

Le novità regolamentari potranno portare a una maggiore concorrenza e pressione sulle fee
GESTORI ALLA SFIDA DELLA REDDITIVITÀ

Spazio alla tecnologia per tagliare i costi e salvare i margini

DI REBECCA CARLINO

L'industria del risparmio gestito continuerà a crescere in Italia con un patrimonio gestito che ammonterà a 1.943 miliardi di euro nel 2020. È la previsione di PwC presentata nello studio «L'industria dell'asset management nel 2020». Un ruolo lo giocheranno anche le private bank, che dovranno conquistare una fetta di risparmio non ancora coperta dalla consulenza e puntare sui servizi e prodotti ad alto valore aggiunto. «Negli ultimi anni», osserva Mauro Panebianco, partner di PwC e Awm Consulting leader Italy, «la ricchezza delle famiglie italiane si è spostata verso i prodotti del risparmio gestito per far fronte ai rendimenti vicini allo zero sugli investimenti che sono sempre stati prediletti dagli italiani, ovvero le obbligazioni governative e bancarie. Considerando che meno del 50% della ricchezza finanziaria delle famiglie italiane è investita in prodotti del risparmio gestito, ci

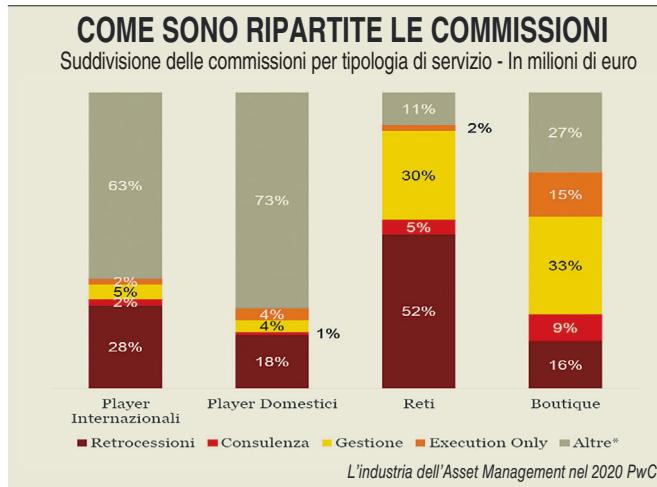
aspettiamo che questo trend possa continuare per avvicinarsi alla media europea».

Ma il futuro porta anche delle sfide. Lo studio di PwC ricorda che le principali novità regolamentari (MiFID II /MiFIR) comporteranno una revisione dell'attuale



Luigi Marciano (Objectway)

modello di business, con le seguenti implicazioni per il wealth management: maggiori oneri di trasparenza e compliance normativa, con conseguente compres-



sione dei margini e riduzione delle fee; possibile pressione regolamentare sulle retrocessioni e aumento della complessità degli accordi distributivi per la richiesta maggiore trasparenza. La parola d'ordine sarà ridurre i costi nelle attività a minore valore aggiunto. E la tecnologia può venire in aiuto come ricorda Luigi

Marciano, presidente, fondatore e ceo di Objectway: «Uno dei temi che sta generando maggiori aspettative nel settore finanziario in tema di efficienza sono le tecnologie di Robotic process automation (Rpa), l'automazione robotica per la gestione di tutte le attività a minore valore aggiunto per il business». Secon-

do Marciano si tratta di strumenti che automatizzano tutte o alcune fasi dei processi manuali basati su regole, ad esempio processi amministrativi, inserimento dati o controlli, a favore di riduzione dei costi e dei rischi operativi, incremento dei margini grazie a un migliore rapporto costo/ricavo e massima produttività. «Il costo del back office rappresenta in particolare una quota importante delle spese operative nel settore finanziario», continua il presidente di Objectway. «Le banche private possono sfruttare queste tecnologie per migliorare la gestione delle attività e dei processi non automatizzati, liberando così risorse per attività di core business a maggior valore aggiunto». Mentre un'altra strategia per ridurre l'impatto di alcune attività ripetitive tipiche del back office consiste nel trasferirle nella fase di engagement del cliente: per esempio la compilazione del questionario MiFID, la

(CONTINUA A PAG. 29)

(SEGUE DA PAG. 27)

raccolta dei dati personali o la definizione dei propri obiettivi di investimento sono eseguibili direttamente dall'investitore in modalità self-service. Le informazioni acquisite vengono quindi gestite in maniera automatizzata e rese disponibili per le attività successive di consulenza e gestione del portafoglio. «Gli strumenti digitali contribuiscono inoltre a favorire una migliore conoscenza e profilazione della clientela», prosegue Marciano, «uno degli aspetti determinanti per fornire un servizio altamente personalizzato. Altrettanto importante è la costante verifica della coerenza dell'operatività del cliente rispetto al suo profilo di rischio. Tanto per assicurare la compliance alla normativa quanto per rispondere all'evoluzione del profilo del cliente, che nel tempo può cambiare in termini di aspettative o capacità di sopportare i rischi e in rapporto all'evoluzione stessa, strutturale o contingente, dei mercati finanziari».

