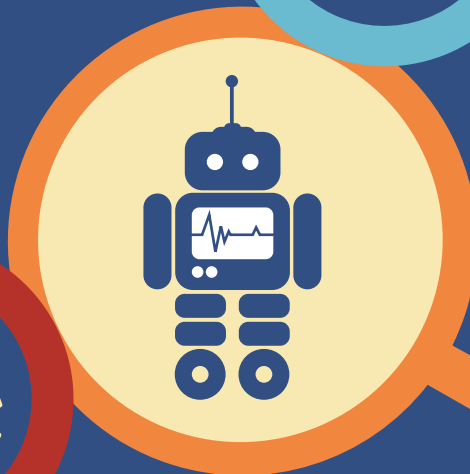


# ROBO ADVISORY HUMAN ADVISORY



INDAGINE  
aprile 2015



---

## Obiettivo

L'**obiettivo** di questa nuova indagine **promossa da ProfessioneFinanza e PwC** è quello di comprendere come la tecnologia possa influire sulle modalità di offerta del servizio di consulenza finanziaria e, soprattutto, se i Robo-Advisor siano percepiti in antitesi allo Human Advisor o se possano essere considerati come un supporto ad un'attività comunque basata fortemente sulla relazione fra Consulente e Cliente.



## Executive summary

- Il **29%** degli intervistati non ha mai sentito la parola Robo-Advisor; solo il **3,8%** si ritiene molto informato sul tema.
- Il **96%** dei consulenti coinvolti ritiene che meno di 1/10 dei propri clienti utilizzi già una piattaforma di Robo-Advisory.
- Il **72%** dei rispondenti pensa che la capacità di creare un rapporto di fiducia stabile e duraturo sia la più importante caratteristica relazionale del consulente.
- Il **63%** del campione pensa che un Robo-Advisor non possa performare meglio di un consulente in termini di rendimento.
- **4 consulenti su 10** ritengono che gli Advisor robotici possano sottrarre solo marginalmente quote di clientela.
- Il **43%** dei consulenti ritiene che la piattaforma virtuale possa essere uno strumento utile per trarre spunto nelle scelte di investimento.
- Il **70,8%** considera l'Advisor robotico come un possibile supporto, mentre il **29,2%** lo considera poco, parzialmente o per niente utile.
- Il **51%** degli intervistati pensa che il consulente robotico non sia comunque in grado di diminuire l'emotività nelle scelte di investimento.

# AGENDA



---

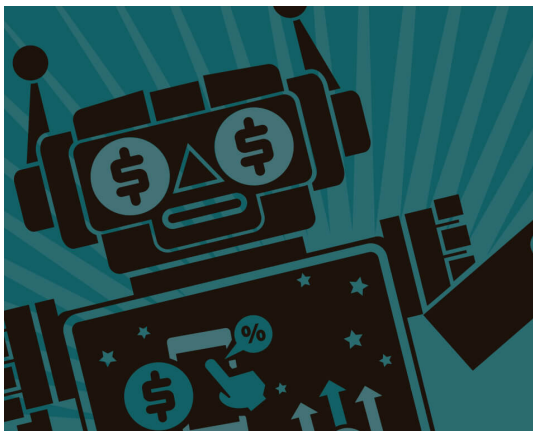
# Agenda

1. Introduzione
2. Composizione del Campione
3. Rapporto professionista-tecnologia
4. Aspetti relazionali e professionali nella consulenza
5. L'utilizzo di strumenti di Robo-Advisory da parte del consulente

# INTRODUZIONE



# 1. I Robo-Advisor



## Chi è il Robo-Advisor?

Il robo-advisor è una piattaforma online che, sulla base di algoritmi di risk management e asset allocation, offre ai risparmiatori soluzioni di investimento precostituite, consigliando la costruzione di portafogli più o meno personalizzati secondo le esigenze dei risparmiatori, a fronte di una parcella definita e a basso costo.

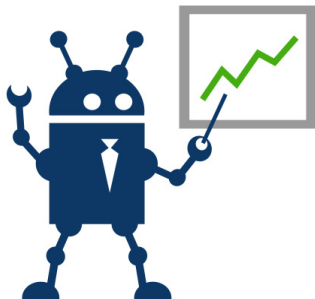
## Come opera?

Il robo-advisor classifica il cliente in base al suo profilo di rischio e va ad identificare la combinazione rischio rendimento che meglio gli si adatta. E' una sorta di consulente finanziario virtuale che, sfruttando la tecnologia, offre servizi di consulenza finanziaria al pubblico in modo efficiente e a un costo competitivo, puntando sulla semplicità e sulla qualità dell'esperienza online per il consumatore. I robo-advisor rientrano nel settore **fintech**: la tecnologia applicata all'industria finanziaria.

## Un business in crescita

La crescita e la diffusione dei robo-advisors è enorme, tant'è che si parla di una delle più grandi innovazioni nel mondo finanziario e di un trend che modificherà le modalità di interazione tra cliente e intermediario finanziario. Negli Stati Uniti infatti, società come WealthFront e Betterment gestiscono circa 1 miliardo di dollari e anche società storiche come Charles Schwab stanno per lanciare la loro versione automatizzata del servizio di consulenza, vista la grande adesione di persone interessate a queste soluzioni. L'interesse per il mercato è diffuso non solo tra i più grandi ma anche tra i giovani, in virtù del fatto che con pochi dollari è possibile effettuare una corretta allocazione dei propri risparmi. Anche in Italia le cose si muovono grazie a MoneyFarm, che è stata la prima a portare questa innovazione nel nostro paese e che con più di 30.000 iscritti continua a crescere giorno dopo giorno.

## 2. I potenziali impatti “disruptive” dei Robo-Advisor



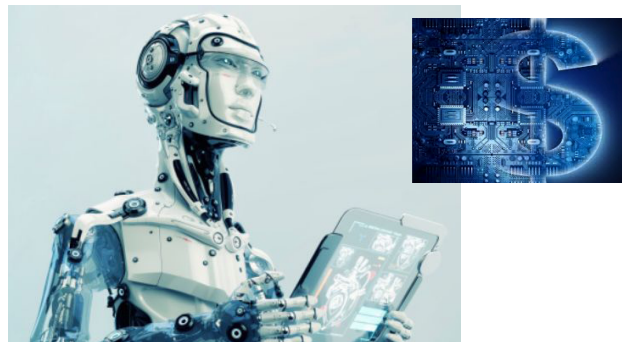
- I **Portafogli** sono costruiti utilizzando principalmente ETF a basso costo.
- Le **basse “fees”** e il modello di business ad alta trasparenza porterà alla contrazione delle fees dei normali gestori patrimoniali.
- **Disintermediazione**: il consulente tradizionale non è più indispensabile nella costruzione del portafoglio, asset allocation, riequilibrio, valutazione del rischio, e rendicontazione.
- **Potenziali entranti** del settore high-tech come Apple o Facebook potrebbero entrare nel mondo della gestione patrimoniale, tramite l’acquisto di un robo-advisor o il suo sviluppo interno. AliBaba già l’ha fatto.

### Un settore in «esplosione»

Negli USA l’industria del fintech è oggetto di uno sviluppo straordinario, grazie anche agli enormi investimenti del venture capital.

Esempi che possono essere considerati di successo si vedono nel mobile-pay:

- Apple Pay
- LoopPay di Samsung
- TransferWise piattaforma per il trasferimento di denaro peer-to-peer valutata circa 1 Miliardo di dollari





### 3. Il panorama di mercato

**\$19 mld**  
AuM al  
31.12.1014

**+65%**  
negli ultimi  
9 mesi del 2014



#### Un mercato di interesse globale

Un'ascesa che ha acceso i riflettori dell'opinione pubblica, tanto da conquistare la copertina del numero del 29 marzo 2014 del **"The Economist"**, il quale dedicava un report di 14 pagine alla **"Rise of the robots"** sulla base della seguente riflessione "Così come Amazon ha rovinato Borders e le librerie locali, Netflix ha ucciso Blockbuster, Facebook vi ha fatto smettere di parlare con i vostri amici e Tesla sta cercando di distruggere i grandi produttori d'auto, l'idea dietro la Robo-Advisory sta per distruggere lo spazio occupato dai financial advisor, attraverso nuove tecnologie e minori costi; algoritmi al posto di consulenti".

### 3. Le caratteristiche del Robo-Advisor



Le diverse configurazioni delle varie piattaforme permettono di soddisfare le esigenze più disparate; questo fattore contribuisce in maniera significativa ad ampliare il bacino di potenziali utenti per i Robo-Advisor.

---

### 3. Le caratteristiche del Robo-Advisor

**Costo:** i costi dei servizi di investimento automatizzati normalmente oscillano tra zero e lo 0,5%, ma possono anche salire in relazione alla complessità dei prodotti utilizzati;

**Custodia:** alcuni servizi richiedono trasferimento di denaro al loro depositario, mentre altri permettono di mantenere gli investimenti presso broker più conosciuti;

**Investimenti:** alcuni Robo-Advisor limitano gli investimenti agli ETF selezionati, mentre altri offrono una maggiore flessibilità;

**Tasse:** alcuni provider offrono sofisticate funzionalità di raccolta di perdite fiscali, mentre altri non lo fanno;

**Azioni:** alcuni operatori permettono di operare su singoli titoli, anche se la maggior parte non lo consente.

## 4. I principali player

Dovendo citare qualche esempio possiamo parlare di Wealthfront, Motif Investing, Personal Capital, FutureAdvisor e Betterment negli States, di Nutmeg in UK. T-Advisor in Spagna e di Moneypark in Svizzera, Moneyfarm relativamente mercato italiano. Secondo una ricerca di Gartner, nel 2014, sono stati investiti nel mondo **485 miliardi di euro** per l'innovazione tecnologica in finanza).

