

ALLE FAMIGLIE SERVE UN CHECK-UP DEI BISOGNI D'INVESTIMENTO

La seconda indagine ASSORETI-GfK Eurisko rileva che le informazioni su obiettivi, prodotti in portafoglio e propensione al rischio non hanno ancora un ruolo centrale nella relazione tra intermediari e risparmiatori

Milano, 14 novembre - Gli italiani risparmiano un po' di più (il reddito medio accantonato è il 12,8% contro il 12% d'inizio anno) e, dopo un lungo periodo di distacco, tornano a guardare con interesse all'investimento finanziario (36% contro il minimo del 32% toccato nel 2004), ma meno della metà sa indicare le caratteristiche dei prodotti che ha oggi in portafoglio (grado di rischio, rendimento atteso, ecc.) e meno di un terzo sa spiegare esattamente come sono oggi ripartiti i propri investimenti (*asset allocation*), anche perché il dialogo con gli intermediari si ferma spesso a un livello superficiale.

Le finalità dell'indagine e il campione

L'indicazione emerge dalla seconda indagine realizzata da GfK Eurisko per conto di ASSORETI (l'associazione nazionale delle banche e delle società d'intermediazione mobiliare che collocano prodotti e servizi d'investimento attraverso le reti di promotori finanziari), che prosegue il lavoro, avviato nel marzo scorso, di approfondimento nell'analisi dei bisogni dei risparmiatori, con particolare riferimento per quelli informativi.

Due gli obiettivi di ASSORETI: dotare gli intermediari di strumenti di conoscenza del mercato, che rendano più efficace l'incontro tra domanda e offerta dei servizi d'investimento; promuovere una diffusione della cultura dell'investimento finanziario.

La ricerca è stata condotta su oltre 1.000 individui capifamiglia, d'età tra 30 e 60 anni, utilizzatori di diversi canali (sportelli bancari, uffici postali, promotori finanziari, agenzie assicurative). Il campione è rappresentativo di 14,9 milioni di nuclei familiari, residenti in tutto il territorio nazionale. Le interviste sono state realizzate tra il 24 e il 31 ottobre scorsi.

Crescono il risparmio e l'interesse per l'investimento finanziario

Alla fine del 2005 le famiglie italiane dimostrano di non aver perso la proverbiale capacità di risparmiare: il diffuso timore d'impoverirsi non trova riscontro in una reale perdita del potere d'acquisto. La quota media di reddito messa da parte è il 12,8% (il minimo, 8,7%, era stato toccato nel 2001), in leggera crescita anche per i redditi medio-bassi (fino a 1.050 euro netti mensili); diminuiscono le famiglie che dichiarano di non risparmiare (27% contro il 31% d'inizio anno). Si guarda con rinnovato interesse agli investimenti finanziari dopo un biennio di distacco.

Intermediari e risparmiatori: un rapporto ancora da sviluppare

Nella seconda edizione della ricerca, GfK Eurisko ha indagato in particolare un tema centrale nel rapporto tra intermediari e risparmiatori: la definizione degli obiettivi d'investimento e la composizione del portafoglio. I risultati disegnano un

quadro ancora insoddisfacente.

Fornire all'intermediario le informazioni su obiettivi, prodotti già in portafoglio e propensione al rischio è ritenuto molto importante solo per il 50% degli intervistati, percentuale che sale al 62% tra i clienti di promotori finanziari.

Si comprende così perché, spesso, non si sviluppi il necessario flusso informativo per investire in modo efficiente: oltre la metà degli intervistati (53%), sostiene che il proprio intermediario non chiede informazioni (o lo fa solo raramente). La percentuale si riduce al 32% nel caso dei clienti di promotori finanziari, che beneficiano di una relazione più intensa con i propri intermediari.

Insufficiente anche la conoscenza dei prodotti che costituiscono il proprio portafoglio d'investimenti: meno della metà degli intervistati saprebbe infatti indicarne con precisione grado di rischio (42%), rendimento atteso (39%) o durata ottimale affinché il prodotto sia efficace (36%).

Il grado di conoscenza è ancora più basso (27%) se si parla della ripartizione del proprio portafoglio per tipologia di prodotto/servizio e mercati di riferimento (*asset allocation*). Anche in questo caso, se si limita l'analisi ai clienti di promotori finanziari, la percentuale cambia e sale al 41%, sostenuta dalla propensione, tipica della categoria, per la pianificazione dell'investimento.

