

# **DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI FINANZIARI**

## **LE 5 SORELLE DI INTERNET POTRANNO CONQUISTARE LA FIDUCIA DEI RISPARMIATORI EUROPEI?**



Milano, 11 aprile 2018

---



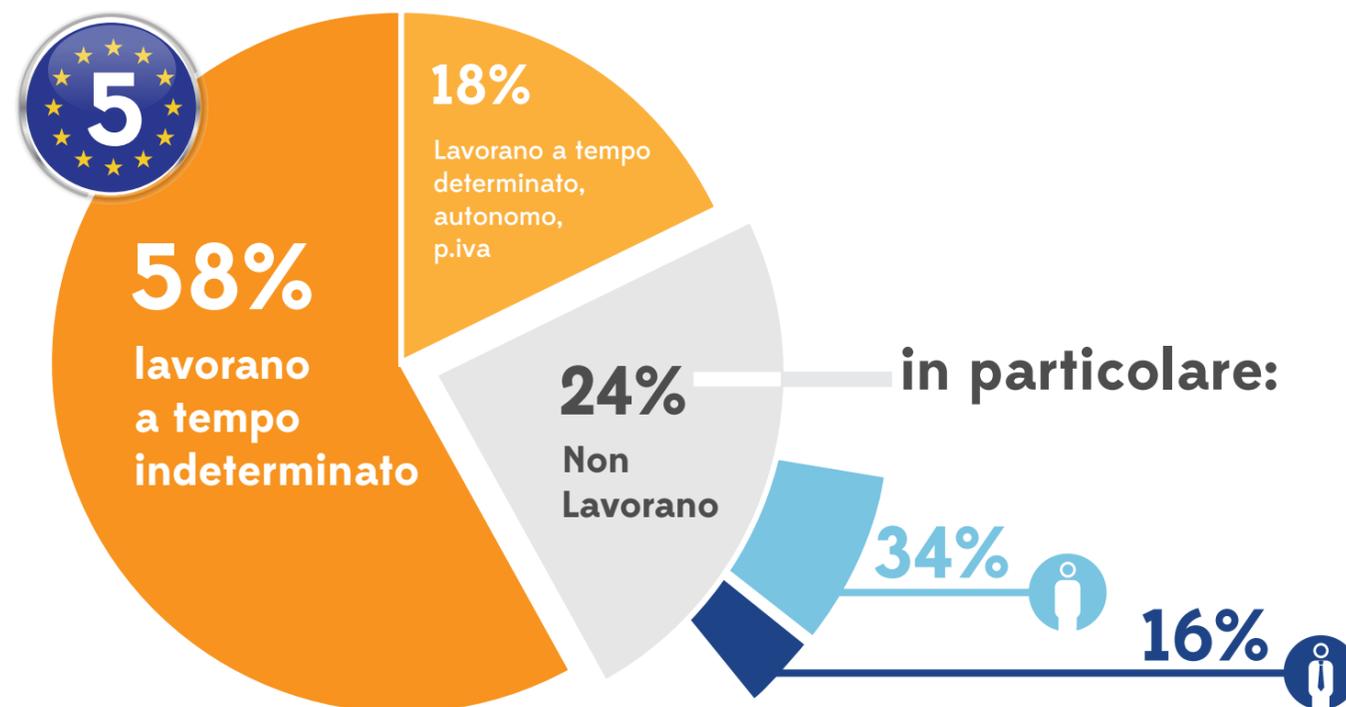
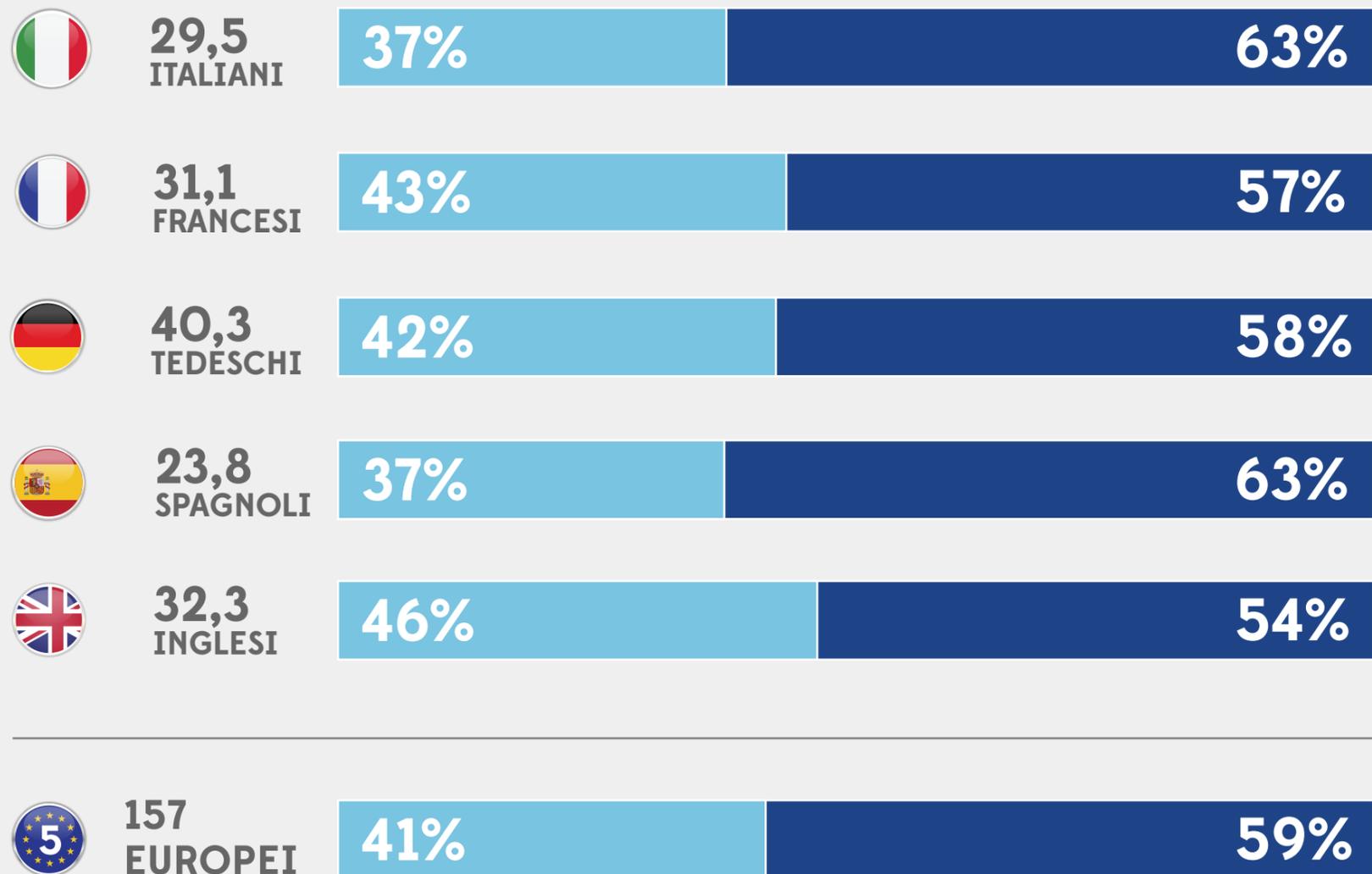
# L'IDENTIKIT DEI RISPARMIATORI EUROPEI DELLE GENERAZIONI Y E X

