

COMUNICATO STAMPA

RETI: IL BRAND COME FATTORE DETERMINANTE NELLA SCELTA DELLA CONSULENZA FINANZIARIA

L'ATTRATTIVITÀ DELLE RETI NELLA PROSPETTIVA DEGLI INVESTITORI, DEI GIOVANI E DEI PROFESSIONISTI RILEVATA NELL'INDAGINE ASSORETI CON FINER "IL VALORE DEL BRAND DELLE RETI DI CONSULENZA FINANZIARIA"

Milano, 11 aprile 2024 - Il valore, il peso sul mercato, il ruolo sociale della consulenza agli investimenti, richiedono alle banche che curano il risparmio degli italiani, brand forti per consolidare il patto di fiducia con tutti gli stakeholder del Paese.

Come la reputazione e la credibilità del brand delle Reti contribuiscono a trasmettere valore agli investitori, ai consulenti finanziari ma anche ad attrarre giovani talenti e nuovi professionisti dal mondo bancario?

A darne risposta **Assoreti**, l'Associazione delle Società per la Consulenza agli Investimenti, che con il contributo dell'istituto di ricerca finanziaria **FINER** ha condotto un'indagine dal titolo "*Il Valore del Brand delle Reti di Consulenza Finanziaria*" coinvolgendo **1.500 professionisti** (consulenti finanziari e dipendenti bancari), **1.000 investitori finali** e **500 laureati alla prima esperienza lavorativa o in cerca di nuove prospettive professionali**.

La ricerca, illustrata in occasione del Salone del Risparmio 2024 alla presenza di **Marco Tofanelli**, Segretario Generale Assoreti, è stata presentata da **Nicola Ronchetti** (Founder & CEO FINER) e dibattuta da **Enrico Maria Cervellati** (Founder & CEO di EMC3 Solution, Professore di Finanza all'Università LINK di Roma), insieme ad esperti e professionisti del settore della comunicazione, **Paola Moscatelli** (Communication e Marketing Director) e **Luca Josi** (già Responsabile Brand Strategy, Media & Multimedia Entertainment TIM).

In termini di conoscenza diffusa, i risultati della ricerca rendono evidente che se da un lato il brand delle banche resta legato a relazioni familiari che si trasmettono di generazione in generazione (al 77% per gli investitori finali, 64% per giovani neolaureati e/o al primo impiego), le Reti risultano oggi maggiormente conosciute per "**passaparola**", consigliato da **amici o parenti** (69% per gli investitori, 71% per i giovani) ma anche per una maggiore **proattività** degli stessi consulenti finanziari nell'avviare un rapporto **con gli investitori** (29%) e i **giovani** (21%). Per chi investe avere un **consulente finanziario dedicato** (85%) come la **qualità del servizio** erogato dalle Reti nella gestione del patrimonio familiare (69%) rappresentano i principali **punti di forza dell'industria**. I giovani apprezzano, invece, **l'innovazione digitale** del servizio (75%) e la possibilità di offerta di consulenza su **mutui e prestiti** (22%). Tuttavia, per entrambi la **solidità e affidabilità** delle Reti resta il primo requisito di avvicinamento all'industria (88% per gli investitori, 85% per i giovani).

Tra tutti gli aspetti monitorati dall'analisi, la percezione del brand Reti per i **giovani** riflette positivamente i fattori di **dinamismo** (79%), **innovazione** (81%), **multicanalità** (69%),



sostenibilità (42%) e **pubblicità** (34%); per gli **investitori** emergono invece come elementi essenziali, la **consulenza finanziaria e patrimoniale** (85%) e il **consulente finanziario al centro della strategia** (79%). Aggregando i diversi indicatori, in generale, ad attrarre gli investitori è in prima linea **l'immagine aziendale delle Reti** (24%) e la qualità dei **servizi e prodotti erogati** (22%); per i giovani le Reti si caratterizzano positivamente per la **comunicazione** e **l'innovazione** (26%) e **l'impatto sociale generato** (14%). Entrambi condividono, a pari percentuale (25% per chi investe, 24% per i giovani), la centralità del **capitale umano** espresso dalle Reti.

Quanti giovani sono interessati oggi a intraprendere la professione di consulente finanziario? **Un terzo dei ragazzi** intervistati considera oggi la consulenza come **opportunità di carriera** e il **27% sarebbe interessato** a comprendere meglio la professione. Si tratta per lo più di ragazzi con una **formazione economica** (45%) ma emergono anche percorsi formativi non scientifici, come **scienze politiche** (38%), **giurisprudenza** (36%) e **psicologia** (33%). In generale, il 44% dei rispondenti interessati è in cerca di impiego. Alla domanda “perché prenderesti in considerazione l'idea di lavorare come consulente finanziario?”, **l'82% manifesta il suo interesse generale della finanza** tra le principali motivazioni, ma a contare è anche la possibilità di lavorare in un **settore solido e in crescita** (66%), **gestire meglio il proprio tempo** (59%) e avere l'occasione di fare **carriera** (49%). Cosa potrebbe aiutarli nell'avviare questo percorso? Per il 71% risulta fondamentale **l'affiancamento a un manager senior** come anche un **programma di formazione dedicato** (65%).

Rivolgendosi a chi già opera nel settore, la ricerca ha poi approfondito quali aspetti risultano importanti per lavorare in una Rete? **Capitale umano** (29%), **immagine aziendale** (27%) e **l'offerta di servizi e prodotti** (25%) sono gli elementi che i **consulenti finanziari ritengono indispensabili per il proprio lavoro**. Fattori che se confrontati con la posizione di **professionisti che operano nelle banche** si confermano **come elementi di attrattività**. Tra gli elementi più importanti per chi opera nelle banche per la scelta di avviare un percorso professionale nelle Reti al **24% resta alta l'immagine aziendale** (la solidità e affidabilità della Rete sul podio per il 67% dei rispondenti, la competenza del management per il 62% e al 59% la reputazione), al **28% il capitale umano** e al **23% l'importanza dei servizi e prodotti offerti**. Tra i bancari che si dicono propensi oggi a valutare un cambio di carriera come Consulente Finanziario il **38% sono uomini** e il **29% donne**, per il **38% di età tra i 30-40 anni** e al **35% dai 40 ai 50**, di cui il **52% già possiede un portafoglio clienti** e al **44% opera per grandi realtà bancarie**. La scelta verso la consulenza finanziaria è condivisa per il 62% degli intervistati come passaggio a una professione che rappresenta il lavoro del futuro. Il 61% si dice inoltre favorevole a valutare il percorso in caso ricevesse una proposta e il 48% è positivo sul fatto che i suoi clienti lo seguirebbero in questo nuovo corso.

Comunicazione e media relation: comunicazione@assoreti.it

Assoreti, l'Associazione delle Società per la **Consulenza agli Investimenti**, segue le tematiche relative alla prestazione dei servizi di investimento, in particolare la consulenza finanziaria, anche fuori sede, seguendo lo studio e l'evoluzione della **normativa** in materia. L'Associazione cura e garantisce il costante contatto con le Istituzioni, fornisce **l'elaborazione statistica di dati** che permettano l'analisi dell'evoluzione del settore. Inoltre, promuove ed organizza **studi, pubblicazioni, convegni** ed ogni altra iniziativa tesa all'approfondimento delle problematiche della suddetta attività e **alla maggiore conoscenza e diffusione della stessa e alla valorizzazione dei rapporti con i risparmiatori**.

L'utilizzo e la diffusione delle informazioni e dei dati riportati nel comunicato sono consentiti previa citazione della fonte.