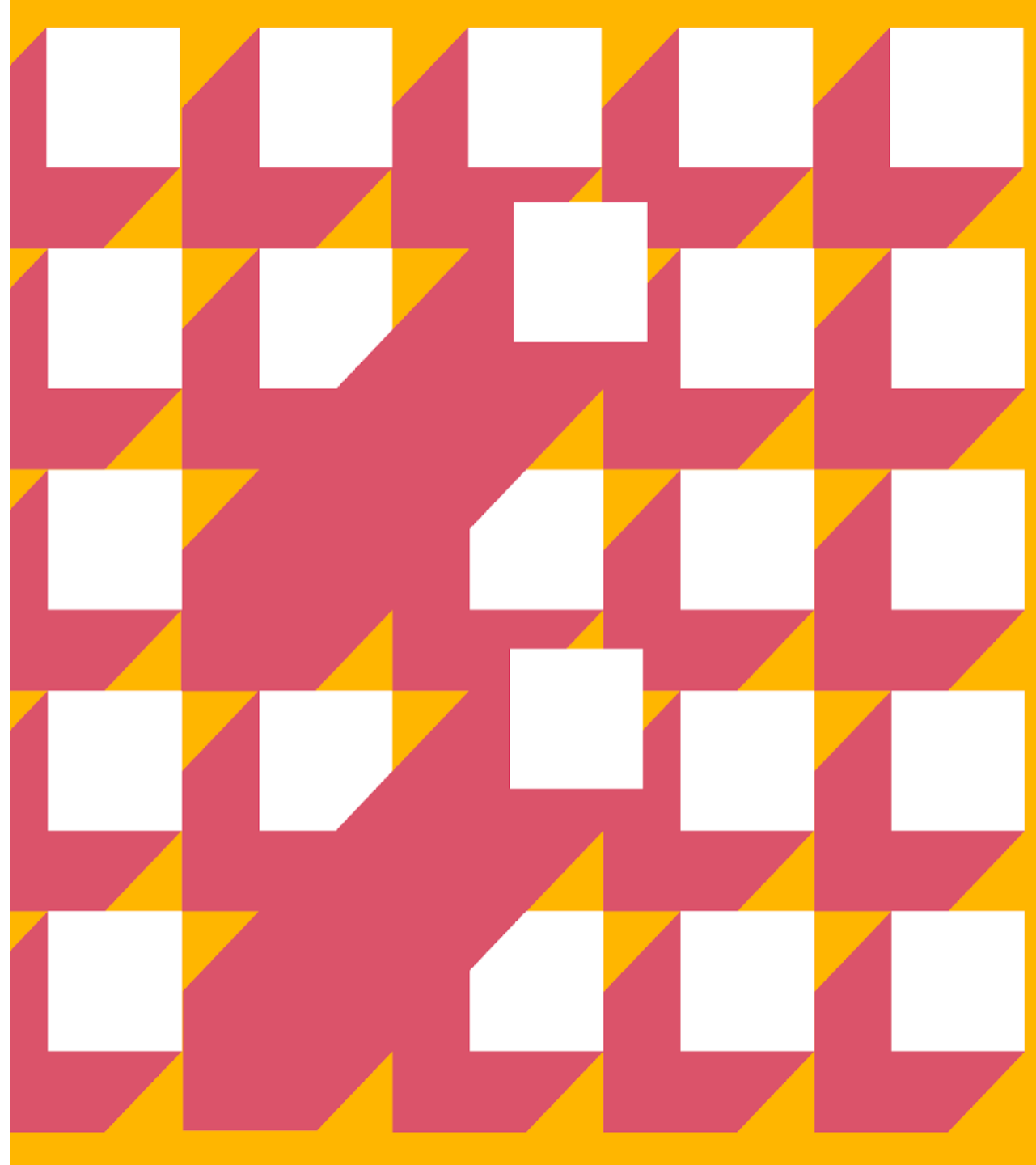


# Il gap tra attitudini e comportamenti degli investitori Italiani: il caso dei Robo-advisors

15 Ottobre 2019



# Il ruolo dell'educazione finanziaria nelle scelte d'investimento

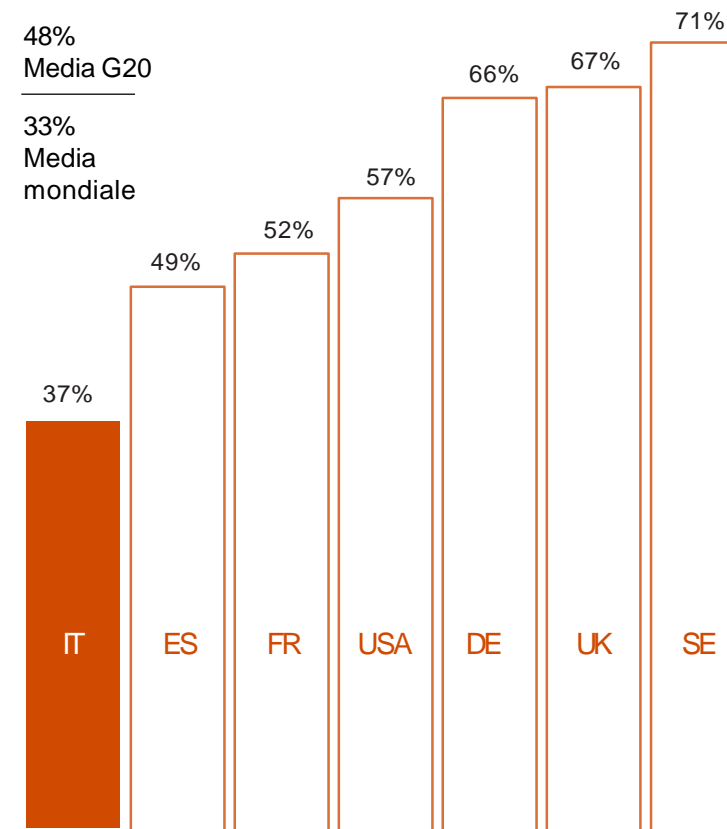
## L'educazione finanziaria: come si misura?

Essere finanziariamente alfabetizzato significa essere in grado di rispondere correttamente a domande basilari su quattro principali temi:

- 1 **Diversificazione del rischio**
- 2 **Inflazione**
- 3 **Calcolo interesse semplice**
- 4 **Nozione di interesse composto**

## Gli obiettivi delle strategie nazionali

- 1 Migliore **pianificazione delle esigenze pensionistiche** e dei relativi piani di accumulo
- 2 Maggiore consapevolezza per la **richiesta di prestiti**
- 3 Migliore **allocazione e diversificazione** delle risorse in base al ciclo di vita
- 4 Maggiore **capacità di risparmio** tra i giovani



Livello di educazione finanziaria (%)

Fonte: Global Finlit Survey

# Lo studio di PwC in collaborazione con il dipartimento di Behavioural Economics della City University of London

## Caratteristiche del sample



635

Partecipanti di età compresa tra i **18 e 61 anni**



587

Con un diploma di laurea triennale o superiore (magistrale, master, PhD, MBA)

215

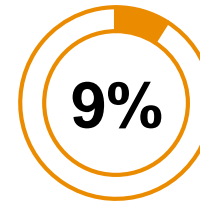


420

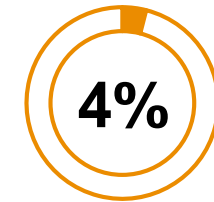


I dati anagrafici, la formazione e la professione dei partecipanti hanno permesso di caratterizzarli come **potenziali investitori**

## Evidenze



Dichiara di aver investito **almeno una volta** attraverso un robo-advisor



Dichiara di avere **attualmente** degli investimenti in robo-advisors



Dichiara di **capire completamente il funzionamento dei robo-advisors** e le loro caratteristiche di investimento



