



Gli operatori nel Private Banking

Gianluca Serafini – Responsabile Marketing e Rete Bancaria

Università Carlo Cattaneo - LIUC

Castellanza, aprile 2019

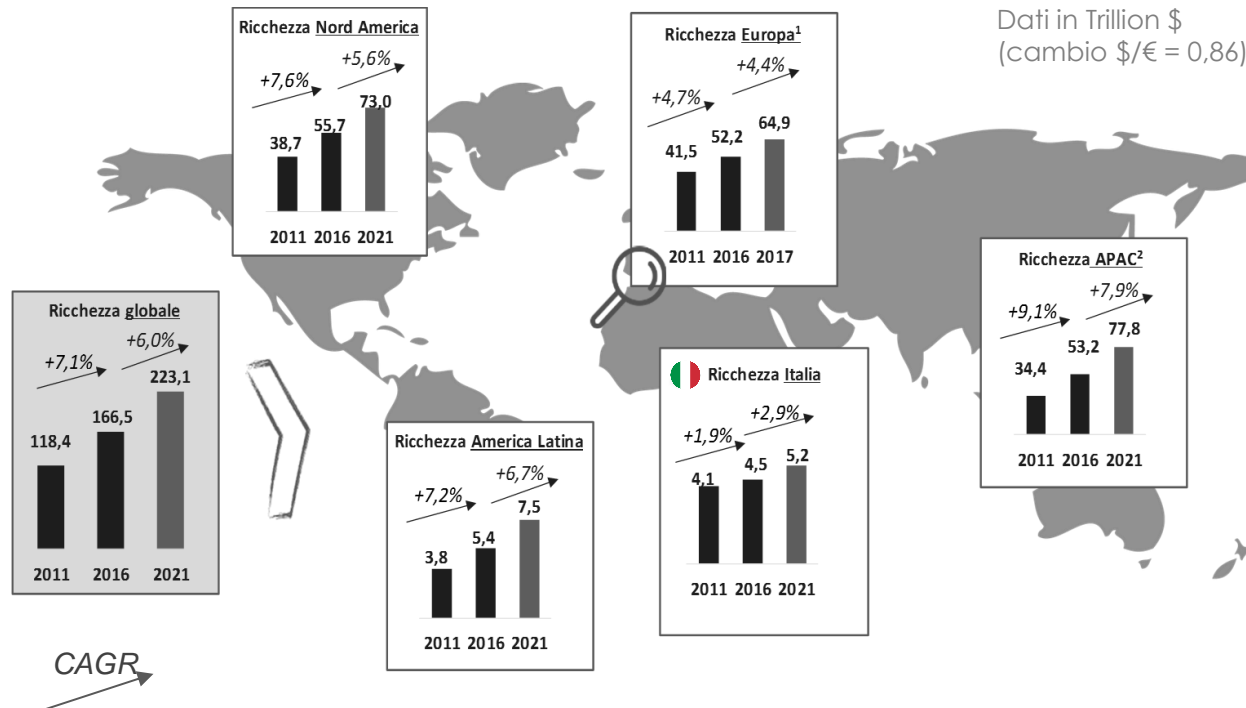
Agenda

1 La ricchezza finanziaria in Italia e nel mondo

2 I Player del Private Banking in Italia

3 Focus sulle Reti di Promozione Finanziaria

La ricchezza finanziaria nel mondo



- La **ricchezza finanziaria globale** è in costante crescita e si concentra principalmente in Nord America, Europa e Asia
- L'area che **cresce** più **velocemente** è quella **Asiatica**, seguita da Nord America ed Europa
- La **ricchezza italiana**, così come quella europea, cresce ad un ritmo più lento

I valori esprimono la ricchezza finanziaria, intesa come l'ammontare delle attività finanziarie nette in capo ad un soggetto economico (privati)