Da «The economist» 25/06/2014	AuM	Clienti	N°conti attivi	Dimensione media di un conto	Costo medio	Dipendenti	Investimenti per sviluppo
Wealthfront	\$800MLN	8.800	10.000	\$80.000	0,25%	32	\$65MLN
Betterment	\$500MLN	34.400	34.418	\$14.527	0,25%	50	\$45MLN
FutureAdvisor	\$118MLN	800	1.714	\$68.845	0,5%	18	\$20,5MLN
Totale	\$1.410MLN	44.000	46.132	\$40.843*	0,33%*	100	\$130,5MLN

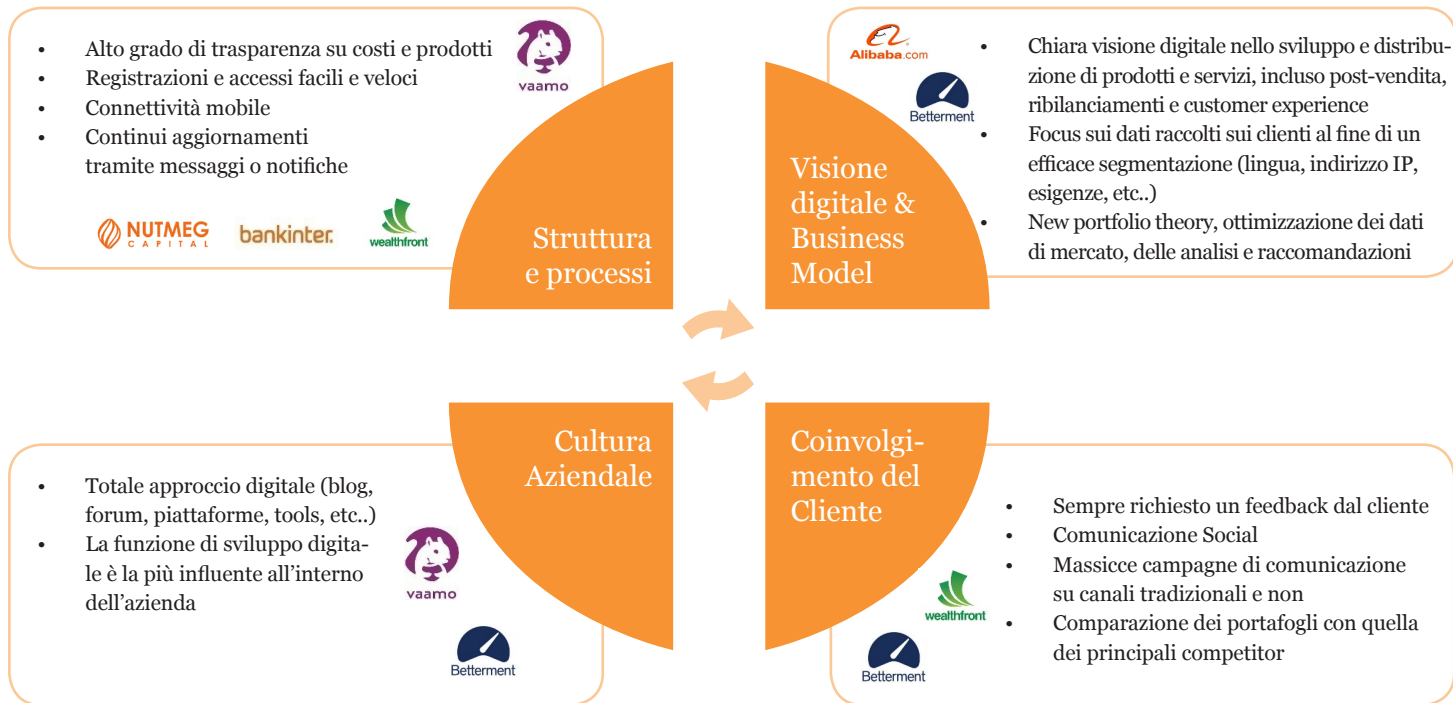
\* media

### In Italia?

Come detto il maggiore Player Italiano è MoneyFarm, un servizio di consulenza finanziaria: indipendente, online e personalizzato. La mission di MoneyFarm è quella di permettere alle persone di prendere il controllo delle proprie finanze e gestirle autonomamente in maniera semplice ed efficiente. La formula è molto semplice: il primo step è quello della profilazione, dove attraverso un breve questionario MoneyFarm associa un profilo d'investitore alla persona. Il risultato del questionario e la successiva selezione di un obiettivo d'investimento permettono a MoneyFarm di capire qual è il livello di rischio che deve avere il portafoglio ideale del potenziale investitore.

La società è stata finanziata da alcuni tra i principali Venture Capital italiani (Annapurna Venture e Jupiter Ventures).

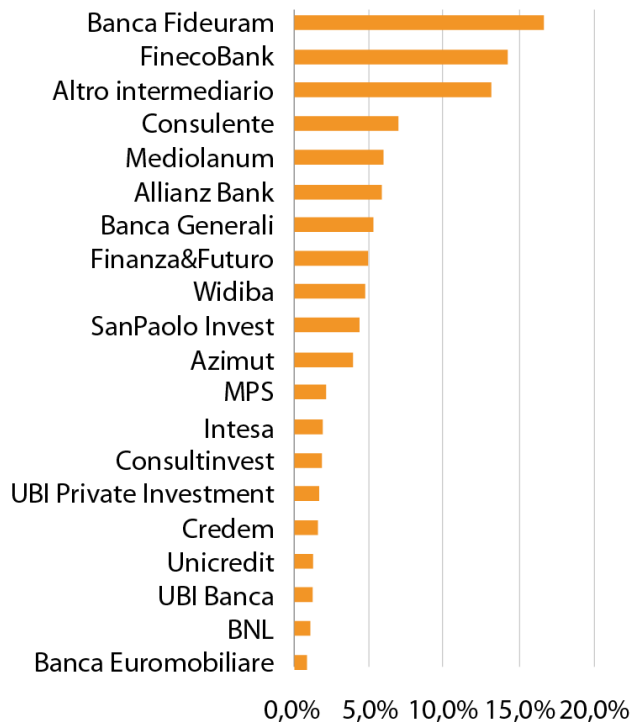
## 5. Confronto tra i principali Robo-Advisor



# COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE



## 2. Le caratteristiche del campione

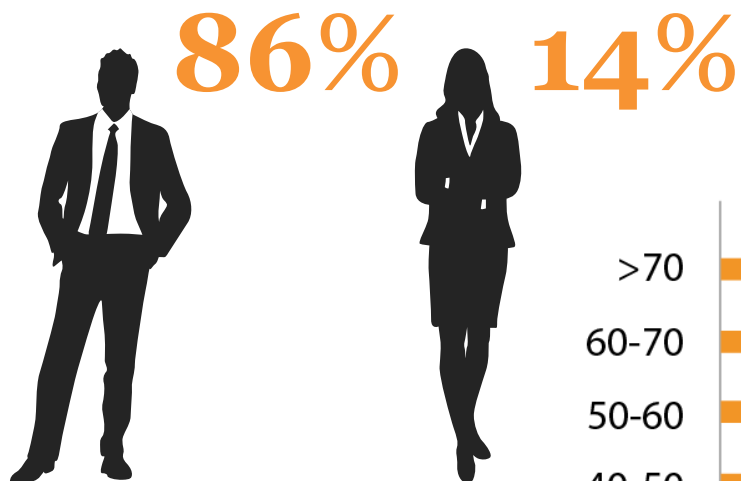


Alla survey hanno risposto un numero di promotori/consulenti finanziari pari a **1061 unità**, ossia il **4,5%** dell'intera compagine associativa, composta da **23685\* unità**.

Il campione rappresenta **68 intermediari specializzati**.

*\*Dati Assoreti dic 2014*

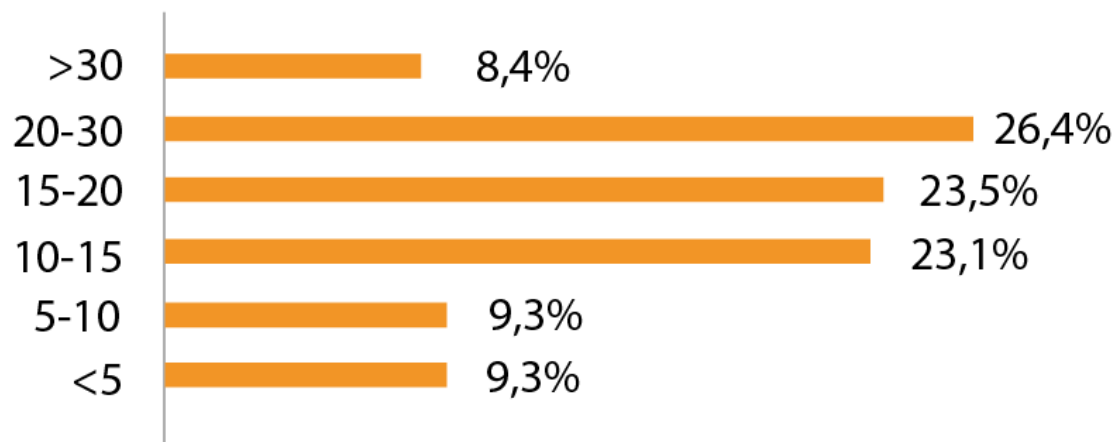
## 2. Le caratteristiche del campione



49 età media



## 2. Le caratteristiche del campione

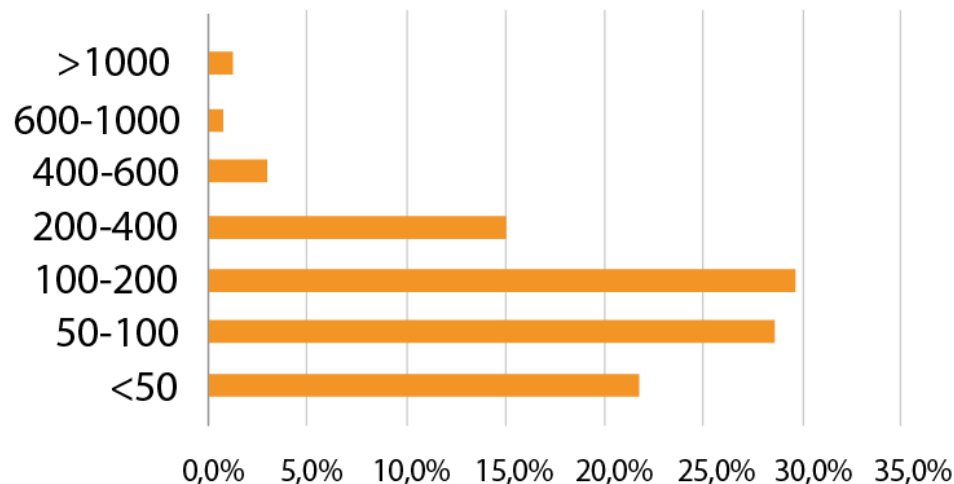


Anni di  
esperienza  
nel settore

La maggior parte dei consulenti che formano il nostro campione ha un'età che va dai 40 ai 50 anni. Più dell'**80%** degli intervistati ha almeno 10 anni di esperienza nel settore, e l'**82%** ha almeno 40 anni. Emerge anche che quello del consulente finanziario è essenzialmente un lavoro da uomini. L'**86%** del campione è infatti di sesso maschile.

