

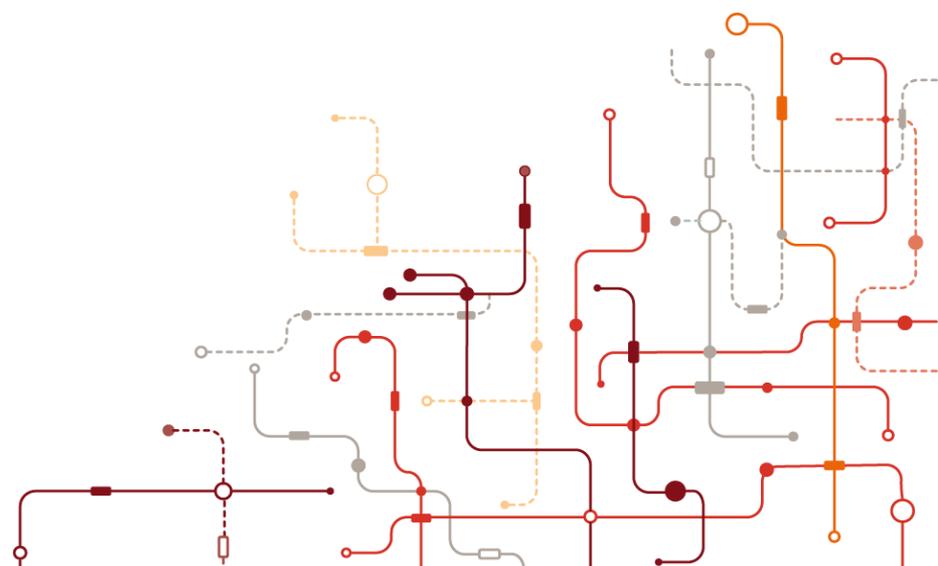
www.pwc.com/it

Milano | 21 settembre 2016

*Convegno Ascosim
Robo-Advisor e dintorni
La digitalizzazione del servizio di consulenza*

Robo Advisory moves forward in Italy

*Mauro Panebianco
Marco Folcia
PwC Financial Services*



La ricerca di PwC sul Robo Advisor

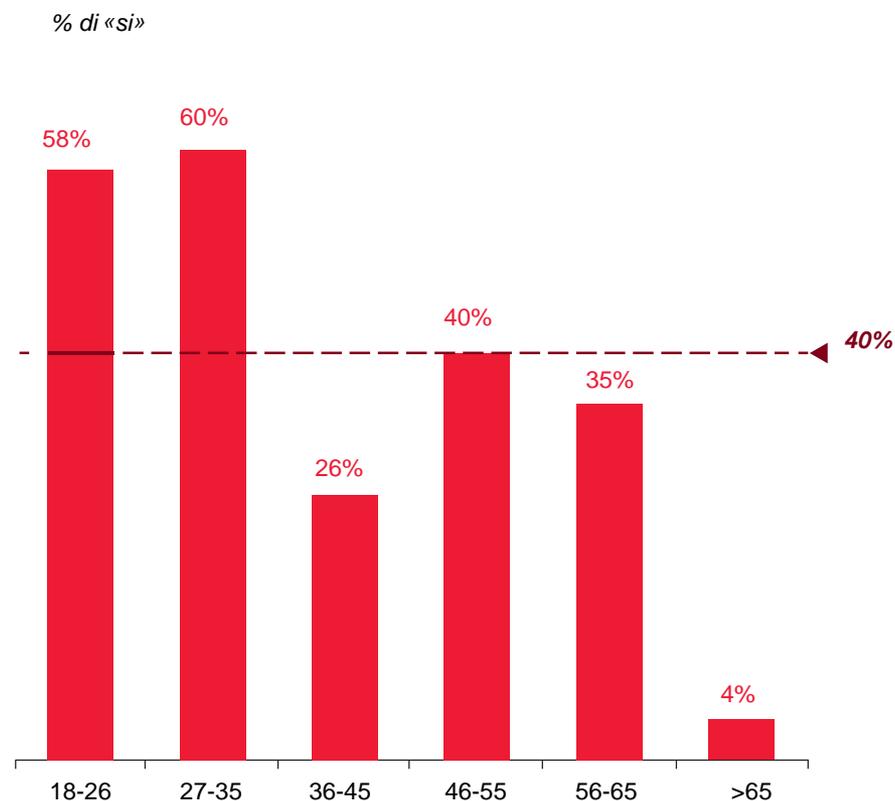
- PwC ha condotto con il supporto degli studenti del CETIF (Università Cattolica di Milano) una ricerca approfondita sul **mercato del Robo Advisor**.
- La ricerca sarà disponibile nei prossimi giorni sul sito PwC:

www.pwc.com/it/robo-advisory



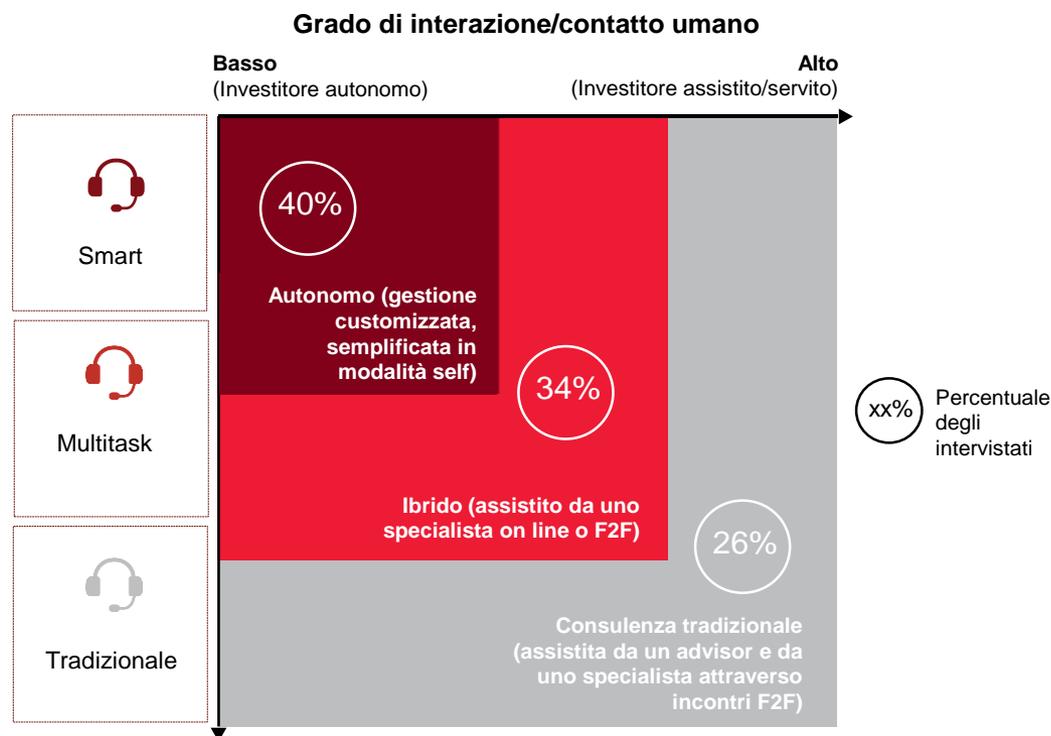
Forte aspettativa sul Robo Advisory da parte di giovani e senior

- La nostra analisi conferma che **il futuro della consulenza potrebbe essere sempre più digitale**
- Dal grafico emerge una importante aspettativa sui Robo Advisor nella fascia dei cosiddetti Millennial o Generazione Y. Questa generazione è caratterizzata da un maggiore utilizzo e una maggiore familiarità con la comunicazione, i media e le tecnologie digitali. Pertanto anche in ambito consulenziale l'aspettativa dei giovani è quella di un uso sempre più importante e spinto della tecnologia le risposte affermativo si aggirano intorno al 60%
- Interessante notare che l'altra fascia di età che ha analoghe aspettative è quella che va dai 45 ai 65 anni di età, ovvero coloro che detengono la ricchezza finanziaria nel nostro Paese