## QUANTI SONO

156.975.168 cittadini europei tra i 18 e i 54 anni  
(pari al 31% della popolazione complessiva dell'EU28)

**GENERAZIONE Y**  
18-34 ANNI

**GENERAZIONE X**  
35-54 ANNI



GLI EUROPEI SONO D'ACCORDO SUL FATTO CHE...

I giovani di oggi devono essere molto flessibili per garantirsi un reddito adeguato



La vita lavorativa dei giovani di oggi sarà sempre molto precaria



E ANCORA DI PIÙ GLI ITALIANI...



# I PROFILI GENERAZIONALI X E Y E L'UTILIZZO DEI SISTEMI DI PAGAMENTO PER GLI ACQUISTI ONLINE

## CHI SONO



### GENERAZIONE Y 18-34 ANNI



### GENERAZIONE X 35-54 ANNI

#### LAVORATIVAMENTE

La generazione con il **più alto tasso di istruzione**, ma con maggiore difficoltà ad entrare nel mondo del lavoro in modo stabile.

**Flessibili, aperti al mondo** sono in una fase iniziale nella costruzione della propria traiettoria di vita, con poche certezze.

**Orientati al presente (Presentismo)** hanno orizzonti temporali limitati e sono avvezzi alla precarietà.



Sono in una **fase di vita abbastanza stabile** ma si sentono ancora dinamici e pieni di progettualità, con particolare riguardo alla famiglia (figli).

**Il lavoro è una certezza**, nonostante le turbolenze del mercato.

Si preoccupano del proprio futuro sul versante del **welfare** e verso i propri figli per quanto riguarda il **percorso istruzione/futuro** ingresso nel mondo del lavoro.

#### DIGITALMENTE

Hanno un rapporto spigliato con il mondo digitale e tutti i suoi aspetti di servizio. **Innovatori** e ben disposti verso soluzioni disruptive.

Sono il **target primario** della maggioranza delle startup e delle app in qualsiasi campo (gaming, fitness, travel, entertainment, sistemi di pagamento, banking, insurance).

Hanno un **tasso di infedeltà molto spiccato verso i brand**, a meno che essi non siano particolarmente pregni di significati/valori.

Usano le tecnologie con competenza, interessati alle novità, ma sono **più prudenti e meno reattivi** dei Millennials.

Rappresentano un target molto interessante per le start up, le app e le piattaforme in quanto hanno **maggiori capacità di spesa** e sono tramite di altri clienti (genitori anziani e figli).

Sono **fedeli ai brand** che scelgono e con cui costruiscono un rapporto nel tempo.

#### FINANZIARIAMENTE

Hanno in maggioranza una **limitata disponibilità economica**.

In prospettiva avranno una **crescita del reddito e del patrimonio** e mirano alla propria completa emancipazione abitativa e reddituale.

Hanno avuto **rapporti limitati** con **istituzioni finanziarie** (soprattutto i più giovani).

