

La specializzazione aiuta a crescere e a fare masse

Il rapporto Magstat fotografa i movimenti di 14 mila professionisti Family office e piccole boutique in forte ascesa

Lucilla Incorvati

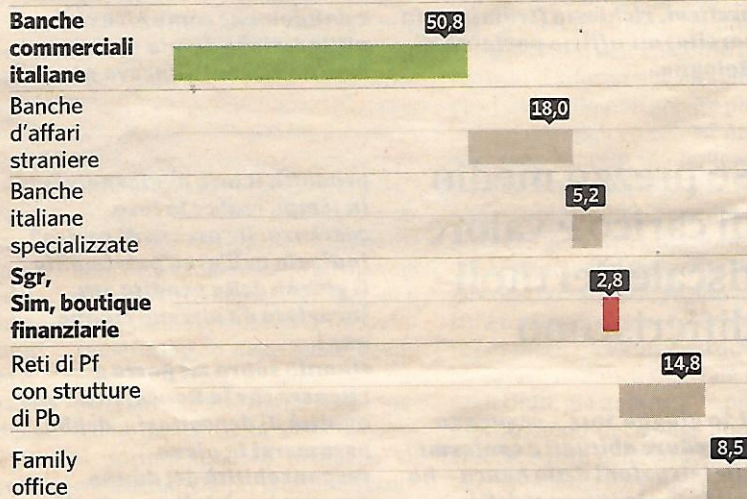
Una radiografia attenta sull'industria del private banking arriva dalla dodicesima edizione del rapporto Magstat. A fronte di un mercato potenziale vicino ai mille miliardi (990), i 254 operatori e i family office attivi sul segmento alla fine del 2014 controllavano masse per 751,3 miliardi, grazie a 898.401 clienti. I professionisti schierati in campo sono 13.335 (6.573 appartengono a strutture di private banking "puro" (di questi 1.158 sono a provvigione); 6.762 appartengono a reti di promotori finanziari. Se ai private banker si aggiungono 473 family officer, si raggiungono 13.808 unità. UniCredit Private Banking si aggiudica, anche quest'anno, il primo posto con 91.379 milioni di euro, seguita da Intesa SanPaolo Private Banking con 83.500 milioni e Banca Fideuram (gruppo Intesa SanPaolo) con 42.100 milioni. L'asset controllato dai primi tre operatori è pari al 28,9% del mercato (da 205.922 a 216.979 milioni). Scorrendo la classifica, troviamo al quarto posto Ubi Banca - Private & Corporate Unity con asset pari a 33.153 milioni seguita da Banca Aletti (gruppo Banco Popolare) con 29.200 milioni di euro. I primi cinque operatori finanziari attivi nel private banking hanno una quo-

ta del mercato pari al 37,2% in calo di due punti percentuale rispetto lo scorso anno. Mentre i primi 10 coprono il 51,3% del mercato con 385.655 milioni di euro. «Quindi, i primi tre gruppi bancari (Intesa SanPaolo, UniCredit e Ubi Banca) - spiega Marco Mazzoni, presidente di Magstat - controllano il 35,6% (267,2 miliardi di euro), i primi cinque gruppi (i primi tre con Banco Popolare e Bnl-Bnp Paribas) il 43,2% (324,5 miliardi) e i primi 10 (si aggiungono Deutsche B., Mps, Credem, Mps, Ubs e Veneto Banca) il 57,8% (434,5 miliardi) del mercato private servito (compreso quello del 126 Family Office che avevano asset per 56 miliardi e offrono consulenza a più di 13 mila clienti. Gli operatori finanziari sono stati suddivisi in sei tipologie (banche commerciali italiane con divisioni o con banche autonome specializzate; banche d'affari straniere, banche indipendenti specializzate, boutique finanziarie, Sgr, Sim; reti di promotori, family office). Tra quelli che crescono di più ci sono gli operatori specializzati (+11% pari a 73 miliardi in un anno). In termini assoluti sono state però le reti di promotori ad aver incrementato maggiormente i patrimoni passando da 78 a 111,3 miliardi di fine 2014 (+33,3 miliardi). Nel 2014 alcune sim di consulenza, cancellatesi dall'apposito albo, hanno optato di proseguire la stessa attività come Società di Consulenza Finanziaria (art. 18-ter del TU) con l'obiettivo di iscriversi alla sezione riservata dell'albo unico dei consulenti finanziari di prossima istituzione. Si tratta di 81 SCF Family office, Abs Consulting Scf, Galileo Finance, Global Wealth Advisory Scf.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La forza delle banche commerciali

Quota di mercato (in %) di ciascuna categoria di intermediario al 31/12/2014



LA FOTOGRAFIA DELL'INDUSTRIA

Articolazione per intermediario, numero di pb, clienti e masse al 31/12/14

CATEGORIE DI OPERATORI FINANZIARI IN ITALIA	N. FILIALI	PRIVATE BANKER	AUM (4)	CLIENTI (5)	
1 Banche commerciali italiane (1)	59	1.246	4.803	381,4	518.539
2 Banche d'affari straniere	27	232	1.214	134,92	141.666
3 Banche italiane specializzate (2)	11	55	340	38,94	20.301
4 Sgr-Sim-Boutique finanziarie	23	49	216	20,78	13.448
5 Reti Pf con strutture Pb	8	2.171	6.762	111,28	189.401
6 Family office (3)	126	192	473	63,99	15.046

NOTE: 1) Banche Commerciali Italiane con divisioni di Private Banking o con banche autonome specializzate nel Private Banking - 2) Banche Italiane Indipendenti specializzate nel Private Banking - 3) Family Office (Single e Multi), studi di professionisti (avvocati-commercialisti) che offrono il servizio di F.O., Fiduciarie con servizio di F.O. - 4) Valori espressi in miliardi di Euro - 5) Nella cat.1 e nella cat.6 "i clienti" comprendono anche i nuclei familiari x2,5 FONTE: Magstat