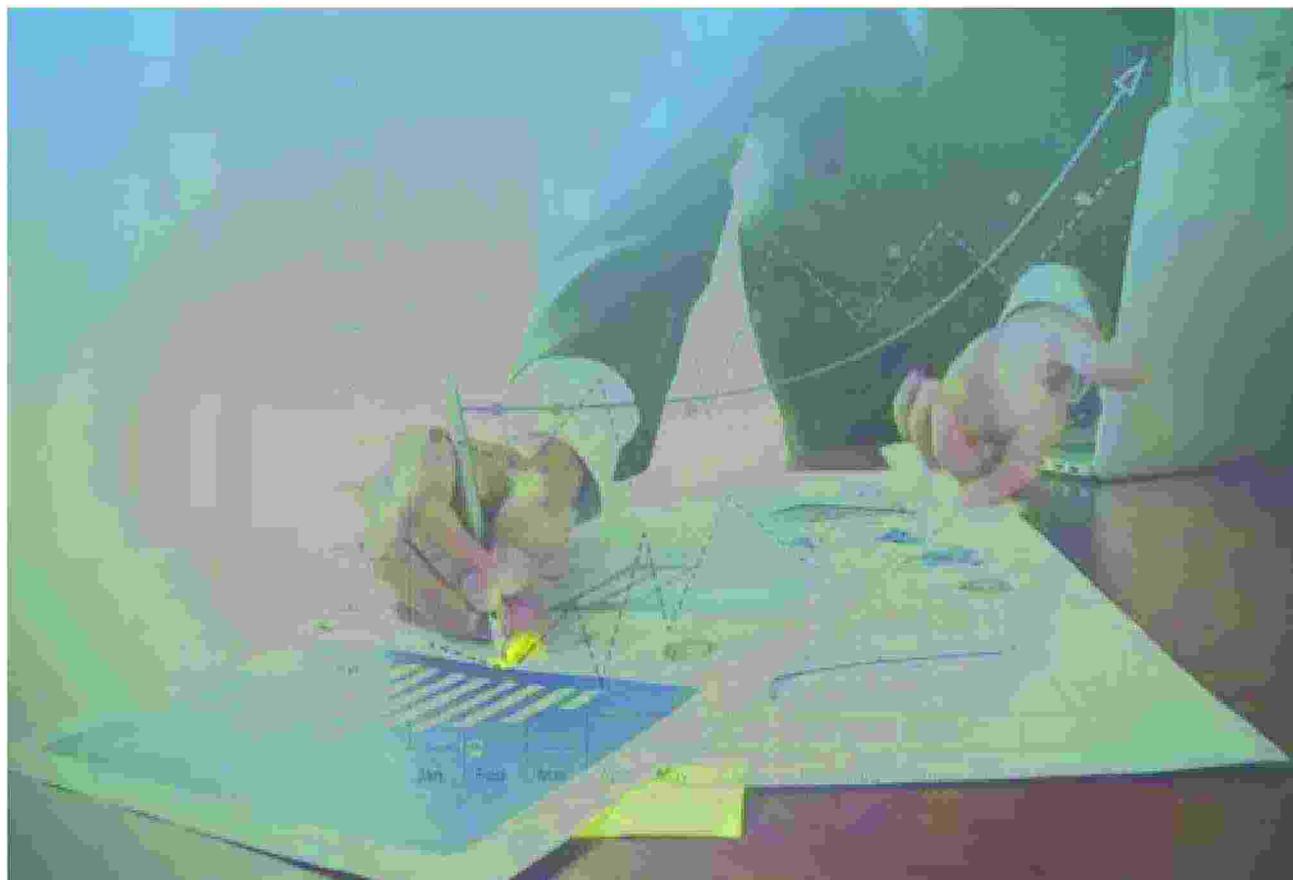


PRIVATE BANKING



Come cambia il mestiere di gestire la ricchezza

Le strategie dei private banker di fronte all'impatto della pandemia: dalla nuova attenzione nei confronti della sostenibilità ambientale e sociale, alle mutate esigenze di una clientela che chiede maggior coinvolgimento e più tecnologia