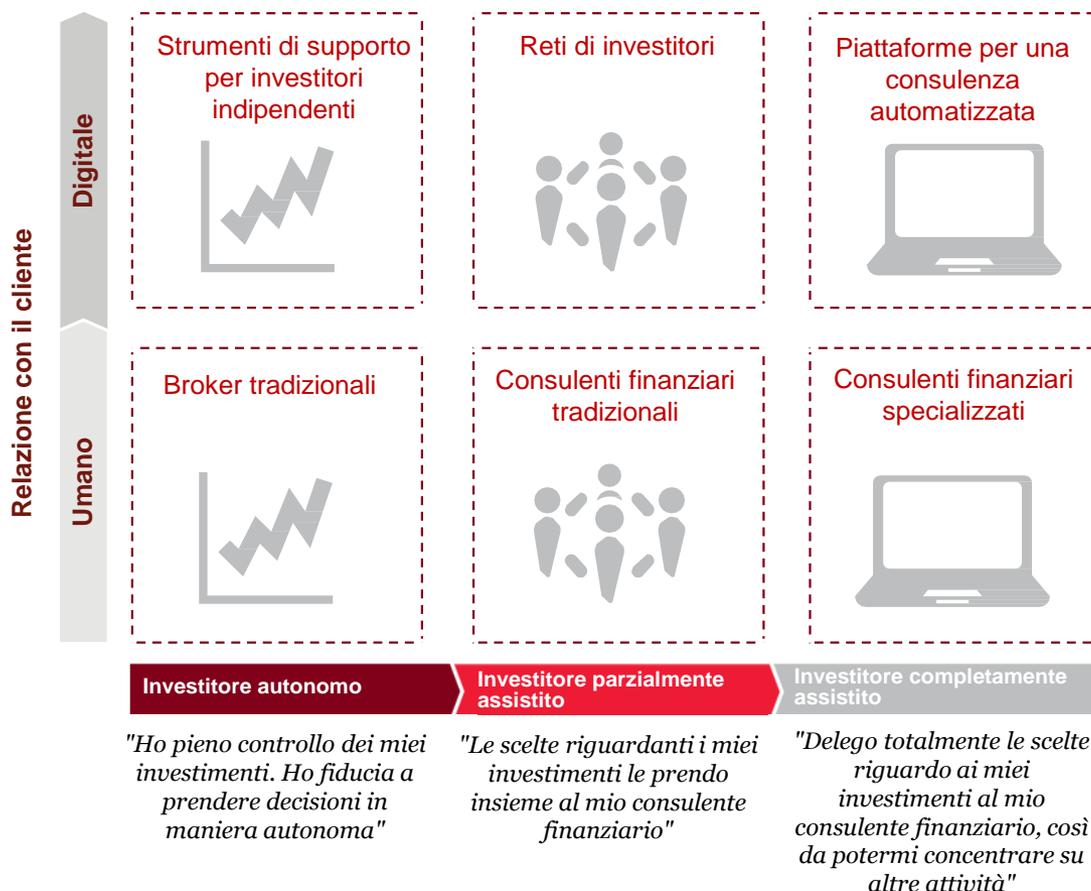
Si diffonde il profilo del cliente «Smart», alla ricerca di soluzioni innovative e digitali

- La ricerca di PwC mostra che in Italia la clientela retail è caratterizzata da tre differenti profili, con differenti esigenze e bisogni di investimento: **Smart**, **Multitask** e **Tradizionale**
- Il 40% del campione è incluso nella categoria «Smart»: investitori non soddisfatti degli attuali livelli di servizio delle banche e alla ricerca di soluzioni avanzate per la gestione degli investimenti con una bassa interazione con persone fisiche
- Il 34% sono definiti Multitask, abbastanza soddisfatti dell'attuale livello di servizio ma aperti all'innovazione
- Il restante 26% è composto da investitori con un approccio tradizionale e legati all'interazione diretta con un banker o promoter



