



Immaginare il futuro, investire nello sviluppo

**CONTRIBUIRE AL RILANCIO
DELLO SVILUPPO ITALIANO:
IL VALORE SOCIALE DEL
PRIVATE BANKING**

Milano, 16 novembre 2018

1. IL VALORE SOCIALE RIVELATO DEL PRIVATE BANKING

Può il Private Banking, nell'esercizio delle attività di consulenza per la tutela e valorizzazione dei patrimoni privati, generare anche valore sociale, inteso come benefici per la collettività? La risposta è affermativa: sì, il Private Banking può contemperare gli interessi dei clienti e quelli della collettività.

Come? Consigliando e promuovendo presso i propri clienti decisioni di impiego di quote del patrimonio funzionali alla ripresa dello sviluppo italiano, quali ad esempio gli investimenti nell'economia reale e quelli che creano benefici per le comunità, dall'occupazione aggiuntiva a specifici obiettivi sociali.

Il Private Banking genera valore sociale se, tramite la sua attività consulenziale, opera, di fatto, come promoter di sviluppo e moltiplicazione di opportunità per tutti, stimolando i detentori di patrimoni a metterli in movimento in impieghi produttivi.

E interlocutori primi in questa attività sono gli imprenditori che hanno elevata fiducia nei propri Private Banker e le cui decisioni, come detentori di patrimoni e come protagonisti dell'economia reale, sono fondamentali per le traiettorie possibili di rilancio della economia italiana.

Ecco in estrema sintesi i principali risultati della ricerca: il valore sociale del Private Banking si esplica in un'azione presso i clienti che genera effetti esterni, che vanno oltre la necessaria risposta alle esigenze dei clienti stessi, e che si riassumono in più sviluppo e più opportunità di benessere per tutti.

Operativamente i risultati raccontati in sintesi nel presente testo sono esito di una molteplicità di attività di ricerca: una indagine su un campione rappresentativo di 1.000 cittadini italiani maggiorenni, una indagine su un campione di clienti del Private Banking, interviste ad un panel di key person, analisi desk di dati di fonte varia e ricognizione e analisi di materiale documentario.

È stato così costruito un ampio e articolato giacimento informativo quali-quantitativo, che ha consentito di delineare un quadro complessivo originale e di certo un unicum per gli aspetti relativi ai rapporti tra cittadini e imprenditori da un lato, e servizi di Private Banking dall'altro, soprattutto con riferimento al futuro del nostro Paese.

2. I PRINCIPALI RISULTATI

Sui temi chiave dalla ricerca sono emerse indicazioni precise:

- in un contesto di incertezza e prevalente preoccupazione degli italiani per il futuro vince in questa fase la voglia di sviluppo, con il 94,1% dei cittadini che ritiene lo sviluppo economico molto o abbastanza importante e in particolare il 65,4% perché base imprescindibile del benessere proprio e familiare e per il 28,7% per il nesso tra la crescita del paese e quella potenziale delle proprie attività e risorse. Residuali le quote che lo reputano tema vago e distante dai propri interessi concreti (4,4%) o che si autodefinisce attento solo ai propri interessi stretti (1,5%).
- lo sviluppo desiderato, visto anche come moltiplicatore di opportunità individuali, si associa ad una visione della *ricchezza come risorsa e non come costo parassitario*, con il 52,4% degli italiani che definisce la ricchezza una opportunità per l'Italia se si stimolano i detentori a investirla bene, di contro al 25,1% che la reputa inutile perché i ricchi vivono a livello globale e portano i soldi lontano e al 22,5% che la reputa un furto poiché pensa che i ricchi siano solo degli egoisti che operano a danno della collettività (tab. 1).
- vince nella percezione degli italiani la buona *social reputation* della ricchezza produttiva, quella investita direttamente o indirettamente nell'economia reale e che produce rendimenti per i detentori e benefici per la collettività. Il 45,7% degli italiani è addirittura favorevole a ridurre le tasse ai grandi patrimoni per le quote che sono investite produttivamente. Se il 48,8% degli italiani ha nei confronti della ricchezza e dei suoi detentori un *sentiment* né positivo né negativo, il 24,5% prova ammirazione (*vorrei essere come loro*), il 20,9% rispetto (*gran parte dei ricchi ha meritato la propria ricchezza*), il 12,2% emulazione (*sono un incentivo per tutti a provare a diventare ricchi*). Più basse le quote per i sentimenti più negativi come invidia (13,5%), odio (4,4%) o riprovazione morale (9,7%).
- la ricchezza che si mobilita per lo sviluppo (e mette *skin in the game*) è pertanto benvista e, di conseguenza, ben il 79,6% degli italiani reputa *utili* i professionisti che orientano i grandi patrimoni verso investimenti per lo sviluppo (tab. 2). Per l'89,1% degli italiani i Private Banker sono utili perché possono far mettere in movimento le risorse per la crescita e

per l'88,1% perché possono orientare i patrimoni verso investimenti che creano occupazione, benefici sociali, e non solo soldi per chi ne ha.