di Roberto Carcano e Aldo Bolognini Cobiانchi

Strategie d'investimento sempre più nel segno della sostenibilità ambientale. Sensibilizzazione degli investitori sulla necessità di allungare l'orizzonte temporale per aumentare le chance di generare ritorni consistenti. Relazioni con la clientela proiettate nella sfera della condivisione di un patto di fiducia. Sono questi gli elementi principali che emergono dalla panoramica sullo **stato dell'arte del**

private banking che *Patrimoni* propone attraverso una carrellata di pareri degli specialisti del settore.

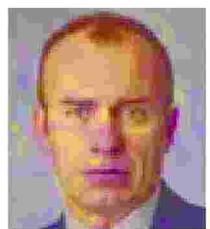
Ma quale impatto ha avuto la pandemia su questo mercato, sulla clientela, sui fornitori di servizi e sul sistema in generale? E come e quanto ha modificato modalità e strategie d'investimento? Il quadro che emerge dalle risposte degli operatori è quello di una **realtà duttile**, che si adegua con grande rapidità ai cam-

biamenti di paradigma imposti alla professione dalla crisi e dagli effetti, anche psicologici, che ha avuto sulla clientela. Che oggi esprime **nuove esigenze** sia per quanto riguarda il rapporto con i propri consulenti sia rispetto alle scelte d'investimento. Ciò ha indotto diverse società a **modificare le proprie strutture** o a crearne di nuove decisamente improntate a una filosofia di relazione, come centri di ascolto multidisciplin-

ri gestiti da professionalità delle strutture di private, corporate e investment banking, in grado di accogliere e sintetizzare tutte le istanze provenienti dai clienti e trasformarle in proposte operative condivise. Il tutto con un **avanzato approccio tecnologico**, nella consapevolezza che la digitalizzazione dei processi, oltre alla possibilità di servire a distanza, garantisce maggiore efficienza e consente risparmi di tempo a tutte le parti in causa. Per quanto concerne le strategie d'investimento, infine, gli esperti concordano sul fatto che la pandemia ha modificato la percezione del legame con il pianeta e le sue fragilità, dando uno stimolo importante all'attenzione verso le tematiche Esg e ai modelli di sviluppo più sostenibili. E oggi l'applicazione dei fattori Esg da parte delle aziende influenza fortemente le scelte di investitori sempre più consapevoli che si tratta di temi che richiedono l'allungamento degli orizzonti temporali per poter offrire performance soddisfacenti.

UN FONDO CHE INVESTE IN «CLIMATE LEADERS» PIMCO

Uno dei temi più dirompenti che caratterizzano l'andamento delle vendite di fondi comuni di investimento, in Italia come in molti altri paesi europei, è la crescente attenzione prestata ai temi della sostenibilità ambientale e sociale nonché di governance delle imprese. Si tratta di un cambiamento epocale e diventa sempre più importante offri-



Adriano Nelli, executive vice president e head of global wealth management Italy di Pimco

re trasparenza in rapporto alle politiche di investimento adottate. Il termine Esg esprime un concetto tanto intuitivo quanto importante: non basta più solo aumentare la dimensione quantitativa di ciò che siamo in grado di realizzare, ma occorre farsi carico di promuovere un modello produttivo che sia **funzionale all'interesse di tutti**, massimizzando il numero di coloro che potranno beneficiare dello sviluppo economico. Questo è il motivo per cui è fondamen-