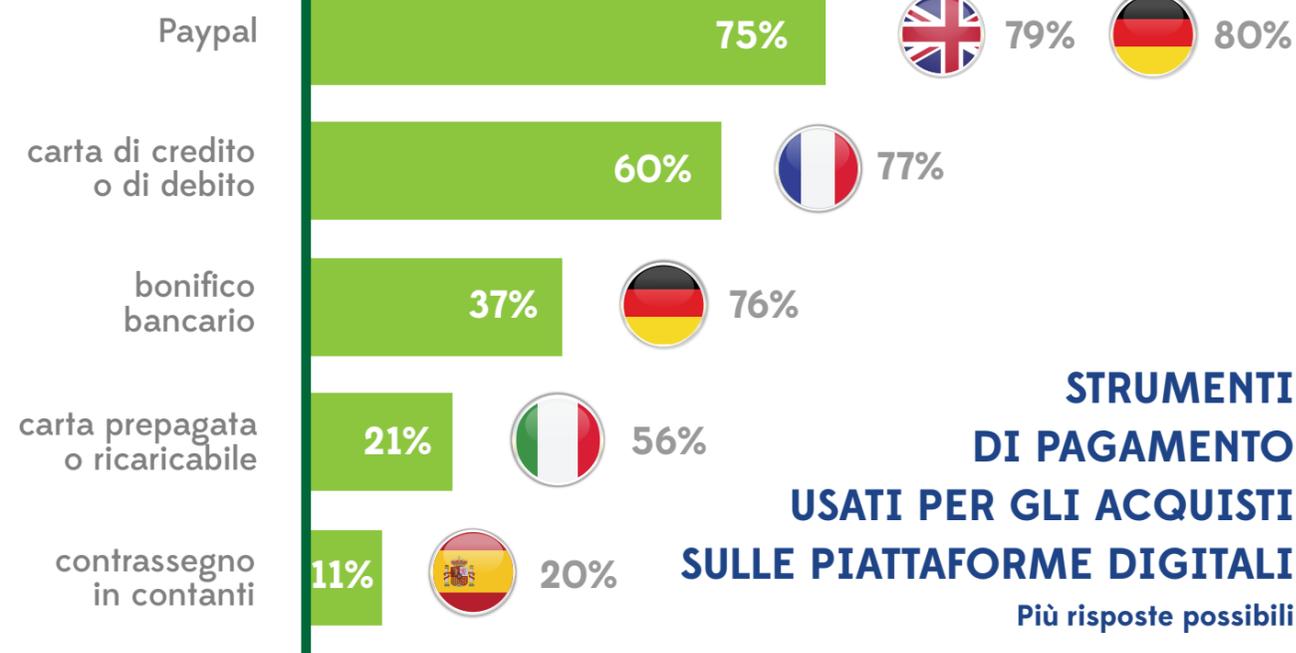
Molto **familiari** con gli **strumenti di pagamento digitali** e i servizi di sharing.

Hanno conseguito una certa **stabilità economica**.

In prospettiva **erediteranno** patrimonio dei genitori, al momento impegnati a supportare istruzione e emancipazione dei figli.

**Buona esperienza** nel rapporto con le istituzioni finanziarie.

Abituati a frequentare le **piattaforme digitali** e ad acquistare su piattaforme di e-commerce.



## GLI EUROPEI DELLE GEN Y E X SONO D'ACCORDO SUL FATTO CHE...

I pagamenti elettronici sostituiranno sempre di più quelli in contante, essendo più pratici, veloci e sicuri

70%



80%

## GLI EUROPEI VALUTANO IL FATTO CHE ...

POSITIVAMENTE

NEGATIVAMENTE

Le tecnologie e le piattaforme sono sempre più presenti nella gestione del proprio denaro

72%

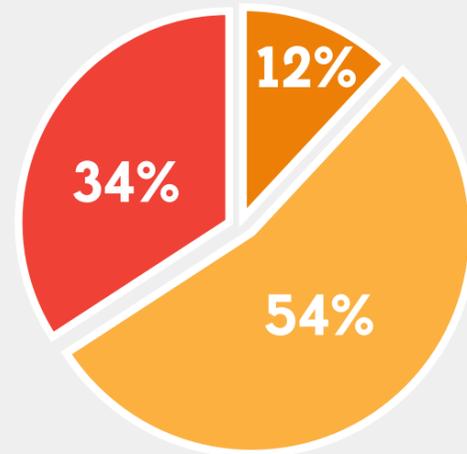
5%

# LA CONOSCENZA NORMATIVA PSD2 È SCARSA, MA L'APERTURA VERSO I NUOVI OPERATORI È AMPIA IN PROSPETTIVA FUTURA



## SCARSA LA CONOSCENZA DELLA NORMATIVA PSD2

- 12% LA CONOSCE BENE
- 34% NE HA SENTITO PARLARE
- 54% NON LA CONOSCE



## VALUTAZIONE DELLA NORMATIVA PSD2

(dopo la descrizione della stessa)



QUASI METÀ DEGLI EUROPEI SONO D'ACCORDO SUL FATTO CHE...

Grazie al progresso tecnologico e normativo tra 5/10 anni gestirò i miei risparmi in un modo diverso... forse non avrò più bisogno di una banca

E ANCORA DI PIÙ GLI ITALIANI E GLI SPAGNOLI ...