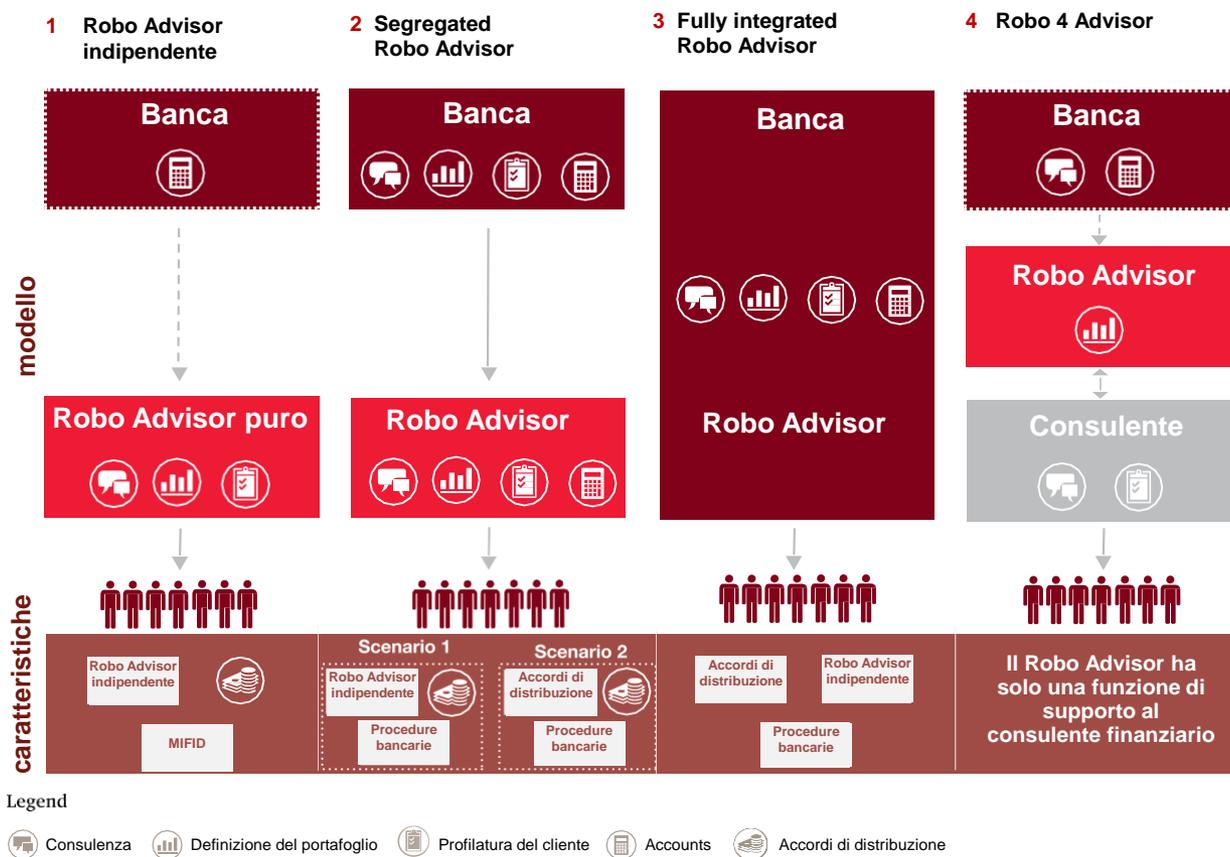
C'è un'ampia offerta di Robo Advisor ma il mercato è ancora alla ricerca della soluzione vincente

- Il mercato internazionale (US e UK in particolare) è quello che si è mosso per primo con un'offerta eterogenea
- Negli ultimi mesi si sono moltiplicate le soluzioni italiane sia D2C sia B2B
- **I primi esperimenti non hanno però portato la marginalità sperata:** il mercato non è ancora maturo e non si generano le necessarie economie di scala
- I grandi player italiani non si sono ancora mossi in attesa di capire **qual è il business model vincente**