tale che gli investitori amplino le loro conoscenze e la loro ricerca, come facciamo in Pimco, dove integriamo questi principi all'interno dell'intero nostro processo d'investimento, applicando il nostro rating proprietario Esg a tutte le aziende incluse nel nostro universo operativo. Il nostro team di analisti effettua migliaia di incontri ogni anno e questo ci permette di **indirizzare le aziende verso le prassi migliori**. Si tratta di un approccio collaborativo che punta a ottenere esiti vantaggiosi sia per i nostri clienti sia per le aziende in cui investiamo. Dalle quali, pretendiamo che non si limitino solo a essere leader Esg di oggi, ma vogliamo che si impegnino continuamente per conservare tale leadership in futuro. Abbiamo lanciato sul mercato il Fondo Pimco Gis Climate Bond Fund che investe in quelli che chiamiamo i «climate leaders», ossia quelle aziende che **si distinguono per lungimiranza** in termini di riposte al contrasto del cambiamento climatico. Si tratta di società che esprimono con continuità innovazione, analizzando il trend delle emissioni e facendo uso di dati e strumenti scientifici per prendere le loro decisioni attinenti al tema della sostenibilità.

IL RITORNO DELL'INFLAZIONE RILANCIAMO STRATEGIE VALUE AMUNDI

Il 2021 ha riportato all'attenzione del mercato private la **sostenibilità** nel tempo della crescita dei mercati, che hanno registrato una performance di borsa scollegata dalle dinamiche dell'economia reale, combinata all'**esiguità di rendimento offerto dalla curva obbligazionaria governativa e Ig globale**. La volatilità è tornata soprattutto nell'obbligazionario con il riaffacciarsi delle prospettive d'inflazione, che è coincisa con la «rivincita» delle strategie value verso quelle growth. Non a caso sono stati significativi gli investimenti nell'**Amundi Funds European Equity Value**, il nostro fondo azionario flagship. Inoltre, **continuano a piacere gli investimenti azionari tematici** come alternativa alle strategie tradizionali. Sul fronte obbligazionario, domina la ricerca di rendimento mediante **strategie di diversificazione unconstrained flessibili** per generare redditi nel mercato del credito globale o nel settore finanziario attraverso fondi specializzati, quali **l'Amundi Fun-**



Paolo Proli, head of retail division ed executive board member di Amundi Sgr

ds Argo Bond o **l'Amundi Funds Global Subordinated Bond**.

I fondi tematici continueranno a rappresentare un'ottima soluzione anche in futuro, dal momento che spostano l'arco temporale dell'investimento al medio-lungo termine in maniera più naturale e di facile comprensione per i clienti. Nel 2021 abbiamo lanciato **Amundi Eltif Agrifitaly Pir** per **investire nelle eccellenze agroalimentari italiane** attraverso un veicolo Eltif, compliant con la normativa Pir. Dopo il successo del primo periodo di sottoscrizione del veicolo con una raccolta di 70 milioni di euro, riapriremo una finestra di collocamento alla fine del periodo estivo. Ma il nostro marchio di fabbrica rimane la sostenibilità. Abbiamo di recente lanciato una gamma innovativa, la **Amundi Funds Esg Improvers**, che intende cogliere in una fase iniziale il **potenziale di crescita collegato ai fattori Esg**, attraverso l'investimento in aziende attraenti dal punto di vista dei fondamentali e che stanno mostrando un progresso reale in quell'ambito.

INCORPORARE TREND SECOLARI, SOSTENIBILITÀ E CRESCITA DI LUNGO TERMINE JANUS HENDERSON

La clientela continua a esprimere un grande interesse verso strategie come il nostro Janus Henderson Balanced Fund, che coniuga l'investimento in società legate a **temi di crescita secolare**, nella componente azionaria, a un'**asset allocation dinamica** tra azioni e obbligazioni. Tra i singoli temi invece, uno dei più apprezzati rimane sempre quello dell'**innovazione nel mondo sanitario**, su cui si focalizza invece il Janus Henderson Global Life Sciences Fund. Crediamo che i progressi in campo medico-scientifico rappresentino una delle opportunità di investimento più interessanti per i prossimi anni al pari di tanti altri megatrend. Per quanto riguarda il futuro prossimo, aspettiamo che la domanda di prodotti con una **reale connotazione di sosteni-**