Fonte: AIPB, 2018

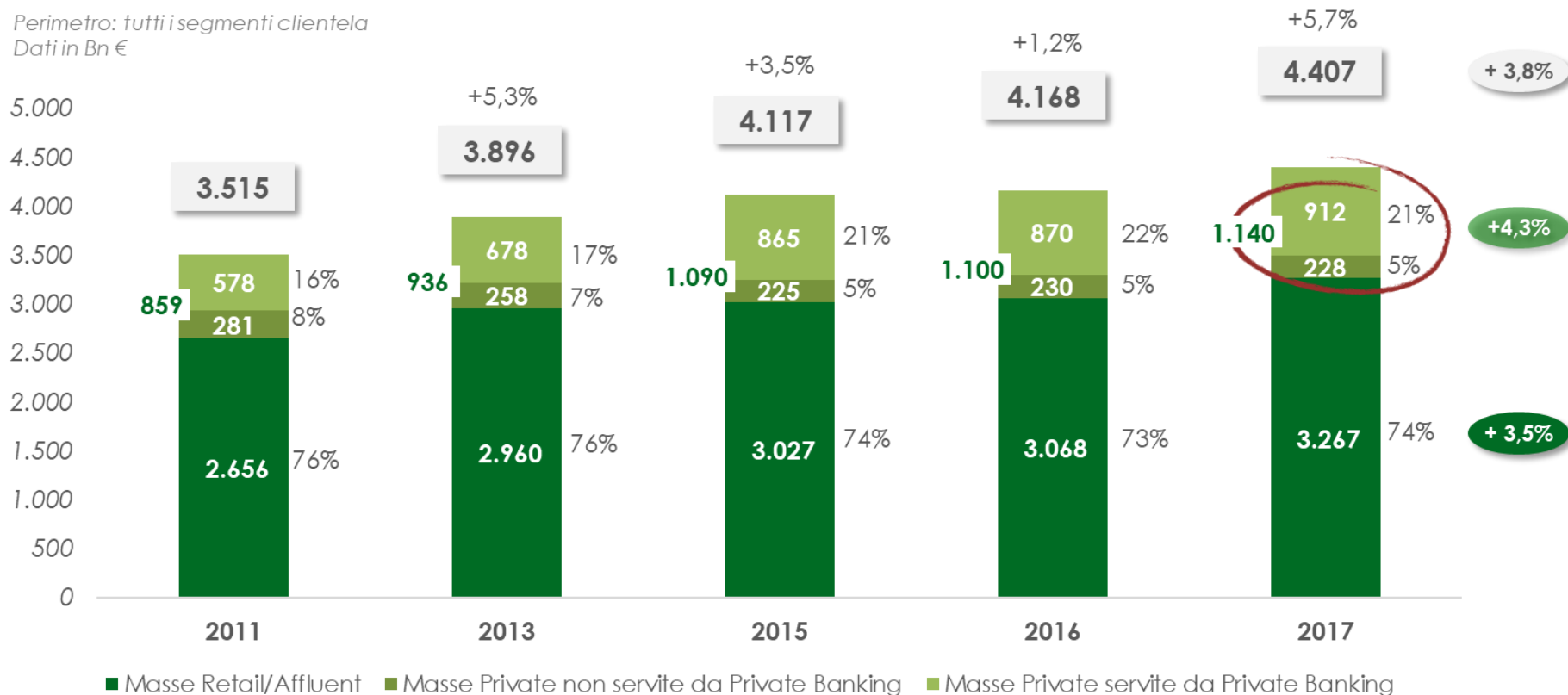
1) Include Africa e Medio Oriente

2) Asia-Pacifico

La ricchezza finanziaria in Italia

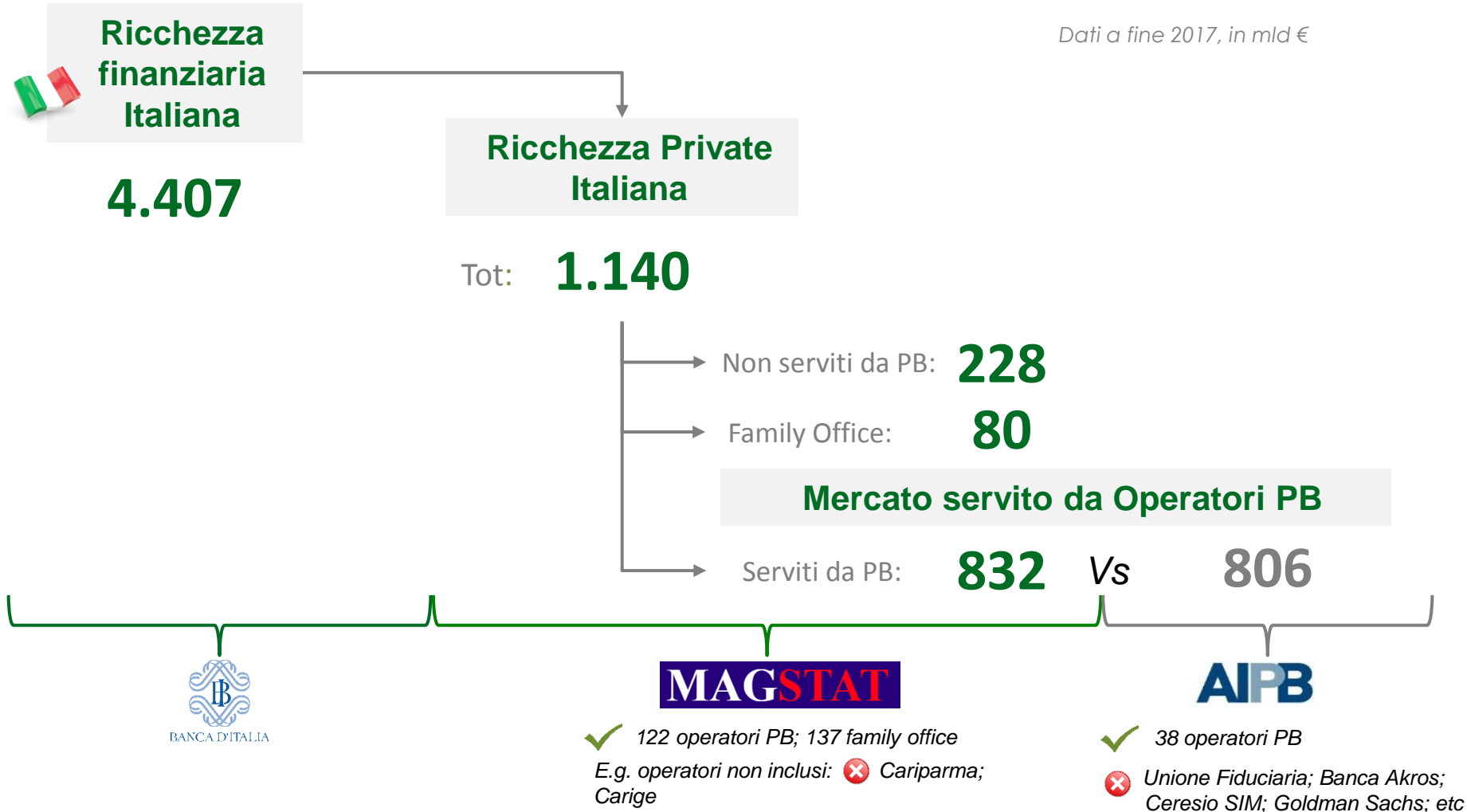
Distinzione tra masse Retail e masse Private

Perimetro: tutti i segmenti clientela
Dati in Bn €



La ricchezza finanziaria italiana è cresciuta costantemente, con un'ulteriore accelerazione nel 2017. Le masse Private aumentano ad un tasso maggiore rispetto a quelle retail

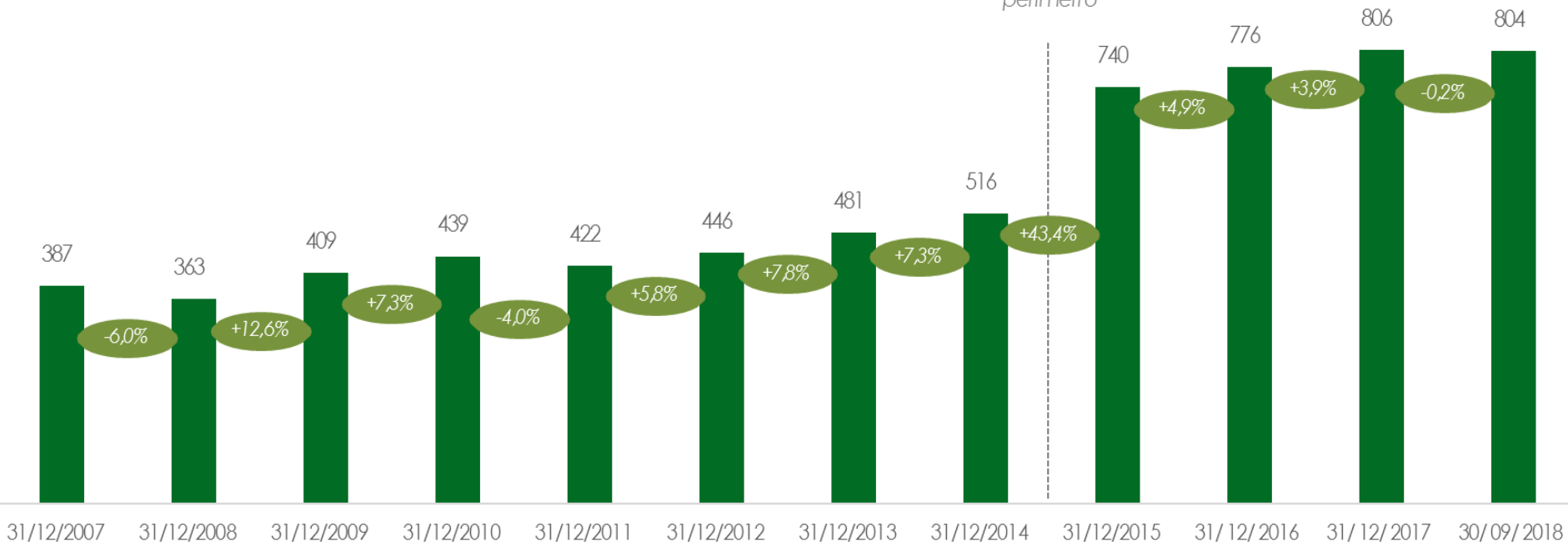
La quota della ricchezza italiana totale servita da operatori di Private Banking



L'evoluzione delle masse servite dal Private Banking

Dati in mld €

cambio
perimetro*



* Ingresso nel mercato del private banking in Italia di nuovi operatori che hanno modificato significativamente il dato totale di AuM di mercato e la sua composizione

Il mercato servito da operatori di Private banking è cresciuto a ritmi elevati nel corso degli ultimi anni, dimostrando l'efficacia del livello di servizio nei confronti di questo segmento di clientela

Agenda

- 1 La ricchezza finanziaria in Italia e nel mondo
- 2 I Player del Private Banking in Italia
- 3 Focus sulle Reti di Promozione Finanziaria

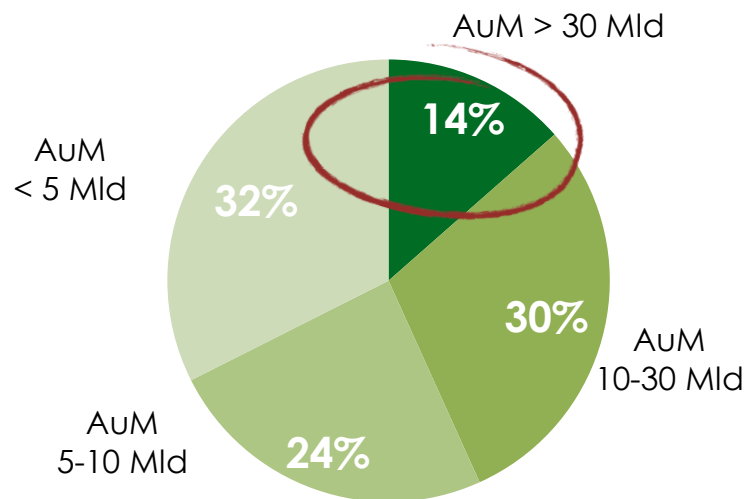
I Player del Private Banking in Italia



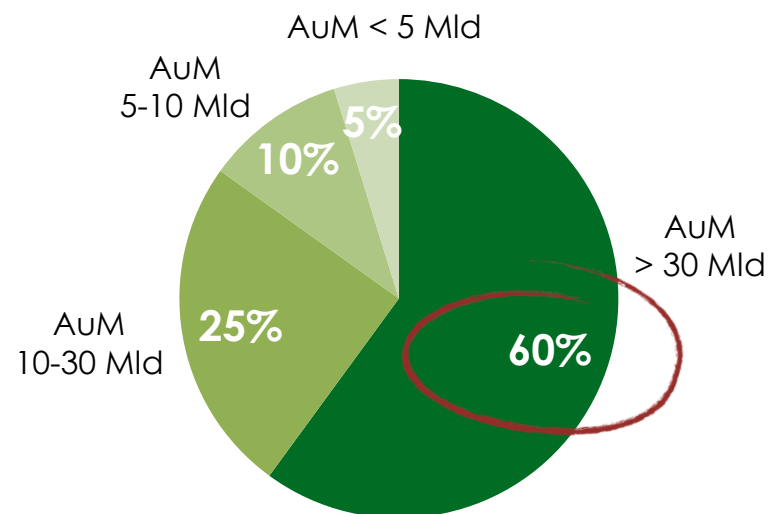
Gli operatori del Private Banking in Italia

Suddivisione per dimensione (AuM)