La tecnologia può venire in aiuto anche nella relazione tra cliente e banker. Data la complessità delle prestazioni fornite ai clienti di fascia alta, le banche private hanno basato il proprio modello di servizio sul rapporto personale tra banker e cliente. Anche in questo segmento di mercato meno colpito dalla trasformazione digitale, la

Banca Generali supera quota 30 miliardi di masse gestite

Con una raccolta in crescita di oltre un terzo rispetto allo stesso periodo del 2016, Banca Generali si presenta al giro di boa del semestre con un passo sostenuto nel settore del private banking. La banca guidata da Gian Maria Mossa, specializzata nella consulenza finanziaria e nei servizi di wealth management, sta accelerando nella fascia più alta di mercato grazie a un'offerta su misura nella personalizzazione degli investimenti e nelle soluzioni per la protezione del patrimonio. Numeri alla mano la società si posiziona tra i primi cinque operatori nel private in Italia con oltre 30 miliardi di risparmi provenienti da famiglie che dispongono di oltre mezzo milione di capitali investiti. Solamente cinque anni fa queste non arrivavano a 12 miliardi e rappresentavano poco più del 40% del totale, mentre oggi valgono più del 60% degli oltre 50 miliardi in custodia per la clientela.

Lo sviluppo di un'offerta dedicata alla clientela privata con i contenitori finanziari e assicurativi (la gestione patrimoniale Bg Solution Top Client, la polizza multilinea Bg Stile Libero Private Insurance) con le loro possibilità di protezione e personalizzazione delle linee di investimento e nell'advisory, continuano ad avere grande

riscontro. Nei primi cinque mesi del 2017 i wrapper gestiti hanno raccolto complessivamente 2,25 miliardi, il 70% del totale. Al fianco dell'impegno nei prodotti, la banca più privata di Piazza Affari ha puntato con decisione su servizi finalizzati a valorizzare la centralità del professionista nel rapporto con il cliente, aprendo a una nuova frontiera dell'advisory che comprende l'ambito immobiliare, il corporate finance per la valorizzazione del patrimonio d'impresa, la consulenza giuridica e fiscale, l'art advisory e la gestione delle tematiche successorie. «Siamo riusciti a mettere a disposizione dei clienti sotto un unico contratto strumenti finora accessibili solo a investitori istituzionali o grandi family office, e questo ci consente di essergli vicino proteggendo al meglio il loro patrimonio», spiega Andrea Ragaini, vicedirettore generale di Banca Generali. La crisi del mattone degli ultimi anni e le pressioni sui flussi di

reddito dalla lunga crisi hanno cambiato radicalmente i paradigmi dei risparmiatori rendendo quanto mai urgente un nuovo approccio nelle tutela del risparmio delle famiglie. «Nella vita il patrimonio è spesso una discriminante importante al momento di effettuare delle scelte, se il consulente ha una visione globale di questo riesce a essere più efficace negli obiettivi complessivi della famiglia», aggiunge Ragaini. La nuova frontiera del wealth management si muove in questa direzione. Grazie all'innovazione della tecnologia la banca del Leone ha sviluppato piattaforme che mettono insieme diverse variabili del patrimonio, con un modello di servizio che

va già incontro anche all'evoluzione normativa della Mifid 2. «Un modello che si adopera per valorizzare ciò che c'è di più caro nella vita professionale dei consulenti», conclude Ragaini, «la fiducia dei loro clienti a tutela dei loro progetti di vita».



Andrea Ragaini

tecnologia sta determinando un cambiamento sia nel modello di offerta, sia nel favorire una maggiore trasparenza ed efficienza nella relazione banca-cliente. «Il canale fisico rimane per le questioni più complesse», continua Marciano, «ma a questo si affiancano strumenti di digital

engagement e collaboration per accedere agli investimenti in autonomia, sempre e dovunque, o per richiedere la consulenza del proprio banker tramite chat, videochat e condivisione dello schermo online». Gli operatori tradizionali stanno utilizzando le tecnologie digitali anche per

attrarre nuovi investitori, mediante l'offerta di molteplici canali di interazione. Infine «le piattaforme digitali evolute per la gestione dei prodotti di investimento abilitano l'offerta di servizi flessibili, adattabili alle diverse esigenze della clientela a costi più bassi», conclude

l'esperto. «Le banche private possono ampliare il profilo d'offerta includendo strategie di investimento a lungo termine delegate, advisory basata su obiettivi, fino a servizi in cui il cliente effettua in autonomia le scelte d'investimento». (riproduzione riservata)

YOUR DIGITAL PARTNER

Financial Software and Digital Solutions
for Banking, Securities & Insurance

www.objectway.com


OBJECTWAY