## 2. Le caratteristiche del campione

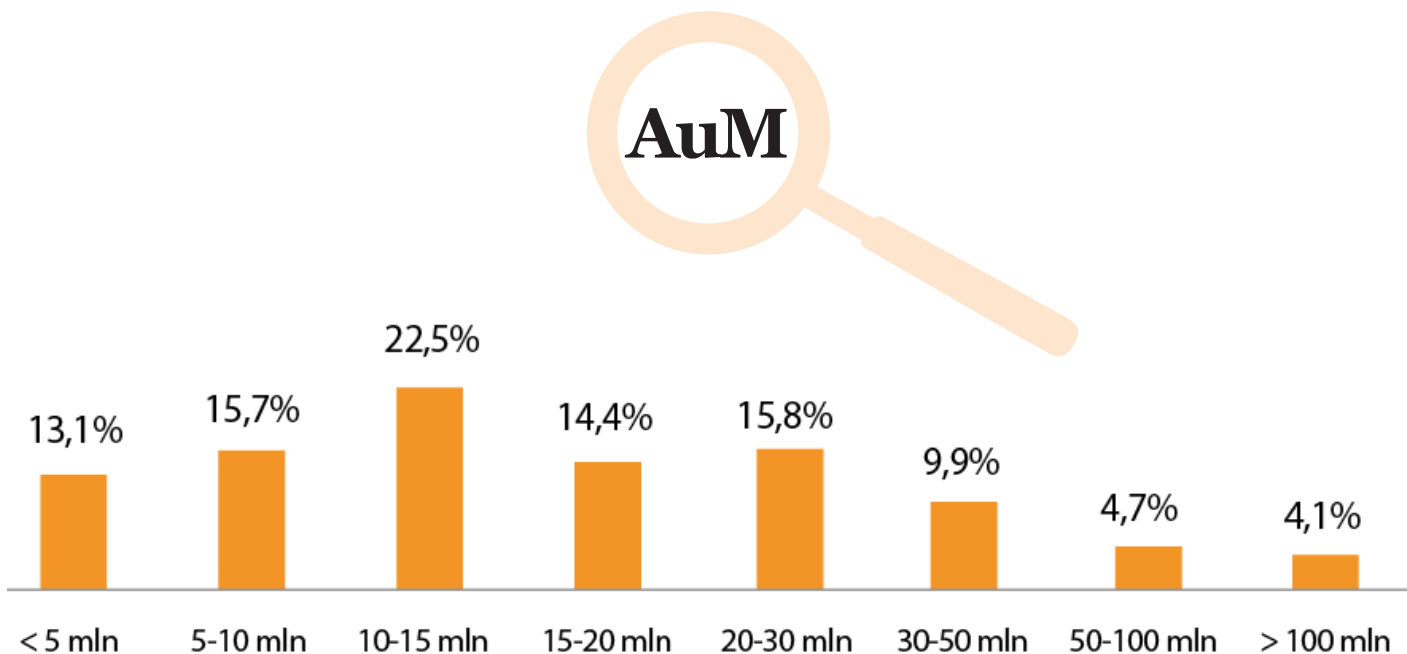
A quanti  
clienti  
presti  
consulenza



Dai dati si evince come più del **50% dei consulenti** abbia al massimo 100 clienti. Sono pochi i consulenti che gestiscono un alto numero di clienti: meno del **5%** del campione ne gestisce più di 400.

L'**81,5%** gestisce un livello di masse finanziarie compreso tra 0 e 30 milioni. Una quota pari al **9,87%** degli intervistati dichiara invece di gestire un livello di masse compreso tra 30 e 50 milioni di Euro. Infine complessivamente meno del **10%** del campione gestisce più di 50 milioni di Euro.

## 2. Le caratteristiche del campione



# RAPPORTO

---

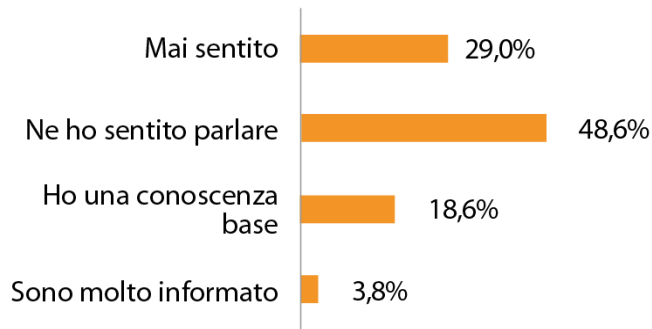
# PROFESSIONISTA TECNOLOGIA

---

L'obiettivo è comprendere il rapporto del professionista con la tecnologia e l'utilizzo che ne fa nello svolgimento dell'attività lavorativa.



## D1. Quanto sei preparato sul tema della Robo-Advisory, ovvero piattaforme di consulenza on-line basate su algoritmi, come Wealthfront, Betterment e FutureAdvisor negli States, Nutmeg e Wealth Horizon in UK o Moneypark in Svizzera?



Solo un quinto degli intervistati può dirsi abbastanza preparato in tema di Robo-Advisory. Il **77,6%** ne ha solo sentito parlare, o addirittura mai sentito nominare la parola Robo-Advisor.

Quello che emerge è che il consulente italiano non considera ancora l'avvento del consulente virtuale come una minaccia.

### Crescono gli investimenti nel resto del mondo

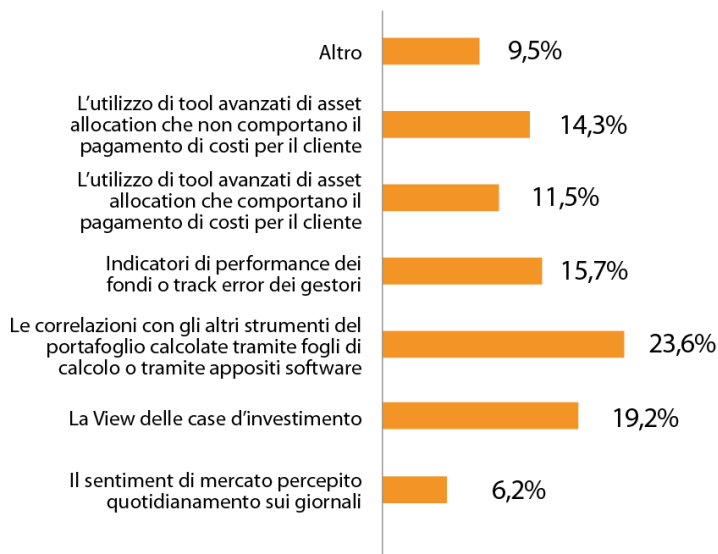
Il settore beneficia del forte interesse dei Venture Capital che stanno finanziando gli investimenti in maniera massiccia. Sia player già attivi che new entrant si stanno muovendo velocemente verso la digitalizzazione finanziaria.

Il gigante dell'investimento online Charles Schwab ha lanciato gli "Schwab Intelligent Portfolios": un servizio di portafogli precostituiti in maniera "intelligente", che possono accontentare tutti gli investitori, anche piccoli (il taglio minimo è infatti \$ 5.000).

Ancora più interessante è il fatto che Fidelity, il colosso dell'asset management, abbia stipulato un accordo con due "storiche" società di robo-advisor: Betterment Institutional e LearnVest, società con due modelli di business abbastanza diversi nella volontà di segmentare la nuova clientela "digitale" (qui un approfondimento sui player USA del fintech).

## D2. Quale dei seguenti fattori influenza maggiormente le tue scelte in fase di COSTRUZIONE DEL PORTAFOGLIO?

“La costruzione di portafoglio è l’attività core del consulente; questa è sicuramente molto soggettiva e difficilmente inglobabile in un algoritmo matematico. Diverse variabili influiscono infatti su questa attività, come il sentiment del professionista, il suo intuito, l’esperienza, le esigenze del cliente, oltre alla capacità di saper raccogliere e analizzare adeguatamente le informazioni disponibili.”

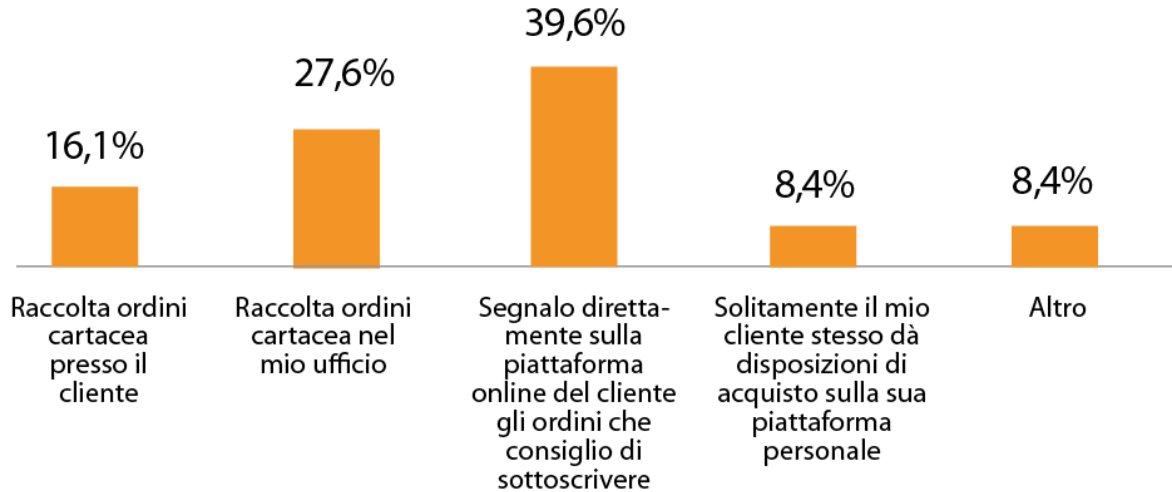


Abbiamo chiesto al campione quale dei fattori elencati in tabella influenza maggiormente le loro scelte d’investimento; è emerso che in fase di asset allocation il professionista fa massiccio utilizzo di strumenti statistici, in particolar modo per limitare le correlazioni.

Molto peso hanno anche i consigli delle case di investimento, infatti il 19,2% dichiara che è la componente che maggiormente influenza le sue scelte.

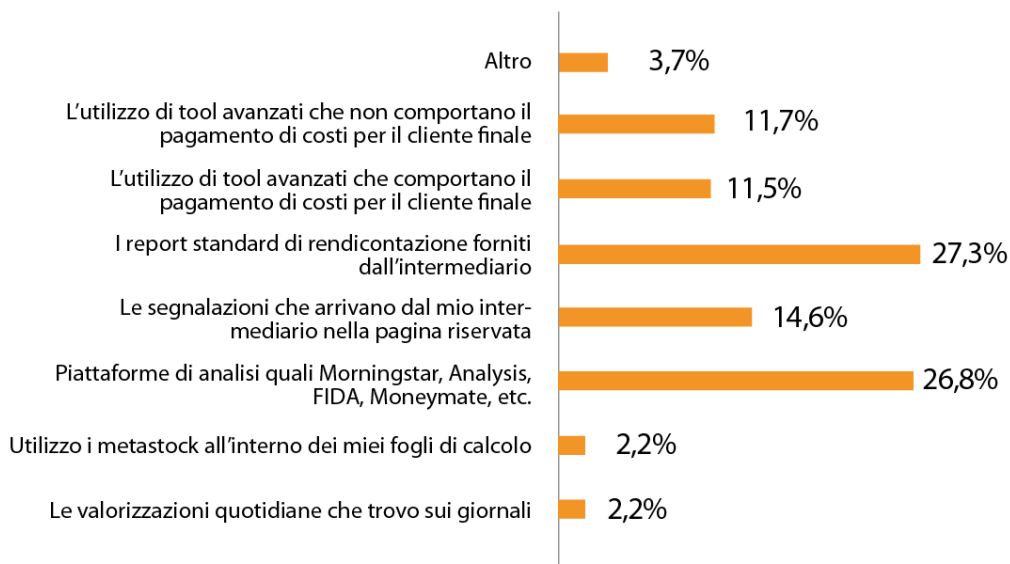
Fatto salvo il sentiment di mercato percepito quotidianamente, cui si affida il **6,2% dei consulenti**, il resto utilizza un mix di elementi statistici e consigli delle case d’affari, relegando dunque il loro intervento al margine delle decisioni.

