



## Le potenzialità del mercato dopo la crisi







### Metodologia e campione

L'universo di riferimento:

è costituito dalla totalità dei capifamiglia finanziari, possessori di almeno un conto corrente (bancario o postale) o di una polizza assicurativa, di età compresa tra i 30-60 anni. L'universo rappresentato è costituito da circa 15 milioni di nuclei.

Campione:

al <u>campione base</u> di 1000 casi, nazionale e rappresentativo dell'universo di riferimento (per area geografica, sesso, età), è stato affiancato un <u>sovracampionamento</u> di 200 casi sui clienti di promotori finanziari (fino ad arrivare ad avere un totale di 300 casi), per consentire l'analisi specifica su questo target di interesse primario per la Committenza.

In fase d'analisi il campione totale è stato reso rappresentativo dell'universo di riferimento per i parametri di rilevazione (area geografica, sesso, età) e controllato anche per livello d'istruzione e professione.

Fieldwork:

la rilevazione ha avuto luogo nel periodo 14-23 febbraio 2011 (interviste telefoniche CATI, completamente gestite dalle strutture GfK Eurisko). Sulla rilevazione sono stati effettuati i controlli nel rispetto degli standard di qualità Assirm.

Trattamento dei dati:

l'elaborazione dei dati è stata condotta interamente dal Centro Elaborazione Dati GfK Eurisko.







Lo scenario futuro degli investimenti





# Gli investimenti, dopo il periodo di diffidenza segnato dalla crisi, sembrano in tendenziale ripresa

Base: TOTALE CAMPIONE, n=1000 – valori %

CAPIFAMIGLIA BANCARIZZATI/ASSICURATI 30-60 ANNI → 15,0 MLN TOTALE : **TOTALE** 2009 2010 **INVESTITORI** 45 44 43 (prodotti di investimento/previdenziali) Quota del patrimonio 49% 51% 49% mediamente investita: 56 57 NON POSSIEDE INVESTIMENTI 55





3

### Nell'ipotesi più positiva il bacino degli investitori ha un potenziale di new entries pari al 6% del mercato analizzato

CAPIFAMIGLIA BANCARIZZATI/ASSICURATI 30-60 ANNI → 15,0 MLN

ATTUALI INVESTITORI 45% → circa 6,7 MLN di capifamiglia

#### **CONSERVATORI**

Possiedono investimenti ...

... ma non investiranno nei prossimi 12 mesi

33% → circa 4,9 mln di capifamiglia

#### **INVESTITORI ATTIVI**

Possiedono investimenti ...

... e potrebbero investire nei prossimi 12 mesi

12% → circa 1,8 mln di capifamiglia

#### REJECTOR

Non possiedono investimenti ...

... e non investiranno nei prossimi 12 mesi

49% → circa 7,4 mln di capifamiglia

#### NUOVI INVESTITORI

Non possiedono investimenti ...

... ma potrebbero investire nei prossimi 12 mesi

6% → circa 0,9 mln di capifamiglia

Certamente no/probabilmente no/non sa

Probabilmente sì/certamente sì



GfK EURISKO

I target in questione si differenziano rispetto alla media della popolazione per una maggior presenza di ...

### CONSERVATORI - 4,9 mln

Clienti Upper mass, cassettisti, middle class

- Nord
- Colletti bianchi
- Buoni redditi

### **INVESTITORI ATTIVI – 1,8 mln**

Clienti Affluent, movimentano patrimonio, più colti ed autonomi

- Nord
- Profilo Socio-culturale elevato

#### REJECTOR - 7,4 mln

Segmenti marginali e popolari

- Sud
- -Profilo socio-culturale e economico basso

### **NUOVI INVESTITORI – 0,9 mln**

Medio-giovani, lavoratori autonomi, attenzione alle attività reali

- Professioni autonome (artigiani, piccoli professionisti...)
- Sotto i 45 anni

Certamente no/probabilmente no/non sa Probabilmente sì/certamente sì Propensione ad investire

PORISIO

Base: Propensi ad investire nei prossimi 12 mesi (18%=100%), n=178 – valori %



ASSORET

GfK EURISKO

# In ogni caso la rispondenza delle soluzioni proposte alle proprie esigenze è più rilevante rispetto al modello di offerta

12

13

Base: TOTALE CAMPIONE, n=1000 - valori %

Lei preferirebbe che il suo referente, tendendo conto delle sue caratteristiche/esigenze, le proponesse ...





