

## COMUNICATO STAMPA

---

### ITALIANI PIU' INFORMATI SULLA FINANZA PERSONALE MA CRESCONO I BISOGNI DI CONSULENZA

**E' una delle principali evidenze della ricerca condotta da GfK Eurisko per conto dell'Assoreti. La consapevolezza sulle proprie scelte d'investimento è migliorata negli ultimi anni, ma la complessità dello scenario economico sta generando una nuova domanda di assistenza indirizzata anche a banche e reti di promotori finanziari. E per il futuro si auspica un ruolo sociale più esteso del sistema finanziario**

**Capri (Napoli), 23 maggio** – Sono un po' più fiduciosi e sicuri. Più informati e consapevoli dei propri investimenti. Più stabili nei comportamenti di risparmio e investimento. Promuovono, nel complesso, la qualità del servizio prestato da banche e reti di promotori finanziari, ma esprimono un maggiore bisogno di consulenza per affrontare uno scenario economico percepito più complesso.

E' la fotografia degli italiani che emerge dalla ricerca *Banche e consulenza finanziaria: il ruolo di oggi e nell'Italia di domani. Opinioni e attese*. Il lavoro, commissionato a GfK Eurisko dall'Assoreti, l'associazione delle società per la consulenza agli investimenti, è stato presentato nel corso del convegno *Le reti: un modello industriale al servizio della consulenza*, tenutosi oggi all'Hotel Quisisana di Capri.

Al convegno, aperto da Matteo Colafrancesco, Presidente dell'Assoreti, sono intervenuti:

- Ignazio Rocco di Torrepadula, Senior Advisor di Boston Consulting Group, che ha tenuto la relazione *I prossimi trent'anni: quali sfide per la consulenza finanziaria?*
- Domenico Siniscalco (Key Note Speaker), Vice Chairman di Morgan Stanley ed ex ministro dell'Economia e delle Finanze.

Il convegno ha anche ospitato una tavola rotonda, moderata da Andrea Cabrini, direttore di Class CNBC, alla quale hanno partecipato:

- Giorgio Di Giorgio, professore ordinario di Politica e teoria monetaria all'Università LUISS Guido Carli;
- Mauro Maria Marino, presidente della Sesta Commissione Finanze e Tesoro del Senato;
- Domenico Siniscalco, Vice Chairman di Morgan Stanley, ex ministro dell'Economia e delle Finanze;
- Leonardo Totaro, Managing Director Mediterranean Complex McKinsey & Company.

La ricerca di GfK Eurisko è stata condotta su un campione di duemila individui capifamiglia (di cui circa 500 clienti delle reti di promotori finanziari), di età compresa tra 30 e 60 anni, titolari di un conto corrente (bancario o postale) o di una polizza assicurativa. Le interviste al campione, rappresentativo di dodici milioni di nuclei familiari, sono state realizzate on line tra il 6 e il 19 aprile.

### **In ripresa la fiducia, aumenta la ricchezza finanziaria**

In uno scenario che permane incerto, le famiglie italiane sembrano oggi un po' più fiduciose e si sentono un po' più sicure rispetto al recente passato: nei primi mesi del 2015 l'indicatore sintetico della fiducia è salito da 54 a 61, quello della sicurezza per la propria famiglia è



cresciuto di 9 punti e anche la valutazione complessiva sull'Italia ha mostrato segnali positivi (+ 5 punti nel saldo tra valutazioni positive e valutazioni negative).

Il nuovo *sentiment* è alimentato dall'aumento della ricchezza finanziaria che, grazie anche al buon andamento dei mercati, è cresciuta alla fine del 2014 a 4.000 miliardi (+3,3% rispetto al 2013).

### **Cresce la consapevolezza sui propri investimenti ma anche il bisogno di consulenza**

Il miglioramento delle prospettive non toglie che lo scenario sia oggi considerato più complesso generando un maggiore bisogno di assistenza e consulenza. Gli italiani che si dichiarano competenti in materia d'investimenti finanziari sono diminuiti dall'inizio della crisi passando dal 40% del 2008 al 30% del 2015.

D'altra parte, il prolungamento della crisi ha indotto le famiglie a consolidare i comportamenti di risparmio e investimento che oggi risultano molto meno oscillanti: la quota di quelli che investono è al 43%, in linea con gli ultimi tre anni.