### D3. Con quale delle seguenti modalità solitamente dai esecuzione agli ordini dei tuoi clienti?



“La raccolta d’ordini cartacea (sia in ufficio che presso il cliente) è ancora la modalità privilegiata dal 43,7% degli intervistati, segno che la relazione personale col cliente riveste ancora un ruolo primario nella gestione dei risparmi in Italia. Parallelamente si evince un buon utilizzo di piattaforme on line da parte del campione per segnalare gli ordini alla clientela. Mentre è ancora al di sotto delle aspettative l’utilizzo della tecnologia nell’invio degli ordini direttamente da parte dell’investitore.”

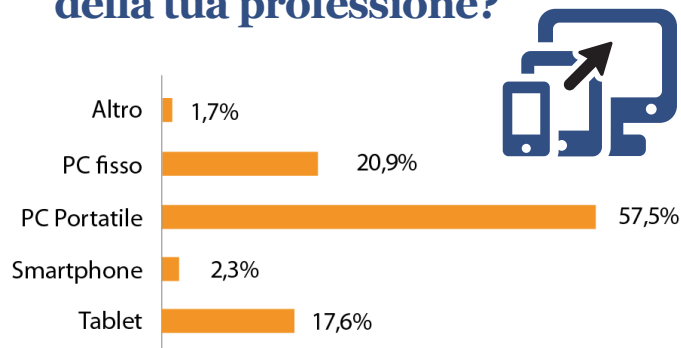
## D4. Quale dei seguenti strumenti utilizzi maggiormente nell'ambito del MONITORAGGIO degli investimenti?



“Per quanto riguarda il monitoraggio degli investimenti, l'industria del fintech è entrata prepotentemente nella attività del consulente finanziario. Solo il 2,2% segue l'andamento a mezzo stampa; la maggior parte degli intervistati si basa sulla rendicontazione fornita dall'intermediario, e sull'utilizzo di piattaforme di analisi come Morningstar, Analysis, FIDA o Moneymate.”

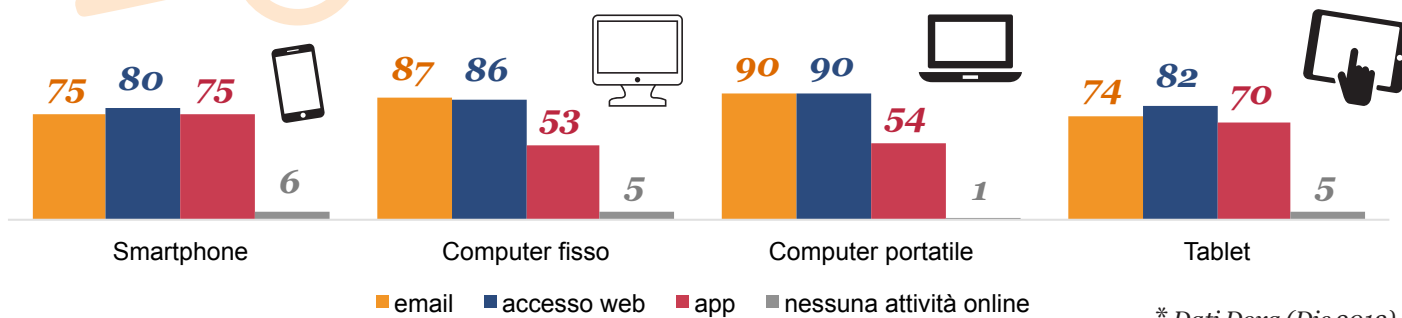


## D5. Quale dispositivo adoperi maggiormente nello svolgimento della tua professione?



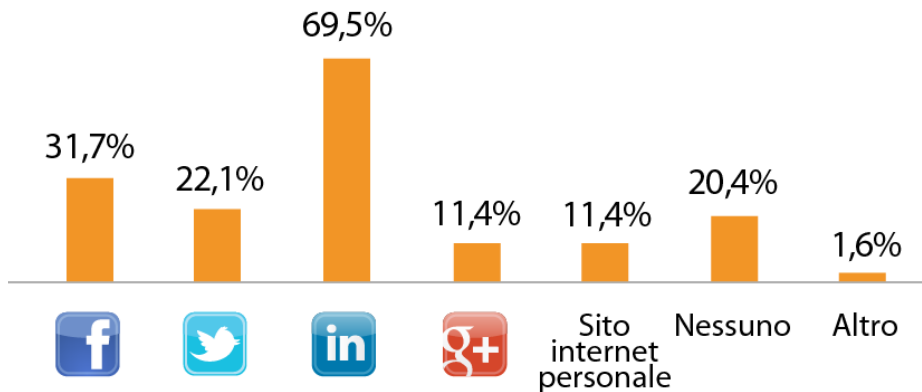
“La tecnologia mobile ha preso il sopravvento anche nel mondo della consulenza finanziaria. Al già consolidato utilizzo del PC portatile (57,5% del campione), si affiancano smartphone e tablet, che si candidano a sostituire il PC nei prossimi anni.”

### Utilizzo dei diversi device per attività online in Italia (%)



\* Dati Doxa (Dic 2013)

## D6. Ai fini professionali, sei attivo su qualcuno di questi Social?



La piattaforma più utilizzata dai consulenti finanziari è **LinkedIn**, questa permette di condividere esperienze e competenze facendo in modo che il consulente possa ottenere riconoscimento professionale sia da colleghi che clienti.

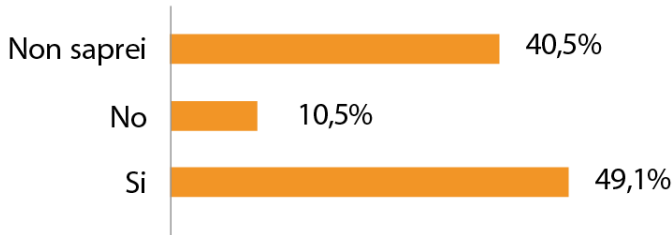


### La comunicazione digitale

La comunicazione su canali non tradizionali, ovvero digitali, è un fenomeno ineludibile che sta radicalmente cambiando le modalità di interazione con i clienti.

Il **70% degli Affluent Investors** ha modificato la propria strategia di investimento e/o la relazione con una società di investimento, basandosi su informazioni da social network. Il Social può essere quindi un ottimo strumento di indirizzo, oltre che un efficace pubblicità per il promotore.

## D7. Le case-prodotto che hai nel tuo portafoglio sono attive sui Social media?



La maggior parte del campione dichiara che le case-prodotto che ha in portafoglio sono attive sui Social Media, mentre solo il 10,48% ritiene di non avere in portafoglio case-prodotto attive da questo punto di vista.

Una buona fetta del campione (**40,5%**) non ha saputo rispondere.

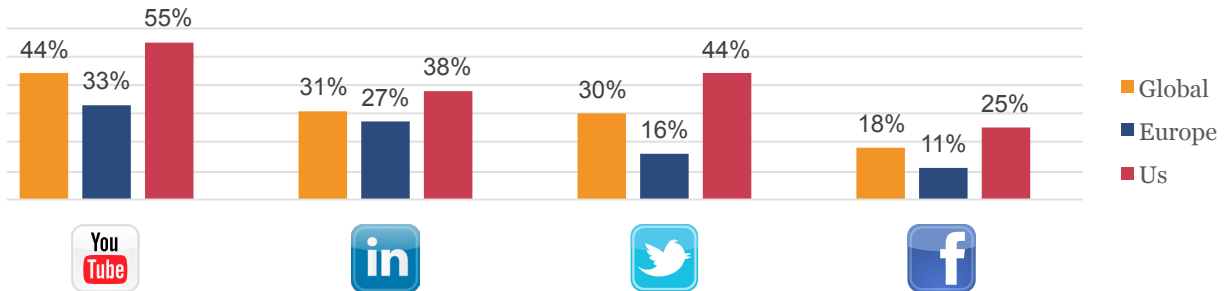
### IN ITALIA,

nel 2013, PwC ha indagato la presenza degli operatori AM sui Social, quantificando una penetrazione che si aggirava intorno **40% per Facebook, Twitter e Google plus, del 71% per LinkedIn**. La stessa ricerca a inizio 2015 ha rilevato un incremento della presenza di AM dai 30 ai 50 punti percentuali per tutte le piattaforme social.

Già da qualche anno le grandi firm di asset management hanno cominciato ad intraprendere campagne di comunicazione digitale.

\* Fonte: PwC/Caceis Asset Management Company Benchmarking on Social Media 2013

Gli AM  
sui  
Social  
Network



# ASPETTI RELAZIONALI E PROFESSIONALI NELLA CONSULENZA

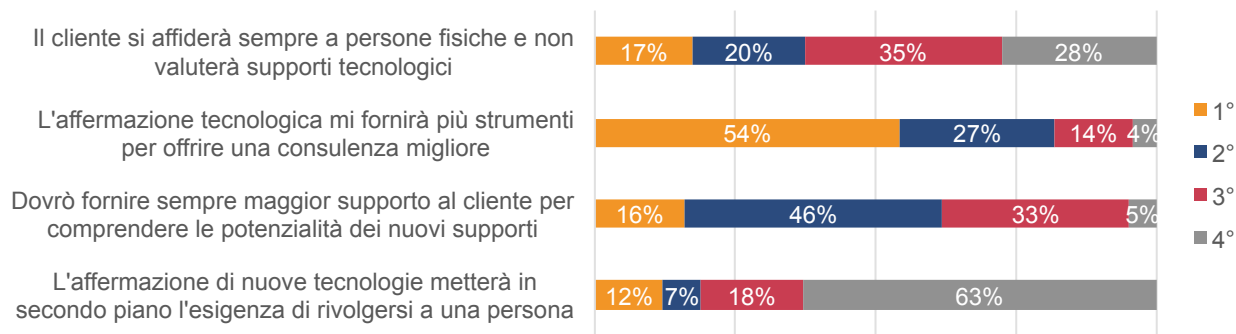
---

L'obiettivo è capire quanto siano importanti oggi giorno gli aspetti tecnologici e quelli relazionali nell'attività della consulenza finanziaria.