## BUONA L'APERTURA VERSO L'OFFERTA DI PRODOTTI FINANZIARI DA PARTE DI OPERATORI EXTRA BANCARI, QUALI PIATTAFORME DI E-COMMERCE E SOCIAL NETWORK

### % DI PERSONE

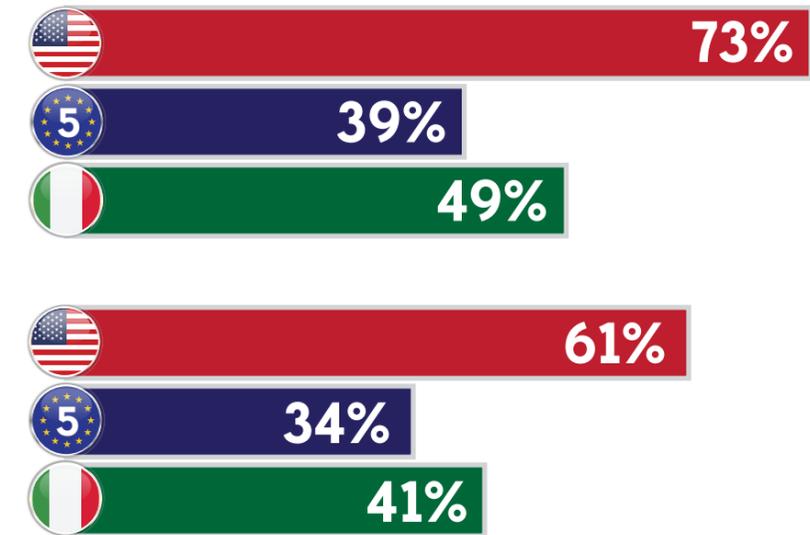
che comprerebbero/considererebbero l'acquisto di prodotti finanziari offerti da Aziende Tecnologiche



CONSIDEREREBBERO SICURAMENTE

GEN. Y  
18-34 ANNI

GEN. X  
35-54 ANNI



IN TERMINI ASSOLUTI SI TRATTA DI UN VASTO MERCATO POTENZIALE DI RISPARMIATORI SENSIBILI ALL'OFFERTA ...





# IL SISTEMA DI DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE DEI PRODOTTI FINANZIARI E LA FIGURA DEL CONSULENTE RIMANGONO ANCORA CENTRALI PRESSO I RISPARMIATORI

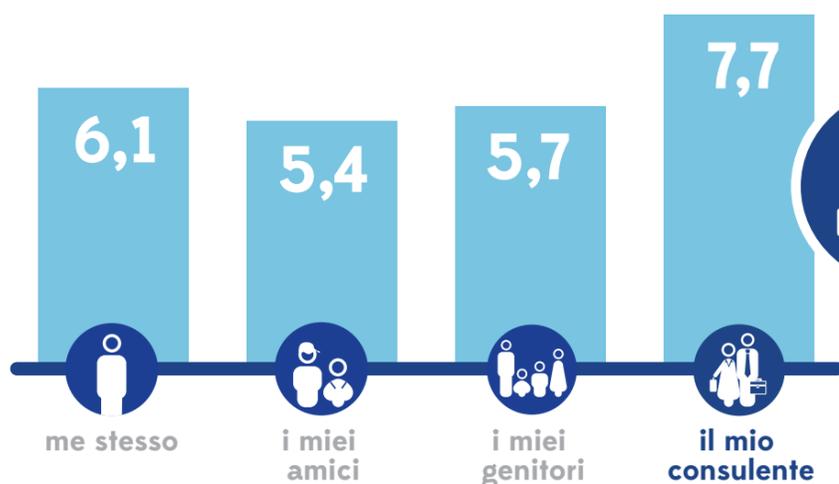
Gli **elementi prioritari ricercati** per la gestione del risparmio e degli investimenti\* rimandano a caratteristiche bancarie e solo marginalmente tecnologiche. Fino a 3 risposte possibili



\* marginali gli aspetti collegati alla **TECNOLOGIA** con percentuali inferiori al 30%

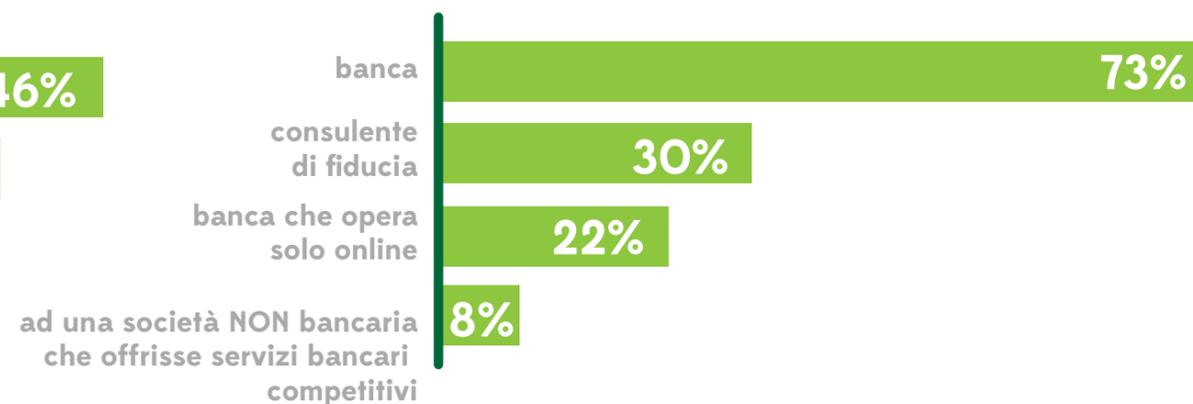
## La **COMPETENZA** in tema di risparmio e investimenti è appena sufficiente

(voto scala 1-10)



L'operatore cui rivolgersi per decidere un investimento è **parte integrante** del circuito bancario.