Numero di operatori



Masse in Gestione

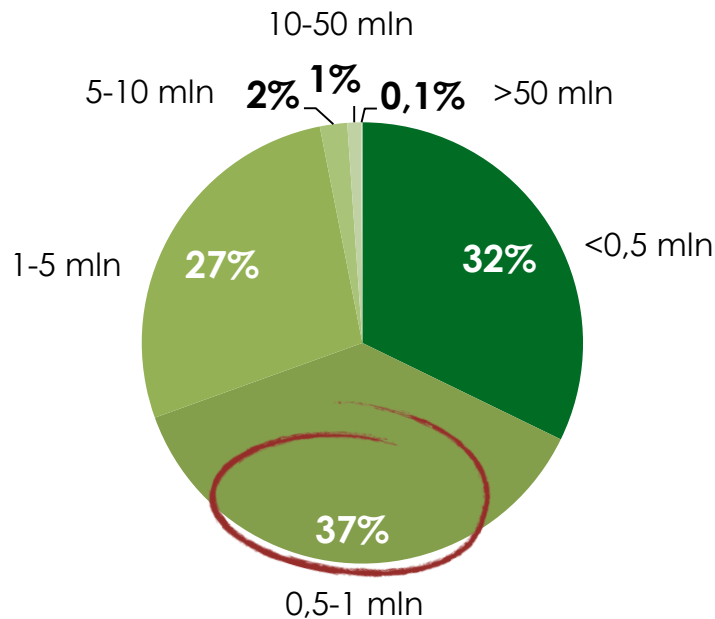


Gli operatori con AuM > 30 mld rappresentano meno del 15% del totale ma gestiscono quasi due terzi delle masse dell'intero segmento

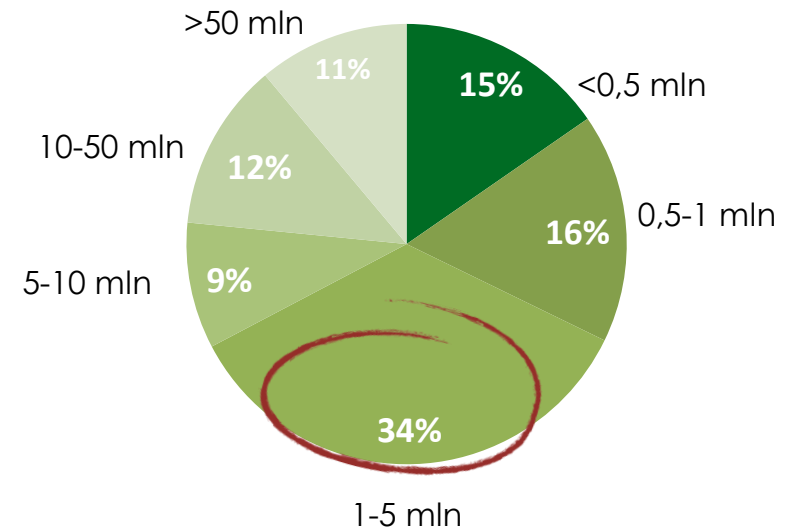
Gli operatori del Private Banking in Italia

Suddivisione per target di clientela serviti

Numero di famiglie



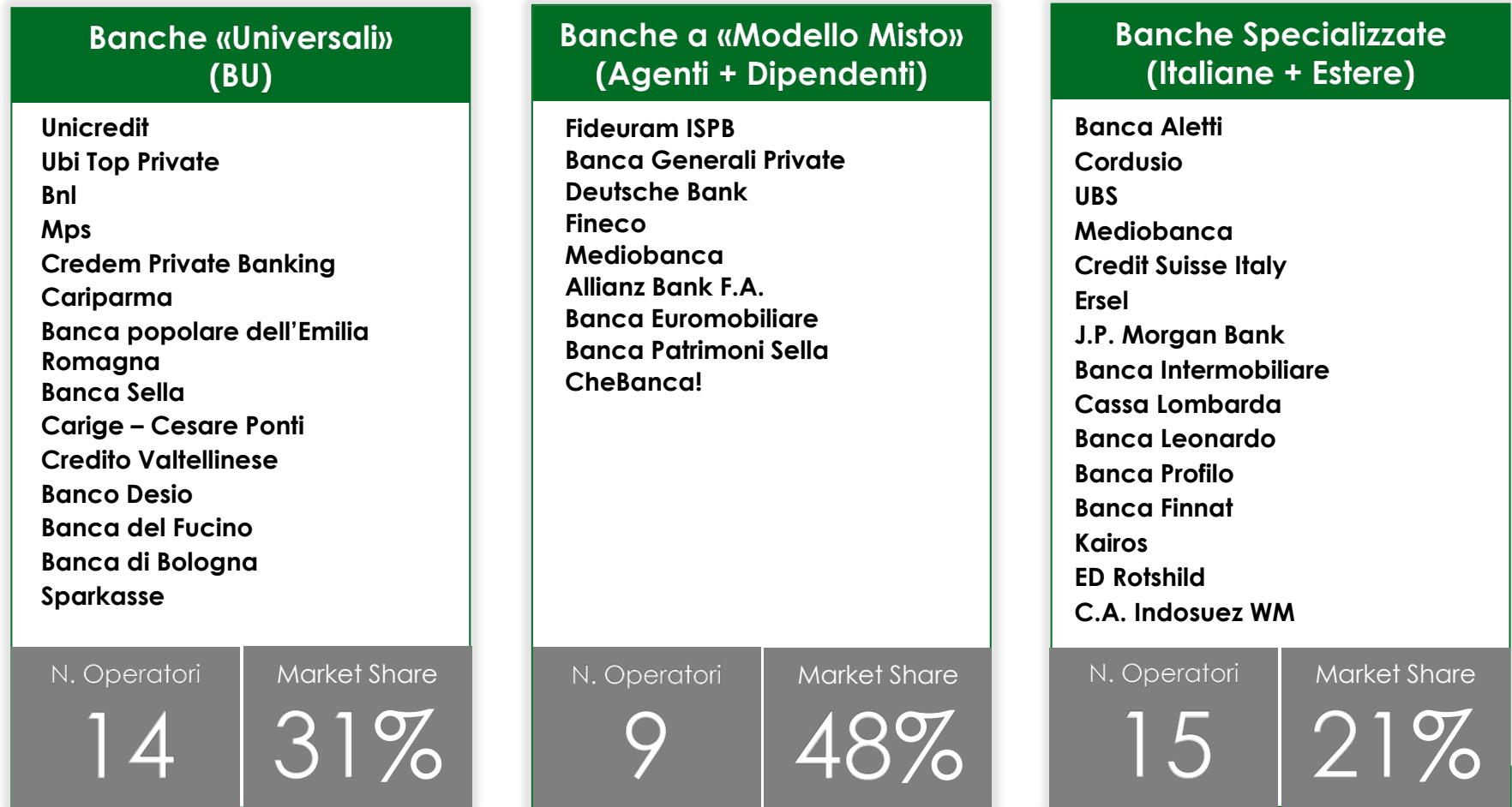
Patrimoni



Più del 35% delle famiglie clienti Private servite possiedono patrimoni compresi tra € 0,5 mln e 1 mln, ma circa un terzo del patrimonio totale è in capo a clienti che possiedono tra € 1 mln e 5 mln

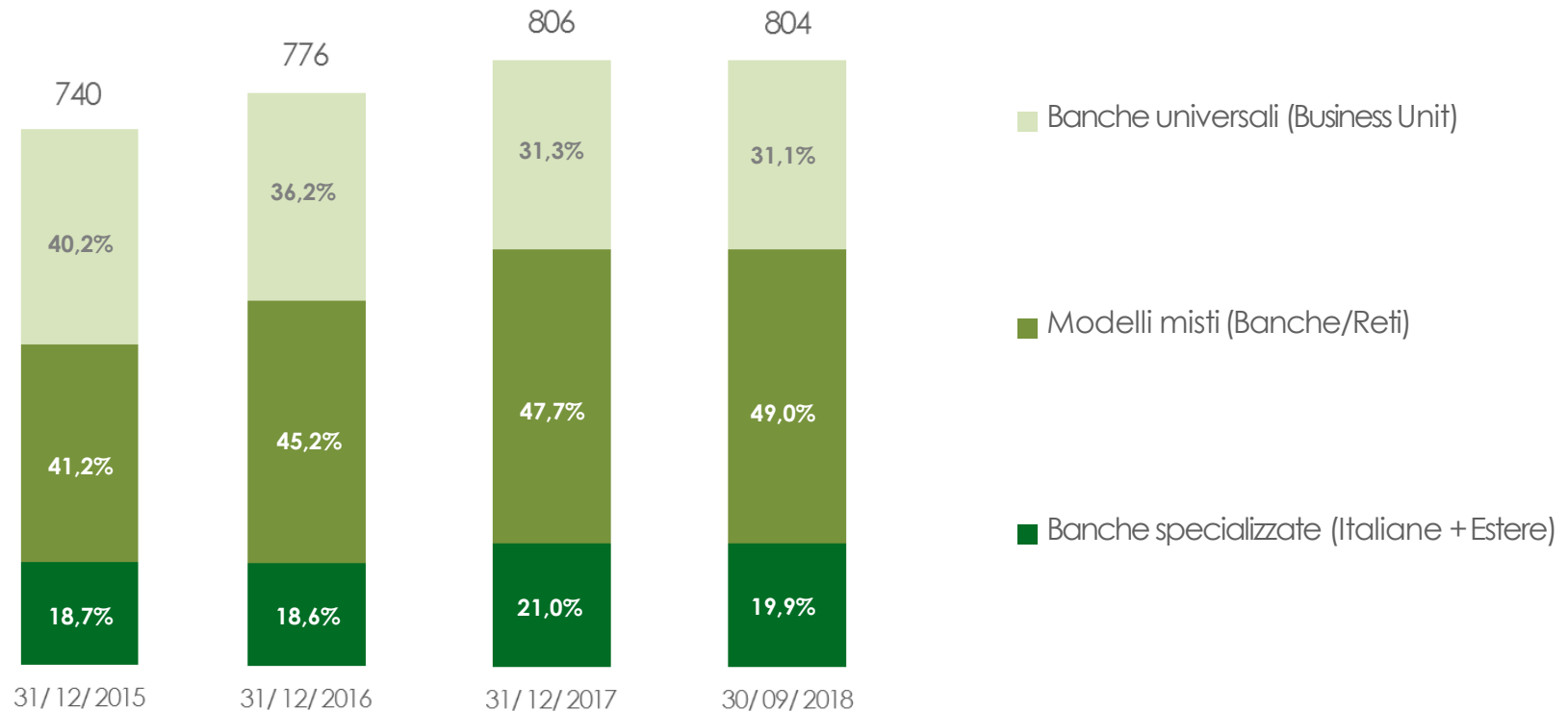
Gli operatori del Private Banking in Italia