## D8. Le nuove tecnologie possono modificare il ruolo del consulente?

“È stato chiesto di ordinare alcuni possibili sviluppi del ruolo consulenziale da quello ritenuto più probabile (1) a quello ritenuto meno probabile (4). È emerso che secondo il 54% degli intervistati l'affermazione tecnologica fornirà sempre più strumenti per offrire una consulenza qualificata al cliente. Lo scenario considerato meno probabile è quello di una affermazione tecnologica che metta in secondo piano il ruolo del consulente, infatti solo il 12% lo vede come l'evento più probabile.”



Quello che si legge tra le linee è che i consulenti sono consapevoli dell'importanza che le piattaforme hightech possono rivestire come supporto alle loro attività.

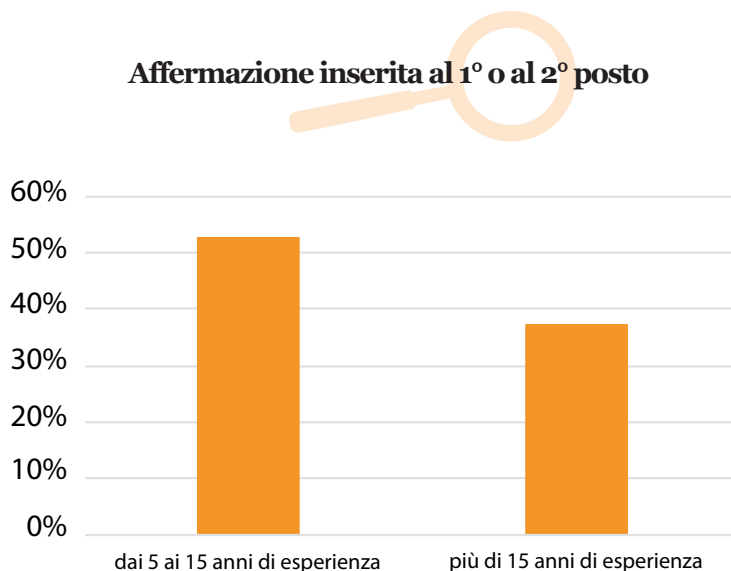
Il **63%** dei rispondenti ritiene lo scenario in cui un robo advisor sostituisce l'uomo poco probabile a riprova del fatto che il consulente non vede un impatto disruptive delle nuove tecnologie, ma solo un utile supporto al suo operato.

## L'affermazione di nuove tecnologie metterà in secondo piano l'esigenza di rivolgersi ad una persona

Più si hanno anni di esperienza nella professione meno si teme che le tecnologie possano mettere in secondo piano l'esigenza di rivolgersi ad una persona.

“Chi ha tra i 5 e i 15 anni di esperienza ritiene probabile (inserisce l'affermazione al primo o al secondo posto in ordine di priorità) che il cliente avrà meno bisogno di rivolgersi ad una persona nel 53% dei casi.

Chi ha più di 15 anni di esperienza ritiene molto meno probabile la stessa affermazione inserendola al primo o al secondo posto in ordine di priorità solo nel 37% dei casi.”



.....

•

• **D9. Rispetto al passato, OGGI quali esigenze il tuo cliente ti manifesta maggiormente nell’ambito della consulenza finanziaria?**

“Abbiamo chiesto di ordinare alcune esigenze del cliente dalla più richiesta alla meno richiesta.

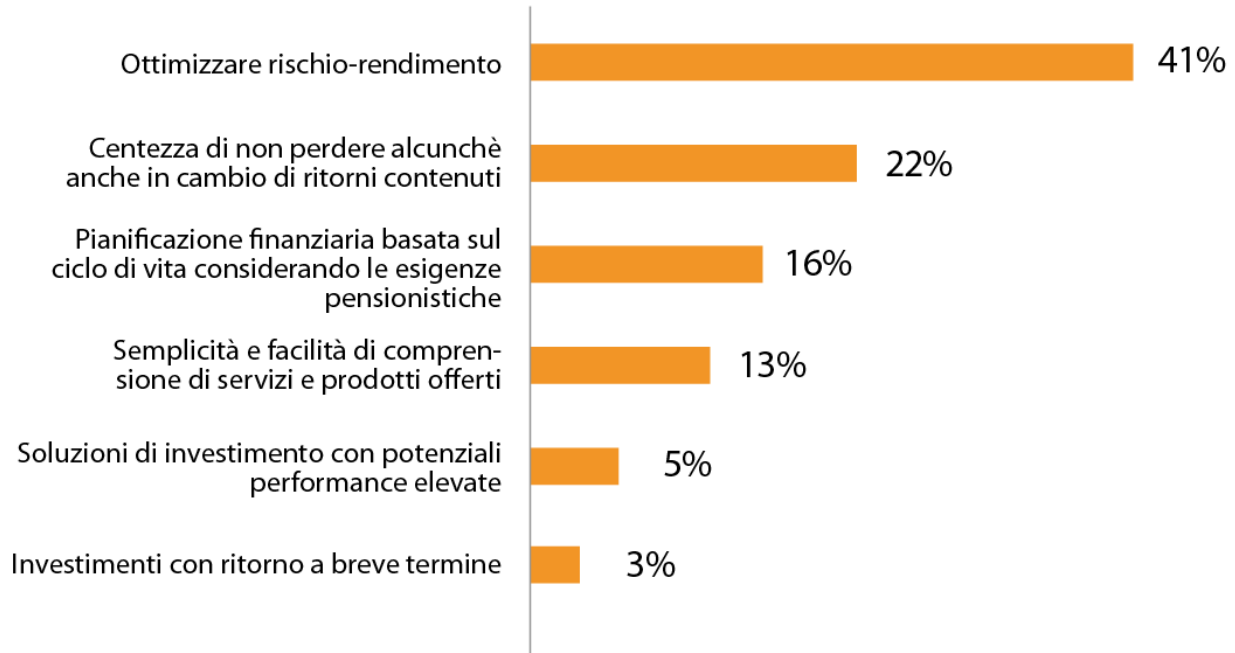
L’esigenza che la maggior parte dei consulenti ha indicato come più richiesta è la costruzione di un portafoglio ottimizzato dal punto di vista rischio-rendimento.

Il 41% dei consulenti l’ha identificata come principale esigenza, mentre solo il 20% non lo ha inserito tra le prime 3.

Se si pensa che l’attività base che un robo-advisor pone in essere è la profilazione del cliente, con la relativa attribuzione di un livello di rischio e asset ad esso corrispondenti, è sorprendente che la maggior parte dei consulenti non consideri il robo-advisor una seria minaccia.”

# Tabella

## Alcune esigenze del cliente dalla più richiesta alla meno richiesta

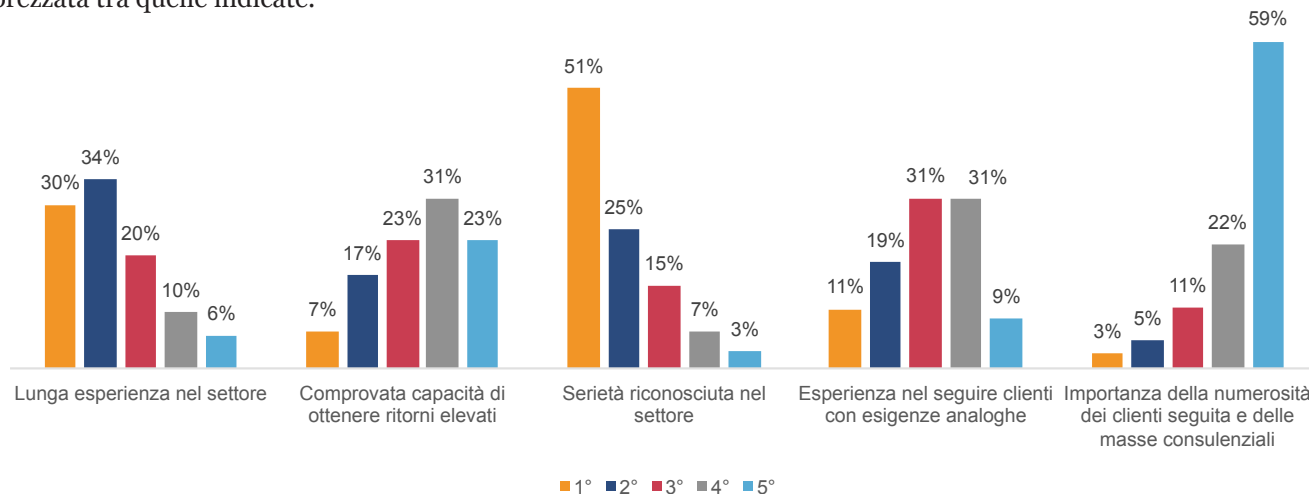




## D10. Quali sono le caratteristiche professionali apprezzate maggiormente dal cliente nell'ambito della consulenza finanziaria OGGI?

Abbiamo cercato di capire cosa il cliente cerchi nella figura del consulente finanziario, chiedendo ai consulenti stessi di ordinare alcune caratteristiche professionali, da quella **più apprezzata (1)** a quella meno (5).

La caratteristica che il nostro campione ritiene più apprezzata è la serietà riconosciuta nel settore (51%), seguita da una lunga esperienza nel settore (30%) e dall'esperienza nel seguire clienti con esigenze analoghe (11%). Il 59% dei consulenti intervistati pone la numerosità di clienti seguiti e la consistenza delle masse gestite come la caratteristica meno apprezzata tra quelle indicate.



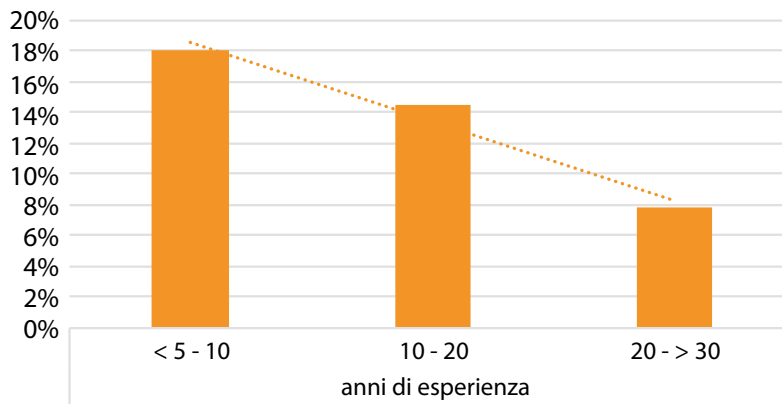
## Le caratteristiche professionali “tutte umane” più apprezzate

La **serietà riconosciuta (51%)** ha che fare con l’abilità di esprimere un giudizio sull’operato degli altri, l’**esperienza (30%)** con l’abilità umana di apprendere. Di certo la capacità di elaborazione dei sistemi informatici sta cercando di riprodurre l’abilità di imparare dall’esperienza (tramite l’analisi delle serie storiche) e, forse, tra venti anni i clienti invece di scambiarsi i biglietti da visita dei propri consulenti di fiducia, faranno un click per condividere il link alla piattaforma che utilizzano. Oggi, però, questo scenario sembra ancora lontano soprattutto perché i promotori finanziari ritengono che gli elementi più facilmente quantificabili e gestibili dai sistemi informatici (numerosità e tipologia dei clienti, ritorni elevati) siano quelli che influenzano di meno il loro posizionamento professionale sul mercato.