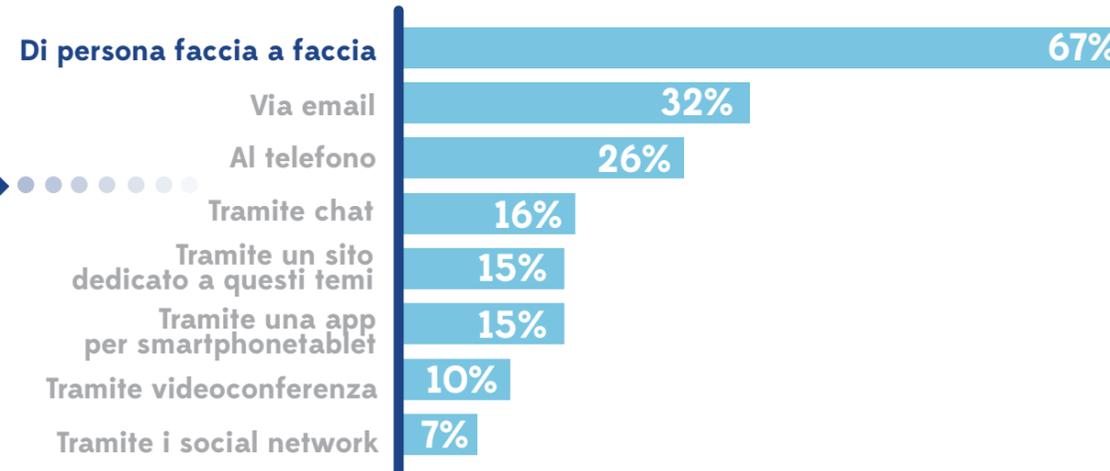
Più risposte possibili



\* risposte nette = il 91% cita almeno un canale tradizionale, ovvero banche, banche online, un professionista di fiducia (consulente bancario o finanziario), SGR, assicurazioni, poste

## IL TIPO DI CONTATTO PREFERITO CON UN CONSULENTE È QUELLO PERSONALE

Più risposte possibili



**ELEVATA** la quota di coloro che concordano nella **FUNZIONE** delle banche e delle società finanziarie

66%

se dovessi comperare un prodotto di risparmio o investimento o chiedere un prestito preferirei rivolgermi a una banca o a una società finanziaria piuttosto che a una multinazionale della Rete (Google, Amazon, Facebook, Apple, Alibaba, ...)

7%

Il **FATTORE UMANO** e la **PROFESSIONALITÀ** rimangono ancora centrali

65%

la tecnologia è importante, ma ancora più importante è poter avere i **consigli adatti** a me da parte di un consulente

6%

31%

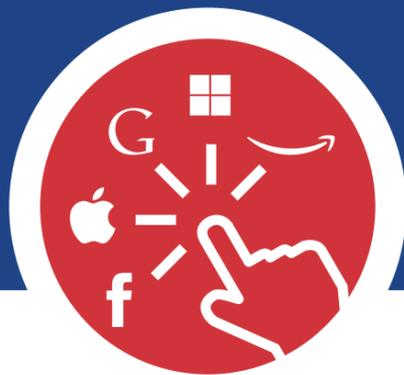
i **software** e gli **algoritmi** che danno consigli di investimento sono diventati più bravi dei consulenti e dei professionisti del settore