- decisivo per la generazione di valore sociale da parte del Private Banking è poi il rapporto con gli imprenditori, terminali di un'alta quota del patrimonio privato complessivo e utilizzatori di risorse per gli investimenti. Imprenditori che tendono sempre più a volere armonia e gestione integrata tra patrimonio finanziario personale e finanza aziendale (lo pensa il 43,8%), anche se resta forte la quota convinta che invece debbano restare distinte e separate (41,1%) mentre gli incerti sono il 14,8% degli imprenditori.
- obiettivi attribuiti ai propri patrimoni sono per il 36,6% degli imprenditori la preservazione nel tempo per trasmetterlo ad eredi o per una buona causa o a beneficio di un Onlus, per il 25,5% il mantenimento dell'attuale tenore di vita, per il 24,3% la necessità di accrescere il patrimonio sempre più, mentre il 14% indica la volontà di avere risorse da investire nell'impresa. In realtà, il 50,3% degli imprenditori non ha ancora pensato alla trasmissione agli eredi del proprio patrimonio personale e aziendale, e di questi il 32,2% perché tende a rimandare e il 18,2% perché non è interessato al *dopo di lui* (tab. 3). Del 49,6% che ci ha pensato, il 30,9% ne conosce bene le conseguenze ed il 18,7%, all'opposto, non ne ha idea. In concreto, riguardo al patrimonio aziendale l'88,3% degli imprenditori non ne ha cominciato il trasferimento agli eredi. Le principali difficoltà nella pianificazione del passaggio generazionale dell'impresa sono per il 36% la garanzia della continuità dell'azienda, per il 32,6% il timore di scontentare qualche erede, per il 21,8% individuare il sostituto adatto e per il 9,2% il solo pensare al dopo di lui. Date le resistenze psicologiche, culturali e pratiche e i costi sociali dell'inefficace trasmissione generazionale, è questo uno dei punti chiave di potenziale generazione del valore sociale da parte del Private Banking nel rapporto con gli imprenditori con cui hanno un rapporto fiduciario.
- l'85% degli imprenditori conosce i servizi di Private Banking, che nella loro visione in primo luogo garantiscono consulenza dedicata, costruita ad hoc su bisogni ed esigenze dell'imprenditore stesso, a cominciare dalle soluzioni buone per i propri investimenti finanziari. Fiducia e personalizzazione sono i capisaldi di una relazionalità molto apprezzata dagli imprenditori, su cui il Private Banking può far leva per ampliare il proprio ambito di supporto ben oltre l'orizzonte del patrimonio personale, ponendosi come referente anche per esigenze e progettualità relative all'azienda. Il Private Banker, dai temi della successione ad altri

relativi alla gestione e sviluppo dell'impresa, può oggi realisticamente ed efficacemente proporsi come il referente principale per l'imprenditore per il complesso delle sue esigenze, da quelle personali a quelle aziendali, diventando anche il gate per l'accesso a team di esperti in grado di dare soluzioni ad ogni esigenza.

Mobilizzazione dei patrimoni per investimenti nell'economia reale per generare sviluppo: ecco il contesto da cui si enuclea il valore sociale del Private Banking in questa fase.

Dai suoi professionisti gli italiani si attendono indirettamente che diano forza al circuito descritto stimolando i detentori di patrimoni a fare "la cosa giusta", cioè a far affluire risorse verso progetti che generano ricadute in Italia con vantaggi per tutti, grazie ad esempio ad occupazione aggiuntiva.

E sugli imprenditori, tentati di contare sulle proprie forze senza porre troppa attenzione allo sviluppo più generale dell'economia, ci si attende un'attività di affiancamento per culture gestionali centrate su tutela e sviluppo dell'impresa, anche guardando al futuro dell'impresa stessa ed all'oggi costoso per la società, trasferimento agli eredi.

In definitiva, nell'Italia dei rancori, lo sviluppo viene visto dagli italiani come la soluzione alle tante criticità anche sociali, e la *good social reputation* del Private Banking è legata al contributo che daranno utilizzando al meglio l'elevato capitale fiduciario che hanno conquistato nel tempo con i propri clienti.

Tab. 1 - Opinioni degli italiani sul ruolo della ricchezza per l'Italia, per titolo di studio (val. %)

<i>Per l'Italia la ricchezza è:</i>	Al più licenza media	Diploma	Laurea e più	Totale
Una opportunità , se si stimola le persone ad investirla bene	44,7	51,1	59,5	52,4
Una cosa inutile , i ricchi ormai vivono a livello globale, portano i soldi lontano	28,8	26,5	20,3	25,1
Un furto , nella gran parte i ricchi sono egoisti e operano a danno della collettività	26,5	22,4	20,3	22,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2018

Tab. 2 - Opinioni degli italiani sui professionisti che offrono servizi di consulenza a persone con grandi patrimoni (val. %)

<i>I professionisti che affiancano le persone con grandi patrimoni nelle loro decisioni di investimento, dal punto di vista del benessere della società/collettività sono</i>	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
Utili , ma devono stimolare i benestanti a fare investimenti con positivi effetti per la collettività e il benessere di tutti	80,7	77,2	79,6	80,1	79,6
Inutili , perché il loro compito alla fine è di rendere i ricchi più ricchi	19,3	22,8	20,4	19,9	20,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2018

Tab. 3 - Opinioni degli imprenditori sulla successione del proprio patrimonio finanziario e di impresa (val. %)

<i>Ha mai pensato alla sorte del suo patrimonio complessivo finanziario e d'impresa quando lei non ci sarà più?</i>	Imprenditore
Sì	49,6
<i>di cui</i>	
- Ho pensato alla mia successione e ne conosco bene le conseguenze	30,9
- ci ho pensato, ma non ne conosco le conseguenze	18,7
No	50,4
<i>di cui</i>	
- è una questione che ho sempre rimandato	32,2
- non mi interessa ciò che accadrà dopo di me	18,2
Totale	100,0

Fonte: indagine Censis, 2018