



07 MARZO 2019 · TERESA SCARALE

- **Se non di rottura, il 2019 si presenta significativo per il wealth management**
- **Un ciclo più che decennale che si è esaurito: quello del rendimento a fronte di un rischio minimo, o quasi nullo. E' un cambiamento strutturale, che va compreso a fondo**

Il wealth management nel 2019 è a un punto di svolta. Non si tratta solo di Mifid2, ma anche di mutamenti strutturali, come la conclusione di un decennio in cui i rendimenti sembravano facili. Ne parla Caterina Giuggioli, responsabile commerciale private banking di Kairos

Il private banking italiano sta attraversando un anno molto significativo. Quali le sfide che deve fronteggiare? **Risponde Caterina Giuggioli, responsabile commerciale private banking di Kairos**

Come si presenta oggi il panorama del private banking italiano?

Sicuramente è un anno molto interessante per il private banking. I motivi sono almeno due: la Mifid2, innanzitutto. Ma anche "l'attivismo" nell'ambito dell'M&A. Quindi processi di consolidamento e ristrutturazioni all'interno di talune realtà. Definire il 2019 un anno di discontinuità è forse un'affermazione forte, ma di sicuro è un anno significativo.

Qual è l'approccio di una donna con i clienti, rispetto a quello degli uomini, ci sono delle differenze da rilevare?

Per quanto concerne l'approccio di una donna con i clienti tenderei a definirlo più "rotondo", avendo alcune sensibilità che possono essere vantaggiose laddove la relazione tra il banker e il cliente si sostanzia in un tema fiduciario. Chiaramente rimane un contesto prevalentemente maschile e ci sono tante donne che ricalcano esattamente l'atteggiamento dell'uomo.

Quali sono le richieste da parte dei clienti? Si stanno delineando nuove esigenze?

C'è un senso generale di disorientamento. Il motivo è che c'è un ciclo più che decennale che si è esaurito. Parlo del rendimento a fronte di un rischio minimo, o pressoché inesistente. E' un cambiamento strutturale, che va compreso a fondo. Il mondo attuale offre rendimenti che possono essere significativi, ma a fronte di un approccio temporale e un'attitudine all'investimento diversi. Dal lato dell'offerta si sta definendo una serie di prodotti che probabilmente prenderanno piede all'interno dell'industria. Si sta andando verso il tema dell'*alternative*, seppur con formulazioni e modalità differenziate. Si è di fronte a un connubio fra domanda e offerta, in cui c'è anche un tema di marginalità, laddove i capitali che si raccolgono sono molto più "pazienti". Dal lato cliente, invece, vi è un processo di formazione che è solo all'inizio.

Le sfide e le problematiche da affrontare in questo 2019

Innanzitutto cercare di far comprendere ai clienti il panorama di riferimento nel quale ci stiamo muovendo. Panorama in cui, oltre ad esserci una serie di attori che hanno dominato negli ultimi anni, ci sono anche strategie algoritmiche e quantitative che oggi comandano almeno per l'80% dei movimenti. Per noi gestori che guardiamo ai fondamentali delle aziende, ciò si trasforma in grandi opportunità. Ma sicuramente deve esserci poi molta più capacità nel trasferire alla clientela fiducia e comprensione dei prodotti, oltre che del mercato.