**Un partecipante su due (49%)** ha misurato la propria **conoscenza finanziaria** con un test facoltativo di 10 domande, realizzando una **media di 5.5 risposte corrette**

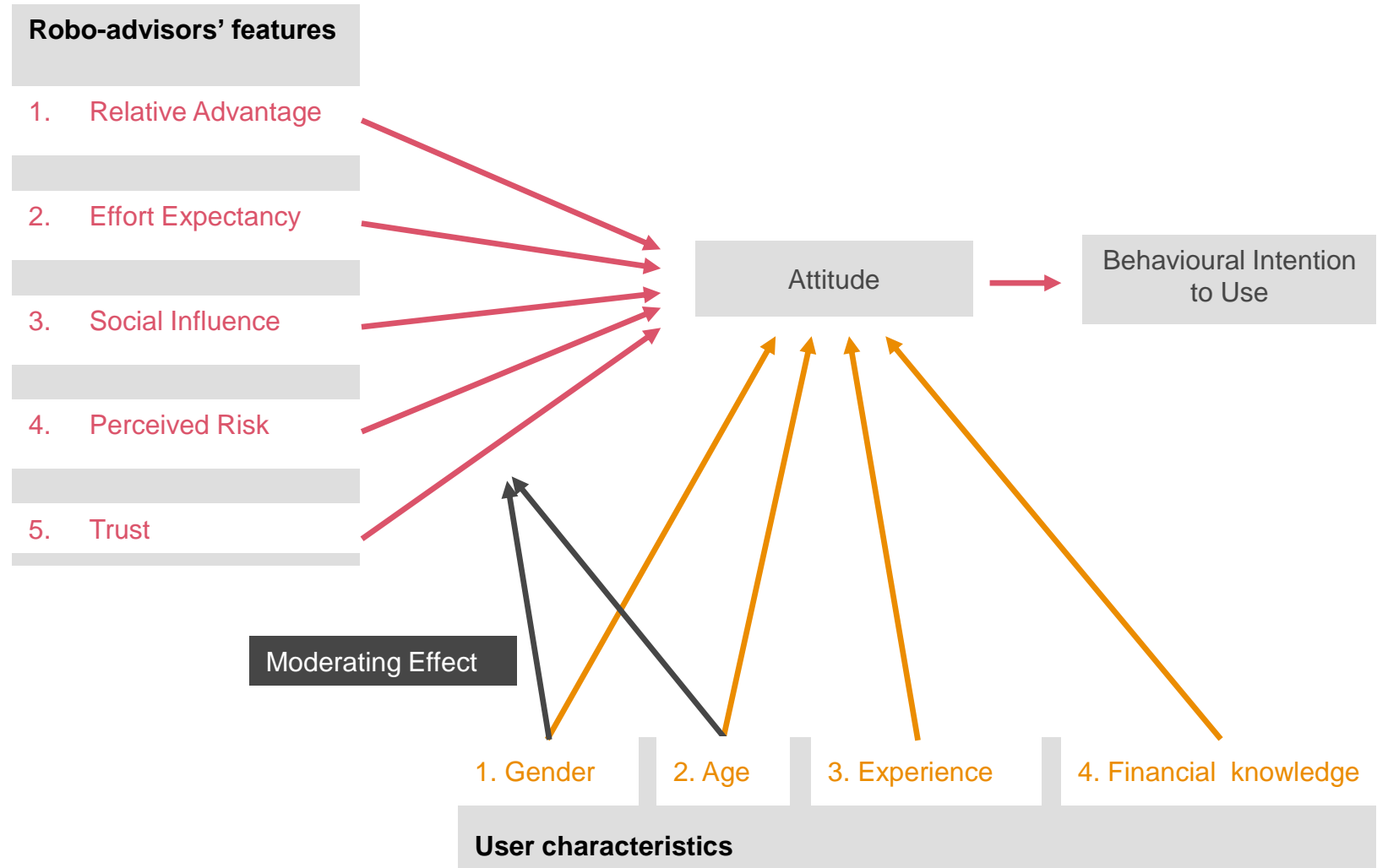
Alla base della survey ci sono i modelli di adozione e accettazione tecnologica utilizzati negli studi di **Behavioural Economics**