Claudia Parenti,
senior sales
manager
di Janus Henderson
Investors

bilità possa continuare a crescere, e ciò non è per nulla in contrasto con quanto affermato sopra. Siamo infatti convinti che vi sia un legame molto forte tra trend secolari, sostenibilità e crescita di lungo termine, e le strategie che saranno in grado di incorporare tutti questi aspetti dovrebbero rivelarsi quelle vincenti. Da un lato, perché ci permetteranno di rimanere dalla parte giusta della disruption e, dall'altro, perché in linea con i nuovi bisogni e valori degli investitori. In Janus Henderson lo abbiamo capito già da molto tempo e siamo stati fra i pionieri degli investimenti basati su questa filosofia: per esempio, la nostra strategia Janus Henderson Global Sustainable Equity, azionario globale con focus su 10 temi di investimento legati alla sostenibilità e ad impatto positivo, è stata lanciata nel 1991 e quest'anno festeggia 30 anni di solido track record.

L'ANALISI ESG CHIAVE DEL PROCESSO DECISIONALE FRANKLIN TEMPLETON

In questo momento siamo focalizzati su prodotti caratterizzati dai fattori Esg, perché prevedono un'integrazione dei

rischi di sostenibilità nella consulenza o nelle decisioni d'investimento e promuovono caratteristiche ambientali o sociali. Dopo l'approvazione del Regolamento sull'informativa per la finanza sostenibile a marzo 2021, si discute sempre più dei **fattori Esg inclusi in strategie gestite attivamente** e degli eventuali esiti benefici che potrebbero comportare per l'ambiente, senza per questo sacrificare i rendimenti per gli investitori. In Franklin Templeton, l'analisi Esg è una **componente intrinseca** del processo decisionale in materia di ricerca e di investimenti e la combina-



Michele Quinto,
Country Head e
Branch Manager per
l'Italia di Franklin
Templeton

zione fra parametri finanziari tradizionali e parametri della sostenibilità fornisce un valido strumento per distinguere le aziende e i settori vulnerabili alle turbolenze da quelle che dovrebbero essere meglio attrezzati per adattarsi agli shock.

Tra i prodotti più innovativi della nostra offerta annoveriamo il Templeton Global Climate Change fund, che persegue la rivalutazione del capitale investendo in titoli azionari di società che si adeguano ai rischi finanziari di lungo termine e alle **opportunità derivanti dai cambiamenti climatici**, e il Franklin

Liberty Euro Green Bond Ucits Etf, che fornisce esposizione al **mercato europeo dei green bond** massimizzando i rendimenti assoluti, investendo almeno il 70% del suo valore patrimoniale netto in obbligazioni allineate alla sostenibilità del clima e per la maggior parte denominate in valute europee. Manteniamo inoltre un forte focus su **tecnologia, biotecnologia e innovazione** in tutte le sue declinazioni. Il Franklin Technology Fund, per esempio, intende raggiungere l'apprezzamento del capitale, investendo almeno due terzi dei suoi asset in titoli azionari di aziende che beneficeranno dello sviluppo tecnologico, mentre il Franklin Biotechnology Discovery fund mira a crescere investendo in società della biotecnologia e della ricerca.

