



*Il ruolo delle piattaforme  
nella distribuzione dei Fondi*

*Milano 28 gennaio 2015*

Stefano Sardelli

Direttore Generale



Presidente



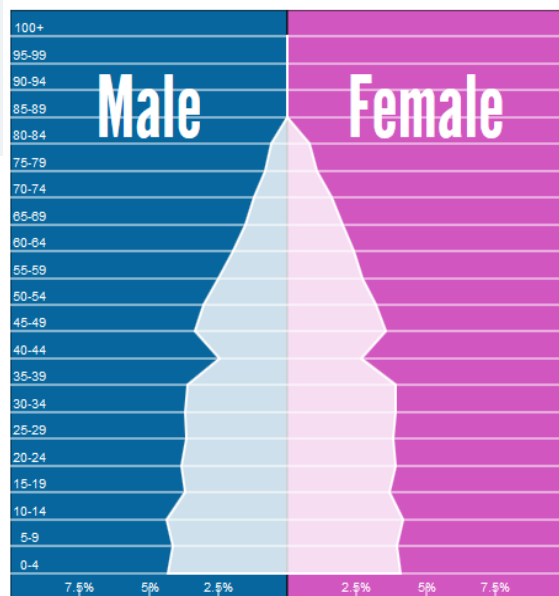
MILLENNIUM Sim

**La demografia** incide in modo molto importante sulla crescita economica dei paesi, ma soprattutto sui consumi e sulle abitudini dei cittadini:

***I movimenti della struttura demografica non sono così lenti come si potrebbe pensare!!!!!!***

Population Pyramids of the World from 1950 to 2100

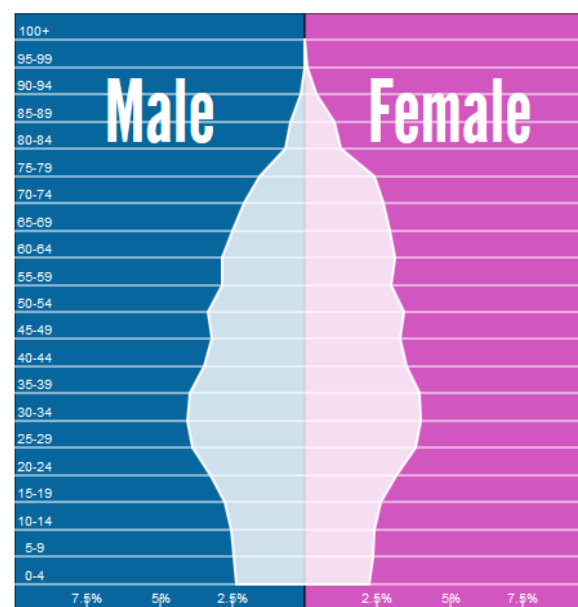
**Italy 1960**  
Population: **49.519.000**



Link to this graph: <http://populationpyramid.net/italy/1960/>

Population Pyramids of the World from 1950 to 2100

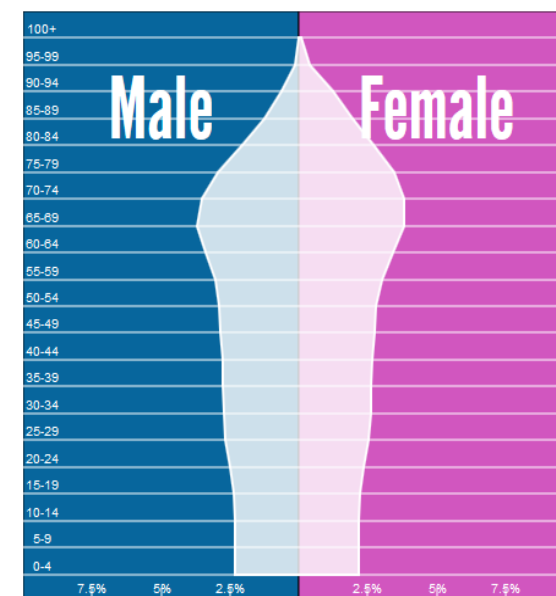
**Italy 2000**  
Population: **56.986.000**