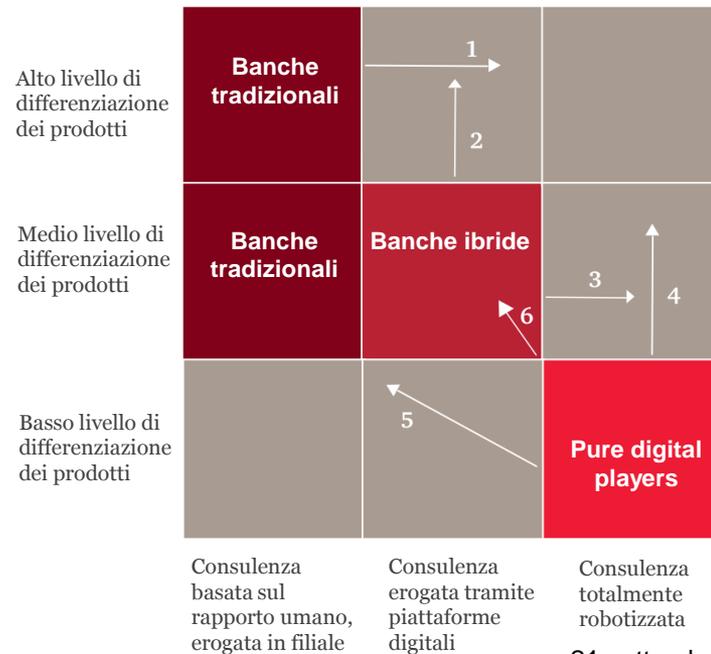
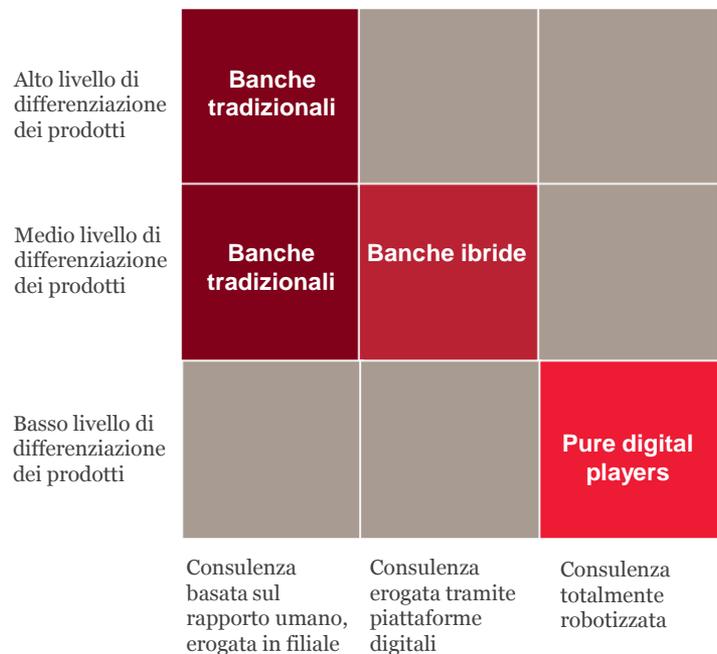
Ancora una volta il business anticipa la norma, ma i framework attuali permettono di individuare 4 modelli

- Il mercato si è mosso prima della norma (quasi un caso «Uber» per la finanza)
- Si assiste ai primi tentativi di ESMA di costruire un framework ad hoc («Discussion Paper on automation in financial advice») e cercare di dare delle regole certe un'arena competitiva che si sta sempre più affollando
- I framework attuali configurano 4 possibili modelli con diverso grado di integrazione tra il Robo Advisor e la Banca



Traditional Banks e Pure Digital: gli estremi di un mercato finanziario in competizione nella nuova arena digitale

- Tutti i player attivi nei servizi di consulenza si stanno muovendo per trovare un nuovo posizionamento di mercato, sfruttando le leve digitali
- I player tradizionali stanno puntando su una maggiore automazione dei servizi e dell'interazione con la clientela, pur mantenendo un'elevata differenziazione di prodotto
- I «Pure Digital» player cercano di entrare nei canali fisici e in un mercato nel quale competono con soggetti che operano con un business model consolidato
- I modelli futuri non sono ancora definiti, oggi è difficile a pensare a modello pienamente automatizzato con ampia gamma di servizi ma l'evoluzione tecnologica può essere abilitante



21 settembre 2016

Il FinTech nell'Asset & Wealth Management

Alla luce anche della ricerca effettuata dal network **“How FinTech is shaping asset & wealth management”** emerge che:

- La **preoccupazione principale** delle società che operano nel mondo del Robo Advisory è la **pressione sui margini** (61% dei rispondenti)
- **Molto operatori** storici e tradizionali **sottovalutano il potenziale dirompente dei nuovi entranti** e ritengono che questi non possono comportare nessun rischio per il loro business
- **34% dei rispondenti** al momento **non ritiene di intrattenere** alcuni **rapporto con le FinTech**
- C'è un'alta aspettativa sulla **riduzione dei costi** da parte dei soggetti che operano nel mondo del FinTech (69%) ma **gli Asset & Wealth Manager sono in ritardo** rispetto ad altre industrie che operano nel settore finanziario nell'offerta di soluzioni on line, **solo il 31% degli operatori ha un'applicazione mobile**



Contatti

Mauro Panebianco

Partner | Advisory | Asset & Wealth Management leader

T: +39 02 66720568

M: +39 348 1328581

E: mauro.panebianco@it.pwc.com

Marco Folcia

Associate Partner | Consulting | Strategy & Operations

T: +39 02 66720433

M: +39 347 3786843

E: marco.folcia@it.pwc.com

