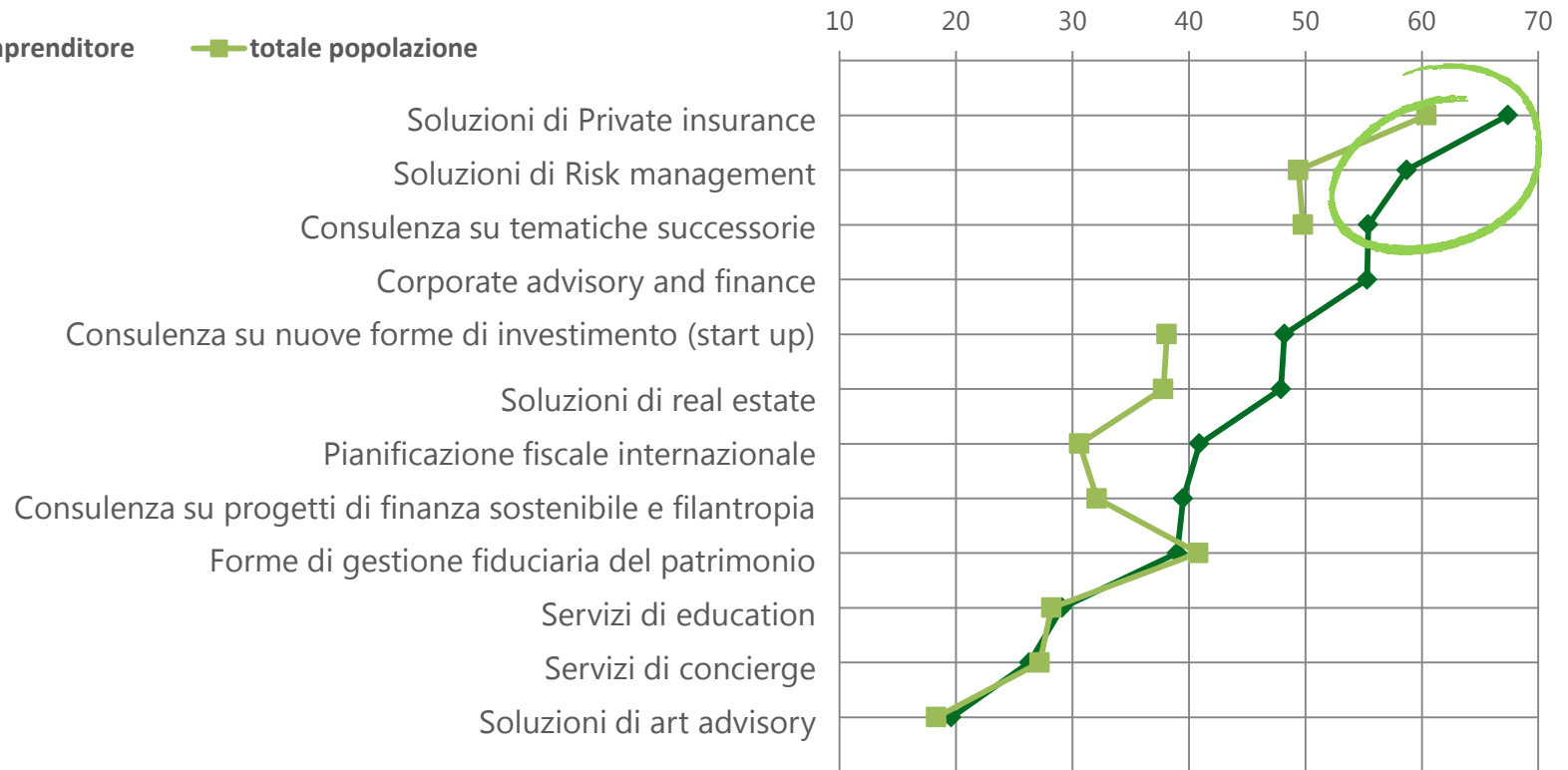
Rispetto al totale della popolazione, i clienti Private imprenditori appaiono più interessati all'efficienza che alle performance

Le aspettative nei confronti dei servizi non finanziari

Per lei è importante avere a disposizione questi servizi nella relazione con la sua Banca?