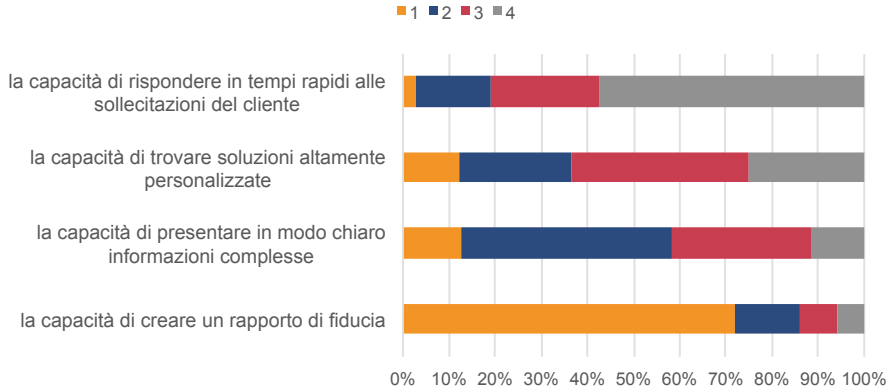
“È interessante notare come la differenza di esperienza modifica la percezione di quanto «i ritorni elevati» rappresentino più o meno un asset significativo per i clienti: più si ha esperienza meno si ritiene che la «comprovata capacità di ottenere risultati elevati» sia fondamentale per la propria reputazione.”

### Comprovata capacità di ottenere ritorni elevati

affermazione inserita al primo posto



## D11. Quali sono le caratteristiche relazionali apprezzate maggiormente dal cliente nell'ambito della consulenza finanziaria OGGI?



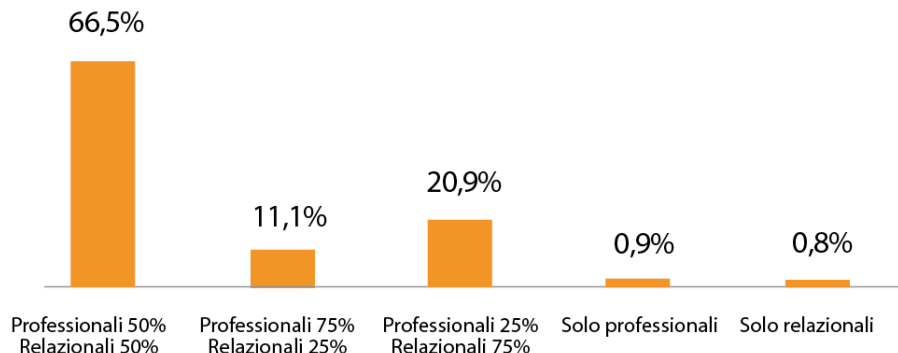
Quello che un consulente virtuale non sarà mai capace di imitare, almeno nel prossimo futuro, è la relazione e il contatto col cliente. Il **72%** dei consulenti mette al centro della relazione **la capacità di creare un rapporto di fiducia stabile e duraturo**. È fondamentale per il cliente italiano trovare un riferimento a cui affidarsi senza preoccupazioni.

Il ruolo della fiducia è fondamentale soprattutto nelle situazioni di incertezza e rischio perché essa non aspira a fornire le informazioni mancanti ma, piuttosto, a sostituirle: possiamo sopportare ciò che non possiamo sapere perché agiamo un atto di fiducia. L'atto fiduciario, una volta effettuato, attiva un meccanismo di riduzione dell'incertezza e della complessità sociale favorendo i processi decisionali.

L'atto di fiducia è tale se viene concesso in mancanza di tutte le informazioni e questo lo rende un atto emotivo e connesso agli aspetti umani della relazione.

## D12. In tema di fidelizzazione dei clienti, ritieni incidano maggiormente gli aspetti professionali oppure quelli relazionali?

“Due terzi dei consulenti coinvolti ritiene che l’aspetto relazionale e quello professionale abbiano la stessa importanza nel rapporto col cliente. Meno dell’1% ritiene sufficiente solo uno dei due aspetti.”

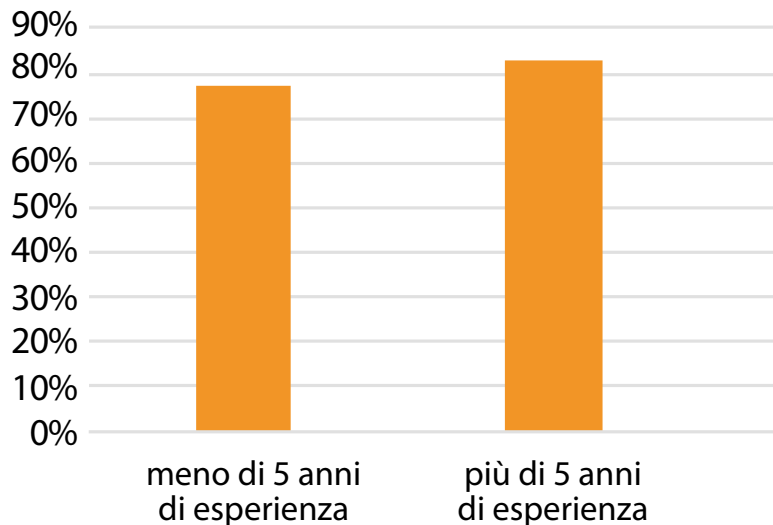


Tra coloro che decidono di dare una priorità ad una delle due competenze la maggior parte ritiene che abbiano un ruolo predominante quelle relazionali (Più del **20%** ritiene che le competenze professionali incidano solo per  $\frac{1}{4}$  sulla fidelizzazione del cliente).

## La percezione sulle competenze e gli anni di esperienza

“Più si ha esperienza nel settore più si riconosce il ruolo delle competenze relazionali: chi ha più di 5 anni di esperienza nel valutare quale tipo di capacità sono preponderanti nello svolgimento della professione, in media ha considerato paritetiche o superiori le competenze relazionali a quelle professionali (87% delle preferenze); anche chi ha meno di 5 anni di esperienza, confermando l’opinione dei più esperti, ha considerato paritetiche o superiori le competenze relazionali a quelle professionali (con un peso di circa il 77% delle preferenze).”

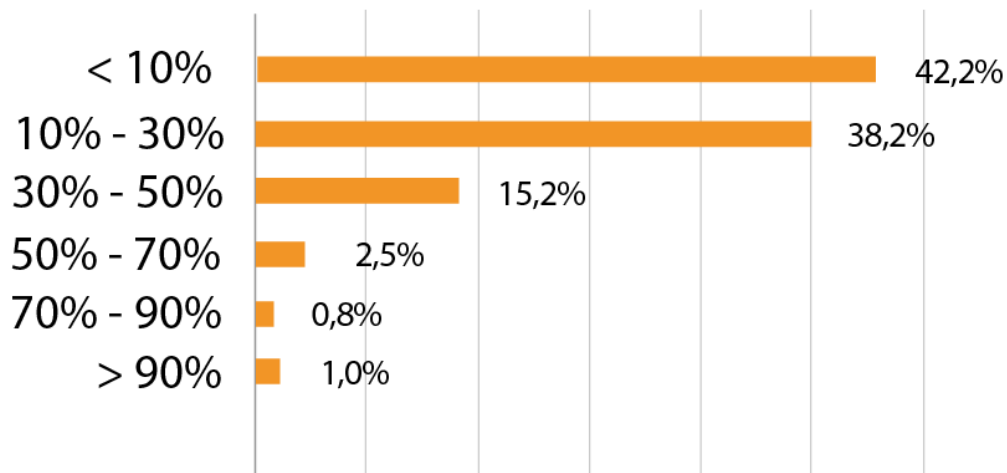
### Competenze Relazionali con un ruolo pari o superiore a quelle tecniche per fidelizzare il cliente



.....

⋮

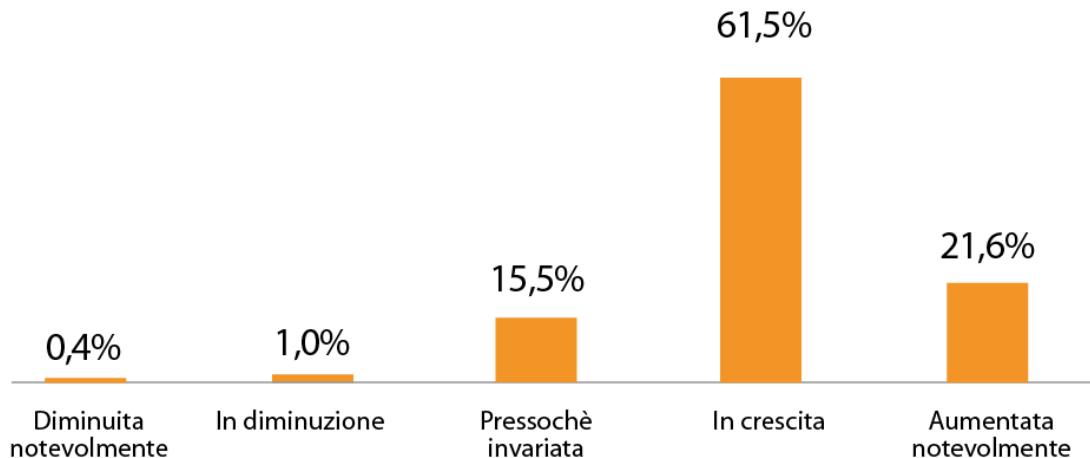
## D13. A tuo avviso quale percentuale dei tuoi clienti si informa attivamente su internet al fine di scegliere come investire?



A detta dei consulenti, una minima parte dei loro clienti si informa attivamente al fine di scegliere gli investimenti. In particolare il **42,2%** dei consulenti ritiene che meno di un decimo dei propri clienti effettui ricerche sul web per definire scelte di investimento, mentre solo il **4,3%** pensa che più della metà dei clienti si informi attivamente.

## D13. A tuo avviso quale percentuale dei tuoi clienti si informa attivamente su internet al fine di scegliere come investire?