# Un modello di Behavioural Economics per capire gli investitori

La **Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)** è alla base del modello concettuale

## Obiettivi:

- 1 Identificare le **caratteristiche personali** degli investitori e le loro **percezioni** nei confronti dei robo-advisors
- 2 Verificare la **correlazione** tra queste ultime e l'**attitudine** degli investitori nei confronti dei robo-advisors
- 3 Verificare la **correlazione** tra **attitudine** e **intenzione comportamentale**



# Status quo bias: la paura del cambiamento causa l'inerzia (1/2)

## Robo-advisor VS Human advisor: **Relative advantage**



Ritiene che i robo-advisors siano **più convenienti** dei tradizionali consulenti finanziari



Ritiene che i robo-advisors siano **più efficaci nella gestione di un portafoglio** rispetto ai tradizionali consulenti finanziari

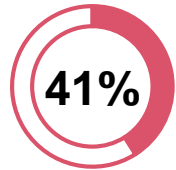


*I robo-advisors in molti casi hanno un vantaggio competitivo rispetto agli investimenti tradizionali in termini di **costi, prestazioni e ubiquità***

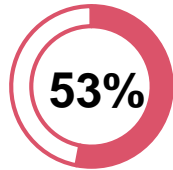
*La **scarsa conoscenza del funzionamento** dei robo-advisors porta i potenziali investitori ad **affidarsi ad investimenti tradizionali in quanto percepiti come più sicuri e trasparenti***

---

## Un servizio semplificato e immediato: **Effort expectancy**



Ritiene che i robo-advisors siano **facili da utilizzare**



Ritiene di **poter facilmente imparare** ad utilizzare un robo-advisor



*Le interfacce utente, il design e le caratteristiche funzionali possono **aumentare l'adozione di un'innovazione** nel momento in cui vengono riconosciute dai potenziali clienti*

---

## L'herd behaviour e la peer pressure: **Social influence**



Dichiara che gli è stato consigliato di investire in robo-advisors da persone del cui consiglio si fida



Dichiara che investire in un robo-advisor è considerato uno status symbol nella sua cerchia di amici



*La **scarsa popolarità** dei robo-advisors non permette che si instaurino dei fenomeni di network tra gli investitori*

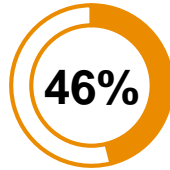
*La **scarsa fiducia tramandata all'interno del gruppo sociale** a cui appartiene l'investitore gli impedisce a priori di interessarsi o di informarsi sullo strumento stesso*

# Status quo bias: la paura del cambiamento causa l'inerzia (2/2)

## Uno strumento poco conosciuto: Trust



Ritiene che i robo-advisors riescano a garantire la **protezione dei dati personali** dei propri clienti



Ritiene che i robo-advisors siano in definitiva dei servizi di cui potersi fidare

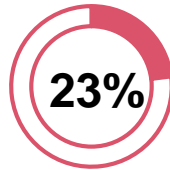


Considerata la **scarsa conoscenza** che i partecipanti hanno sui robo-advisors, è difficile che essi sviluppino sentimenti di fiducia nei loro confronti

## Le paure degli investitori: Expected risk



Ritiene che i **propri soldi potrebbero essere facilmente rubati**



Ritiene che in definitiva i robo-advisors siano degli **strumenti rischiosi**



Un rischio percepito è quello della perdita di informazioni o di attacchi di hacker esterni

Spesso è possibile che questo **rischio sia percepito come troppo elevato**, trattenendo gli investitori dal loro utilizzo

## Le caratteristiche personali degli investitori: aversione intrinseca?

Lo studio non ha **evidenziato nessuna correlazione significativa tra il sesso o l'età degli investitori e la propensione ad investire o meno in robo-advisors**