INTERNAZIONALIZZARE I PORTAFOGLI E ALLUNGARE L'ORIZZONTE TEMPORALE BANCA SELLA

La pandemia ha causato un aumento di richieste di una gestione sempre più integrata del patrimonio nel suo complesso. Al private banker si chiede quindi una **maggiore fluidità di ruoli** e competenze per meglio rispondere alle sofisticate esigenze degli Hnwi. In quest'ottica, abbiamo lanciato un nuovo servizio integrato di «Wealth & Business Advisory», che prevede la creazione di hub specifici con professionalità sia di private che di corporate e investment banking, per offrire un unico punto di accesso e soddisfare esigenze di consulenza in ambito fiduciario e immobiliare, di finanza ordinaria e straordinaria, o sui temi del credito. Un modo per andare incontro a una **clientela sempre più sensibile all'approccio tecnologico**, in termini di digitalizzazione dei processi e capacità di servire a distanza, dando maggiore efficienza al tempo del cliente e del private banker, ma sempre nell'ambito di una relazione personale.

Nel contesto attuale, caratterizzato ancora da tassi negativi e da impatti post-covid diversi a seconda del settore di business, lavoriamo su due direttrici. Da un lato, orientare i clienti verso una crescente internazionalizzazione dei portafogli per privilegiare **strategie d'investimento sostenibili e in grado di**



Banca Mediolanum e il private banking che verrà

Il futuro del settore bancario sarà molto diverso da come lo conosciamo oggi. Ne è convinto **Alberto Martini**, direttore wealth management di Banca Mediolanum. E il motivo è evidente: «Per le banche», sottolinea, «il digitale rappresenta un passo fondamentale in un'industria in evoluzione. Sebbene alcune stiano percorrendo questa strada, la maggioranza cede il passo a chi è più snello e veloce e a chi è nato digitale per necessità come le banche-reti. Si rafforzano nuovi comportamenti della clientela nell'uso dei servizi finanziari resi ancora più evidenti dalla recente pandemia. La diffusione dell'internet mobile sta profondamente modificando le modalità di relazione banca-cliente. A ciò contribuiscono alcune importanti innovazioni realizzate dal settore bancario quali lo sviluppo di canali distributivi digitali, la capacità di servire a distanza il cliente, l'attivazione di nuove forme di comunicazione per interagire con il pubblico».

• Il wealth management deve affrontare la prova dell'efficienza dopo un ciclo economico di crescita dei mercati...

R. L'industria del private banking è stata messa a dura prova dalla pandemia. I più classici modelli di business high-touch (che richiedono molta interazione umana) non tengono più il passo: digitalizzazione e nuove competenze dei banker in ambito patrimoniale sono oggi essenziali per favorire la crescita organica e ridurre i costi operativi. A dispetto dei fenomeni di consolidamento bancario già in atto, molte banche non riescono ancora a tradurre la loro maggiore scala in maggiori margini; la crescita organica stenta a partire e gli ultimi anni sono stati sostenuti esclusivamente dalle performance finanziarie. In tutto il mondo, nel solo triennio 2016-2019 il margine operativo è sceso mediamente di circa il 12% (fonte PwC). La situazione peggiore si osserva in Europa dove tutte le banche specializzate hanno visto peggiorare il loro cost/income ratio in quanto incapaci di realizzare una sensibile efficienza operativa. Questa situazione spinge i player specializzati a concentrarsi sui segmenti a maggiore patrimonialità, lasciando scoperta la clientela upper affluent che diventa appannaggio di chi è più agile digitalmente potendo offrire anche una maggiore presenza geografica di prossimità al cliente.



Alberto Martini, direttore wealth management di Banca Mediolanum

• Allungamento della vita media, quanto impatta questo trend demografico sul modo di fare private banking?

