



MONTE DEI PASCHI DI SIENA
BANCA DAL 1472

MEDIA COVERAGE

PRIVATE BANKING

MILANO FINANZA

2



A ROMA IL ROADSHOW DEDICATO ALLA DIGITAL TRANSFORMATION

Il Private Banking di Banca **Mps** incontra le nuove generazioni per parlare dell'evoluzione della consulenza finanziaria nel nuovo contesto digitale

Intelligenza Artificiale (IA), questa sconosciuta... verrebbe da pensare leggendo le diverse fonti che si occupano di quest'argomento, dalle più autorevoli a quelle più legate alla cronaca. Quale l'effetto dell'IA sui diversi ruoli svolti dall'uomo nella società? Quale l'impatto sul mondo del lavoro? Quali i rischi legati a un utilizzo poco corretto delle sue potenzialità? In realtà, sembra difficile avere un quadro «certo» e rispondere a queste domande, come riconoscono gli esperti più attenti. Quello che sembra invece certo ad alcuni osservatori è che se «Tutto ciò che amiamo della civiltà è un prodotto dell'intelligenza, amplificare la nostra intelligenza umana con l'intelligenza artificiale ha il potenziale per aiutare la civiltà (stessa) a prosperare come mai prima - finché riusciremo a mantenere la tecnologia vantaggiosa», come scrive Max Tegmark, presidente del Future of Life Institute. Il punto d'incontro fra l'evoluzione dell'Intelligenza Artificiale e la capacità dell'uomo di utilizzarla allo scopo di ampliare le proprie possibilità è il tema al centro di **GEN30PuntoZero - Nuove generazioni o tecnologia di nuova generazione?**, il roadshow organizzato da **MPS Private Banking** insieme a Class CNBC rivolto alle nuove e vecchie generazioni di clienti private. Durante il tour, che tocca cinque città italiane di rilievo per il wealth management di Banca **Mps**, viene



Federico Vitto,
Responsabile Direzione
Wealth Management
di Banca **MPS**

approfondito il tema della consulenza finanziaria e delle possibili evoluzioni portate dalla digital transformation. Di fatto la tecnologia costituisce un efficace supporto all'attività del banker che raggiunge l'eccellenza quando alla competenza professionale associa la capacità empatica di comprendere le esigenze dei clienti nel loro modificarsi ed evolversi nel tempo. Federico Vitto, Responsabile Direzione Wealth Management di Banca **MPS** - «L'evoluzione tecnologica costituisce senza dubbio un'opportunità ma il ruolo del banker resta un fattore imprescindibile - afferma - Grazie a nuovi strumenti e processi si intensifica la frequenza ed evolve la modalità di contatto, ma il banker rimane il punto unico di riferimento per tutte le esigenze del cliente. Nel nostro modello di wealth management supportiamo la clientela in tutte le sue molteplici necessità: abbiamo sviluppato un approccio consulenziale che inizia dalla pianificazione finanziaria evoluta e si estende a tutti i «centri di interesse» del cliente, sia di tipo privato che imprenditoriale. Possiamo mettere a disposizione una vasta gamma di servizi alle imprese e di soluzioni personalizzate che nel Private Banking sono da sempre uno dei fattori competitivi più importanti. A conferma di tutto questo, i nostri private banker sono coinvolti in un intenso e costante percorso formativo per offrire un servizio sempre migliore al cliente.»

Dopo le tappe di Padova e Milano, il prossimo incontro si terrà a Roma per poi proseguire a Salerno e a Firenze con un programma che prevede un dialogo interattivo costante fra platea e relatori. Chi sono i protagonisti del tour?

Oltre al responsabile del Wealth Management della Banca **Monte dei Paschi di Siena** e ai responsabili territoriali delle aree interessate, ci sono i rappresentanti di 8 primarie case d'investimento di livello internazionale, che condividono col pubblico l'expertise maturata in molti anni di gestione di successo e di conoscenza del mercato nei suoi differenti cieli. E inoltre IBM, partner tecnologico dell'iniziativa. Quale

l'opinione del gigante tecnologico di Armonk?

«Il 10% dei lavori così come li conosciamo oggi scomparirà come conseguenza dell'IA ma il 100% dei lavori potrà avvalersi dall'IA, quindi si pone una domanda etica «Come questa tecnologia va a posizionarsi rispetto alle persone?» Il nostro



Private Banking

punto di vista è che l'IA ha un obiettivo strategico che è quello di aumentare l'intelligenza degli essere umani, quindi preferiamo parlare di intelligenza aumentata piuttosto che artificiale. In questo modo, quindi, non si tratta di tecnologia al posto degli essere umani ma di tecnologia che aiuta le persone, le aziende e i professionisti a fare meglio il loro lavoro», ha dichiarato Alessandro La Volpe, vice president IBM Cloud Italy.