23%

32%

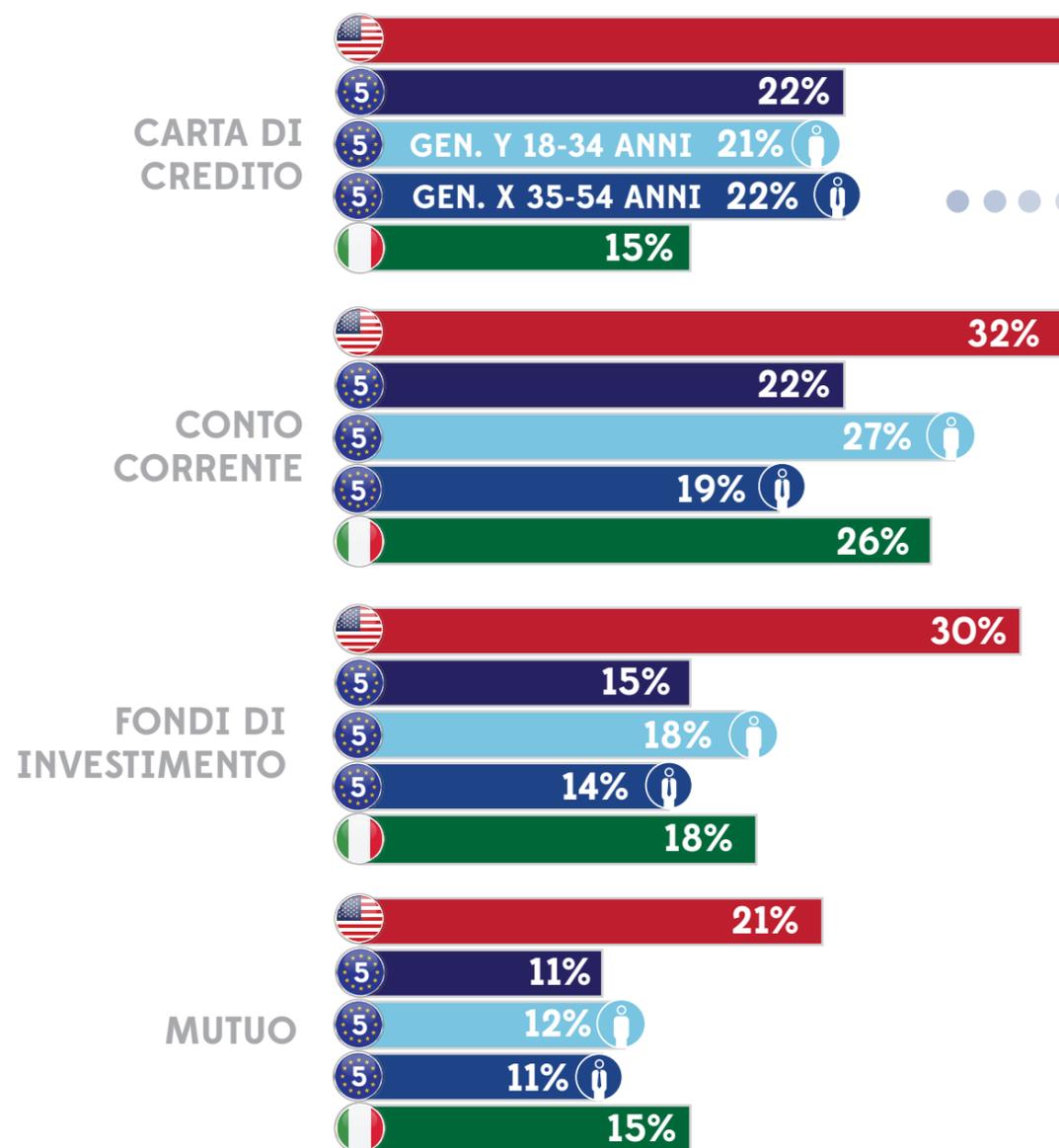
se potessi sostituire il mio consulente bancario o finanziario con un software, lo farei sicuramente

34%



# LE OPPORTUNITÀ DI INGRESSO DELLE 5 SORELLE DELLA RETE (FAGMA) QUALI NUOVI PLAYER DELLA DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI FINANZIARI E LE RESISTENZE DEI RISPARMIATORI

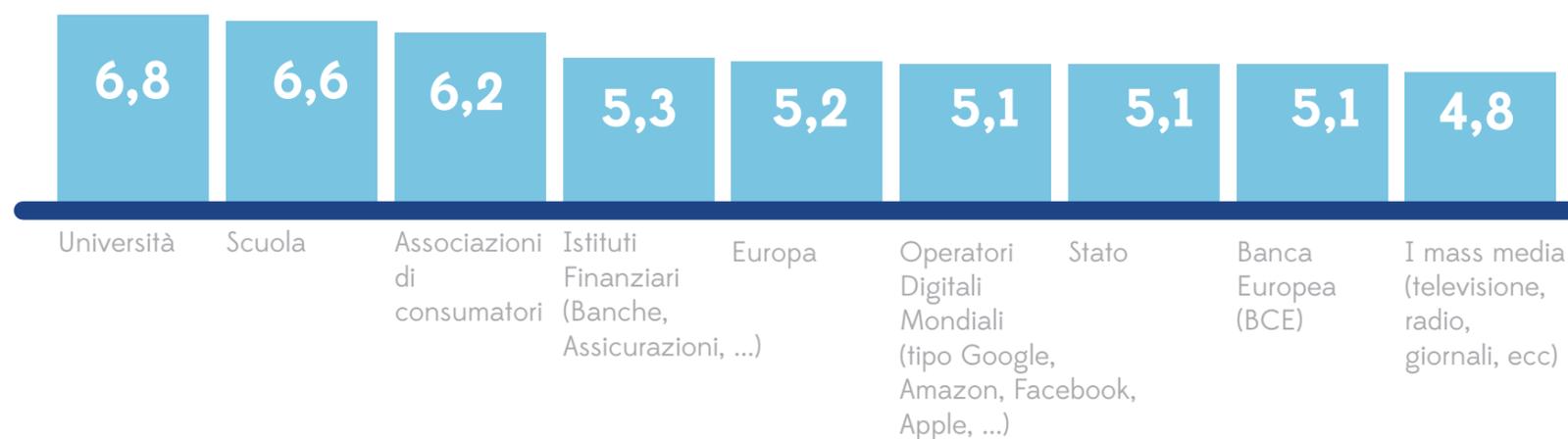
SE FOSSERO OFFERTI DA AZIENDE TECNOLOGICHE (FAGMA E ALTRE), NE CONSIDERERESTI L'ACQUISTO? % DELLE RISPOSTE POSITIVE