In uno scenario ancora caratterizzato da debole conoscenza e mancanza di una guida sicura, appare comprensibile che il bisogno più avvertito sia una maggiore semplicità e chiarezza dei prodotti (citata dal 63% degli intervistati).

La consulenza sganciata dall'investimento: una soluzione ancora da scoprire

L'indagine registra, nel complesso, che il sistema degli intermediari offre ancora una debole risposta al bisogno d'orientamento della domanda. In questo scenario, s'inserisce oggi la diffusione del servizio di consulenza sganciato dall'acquisto di prodotti per l'investimento. Solo il 28% degli intervistati ne ha sentito parlare e, tra questi, appena il 10% ne conosce le caratteristiche. Bassa la percentuale (19%) degli interessati al servizio, che aumenta al 32% tra i clienti delle reti di promotori finanziari. La forma di pagamento ritenuta più interessante (52%) è una percentuale sui risultati ottenuti.

Investire in azioni? Sì, ma servirebbe un aiuto

Come nella prima edizione, la ricerca di GfK Eurisko si è occupata di alcuni temi di attualità legati alla gestione del risparmio. Nel marzo scorso, le domande avevano riguardato gli effetti attesi della riforma previdenziale e il decreto risparmio. Questa volta, si sono concentrate sulla ripresa dei collocamenti azionari registrati negli ultimi mesi. Le risposte confermano un rinnovato interesse per l'investimento finanziario: il 10% ha infatti dichiarato di essersi attivato per acquisire informazioni sulle operazioni, il 5% ha effettivamente investito nei nuovi titoli (scarto imputabile anche alla mancanza di un supporto consulenziale nel momento della decisione).

Giovani: sanno poco di risparmio, ma gli strumenti sono sempre più diffusi

La ricerca di GfK Eurisko ha infine indagato sul rapporto tra i giovani e la gestione del risparmio, con l'obiettivo di raccogliere indicazioni utili per una campagna informativa che ASSORETI intenderebbe compiere nelle scuole italiane.

L'indagine si è concentrata sui capifamiglia con figli conviventi d'età compresa tra

11 e 25 anni. La maggioranza (70%) dichiara un interesse basso o nullo dei propri figli per la gestione del denaro e, in generale, per le questioni economiche. Anche l'informazione e la competenza dei giovani sono considerati bassi o nulli (70%).

Emerge, d'altra parte, che la maggioranza (61%) è già titolare o ha facoltà di usare diversi strumenti finanziari, in particolare: libretto di risparmio (41%), conto corrente bancario o postale (33%), bancomat/postamat (30%), carta di credito o carta ricaricabile (14%).

Il 58% dei ragazzi tra 11 e 25 anni risparmia (il 17% lo fa in modo sistematico) e ha dei progetti (52%) sull'impiego del denaro messo da parte.

Chi è ASSORETI

Costituita nel 1985, è l'associazione nazionale delle imprese che collocano prodotti e servizi d'investimento attraverso i promotori finanziari. Riunisce 57 tra banche e società d'intermediazione mobiliare per le quali operano circa 32mila promotori finanziari. Le imprese prestano servizi a oltre 4,1 milioni di famiglie (il 20% dei nuclei familiari italiani). Il patrimonio investito attraverso le imprese associate è di circa 200 miliardi di euro. Un quinto del risparmio destinato ai fondi comuni è stato collocato attraverso una rete di promotori finanziari associata ad ASSORETI.

Chi è GfK Eurisko

Eurisko, fondato nel 1972, è leader in Italia nel campo delle ricerche sul consumatore e le aziende. L'istituto, che dal 2005 fa parte del *network* internazionale GfK (tra i primi cinque gruppi nel mondo), è strutturato per dipartimenti specializzati in mercati o aree di ricerca.

GfK Eurisko Finanza è la struttura creata nel 1987, dedicata alle ricerche finanziarie per rispondere, con competenza specializzata, alle crescenti esigenze del marketing e della comunicazione finanziaria. E' leader in Italia nel mercato sulle ricerche sul comportamento finanziario di famiglie ed imprese ed è uno dei principali istituti specializzati in Europa. Offre ai suoi clienti un portafoglio completo di soluzioni, osservatori continuativi, analisi strategiche di marketing e *know how* di ricerca.

Per ulteriori informazioni

Twister communications group

Arnaldo Ragozzino

Tel. 02/438114207 - Mobile 335/6978581