

[Home](#) [1]

Per i futuri partecipanti al Salone contano l'educazione finanziaria, la formazione professionale e il rapporto con i risparmiatori

Publicato il 21/1/2010

I risultati del sondaggio "Come vorresti il tuo Salone?" non lasciano dubbi: la cultura finanziaria deve alimentarsi dal confronto dei professionisti con nuove soluzioni. Ciò emerge dalle opinioni espresse dai visitatori nel sondaggio promosso da Assogestioni sul proprio sito, in previsione del **"Salone del Risparmio Gestito"** che si terrà a Milano il 21, 22 e 23 Aprile a palazzo Mezzanotte.

Oltre il 95% dei futuri partecipanti al Salone è d'accordo, infatti, con la scelta dell'associazione di dedicare al tema dell'educazione finanziaria la prima edizione della tre giorni milanese, confermando l'importanza che i professionisti della gestione riconoscono da sempre a questo argomento, oggi ancor più che in passato.

Gli operatori dimostrano in particolare grande interesse alle possibilità di **formazione e di aggiornamento professionale** offerte dalla manifestazione. Elevate anche le aspettative legate all'auspicata evoluzione "culturale" dei risparmiatori: più di 9 partecipanti su 10, infatti, pensano che un evento come il Salone possa aiutare il settore a risollevarsi, recuperando la fiducia degli investitori nei prodotti del risparmio gestito.

Tra i temi di maggior interesse figurano anche quelli legati al **collocamento dei prodotti presso la clientela e al rapporto con i risparmiatori**.

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

Rilevante inoltre il fatto che il 70% degli ospiti del Salone sono interessati 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 rivolto ai professionisti, non perde tuttavia lo "spirito" di evento aperto al pubblico, che nel 20% dei casi rappresenta comunque il target diretto dei partecipanti all'indagine.

Positivo il giudizio espresso riguardo alle attività culturali collegate al Salone (mostre, conferenze, concorsi, ecc.), soprattutto per le iniziative a maggior contenuto "pedagogico-formativo" (secondo il 56% del totale).

Il sondaggio è stato distribuito attraverso il sito dell'associazione ad un bacino di 6.000 utenti, costituito principalmente da operatori del settore (60%), risparmiatori (20%), giornalisti, studenti ed esponenti delle istituzioni (20%.)