R. Secondo Eurostat la percentuale di over-65 dovrebbe aumentare del 40% in meno di vent'anni e questo allungamento della vita renderà inevitabile la convivenza tra generazioni, favorendo nuove prospettive che combinino famiglia, salute e sicurezza. Si sta modificando l'ordine degli obiettivi: pensare alla salute, dedicare più tempo alla famiglia, proteggere le persone care sono le nuove priorità. Nei fatti il denaro, da scopo ultimo, è diventato un mezzo al quale dare un nome e un obiettivo. La clientela si sta sempre più rendendo conto che le proprie decisioni (come anche le mancate scelte), impatteranno il nucleo sociale di riferimento con effetti a catena e di lungo termine. Ciò ha un forte impatto anche sul tipo di consulenza da fornire che non sarà in prospettiva rivolta soltanto al capofamiglia ma richiederà di conciliare e gestire bisogni e obiettivi afferenti a più generazioni contemporaneamente. Tuttavia, l'87% della popolazione italiana non ha idea di quanti soldi serviranno per raggiungere questi obiettivi. Avrà un vantaggio competitivo chi saprà adottare un approccio consulenziale «goal based» che parta cioè dagli obiettivi in un ideale rovesciamento del paradigma relazionale ancora saldamente incentrato sul prodotto.

• Esperienze o prodotti: quale il futuro del private banking?

R. Nel terziario, il settore economico in cui si producono e forniscono servizi (gastronomia, turismo, trasporti, comunicazioni per citarne alcuni), si è ormai compreso da anni quanto è fondamentale far vivere alla clientela un'esperienza positiva e appagante totalmente slegata dal prodotto anche se di alta qualità. L'industria del private banking, invece, è rimasta ancora largamente alla finestra e il cliente inascoltato. Questa clientela molto esigente chiede invece oggi a gran voce una nuova forma di attenzione e di ascolto, vuole parlare dei propri sogni e non solo dell'andamento dei mercati finanziari. Per il servizio sarà premiato chi è in grado di offrire un ecosistema flessibile di prodotti e soluzioni di credito, protezione ed investimento in grado di soddisfare in logica «one stop shop» tutti i bisogni della clientela. Non meno importante sarà una più moderna modalità di relazione che riesca a combinare uomo e digitale, restituendo al cliente una esperienza personalizzata sulla base delle informazioni e degli obiettivi individuali. Infine, determinante sarà l'allineamento dei valori che premierà le strutture non legate esclusivamente al rendimento fine a sé stesso ma alla concreta realizzazione dei progetti di vita, grazie a un più efficace utilizzo delle risorse finanziarie.



Leonardo Cervelli,
responsabile
private banking
di Banca Sella

individuare i nuovi trend: è indubbio, infatti, che gli effetti della pandemia abbiano generato una profonda e strutturale modifica nella fruizione dei servizi con conseguente revisione dei modelli di price/earnings dei settori. Dall'altro, è necessario ragionare sull'**allungamento dell'orizzonte temporale**, sensibilizzando i clienti sulla necessità di gestire un capitale «paziente», per poter generare ritorni positivi sugli investimenti. In quest'ottica, oltre all'approccio tematico ai mercati azionari, un ruolo fondamentale lo hanno gli **investimenti alternativi e illiquidi**, attraverso strumenti di private debt e private equity, storicamente dedicati agli operatori istituzionali, ma che cerchiamo di rendere sempre più accessibili anche al private banking.

UN MAGAZINE DIGITALE PER INFORMARE SUI NUOVI SCENARI

BANCA EUROMOBILIARE

Nei momenti difficili, i clienti chiedono consulenza. E oggi deve essere **a tutto tondo**: sempre più patrimoniale, allargata all'intero nucleo familiare, relativa alla dimensione sia privata che professionale, non basata su un'ottica di breve periodo ma in grado di abbracciare le prossime generazioni. In questo modo, con il cliente si entra nella sfera della **condivisione di un patto di fiducia**, ed è su questo terreno che basiamo il nostro modello di servizio. Poi la clientela si aspetta anche risposte a tematiche legate all'attualità economico-finanziaria: dall'impatto sui portagli della **disruptive innovation** alle nuove **opportunità geografiche** d'investimento, passando dai **Bitcoin** o dal modo di supportare l'economia italiana. Temi sui quali abbiamo un dovere di informazione. Per questo abbiamo lanciato *Be Private*, un magazine digitale che affronta queste tematiche con il supporto di giornalisti, personalità provenienti dal mon-

do accademico, asset manager, testimonianze imprenditoriali. Mai in un'ottica di prodotto ma con l'obiettivo di essere **divulgativi**.