Link to this graph: <http://populationpyramid.net/italy/2000/>

Population Pyramids of the World from 1950 to 2100

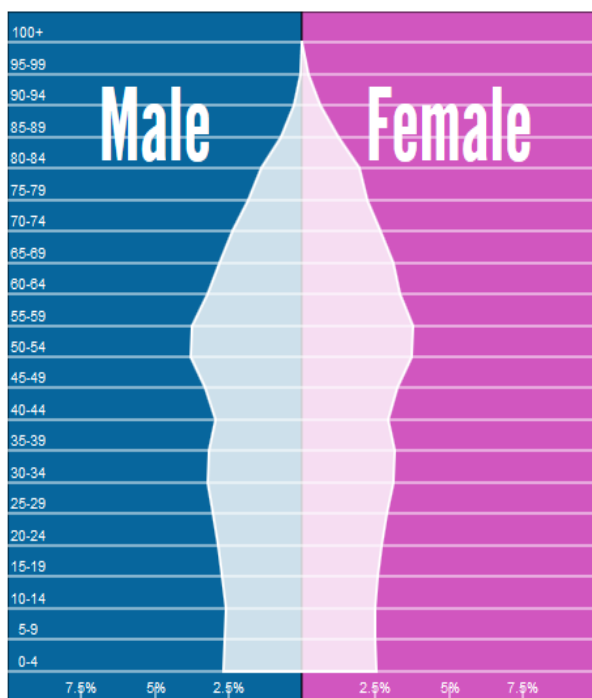
**Italy 2040**  
Population: **60.811.000**



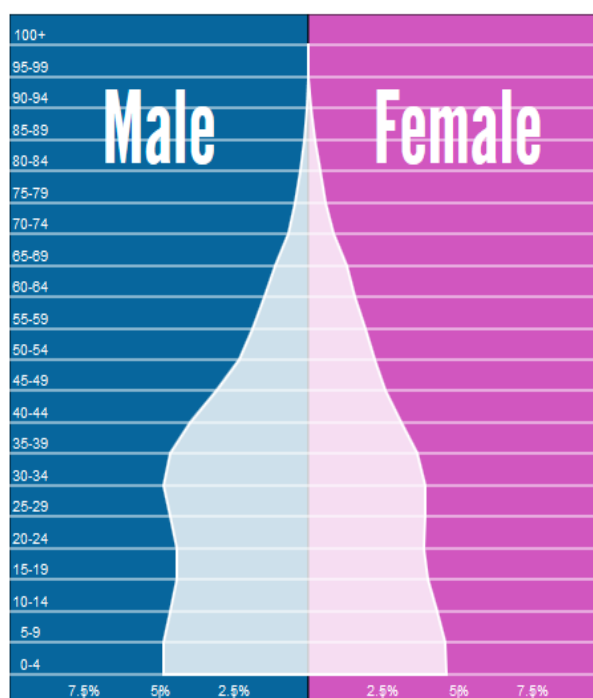
Link to this graph: <http://populationpyramid.net/italy/2040/>

**La demografia** cambia anche da paese a paese, individuando anche il posizionamento economico del paese stesso: paesi sviluppati in lento invecchiamento e paesi in via di sviluppo che invece sono molto giovani, come era l'Italia pre-unitaria.

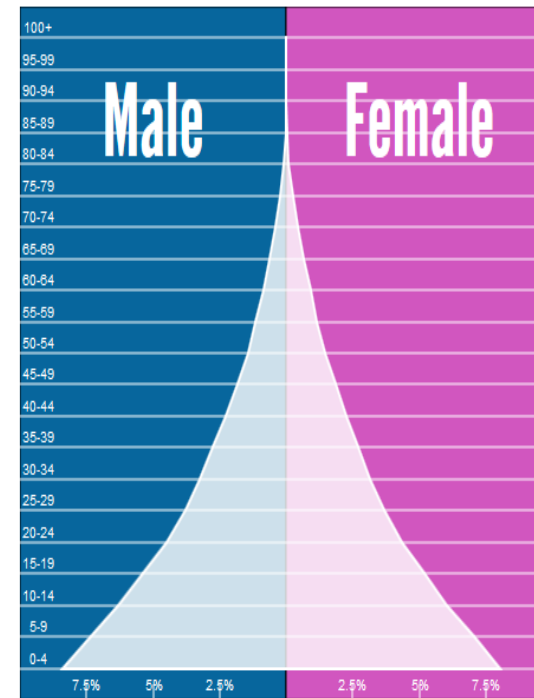
**Western Europe**  
**2020** Population: **194.867.000**