Suddivisione per cluster (AIPB)



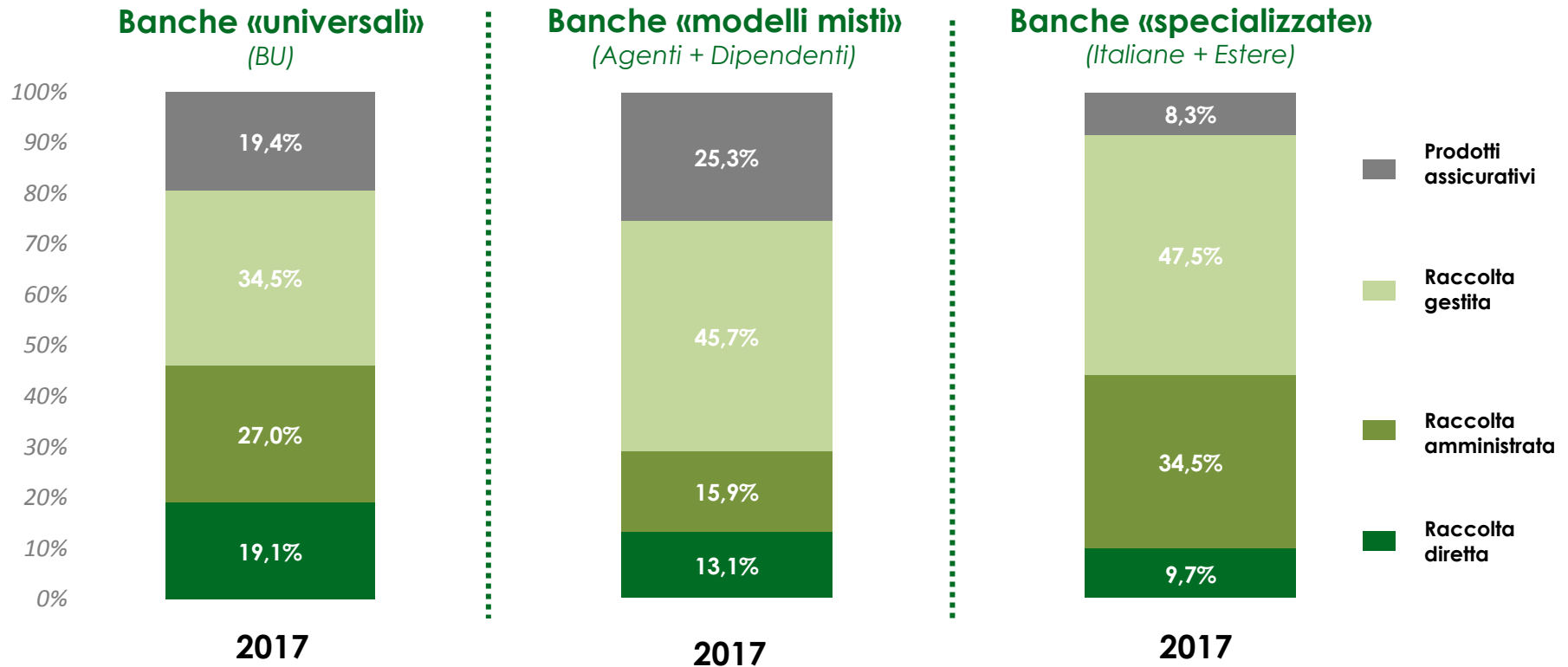
L'Evoluzione delle quote di mercato dei Cluster

Evoluzione delle quote di mercato per cluster di operatori e totale AuM in mld di euro



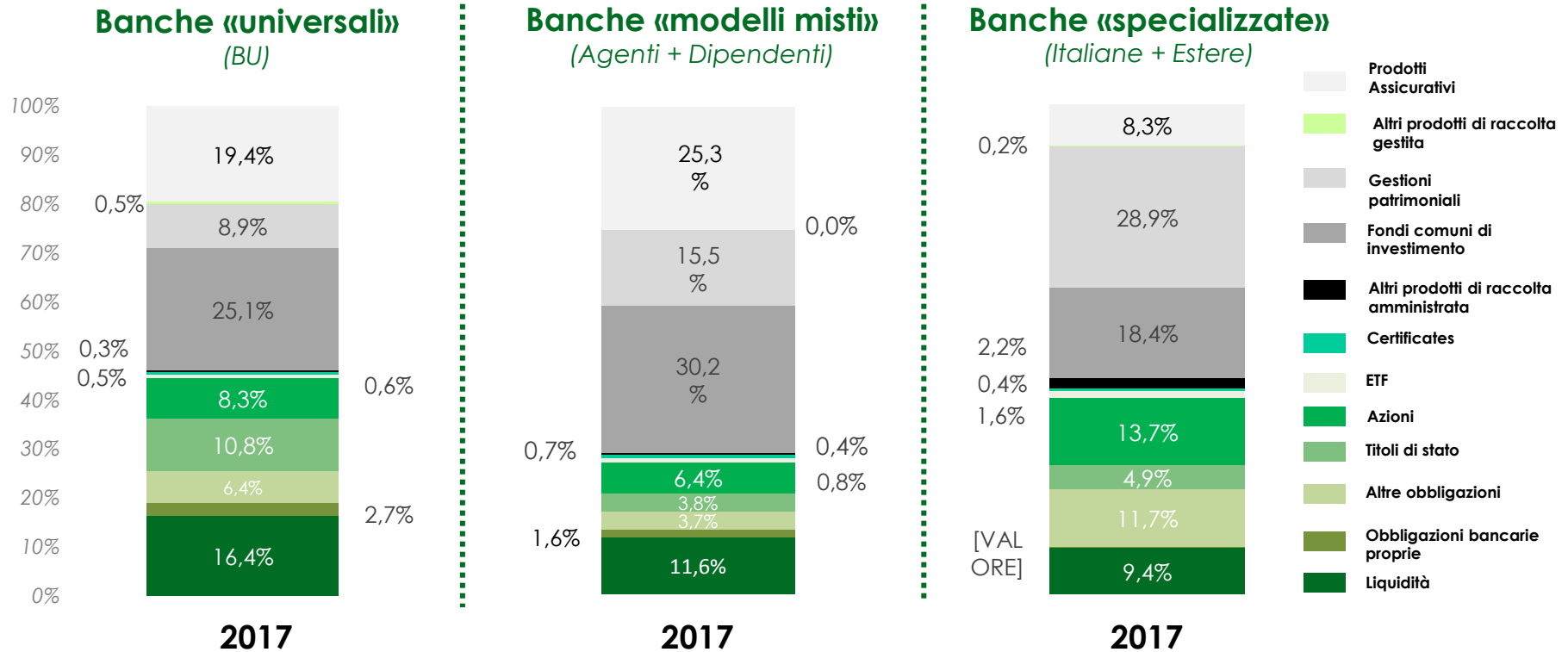
Dal 2015 si evidenzia una forte crescita degli AuM per gli operatori con «modelli misti» e una crescita più moderata per le Banche Specializzate; le Banche Universali registrano una flessione significativa

Le scelte di product allocation dei diversi operatori (1/2)



Le banche «specializzate», molto orientate sul risparmio gestito, mostrano una bassa penetrazione dei prodotti di natura assicurativa (8,3% vs 25,3% delle banche «modelli misti»)

Le scelte di product allocation dei diversi operatori (2/2)



Le Banche universali mostrano ancora «sacche» significative di liquidità e strumenti di risparmio amministrato (pari a ca. il 46%)

Struttura e composizione delle Reti di Vendita (1/2)