% di clienti che rispondono SI

◆ Imprenditore ■ totale popolazione

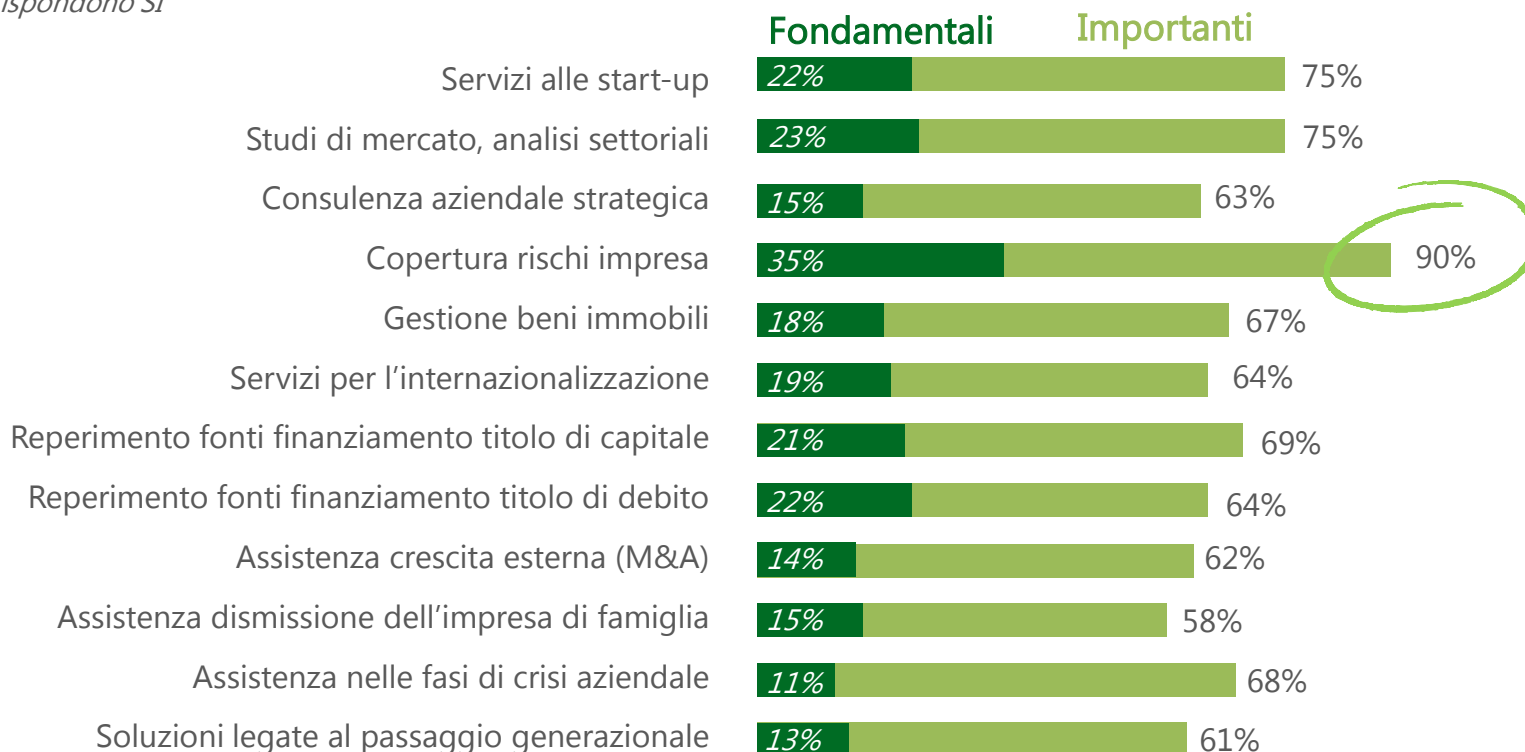


Rispetto al totale della popolazione, i clienti Private imprenditori mostrano un interesse maggiore e diffuso verso soluzioni di Private Insurance, Risk Management e su tematiche successorie

L'importanza attribuita ai servizi specializzati

Per lei è importante / fondamentale avere a disposizione questi servizi nella relazione con la sua Banca?