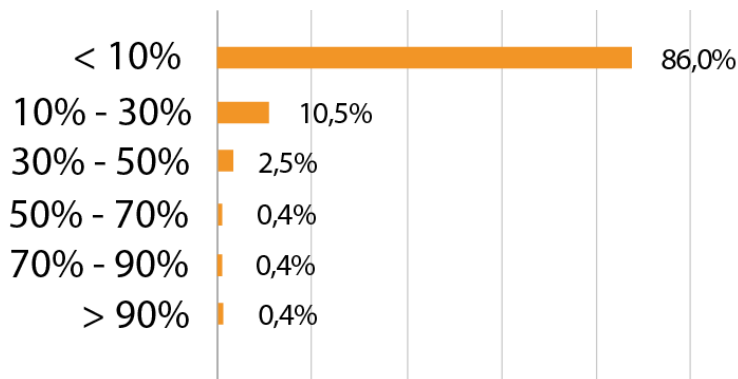
Tale percentuale nell'ultimo decennio è:



Secondo l'**83,1%** dei promotori coinvolti, la percentuale di clienti che attivamente si informa sul web è aumentata nell'ultimo decennio.

Solo l'**1,4%** ritiene che il numero di clienti sia diminuito o rimasto invariato

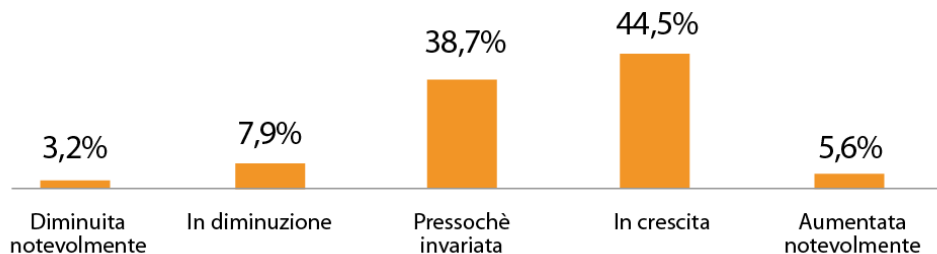
## D14. Quale percentuale dei tuoi clienti effettua scelte d'investimento in completa autonomia (“fai da te”) su piattaforme on line?



L'avvento dell'home banking ha cambiato il modo di approcciarsi ai servizi bancari da parte del cliente, permettendo di compiere operazioni da remoto con estrema facilità, tra le quali gli investimenti finanziari. Tuttavia il dato che emerge è che sono ancora pochi i clienti che operano in autonomia senza ricorrere all'intermediazione del consulente. Per l'**86%** dei rispondenti alla survey, la percentuale dei clienti che opera in autonomia è ancora inferiore al 10%.

### La quota degli investitori “fai da te” nell'ultimo decennio è:

“Abbiamo chiesto di valutare il trend di questo fenomeno. Solo il 10,2% ritiene che il numero di investitori «fai da te» sia in diminuzione, contro la metà che lo vede in crescita.”

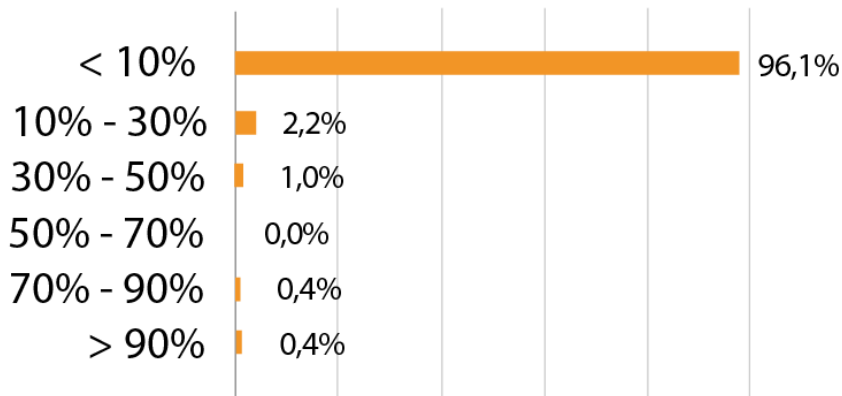


INDAGINE 2015

Robo-Advisor vs Human-Advisor



## D15. Pensi che qualche tuo cliente utilizzi già una piattaforma di Robo-Advisory per investire parte dei propri risparmi?



Il campione analizzato percepisce una scarsa diffusione dei Robo-Advisor in Italia. Più di 9 intervistati su 10 dichiarano che meno del 10% dei propri clienti utilizza una piattaforma di questo tipo per la gestione dei propri investimenti.

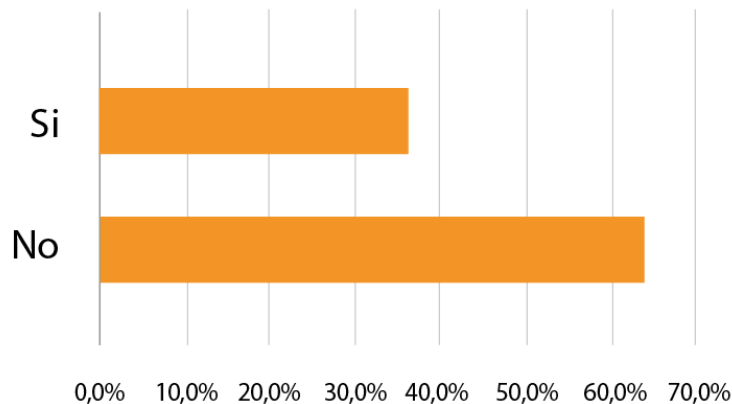
### Una nuova classe di clienti?

I Millennials (nati 1980-2000) stanno iniziando ad accumulare ricchezza e l'attuale modello di business di gestione patrimoniale si deve adeguare alle loro esigenze. Questa generazione è probabilmente la più esperta di tecnologia e preferisce interagire con un computer piuttosto che una persona. Si aspettano: trasparenza, basse fees, un facile accesso alle informazioni e ai servizi finanziari. Betterment e Wealthfront si appellano a questa mentalità, gli investitori non vogliono ne hanno bisogno di parlare al telefono col loro consulente.

## D16. Pensi che un advisor robotico possa raggiungere risultati migliori in termini di performance rispetto ad un consulente umano?

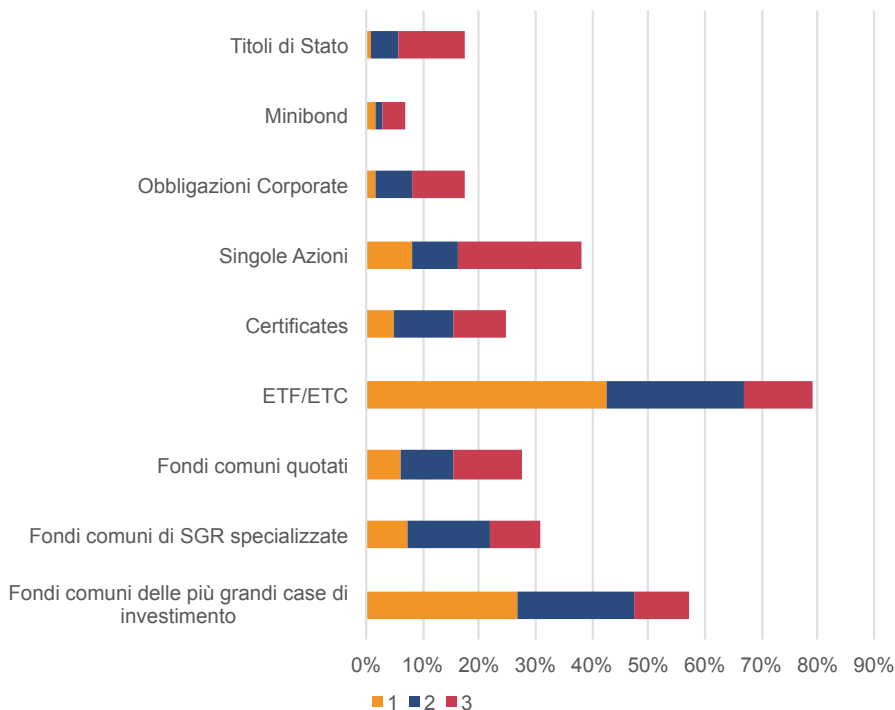
Il 63,5% degli intervistati è fiducioso sul fatto che un consulente virtuale non possa raggiungere risultati migliori del professionista. Abbiamo chiesto di argomentare la loro risposta:

- A favore del robo-advisor è emersa la mancanza di emotività (parola più ricorrente nelle risposte fornite) e la capacità di elaborare informazioni in tempi rapidi e a costi ridotti
- A favore del consulente tradizionale spicca la sua facoltà di relazionarsi col cliente, unito a temi di finanza comportamentale e sentiment di mercato che il robo-advisor non è in grado di percepire



Le decisioni finanziarie complesse riguardanti la pianificazione di investimento a lungo termine e i grandi patrimoni continueranno ad essere prese con il supporto di consulenti finanziari preparati, con cui si stabilisce un rapporto fiduciario e personale. Ciò che sembra più probabile è che le alternative di investimento per il piccolo risparmiatore diventeranno sempre maggiori. Sicuramente la tecnologia costituirà un supporto crescente e aiuterà ad aumentare l'efficienza dei canali distributivi tradizionali. Nasceranno molte soluzioni "ibride", e solo chi non da valore aggiunto potrà trovare difficoltà ad affermarsi sul mercato della consulenza.

## D17. Quali dei seguenti strumenti ritieni possa essere privilegiato nell'asset allocation effettuata da un Robot-Advisor rispetto alla composizione degli attuali portafogli dei tuoi clienti?



“Abbiamo chiesto di scegliere tre strumenti, mettendoli in ordine di importanza, che a detta dei consulenti possono essere favoriti nell'asset allocation robotica.

Emerge chiaramente che gli strumenti che meglio si prestano ad essere utilizzati da robo-advisor sono strumenti di gestione passiva, in particolare ETF (quasi l'80% del campione lo inserisce tra i primi 3) e fondi comuni delle grandi case d'investimento, mentre solo al 3° posto vengono relegate le più classiche azioni.”

L'UTILIZZO DI

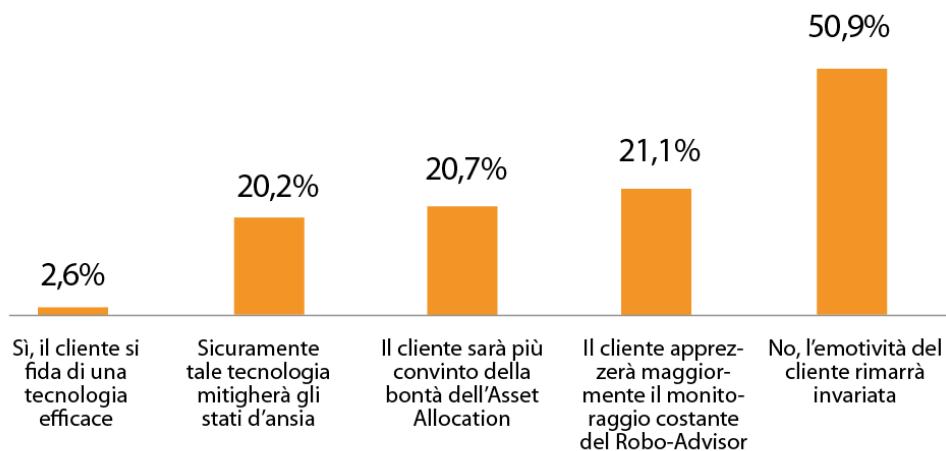
# STRUMENTI DI ROBO-ADVISORY DA PARTE DEL CONSULENTE

---

L'obiettivo è indagare il livello di percezione dei vantaggi derivanti dall'utilizzo di strumenti di Robo-Advisory da parte del consulente.