**Western Asia**  
**2020** Population: **275.714.000**



**Western Africa**  
**2020** Population: **399.561.000**



Nei prossimi anni una **enorme massa di ricchezza** passerà da una generazione che ha creato ed accumulato ricchezza e patrimonio

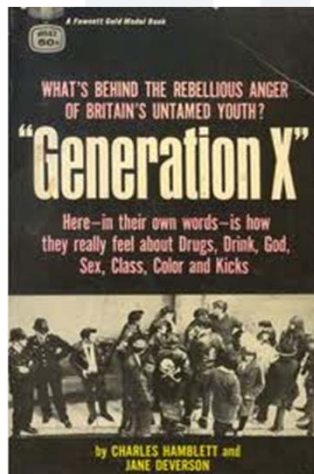
**i «Baby Boomers»**.....

.....alla successiva, che a seconda dell'età, potrà appartenere alla:

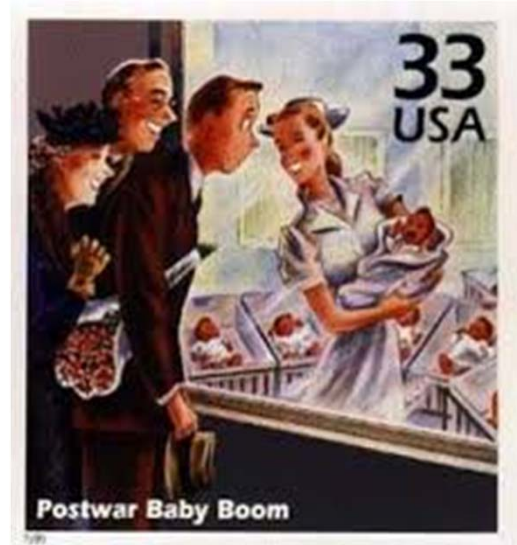
**Generazione X**

o alla

**Generazione Y**



Questa dinamica di trasferimento di ricchezza «generazionale» offre una **enorme opportunità** all'industria della gestione dei risparmi e degli investimenti finanziari ma anche **grosse sfide** in termini di strategia e di organizzazione per gli intermediari



# Le nuove generazioni **X** e **Y**, i «nuovi clienti» sono tecnologicamente avanzati, ma con alcune differenze:

Caratteristiche della  
Generazione  
**X**  
rispetto ai  
Baby Boomers

**Stile di Vita:**  
*più determinata a bilanciare lavoro e tempo libero: lavora per vivere e non vive per lavorare.*  
*Maggiore autodeterminazione, individualismo, autonomia.*  
*Approccio al denaro: più conservativo che pone maggiore enfasi al risparmio.*

**Educazione finanziaria:**  
*più evoluti perché cresciuti in un ambiente dove i media hanno dato ampio risalto alla finanza (creazione di canali, riviste e quotidiani tematici).*  
*Crisi finanziarie hanno fatto sorgere dubbi sul futuro della ricchezza familiare.*

**Consumi:**  
*meno fidelizzati ai marchi e più aperti al cambiamento;*  
*il nuovo mondo digitale, rispetto alla finanza, li ha resi multibancarizzati e più propensi a cambiare banca nel tempo.*  
*È la prima generazione che ha potuto non mettere piede in banca*

Caratteristiche della  
Generazione  
**Y**  
rispetto ai  
Baby Boomers

**Stile di Vita:**  
*si delineano tratti di egocentrismo e di autocompiacimento, l'immagine è più della sostanza, per essere accettati dai propri pari.*  
*L'utilizzo dei nuovi social media è divenuto indispensabile: se non sei connesso non esisti e chi non partecipa «bene» viene emarginato.*