L'ultimo periodo è stato caratterizzato da una forte volatilità dei mercati, che hanno sofferto di forti ribassi per poi rimbalzare più intensamente del previsto. In pochi mesi le **prospettive macro sono cambiate**, e da uno scenario di recessione siamo passati a un'attesa di crescita globale sostenuta e di ripresa dell'inflazione. In questo contesto, hanno retto meglio i modelli di consulenza che privilegiano la **gestione strategica degli obiettivi di medio-lungo** della clientela e i prodotti ad alto tasso di delega, come le gestioni patrimoniali. Ma la pandemia ha anche modificato la percezione del nostro legame



Matteo Benetti,
Direttore Generale
Banca Euromobiliare
e Responsabile
Credem Private
Banking

con il pianeta. E ciò ha spinto tutti verso la ricerca di un modello di sviluppo più sostenibile. Su questo tema, è cambiato il paradigma: prima i clienti private consideravano gli investimenti Esg come un componente extra del portafoglio, oggi molti si aspettano invece che queste logiche siano applicate sull'intero spettro dei prodotti e dei loro sottostanti.

LA TRASPARENZA COME PILASTRO E NESSUNA COMMISSIONE DI PERFORMANCE

FINECO BANK

Il tradizionale supporto nella pianificazione finanziaria non è più l'unica motivazione che spinge i clienti di fascia private a richiedere una consulenza. La combinazione tra congiuntura economica e motivazioni anagrafiche ha avuto l'effetto di **accelerare i processi di passaggio generazionale** che erano già da tempo in corso: si tratta di una quota di clientela in continua crescita, che richiede un'attenzione e una preparazione particolare. Da parte nostra, abbiamo scelto di mettere a loro disposizione un team interno spe-



PRIVATE BANKING

cializzato su queste tematiche, dedicando invece un altro ai clienti imprenditori con specifiche esigenze di **consulenza aziendale**, in particolare per quelle dedicate alle operazioni straordinarie, partnership con istituzioni esterne. In questo modo possiamo sempre proporre l'interlocutore più adatto alle richieste delle diverse tipologie di clientela. **L'attenzione alla sostenibilità** è uno dei tratti distintivi della nostra offerta, e si adatta in maniera particolare a periodi di incertezza sui mercati come quello che stiamo attraversando in quanto gli investimenti sostenibili **riducono gli effetti della volatilità**. Abbiamo sviluppato una vasta gamma di alternative che rispondono pienamente ai criteri Esg, inclusi i prodotti di decumulo: questi ultimi incontrano le necessità di



Giampaolo Stivella,
responsabile
private banking
advisory
di Fineco Bank

chi mantiene un approccio più prudente, permettendo un ingresso graduale sui mercati azionari e integrando meccanismi basati su **principi di finanza comportamentale**. Il nostro impegno alla sostenibilità è tuttavia ancora più ampio, in quanto integra pienamente il concetto di **trasparenza** come pilastro. Per questa ragione abbiamo rinunciato da sempre ad applicare commissioni di performance, convinti che la capacità di instaurare una relazione di lungo periodo con i clienti sia uno dei valori che oggi ci identifica come punto di atterraggio naturale per il risparmio degli italiani.