La scelta è indifferente, purché le proposte siano in linea con le sue caratteristiche/esigenze







61

**75** 







84







## Il mondo degli investitori e la MiFID



GfK Group



Aprile 2011

# Tra gli investitori è stabile la consapevolezza della propria posizione, ma si nutrono più incertezze sugli orizzonti temporali. I clienti di reti si confermano più informati

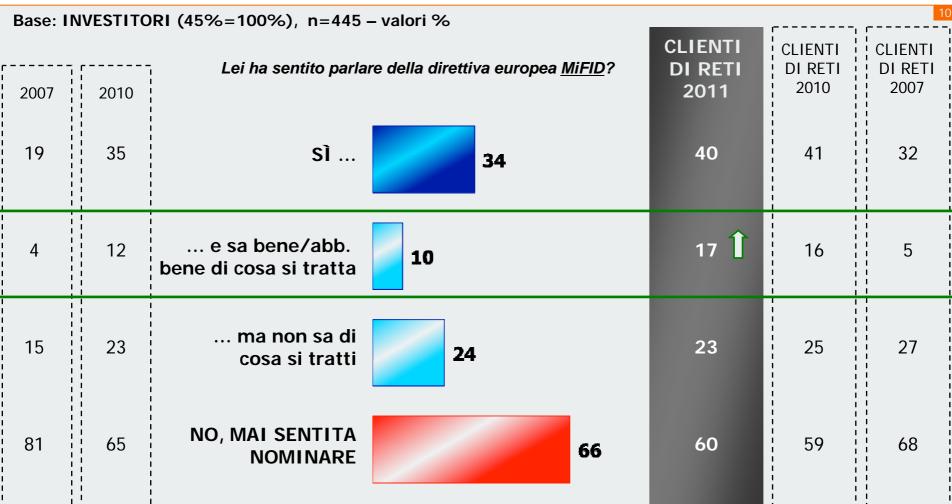
Base: INVESTITORI (45%=100%), n=445 - valori % **CLIENTI** Se dovesse parlare dei suoi prodotti d'investimento DI RETI 2009 2010 saprebbe indicarne bene/ abbastanza bene ... 2011 **ALMENO UNA RISPOSTA** 76 76 Il grado di rischio 60 58 60 II rendimento/ 51 54 **52** guadagno atteso La durata ottimale 49 60 53 55 affinché sia efficace La ripartizione per tipologia 53 38 43 41 di investimenti e mercati (Asset Allocation)







### Dal 2007 ad oggi la conoscenza della MiFID registra una diffusione a due velocità: tende a consolidarsi tra i clienti di reti, mentre sul resto del mercato rallenta ...