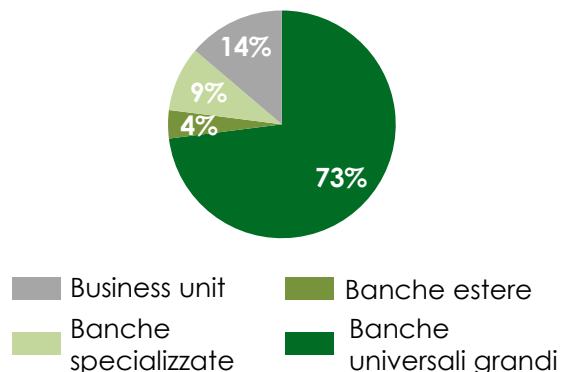
Private Banker in Italia

12.000

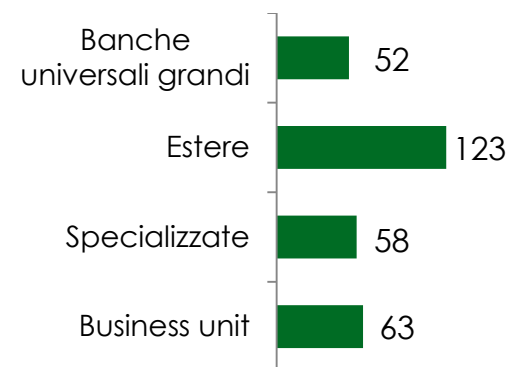
Portafoglio medio

€ 57 mln

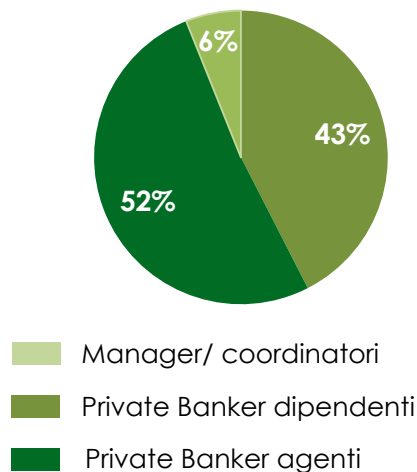
Distribuzione Private Banker per tipologia di operatore



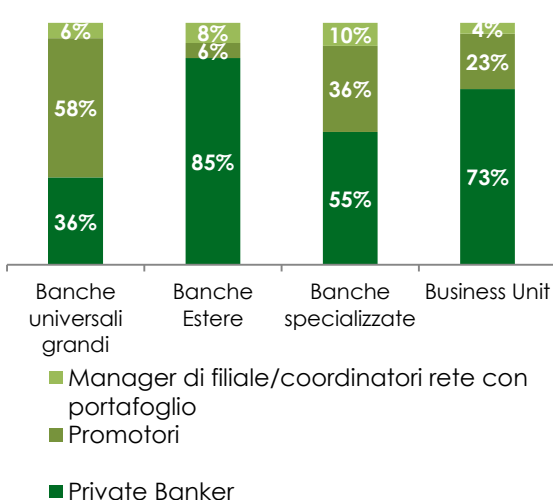
Portafoglio medio dei private banker per cluster (€ mln)



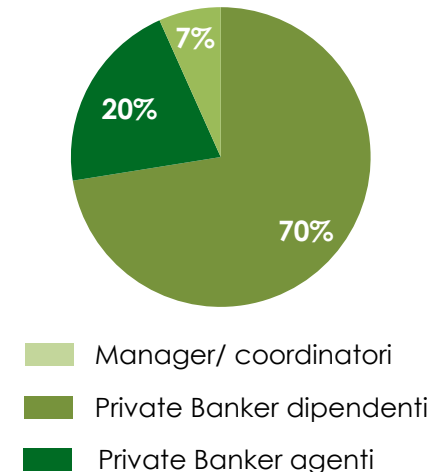
Numero di Professionisti



Tipologia di PB per Cluster

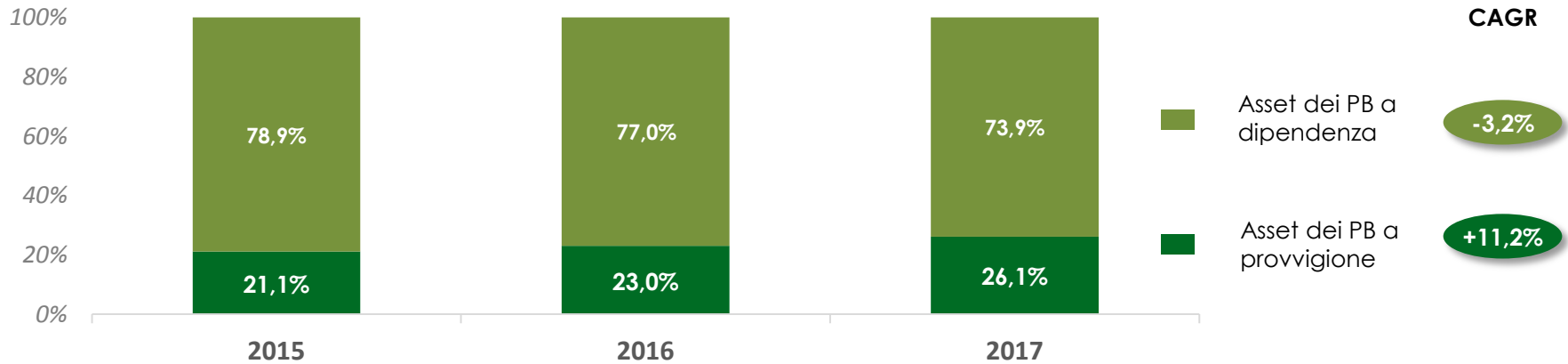


Asset Under Management

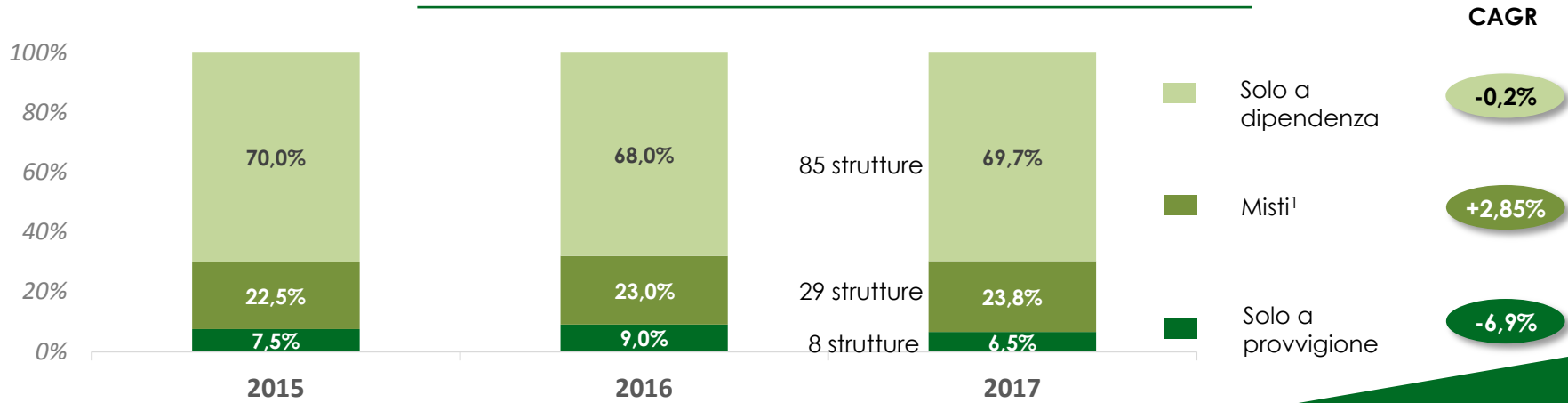


Struttura e composizione delle Reti di Vendita (2/2)

Asset Private Banking



Numero di operatori Private Banking con PB



Fonte: MagStat, 2018

1. PB a provvigione e PB a dipendenza

Confronto tra operatori

Caratteristiche chiave dei diversi Business Model

Posizionamento

Banche universali

- **Ampia offerta di servizi** (bancari, crediti, investimento, etc.) ma **offerta contenuta di soluzioni finanziarie** (principalmente «captive»)
- Elevata penetrazione dei **prodotti di natura assicurativa**
- **Inferiore incidenza** della raccolta **gestita**

Banche «modelli misti»

- Architettura aperta e **ampia offerta di soluzioni finanziarie**
- Focus **limitato** sul **risparmio amministrato**
- Elevata penetrazione dei **prodotti di natura assicurativa**
- Stretta **relazione con il Cliente**

Banche specializzate

- Architettura aperta e **ampia offerta di soluzioni finanziarie**
- Orientamento al **risparmio gestito**
- **Bassa penetrazione** dei prodotti di natura **assicurativa**
- Stretta **relazione con il Cliente**

Caratteristiche Clienti

- Profilo di **rischio** mediamente più **contenuto**
- **Inferiore livello di sofisticazione** in termini di soluzioni di investimento
- Attitudine alla **consulenza** evoluta ancora **limitata**