**LE RESISTENZE E LE CRITICITÀ**



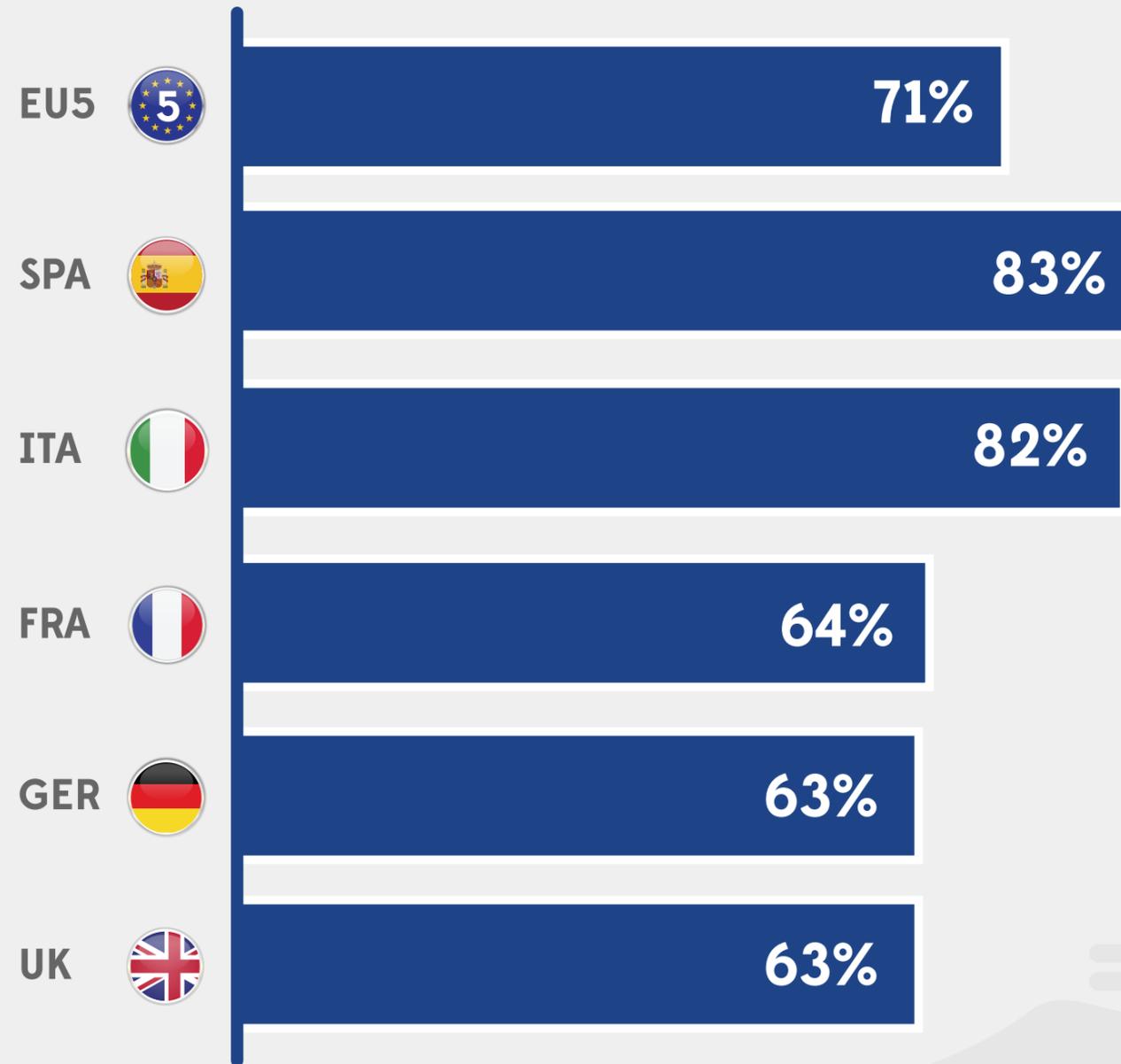
**LA FIDUCIA NELLE FAGMA È PIÙ BASSA DI QUELLA DELLE ISTITUZIONI FINANZIARIE TRADIZIONALI (SCALA 1-10)**



