Risultati del sondaggio "Come vorresti il tuo Salone"

Pubblicato il 21/1/2010

Grande attenzione allo sviluppo di una maggiore cultura finanziaria presso i risparmiatori, con particolare interesse alle possibilità di formazione e di aggiornamento professionale offerte dalla manifestazione.

Queste sono le ragioni principali per partecipare alla prima edizione del Salone della Gestione del Risparmio, in base ai risultati del sondaggio “Come vorresti il tuo Salone?”, condotto da Assogestioni nel corso delle ultime settimane.

Oltre il 95% dei futuri partecipanti al Salone, infatti, si dimostra d’accordo con la scelta dell’associazione di dedicare al tema dell’educazione finanziaria la prima edizione della tre giorni milanese. Un consenso espresso in modo trasversale da tutte le tipologie di utenti ricomprese nell’indagine, a cui hanno partecipato in larga misura operatori del settore (58%) e risparmiatori (22%), oltre a giornalisti, studenti ed esponenti delle istituzioni.

Una conferma ulteriore, quindi, dell’importanza che i professionisti della gestione riconoscono da sempre a questo argomento. E oggi ancor più che in passato, le aspettative legate all’auspicata evoluzione “culturale” dei risparmiatori appaiono elevate: più di 9 partecipanti su 10, infatti, pensano che un evento come il Salone della Gestione del Risparmio possa aiutare il settore a risollevarsi, recuperando la fiducia degli investitori nei prodotti del risparmio gestito.

Una percentuale superiore all’80% crede inoltre che l’evento possa costituire anche una “piazza” utile a promuovere i propri prodotti e servizi.

La possibilità di partecipare a seminari, conferenze e corsi di formazione (anche professionale) resta in ogni caso il “plus” riconosciuto alla manifestazione, seguito dalle varie opportunità di networking e di new business che si svilupperanno lungo le tre giornate.

Tra i temi di maggior interesse figurano quelli legati al collocamento dei prodotti preso la clientela e al rapporto con i risparmiatori (guida alla scelta dei prodotti, rapporto con i clienti in ottica *educational*, ecc.), ma anche quelli relativi alle ormai note criticità dell’industria (separazione fabbrica-prodotto, *governance*, ecc.); in ogni caso, il 39% del campione ritiene che nessuno dei temi proposti sia “trascurabile”.

Il focus su temi operativi, strettamente correlati al mercato, è confermato anche dal dato riguardante le tipologie di interlocutori e *speaker* più “gettonate”. Il sondaggio dimostra che, nel 70% dei casi, gli ospiti del Salone manifestano uno spiccato interesse a dialogare ed entrare in contatto principalmente con gestori, promotori, consulenti, operatori del settore e rappresentanti di istituzioni, associazioni e

autorità del mercato.

La manifestazione, pur delineandosi quindi come un evento principalmente B-to-B, non perde tuttavia lo “spirito” di evento aperto al pubblico, che nel 20% dei casi rappresenta comunque il target diretto dei partecipanti all’indagine: una percentuale rilevante, se si considera la scarsa attitudine della “fabbrica” a dialogare direttamente con gli investitori *retail*.

Un’attenzione confermata anche dal giudizio positivo espresso riguardo alle attività culturali collegate al Salone (mostre, premi, concorsi, ecc.), soprattutto per le iniziative a maggior contenuto “pedagogico-formativo” (secondo il 56% del totale), e dall’approvazione riservata alla scelta di Assogestioni di non prevedere un biglietto d’ingresso per la manifestazione (54%).

Analizzando infine i dati relativi ai partecipanti al sondaggio, risulta che gli utenti (di cui 7 su 10 di età ricompresa tra i 18 e i 45 anni) nella maggior parte dei casi dimostrano di non avere uno “storico” di iniziative simili alle spalle, mentre il 16% di loro dichiara di aver partecipato in passato a più di una manifestazione di questo tipo (nazionale e non).

In chiusura, dichiarano di conoscere già il Salone l’80% dei votanti, grazie soprattutto alla promozione realizzata attraverso i consueti canali di comunicazione associativi, oltre al sito e alla newsletter online dedicati all’evento (www.salonedelrisparmio.com [2]).