- Profilo di **rischio** mediamente più **elevato**
- Ricerca di **soluzioni** di investimento **varie e differenziate**
- **Attitudine alla consulenza** finanziaria

- Profilo di **rischio elevato**
- Ricerca di **soluzioni** di investimento **varie e differenziate**
- **Attitudine alla consulenza** finanziaria

Agenda

- 1 La ricchezza finanziaria in Italia e nel mondo
- 2 I Player del Private Banking in Italia
- 3 Focus sulle Reti di Promozione Finanziaria

Focus Reti di Promozione (1/3)

Numero di operatori e key figures



28 associate ad Assoreti

25

Banche (*Allianz; Alto Adige; Euromobiliare; Banca Generali; Mediolanum; Nuova; Patrimoni Sella; Popolare di Bari; Popolare di Milano; Popolare di Puglia e Basilicata; Popolare di Spoleto; Reale; Widiba; BNL-BNP Paribas; Bper; Credem; **Fideuram**; Deutsche Bank; Fineco; Intesa SanPaolo; ING; Unipol*)

2

SIM (*Consultivenst investimenti; SanPaolo Invest SIM*)

1

Società di gestione (*Azimut*)

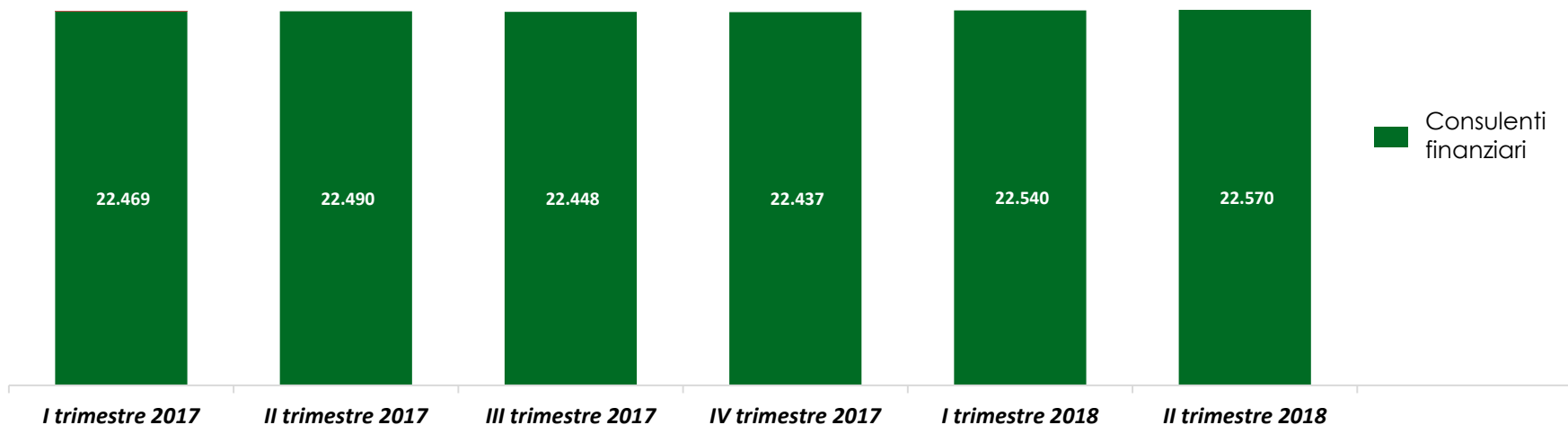
Focus Reti di Promozione (2/3)

Numero di operatori e key figures



22.570 consulenti finanziari aderenti ad Assoreti al 30.06.2018

+0,4% di incremento da inizio 2017



Focus Reti di Promozione (3/3)

Numero di operatori e key figures



183 clienti medi per consulente finanziario («CF»)¹

+5,2% vs 2016

1,8 mln€ di raccolta netta per CF

+17,1% vs 2016

23 mln€ di patrimonio per CF

+10% vs 2016

Raccolta netta / patrimonio medio: 7,8%

+5,4% vs 2016

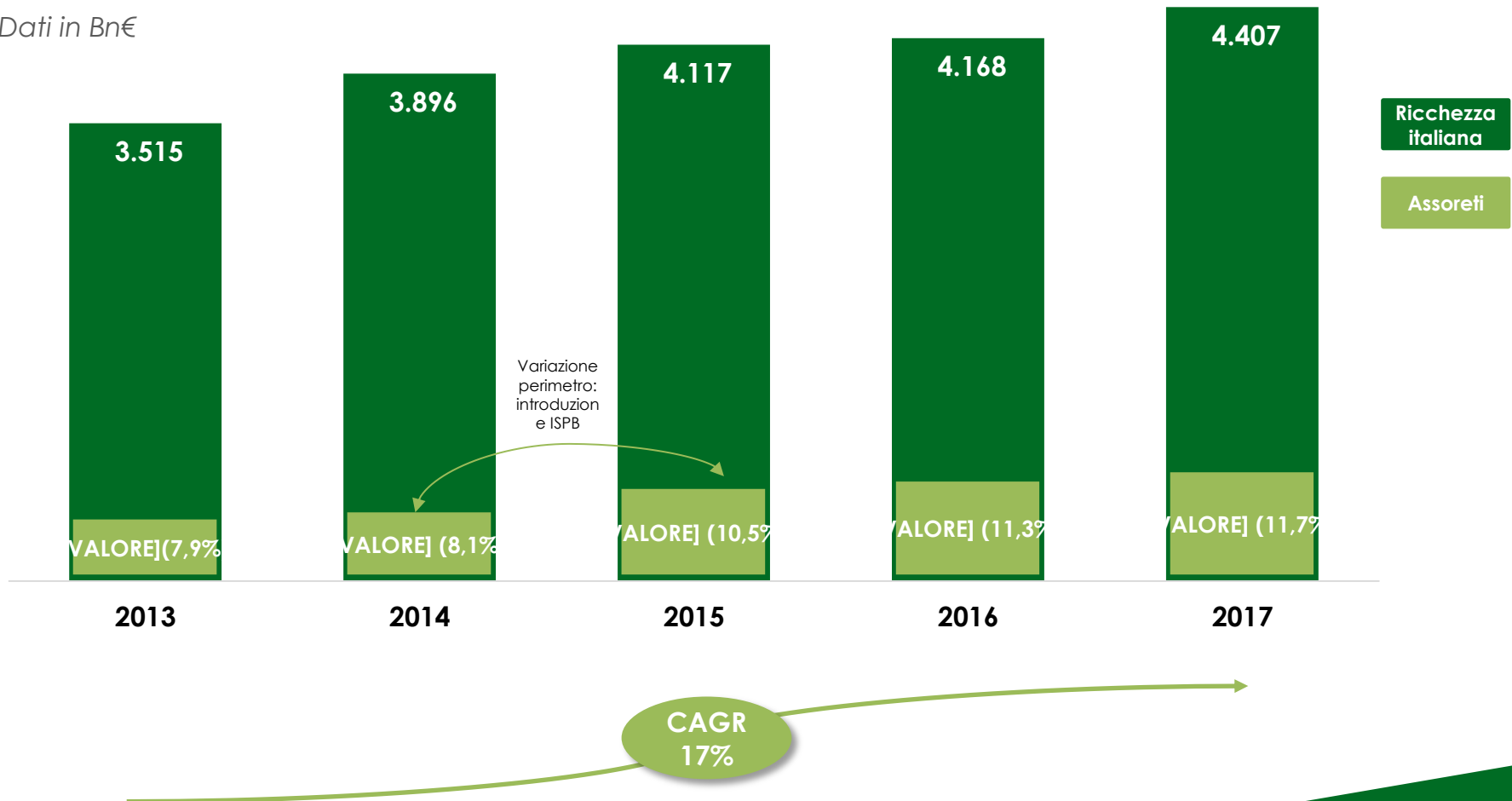
Fonte: Assoreti, giugno 2018

1. 4,1 mln di clienti a Giugno 2018 (vs 3,9 mln a Marzo 2017)