**Educazione finanziaria:**  
*elevato livello di educazione finanziaria, aperti a nuove conoscenze.*  
*Gli effetti delle crisi finanziarie hanno avuto un effetto negativo sull'immagine del mondo della finanza, che quindi pesa sulle relazioni su questo tema.*  
*Molto importanti giudizi di «social amici» anche su investimenti*

**Consumi:**  
*intrattenimento e presentazione prodotto esteticamente curata nelle immagini è cruciale.*  
*Preferiscono comprare prodotti consigliati da altri, danno molta rilevanza ai pareri tratti dai nuovi media e sono grandi utilizzatori di home banking.*  
*Marchi contano molto nel tech, poco per prodotti e servizi bancari.*

---

**Il passaggio generazionale della ricchezza e la «digitalizzazione» dei nuovi clienti pongono all'industria del risparmio due grandi sfide;**

**1 – Rischio «rinnovo rapporto» cliente**

il nuovo cliente, sebbene subentri al precedente potrà avere altri rapporti che ritiene soddisfacenti o aver avuto altre proposte alternative e convogliare presso altri istituti quanto precedentemente detenuto presso l'intermediario di origine;

**2 – Rischio «nuove esigenze» cliente**

il nuovo cliente avrà certamente esigenze più complesse e cercare servizi più avanzati (prodotti, servizi, tecnologia, ecc.ecc..) rispetto al precedente titolare del rapporto, che si dovrà tentare di soddisfare, attrezzandosi con adeguate risorse di personale e di tecnologie - *leggi investimenti* - per affrontare questa criticità;


Questa duplice sfida richiede una adeguata risposta in termini di:

***revisione della struttura organizzativa degli intermediari finanziari***

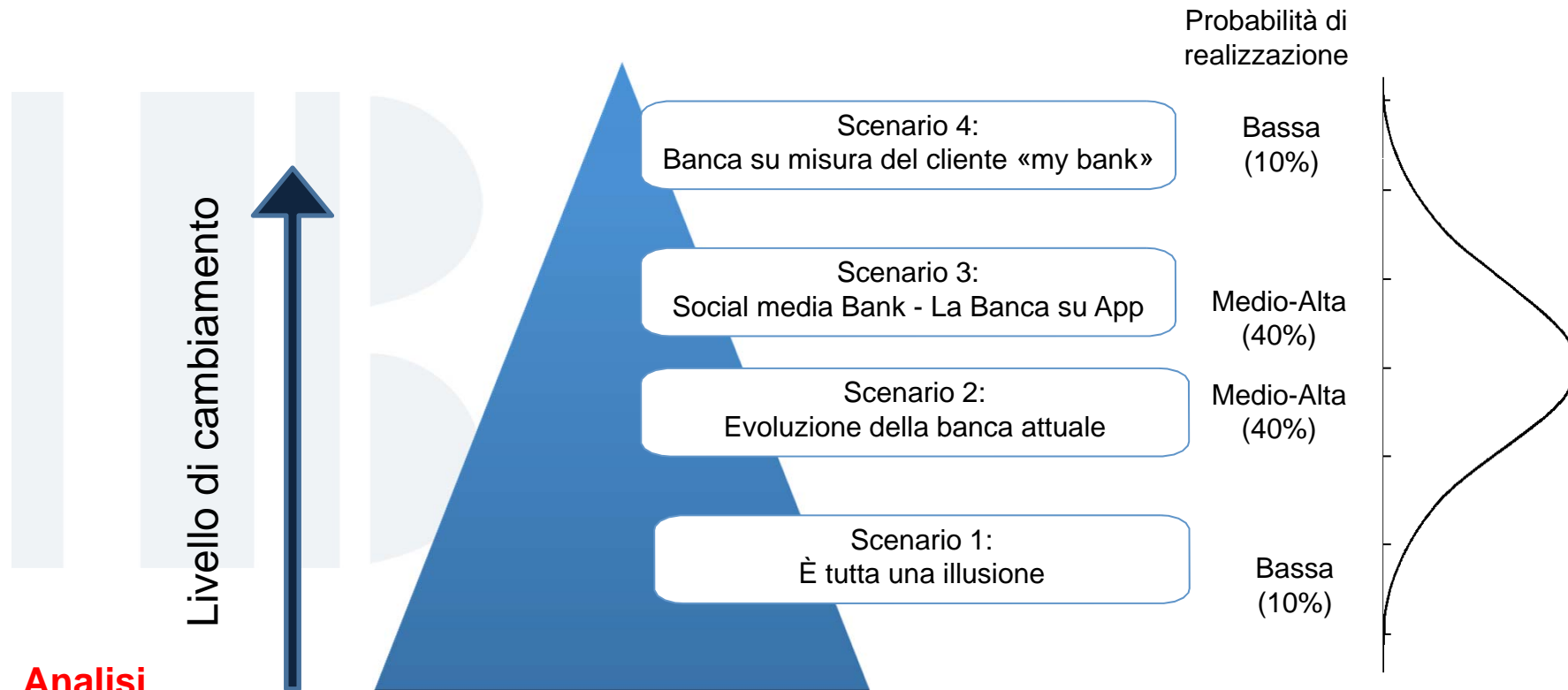
In termini di formazione del personale, adeguamento tecnologico, digitalizzazione, canali alternativi, social network ecc.