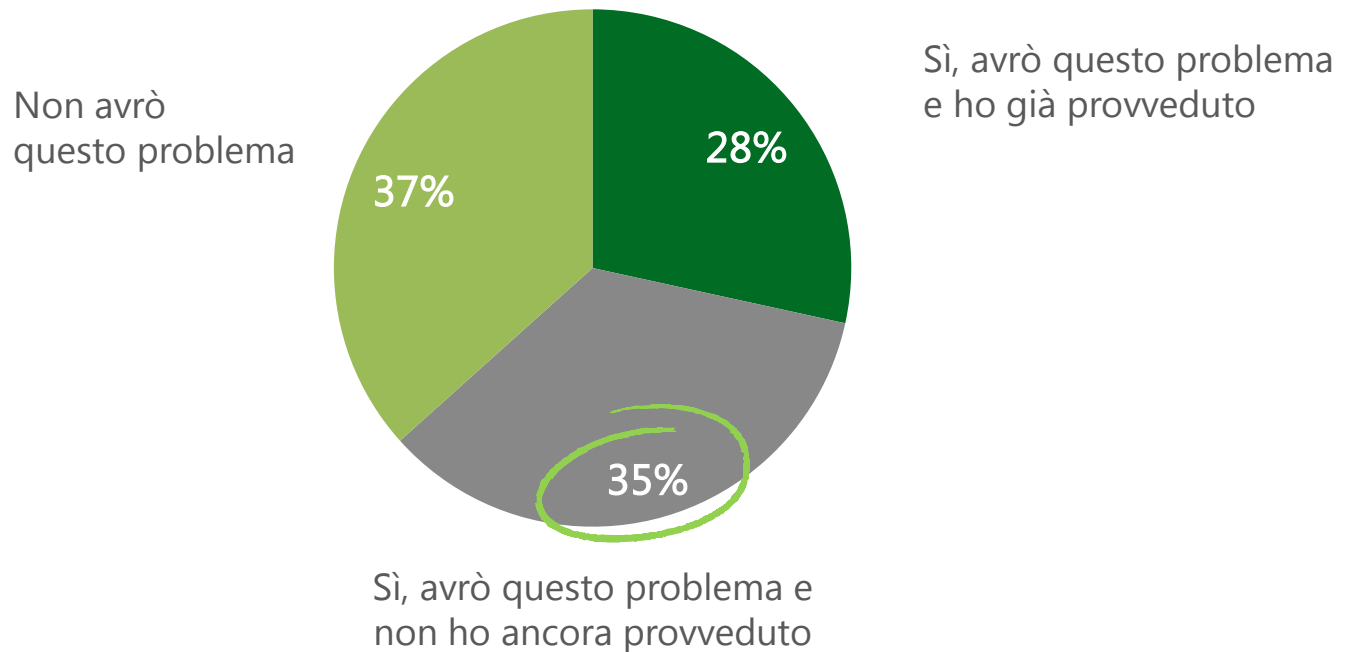
% di clienti che rispondono SI



La quasi totalità dei clienti imprenditori intervistati ritiene importante che la propria banca fornisca servizi di copertura dei rischi di impresa

Focus su «passaggio generazionale»

Pensi alla sua situazione familiare, ritiene che lei potrebbe trovarsi a dover affrontare un passaggio generazionale con l'esigenza di tutela delle persone care o di continuità nell'attività professionale?



Più di un terzo dei clienti imprenditori intervistati riconosce il passaggio generazionale come un problema da affrontare, cui non ha ancora provveduto

Agenda

- ① Caratterizzazione della clientela Private

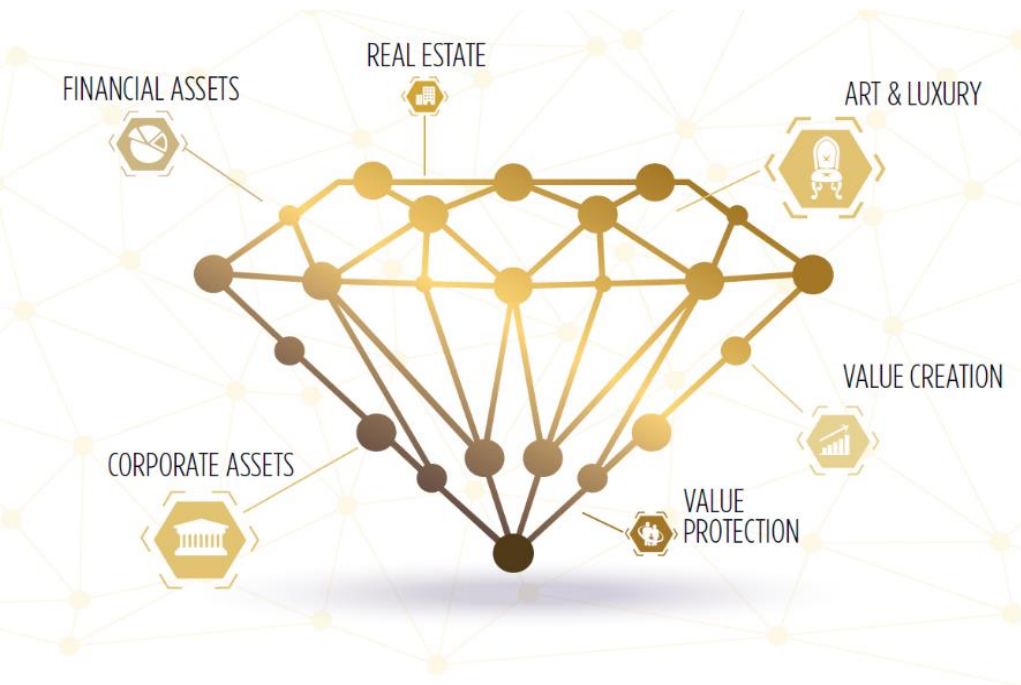
- ② Il contesto di riferimento e le mutate esigenze della clientela Private