Andamento quota di mercato delle Reti di Promozione

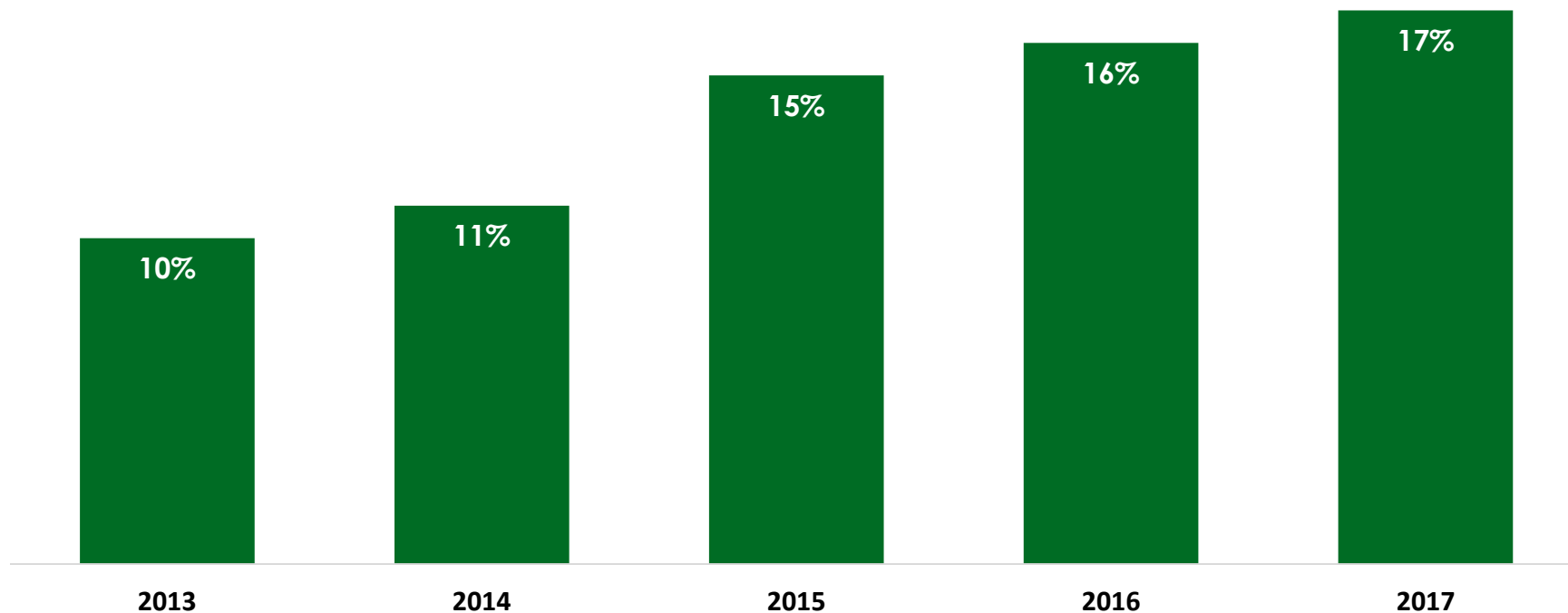
Quota di mercato aderenti ad Assoreti vs. ricchezza italiana

Dati in Bn€



Andamento quota di mercato delle Reti di Promozione

Quota di mercato perimetro offerta Assoreti*

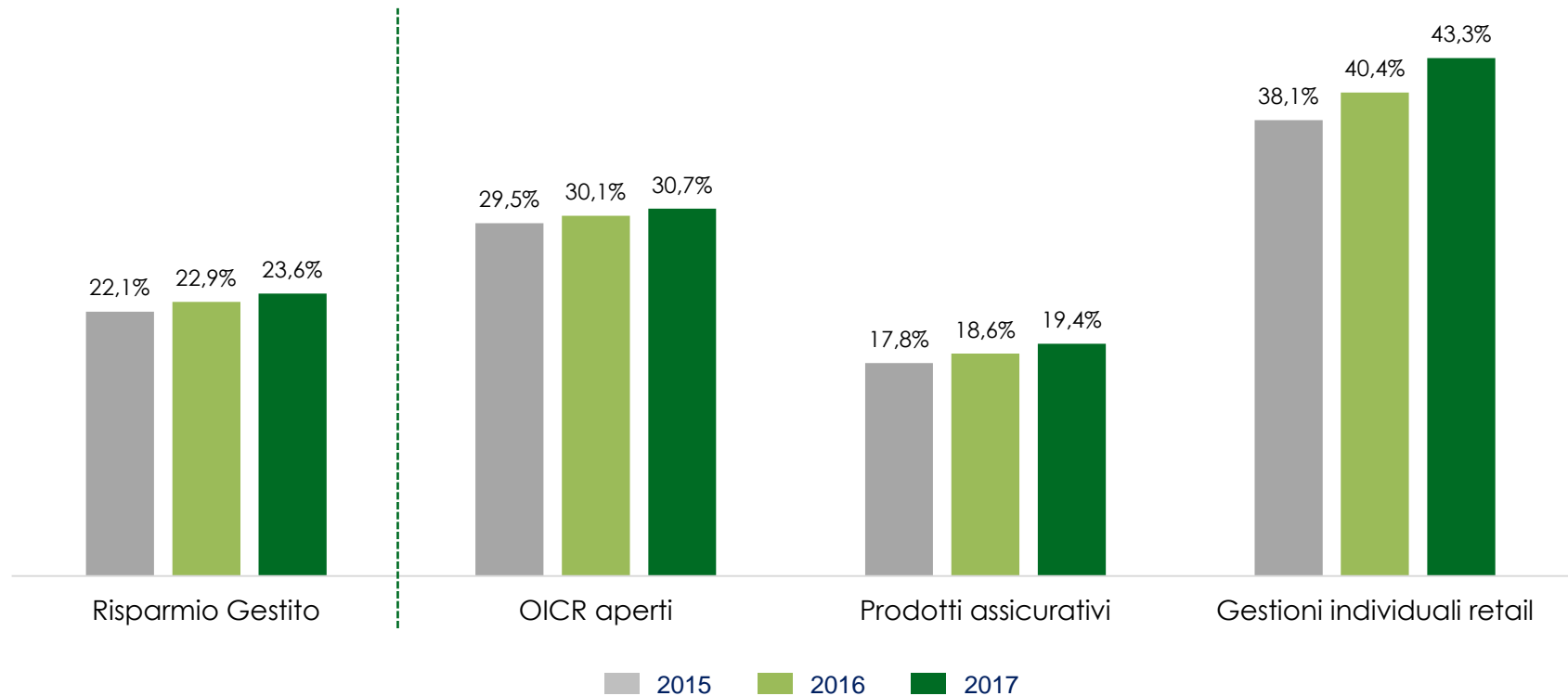


**Include: depositi; titoli pubblici italiani; obbligazioni italiane e titoli esteri; azioni italiane ed estere quotate; OICR; prodotti assicurativi vita e prodotti previdenziali*

Il percorso di crescita è ancora più accentuato se si analizza il perimetro dei prodotti «core»

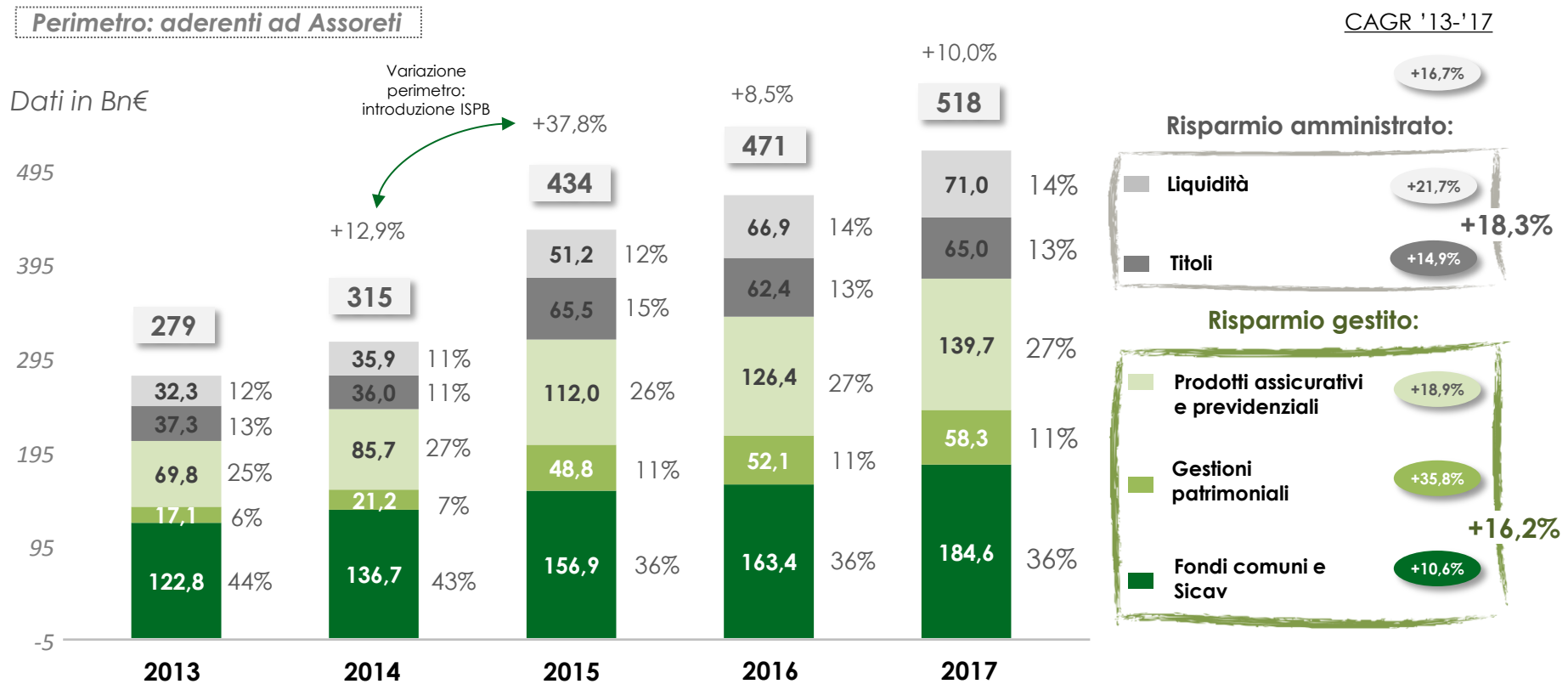
Andamento quota di mercato delle Reti di Promozione