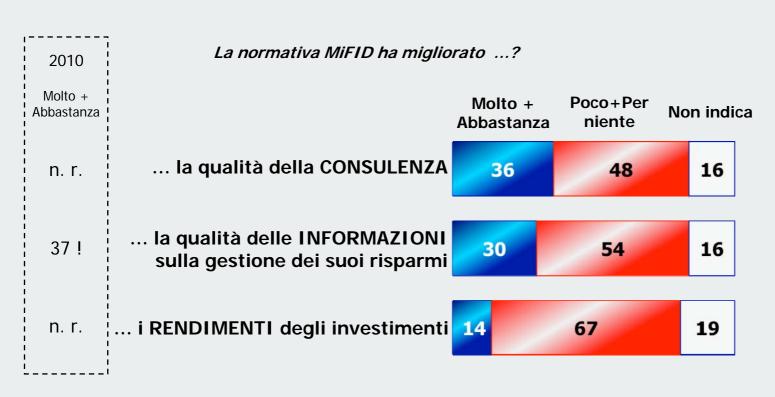






# In questo scenario, permangono difficoltà nell'individuare i miglioramenti apportati dalla MiFID

Base: INVESTITORI che conoscono/hanno sentito parlare della MiFID - n=151





! Tasso di non indica tra il 15% e il 19%







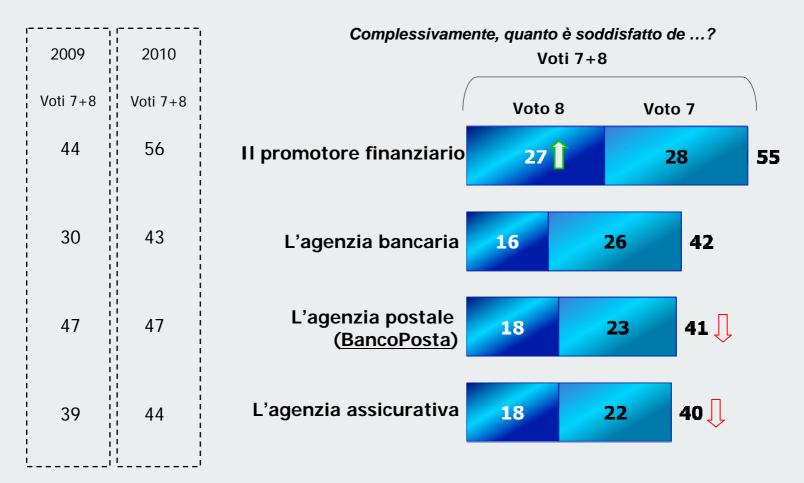
La qualità del servizio e la consulenza





# La soddisfazione per il servizio fornito dal promotore finanziario nel complesso tiene e tendono a rafforzarsi le valutazioni di eccellenza (voto 8)

Base: CLIENTI che hanno utilizzato ciascun canale - valori %







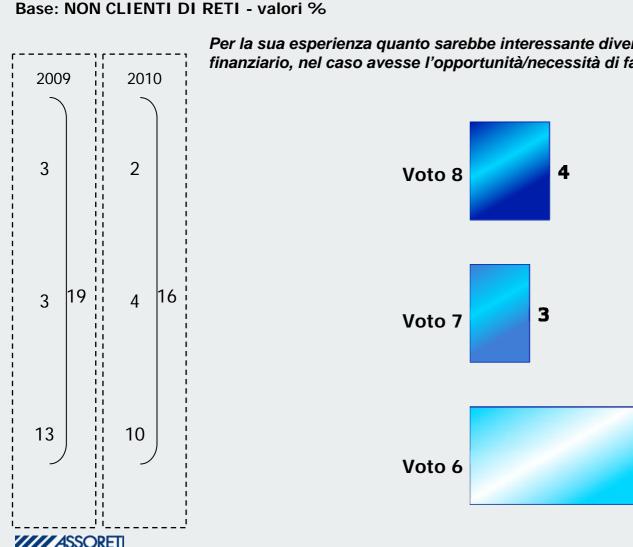


### L'immagine sociale delle reti di PF migliora: ampiezza di gamma e attenzione al cliente i tratti più riconosciuti





### Come effetto sul mercato potenziale si intravede un segnale di maggiore apertura



Per la sua esperienza quanto sarebbe interessante diventare cliente di un promotore finanziario, nel caso avesse l'opportunità/necessità di fare qualche investimento?



19

12



# Le nuove dinamiche post-crisi: un focus sui bisogni informativi





# Il bisogno informativo delle famiglie italiane non varia rispetto allo scorso anno in uno scenario che registra, comunque, una maggiore attenzione alla consultazione delle fonti

Base: TOTALE CAMPIONE, n=1000 - valori %

TOTALE TOTALE Nell'ultimo anno, suo il bisogno di avere informazioni 2009 2010 sulla gestione del denaro è ... Cresciuto 26 34 26 Rimasto uguale 50 38 41 23 **Diminuito** 27 30 Non indica









né migliora ...

Base: TOTALE CAMPIONE al netto dei "non indica" – valori %

Negli ultimi 12 mesi la QUANTITÀ/QUALITÀ
dell'informazione offerta dai media è ...



QUALITÀ







## Grazie dell'attenzione