- ③ Focus sul Cliente Private imprenditore

- ④ Il modello Private Wealth Management

Il modello di consulenza Private Wealth Management

Fideuram Private Wealth Management Hub offre un modello di Consulenza che agisce consistentemente e dinamicamente sull'intero patrimonio dei nostri migliori clienti



Private Wealth Management è il modello di Consulenza Globale Fideuram

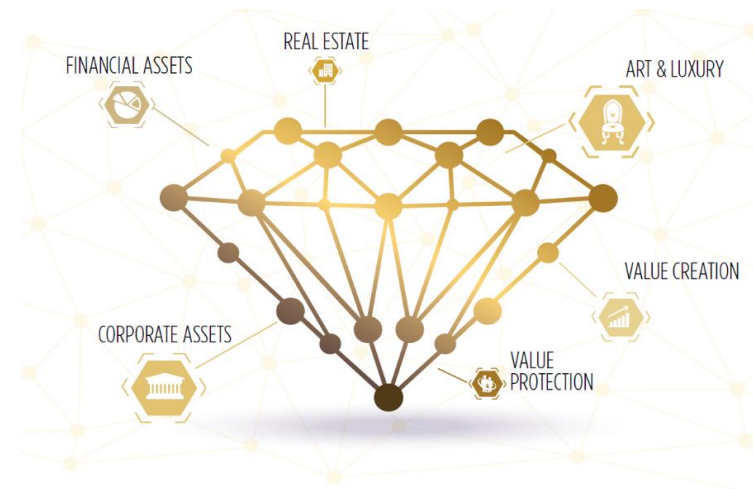
Approccia in maniera **sinergica e olistica** tutte le sfere patrimoniali del cliente e del suo nucleo familiare al fine di generare valore

Permette di soddisfare le esigenze dei **clienti** attraverso un **approccio multidisciplinare**, grazie anche al supporto di Partner e Professionisti del Gruppo Fideuram

Offre l'accesso a **condizioni esclusive e a servizi bancari dedicati**

Un modello di advisory chiaramente definito

INGAGGIO PWM



DIAGNOSI



Global Wealth Report

Visione integrata di tutte le componenti patrimoniali e reddituali del Cliente, analisi delle esigenze e definizione della strategia di valorizzazione

MONITORAGGIO NEL TEMPO



Advisory continuativa

Analisi e monitoraggio delle singole sfere patrimoniali, identificazione delle principali aree di intervento e delle leve di creazione del valore

INTERVENTI SU ESIGENZE SPECIFICHE



Advisory specialistica

Implementazione di soluzioni concrete per le specifiche esigenze del Cliente, offerte direttamente dalla Banca o da Partner interni o esterni al Gruppo

L'Advisory Corporate: le esigenze patrimoniali cui risponde

I servizi di Advisory Corporate sono pensati per rispondere alle esigenze degli imprenditori nelle diverse fasi del ciclo di vita

IL CICLO DI VITA

LE POSSIBILI ESIGENZE



START UP

- Trasformare un'idea in un **business** profittevole
- Quantificare le **risorse finanziarie** necessarie ed i **potenziali guadagni**
- Identificare i **possibili investitori**

SVILUPPO



- Definire le strategie necessarie per effettuare il **salto dimensionale** della società
- Ricercare **potenziali finanziatori** del piano di crescita
- Individuare sul mercato i **target da acquisire** più adeguati



CONSOLIDAMENTO

- Assicurare all'impresa la **sostenibilità nel lungo periodo**
- Realizzare progetti per **migliorare la marginalità**
- Approntare piani di **ristrutturazione del debito**

QUOTAZIONE / EXIT



- **Analizzare l'appetibilità** dell'impresa sul mercato
- Ricevere supporto nell'**accesso al mercato di capitali**
- Essere affiancati nella **vendita dell'azienda**