Quota di mercato per tipologia di prodotti



La quota servita delle Reti raggiunge il 23,6% nel caso del risparmio gestito e oltre il 40% nelle gestioni individuali retail

Asset Allocation delle Reti di Promozione

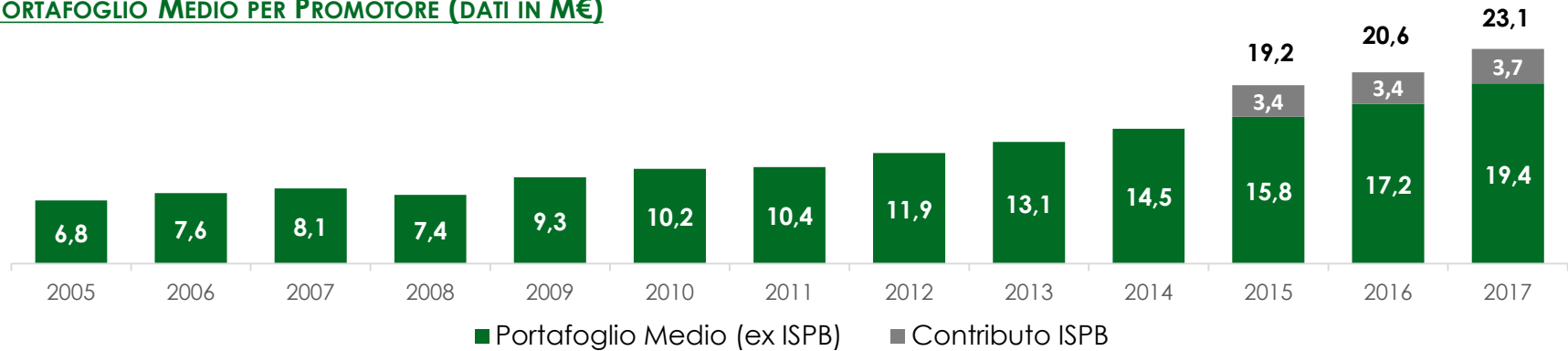


Le Gestioni Patrimoniali hanno triplicato la loro quota, con una crescita cumulata di oltre il 35%

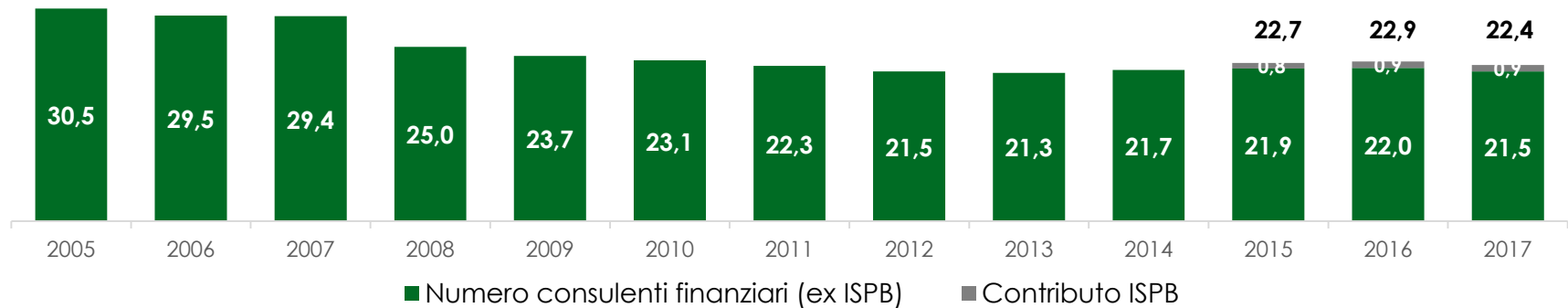
Trend del numero dei promotori e della dimensione media di portafoglio

Dati in M€

PORTAFOGLIO MEDIO PER PROMOTORE (DATI IN M€)



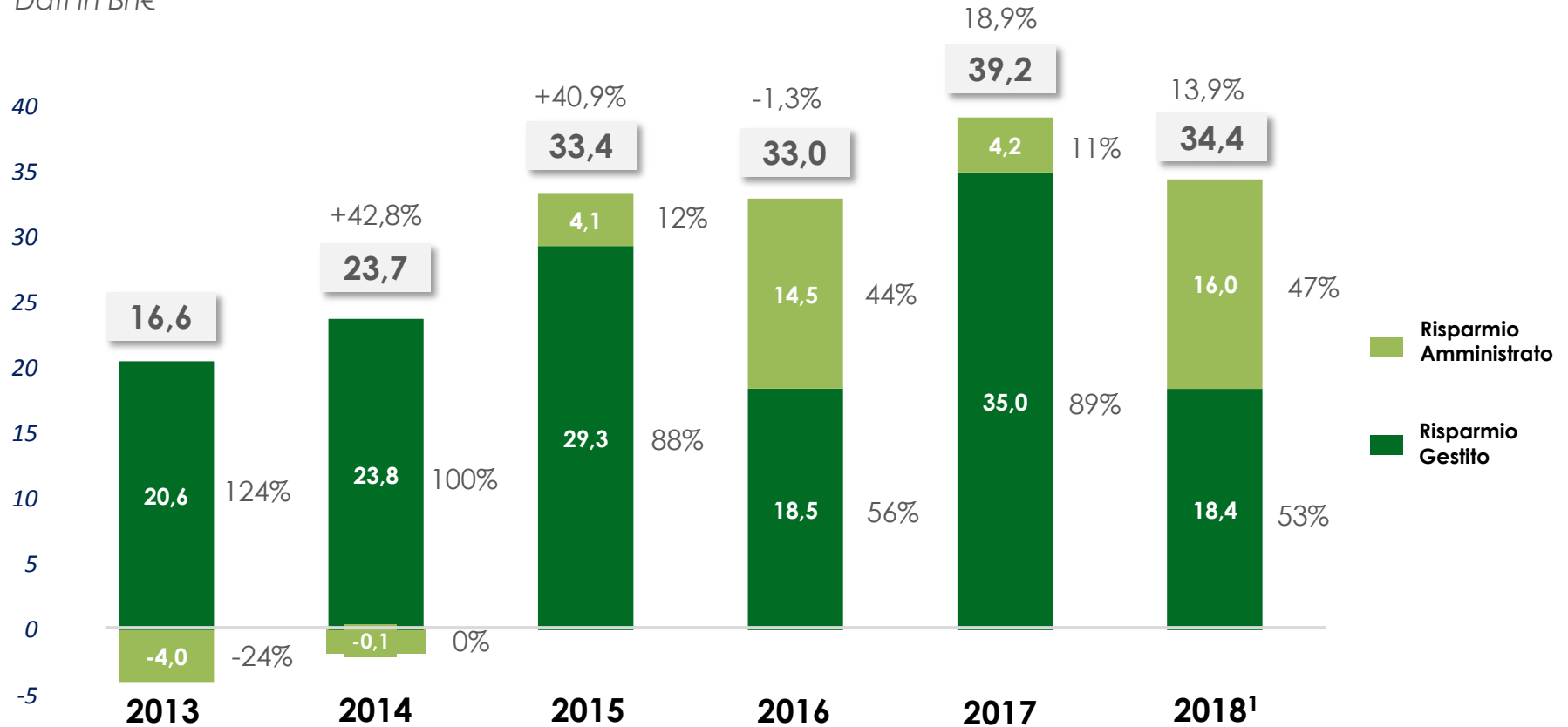
NUMERO DI PROMOTORI FINANZIARI (DATI IN MIGLIAIA)



Il mondo delle Reti ha attraversato una fase di ristrutturazione, con l'uscita dei promotori più «piccoli» e l'aumento del valore delle masse medie

Raccolta netta delle reti

Dati in Bn€



La raccolta netta delle Reti dopo una fase di forte crescita tra il 2013 e il 2015, ha consolidato l'apporto annuo di nuove masse a ca. 33-34 Bn €

Le sfide per il Private Banking



Cogliere le opportunità offerte dalle **nuove tecnologie** per attrarre nuove fasce di clientela «investment oriented» e digitale



Comprendere e gestire le **evoluzioni in ambito normativo** (es. Mifid II), riuscendo a garantire sempre più trasparenza nei confronti del cliente



Gestire il passaggio generazionale della propria clientela, preparandosi a servire la **prossima generazione di clienti**



Estendere il perimetro degli asset serviti e fornire **servizi di consulenza** che rispondano alle esigenze del cliente **a tutto tondo**



Mantenere fede al proprio modello di business ed identità nella gestione di lungo periodo della relazione con il cliente