Sono in ogni caso in aumento la consapevolezza sui propri prodotti d'investimento (l'84% del campione saprebbe indicare almeno uno tra grado di rischio, rendimento atteso, durata ottimale e ripartizione del proprio portafoglio) e la conoscenza che del proprio profilo d'investitore hanno i referenti (siano essi banche o reti di promotori finanziari).

Ciò non toglie che la domanda di consulenza in aree collegate alla gestione del denaro sia in aumento, una tendenza che apre per banche e reti di promotori finanziari nuove opportunità d'intervento in aree oggi non coperte da altre professionalità. Nella graduatoria dei bisogni si colloca al primo posto la consulenza fiscale (68% di utilità percepita, coperta oggi per il 52%) seguita dalla consulenza per la costruzione della pensione (61% di utilità percepita, coperta oggi solo per il 26%), dalla consulenza per la gestione del risparmio (58% di utilità percepita e una copertura del 35%), dall'educazione finanziaria (55% e 22%) e dalla gestione dei finanziamenti (54% e 30%).

La valutazione delle capacità di consulenza dei propri referenti è, nel complesso, soddisfacente attestandosi al 71% per i clienti delle banche e all'85% per le reti di promotori finanziari, la cui reputazione registra livelli solidamente positivi. Per gli intervistati, essere cliente di un promotore finanziario garantisce una consulenza mirata alle proprie esigenze (lo dichiara il 71% del campione), una maggiore disponibilità nella relazione (68%), un'offerta di prodotti e soluzioni d'investimento più ampia (68%). Tra gli intervistati non clienti delle reti, la propensione a investire attraverso un promotore finanziario si colloca all'11% (era al 6% nel 2012, anno dell'ultima rilevazione).

### **Sempre forte il deficit informativo sulla previdenza, prevalgono le soluzioni *fai da te***

La ricerca condotta da GfK Eurisko ha indagato inoltre le aspettative e i comportamenti futuri legati alla previdenza. La recente proposta governativa di riforma della legge Fornero sembra incontrare il favore degli italiani: la maggioranza degli intervistati (74%) preferirebbe andare in pensione prima anche a costo di percepire un assegno più basso.

Sulla previdenza c'è oggi un'elevata domanda potenziale di consulenza per banche e reti di promotori finanziari: solo il 33% degli intervistati dichiara di avere idee chiare sull'ammontare della pensione futura. Non sorprende che in questo quadro di *deficit* informativo prevalga la via al pensionamento *fai da te*: il 50% del campione pensa che sarà costretto a intaccare il proprio patrimonio/risparmio e a farsi aiutare dai propri famigliari per affrontare l'eventuale insufficienza



---

della pensione; il 25% non si è posto il problema. Solo il 20% ha in mente soluzioni di previdenza integrativa.

### **Un maggiore ruolo sociale per banche e reti di promotori finanziari**

Gli italiani auspicano infine un'estensione del ruolo sociale svolto da banche e reti di promotori finanziari che, in un *momento economico* complessivamente percepito come difficile per il Paese, potrebbero contribuire, insieme con altri soggetti istituzionali, a risolvere problemi che hanno importanti riflessi sociali. E' opinione largamente maggioritaria (83% del campione) che l'esercizio di questo ruolo renderebbe il sistema bancario molto più utile per l'economia rispetto a oggi.

Sono numerose le aree in cui questo ruolo potrebbe esprimersi. Sarebbe importante, per esempio, promuovere accordi tra Stato e industria finanziaria per facilitare l'acquisto della casa per tutti (lo dichiara l'86% del campione); proporre iniziative e prodotti, anche in accordo con lo Stato, per aumentare il finanziamento alle piccole e medie imprese (84%); aiutare lo sviluppo destinando il risparmio raccolto in un determinato territorio alle imprese migliori che vi operano (80%); promuovere con altre istituzioni la costituzione di un fondo per abbassare il debito pubblico (78%).

L'auspicio di un ruolo sociale più incisivo riguarda anche le reti di promotori finanziari: il 70% del campione riterrebbe importante che in futuro le reti estendano l'offerta a prodotti d'investimento con finalità economico-sociali, per esempio prodotti specializzati in aziende che operano in una determinata area territoriale o in nuove aziende promosse da giovani imprenditori.

**Paola Sacilotto**  
**Twister communications group**  
**Tel. 02 438114663**  
**Mobile 347 5536979**