Allo stesso modo, non ha individuato **alcuna correlazione tra il grado di conoscenza finanziaria e l'accettazione degli strumenti in questione**



La scarsa popolarità e diffusione dei robo-advisors **non sono causate da un'avversione iniziale intrinseca negli investitori, ma dall'insufficienza di informazioni**

Un buon grado di **conoscenza finanziaria è comunque necessaria** affinché gli investitori possano capire veramente il funzionamento e gli eventuali vantaggi dei robo-advisors

# Robo o non robo? Il gap tra attitudine, intenzione e comportamento (1/2)



## Relative advantage

correlato positivamente con l'attitudine vs i robo-advisors



I **vantaggi** (da evidenziare):

1. tecnologia avanzata
2. costi ridotti
3. impossibilità di bias emotivi

I **punti deboli** (vs player tradizionali):

1. dipendenza dalla gestione passiva
2. portafogli non personalizzati
3. dubbia capacità di performare durante recessioni di mercato



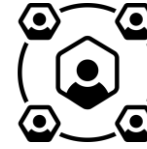
## Effort expectancy

correlata negativamente con l'attitudine vs i robo-advisors



I provider di robo-advisors si stanno già concentrando sulla **client experience** (rapido accesso agli account e interfacce user-friendly)

I player tradizionali devono integrare i loro servizi con input tecnologici, offrendo ai loro clienti **interfacce più efficienti ed immediate**



## Social influence

correlata positivamente con l'attitudine vs i robo-advisors



Il processo di diffusione di una nuova tecnologia **non è omogeneo** tra i potenziali utenti

I fornitori di robo-advisors devono valorizzare il **network** e il **processo di comunicazione**



## Trust & Perceived risk

correlazioni significative con l'attitudine vs i robo-advisors



I provider di robo-advisors devono:

1. assicurare i loro investitori con appropriate **misure di prevenzione e protezione**
2. essere completamente **trasparenti riguardo all'uso dei dati e al funzionamento dei loro sistemi**

# Robo o non robo? Il gap tra attitudine, intenzione e comportamento (2/2)



## Età e sesso

nessuna correlazione con l'attitudine vs i robo-advisors



Investitori più giovani sono più propensi all'adozione di tecnologie e potrebbero beneficiare dei costi ridotti dei robo-advisors: i **risultati** dello studio sono **in contrasto** con queste considerazioni

I robo-advisors **non sono solo un'innovazione tecnologica, ma anche finanziaria**. La complessità e l'originalità della situazione rende **difficile caratterizzare in modo specifico i potenziali utenti**



## Conoscenza finanziaria

nessuna correlazione con l'attitudine vs i robo-advisors



Le conoscenze finanziarie consentono agli investitori di valutare un investimento, **ma non la tecnologia che lo supporta**

La decisione di investire in un robo-advisor è basata su criteri finanziari e tecnologici che vanno **al di là delle semplici conoscenze finanziarie** degli individui



## Favourable attitude



## Behavioural intention to use



Il risultato fondamentale dell'analisi riguarda la **relazione positiva trovata tra le attitudini degli individui nei confronti dei robo-advisors e le loro intenzioni comportamentali** relative al loro uso effettivo

- È essenziale che gli investitori sviluppino attitudini positive nei confronti dei robo-advisors, anche se hanno scarse conoscenze in materia, in modo che possano sviluppare un'intenzione reale di investire in seguito
- **Un'attitudine positiva nei confronti dei robo-advisors diventa quindi un prerequisito, il primo step nel processo di client engagement**, in particolare nel momento in cui i robo-advisors sono ancora all'inizio del loro processo di diffusione



[pwc.com/it](http://pwc.com/it)

# Grazie!

**Mauro Panebianco**  
Partner

+39 348 1328581  
*[mauro.panebianco@pwc.com](mailto:mauro.panebianco@pwc.com)*

La ricercatrice e autrice dello studio è Angelica Milani, associate di PwC.  
Lo studio è stato condotto in collaborazione con la City University of London,  
all'interno del Master of Science in Behavioural Economics.