LA STRATEGIA GIUSTA È «TIME IN THE MARKET»

CREDIT SUISSE

Ci troviamo in un contesto difficile in cui la clientela italiana, da sempre **sovrapposta sulle obbligazioni** rispetto agli asset più rischiosi, è costretta a scendere lungo la curva del credito per trovare rendimenti soddisfacenti. I risparmiatori che non sono completamente investiti devono scegliere tra la trappola della liquidità e la mancanza di alternative



Carlo Manzato,
head of advisory
and sales
di Credit Suisse

rispetto agli investimenti azionari, che appaiono cari e con limitate potenzialità di apprezzamento. La maggior parte dei clienti ha superato indenne la fase peggiore della pandemia, soprattutto chi si è consultato con gli specialisti e non ha dato retta ai naturali istinti di cristallizzazione delle perdite. Per vincere tale immobilità è necessario **tornare alle basi**, ossia discutere con il proprio consulente il proprio profilo di rischio, verificare se la propria asset allocation strategica è ancora coerente, intervenire modificandola se è il caso, effettuando solo cambiamenti tattici in base al contesto di mercato. A Credit Suisse diciamo che «time in the market» e non «timing the market» è la strategia giusta. Detto che la componente più importante della performance di lungo periodo è la **definizione della strategia**, e non la selezione dei prodotti, vediamo una crescente disponibilità a inserire il filtro della sostenibilità nella scelta delle soluzioni di investimento. I clienti hanno capito che investire sostenibile non significa fare filantropia ma aggiungere ai criteri tradizionali parametri che toccano sensibilità ed emozioni personali, senza per questo compromettere il rendimento atteso. I risparmiatori hanno capito che le aziende che avranno maggiore successo nel futuro saranno quelle che intraprenderanno **percorsi di transizione ambientale, sociale e organizzativa**. Tale approccio pervade tutte le asset class, è vicino ai valori della famiglia e interessa molto le investitrici, che evidenziano una maggiore sensibilità a tali temi. Che sono temi di lungo periodo, che richiedono tempo per dare performance soddisfacenti.

LO SCENARIO È POSITIVO, MA I RISCHI DI VOLATILITÀ SONO DIETRO L'ANGOLO

BANCA GENERALI

Le incognite sulla ripresa del ciclo economico e le pressioni inflattive che potreb-

bero costringere le banche centrali a rivedere le politiche di stimolo suggeriscono di muoversi con cautela nella definizione degli investimenti. Lo scenario è positivo, ma i rischi di volatilità sono dietro l'angolo. Una valida soluzione può arrivare da strumenti progressivi, come i **piani di accumulo**, che consentono di entrare gradualmente sui mercati, mitigando il livello di rischio nel tempo. Grande interesse riscuote l'ambito degli **strumenti d'investimento tematici ed Esg** come nella nostra gamma Lux Im: la crisi pandemica ha acceso i riflettori sui punti di forza di queste soluzioni, come trasparenza e capacità di puntare sui trend di sviluppo sostenibili, che rappresenteranno un asset centrale nel futuro del risparmio gestito. Registriamo inoltre una **crescita della domanda di opzioni alternative e meno liquide**, come quelle destinate al sostegno dell'economia reale. Tra i primi abbiamo presentato al mercato un progetto dedicato a questo tipo di soluzioni, e oggi i nostri clienti possono accedere a un Fia e a un Eltif sviluppati in linea con i portafogli tipici degli italiani: un'ampia componente di debito (70-80%) e una parte di equity



Marco Bernardi,
vicedirettore
generale
di Banca Generali

che guarda al mondo delle Pmi e delle non quotate (20-30%).

I picchi di liquidità sui conti sono la prova dell'**incertezza tra i risparmiatori**. Oggi la priorità è proteggere i patrimoni e su questo punto il cliente si confronta con il proprio banker sia sulle posizioni liquide, come gli investimenti finanziari, sia su quelle che riguardano il patrimonio d'impresa, familiare e immobiliare. Nel primo campo abbiamo una vasta gamma anche di soluzioni assicurative, mentre nelle gestioni riscuotono interesse i modelli di portafoglio flessibili. Queste soluzioni sono caratterizzate da scelte gestionali che pongono attenzione al **controllo del rischio** attraverso un **approccio total return** finalizzato a conseguire performance positive alla fine di ogni anno. ■