---

# *10 imperativi per attrarre clienti «digitalizzati»*

- 
- ✓ 1 - Interagire virtualmente
  - ✓ 2 - Dammi i mezzi !!!!!!
  - ✓ 3 - Soddisfare esigenze non economiche
  - ✓ 4 - Connettimi
  - ✓ 5 - Emozionami
  - ✓ 6 - Rispettami
  - ✓ 7 - Coinvolgimi
  - ✓ 8 - Apriti
  - ✓ 9 - Investi
  - ✓ 10 - Reinventarsi!!!!!!!!!!

## Cosa potrà accadere realmente?????



### Analisi

L'immobilismo (Scenario 1) pone rischi aziendali elevati ed opposti (non investo ma poi vengo espulso dal mercato) a quelli sopportati da chi crede nel cambiamento utopico (scenario 4; investo molto in un cambiamento che non porta ricavi). Con elevata probabilità il cambiamento sarà consistente o notevole: quindi sarà necessario ripensare comunque una evoluzione della banca, magari in passi successivi da applicare nel corso del tempo per stare in linea con il contesto della domanda attraverso investimenti mirati da ripartire tra struttura, processi formazione, e tecnologia.



---

Il mercato dei fondi aperti di Borsa Italiana

La quotazione = una evoluzione delle modalità di sottoscrizione/rimborso

*dalla sottoscrizione attraverso i canali tradizionali: Reti collocamento/sportelli bancari*

*alle Piattaforme on line con modalità digitali*

**Vantaggi:**

Riduzione del costo per i sottoscrittori (si risparmiano passaggi intermedi di costo)

Evidenza dei dati di contrattazione su Borsa Italiana

Maggiore informativa e controllo per mantenere quotazione Borsa Italiana

**Svantaggi** (al momento):

Numero limitato di comparti disponibili nella fase di start-up

---

---

Come deve essere visto il Mercato dei fondi aperti di Borsa Italiana.....

- un nuovo canale che incrementa le possibilità per il cliente di accedere a questo tipo di prodotti
- una opportunità per svolgere un efficace servizio di CONSULENZA
- uno strumento per aumentare la visibilità di alcune «case» di nicchia
- una facility della sottoscrizione «digitale»: home banking o piattaforme TOL
- un motivo per dotare le piattaforme di strumenti di analisi sugli OICR
- un modo per accrescere la trasparenza e diminuire i conflitti d'interesse

Cosa non è.....

- Il “Santo Graal” della distribuzione e collocamento di OICR
  - un certificato di garanzia di un prodotto di investimento
-

---

Grazie per l'attenzione

[stefano.sardelli@investbanca.it](mailto:stefano.sardelli@investbanca.it)

[www.investbanca.it](http://www.investbanca.it)

[www.millenniumsim.it](http://www.millenniumsim.it)

 **Invest Banca**