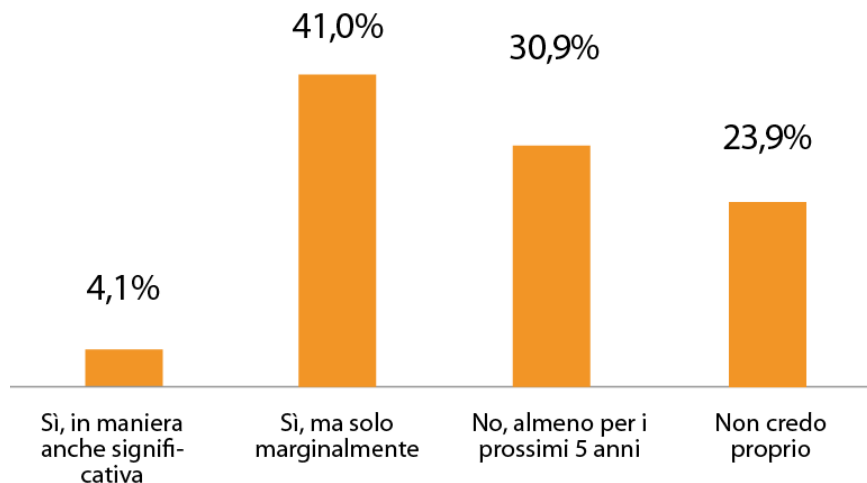


## D18. Pensi che la Robo-Advisory sia in grado di diminuire l'emotività nelle scelte d'investimento del cliente?



Nonostante i consulenti abbiamo individuato nella mancanza di emotività un punto forte del Robo-Advisor, il **50,9%** di essi dichiara che in ogni caso l'emotività del cliente resterebbe invariata, identificandola come una componente ineliminabile nel mondo della gestione del risparmio. Solo una minima parte dei consulenti, il **2,6%**, pensa che la nuova tecnologia sarà capace di eliminare completamente la componente emotiva, mentre una percentuale maggiore, il 20,2%, dichiara che il consulente virtuale può comunque essere utile a mitigare gli stati d'ansia del cliente.

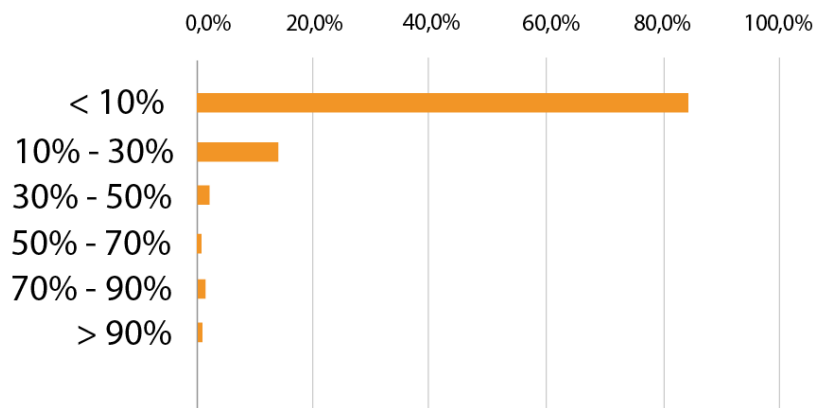
## D19. Il Robo-Advisor sottrarrà clienti al consulente tradizionale?



Abbiamo cercato di capire se i consulenti ritengano che l'avvento dei Robo-Advisor possa rappresentare un rischio in termini di potenziali clienti persi. La maggioranza degli intervistati (**41%**) la ritiene una minaccia marginale; il **23,9%** si mostra molto fiducioso, dichiarando che il robo-advisor non sarà mai in grado di sostituirlo nel suo lavoro, mentre un altro **30,9%** non vede minacce per i prossimi 5 anni. Solo il **4,1%** vede un serio pericolo all'orizzonte.

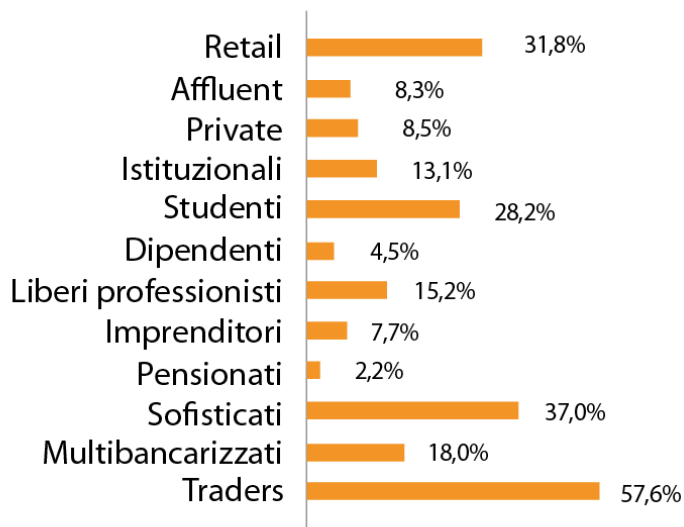
## D19. Il Robo-Advisor sottrarrà clienti al consulente tradizionale?

Se sì, quale pensi sia il peso di tanti potenziali clienti sul tuo portafoglio?



I clienti che vedono una minaccia nel consulente virtuale si dimostrano comunque fiduciosi: l'**83%** degli stessi dichiara che il numero di clienti persi per via delle piattaforme digitali non supererà il **10%**, mentre complessivamente poco più del **3%** del campione stima di poter perdere una quota superiore al **30%** della propria clientela.

## D20. Pensi ci siano delle tipologie di clienti più inclini alla Robo-Advisory?

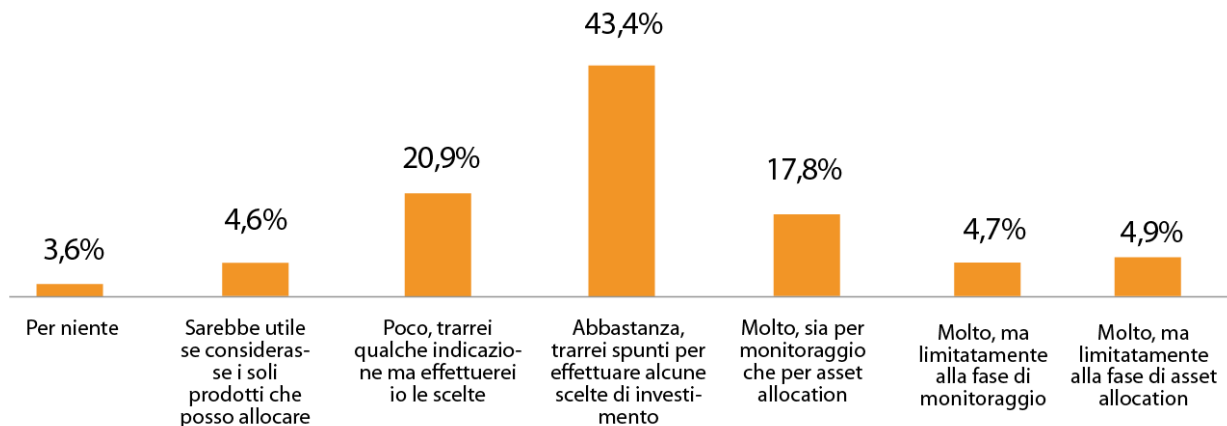


Abbiamo chiesto ai consulenti di indicare quali tra le tipologie di investitori elencate è la più incline ad utilizzare piattaforme di investimento virtuali.

1. **I trader**, come prevedibile risultano i più inclini, sono tecnologicamente user friendly, e basano i loro investimenti sull'analisi tecnica
2. **Sofisticati** per definizione non ricorrono a metodi convenzionali, e fanno spesso utilizzo di strumenti hightech
3. **Studenti e Retail** hanno normalmente basse disponibilità da dedicare agli investimenti e non possono permettersi alti costi di gestione. La gestione su piattaforme virtuali è solitamente una strada che permette di approcciarsi al mondo della gestione finanziaria
4. **Liberi professionisti** hanno normalmente necessità di gestire i risparmi ma poco tempo da dedicarvi, sono solitamente la clientela target del consulente tradizionale ma ciò che è emerso è che si potrebbe adattare al consulente virtuale



## D21. Ritieni utile l'utilizzo di una piattaforma di Robo-Advisory a supporto della consulenza professionale?



In merito all'utilizzo delle piattaforme di Robo-Advisory da parte di professionisti (**Robo 4 Advisors**), la maggior parte di essi (**43,4%**) ritiene lo strumento utile nel trarre spunto per alcune scelte di investimento; pochi sono quelli che non lo ritengono affatto utile (meno del **4%**), mentre buona parte pensa che la nuova tecnologia sia utile in fase di asset allocation (**4,9%**), monitoraggio (**4,7%**) o entrambe (**17,8%**).

Complessivamente la quota del campione che considera l'Advisor robotico come un possibile supporto è pari al **70,82%**, mentre coloro che lo considerano poco, parzialmente o per niente utile, rappresentano il **29,18%** del campione.



This publication has been prepared for general guidance on matters of interest only, and does not constitute professional advice. You should not act upon the information contained in this publication without obtaining specific professional advice. No representation or warranty (express or implied) is given as to the accuracy or completeness of the information contained in this publication, and, to the extent permitted by law, PricewaterhouseCoopers Advisory SpA, its members, employees and agents do not accept or assume any liability, responsibility or duty of care for any consequences of you or anyone else acting, or refraining to act, in reliance on the information contained in this publication or for any decision based on it.

© 2015 PricewaterhouseCoopers Advisory SpA. All rights reserved. In this document, “PwC” refers to PricewaterhouseCoopers Advisory SpA which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.  
© 2015 PF Holding Srl - ProfessioneFinanza. All rights reserved.





Viale Vittorio Veneto 28 · 20124 **Milano**

www.**ProfessioneFinanza.com**

**Maurizio Carrara** · *Responsabile Ufficio Studi*

**E-mail:** ufficiostudi@ProfessioneFinanza.com

.....

Via Monte Rosa 91 · 20149 **Milano**

www.pwc.com/it



**Mauro Panebianco** · *Partner*

**E-mail:** mauro.panebianco@it.pwc.com

.....

**Erika Nemmo** · *Ricercatrice*

*Università Sapienza Roma*

**E-mail:** e.nemmo@ircres.cnr.it

INDAGINE aprile 2015 • **Robo-Advisor vs Human Advisor**

© 2015 ProfessioneFinanza • PwC