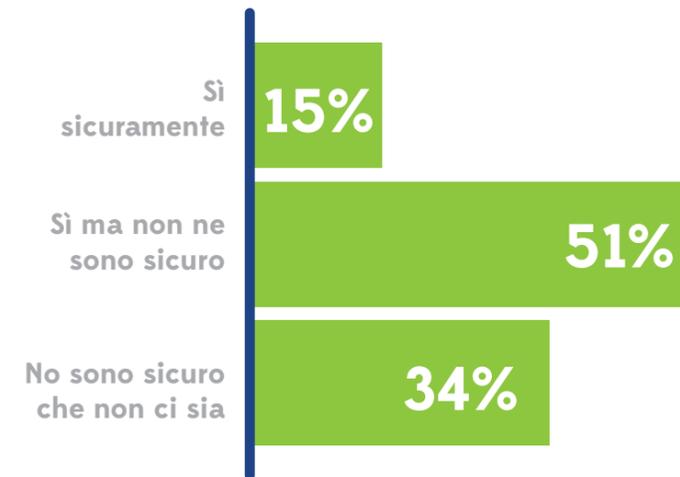
# LA DOMANDA DI UN PROGRAMMA DI EDUCAZIONE FINANZIARIA È ELEVATA IN EUROPA, IN PARTICOLARE IN ITALIA E SPAGNA



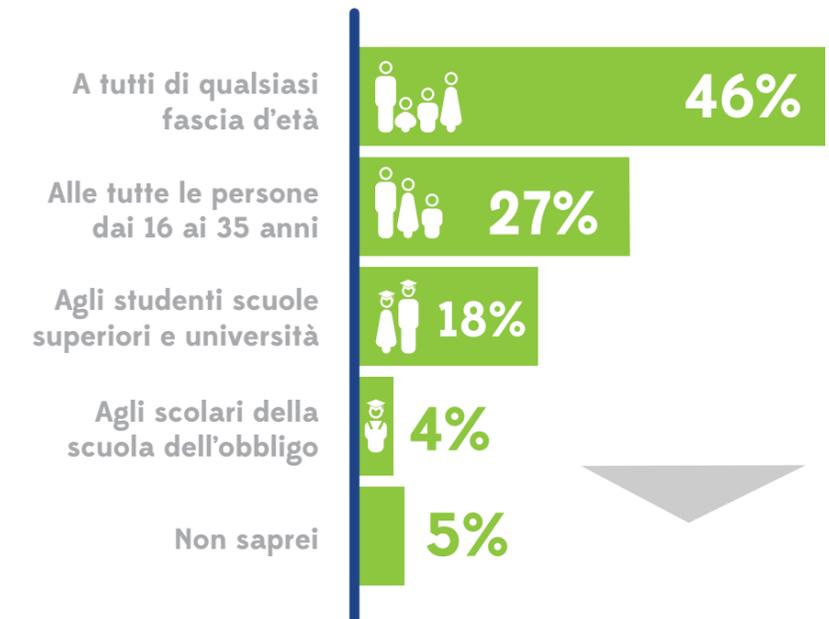
FAVOREVOLI AD UN PROGRAMMA DI **AVVICINAMENTO E FORMAZIONE** RIGUARDO IL MONDO DEL RISPARMIO E DEGLI INVESTIMENTI



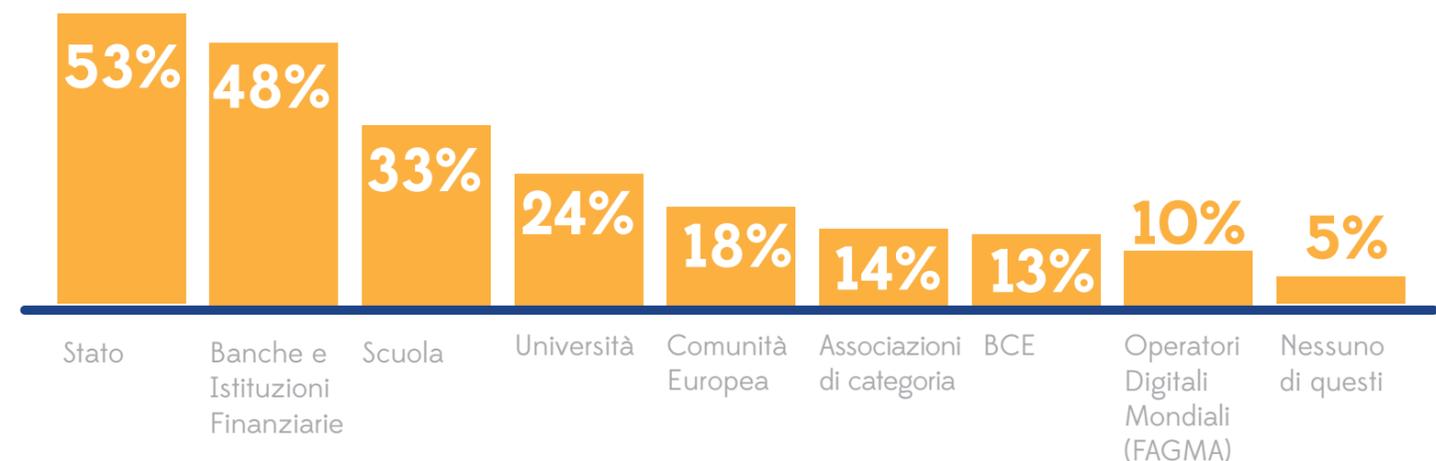
ESISTE GIÀ UN PROGRAMMA DI QUESTO TIPO?



A CHI DOVREBBE RIVOLGERSI PRINCIPALMENTE?



CHI DOVREBBE FARSI **PROMOTORE** DI TALE PROGRAMMA? (più risposte possibili)



## NOTA INFORMATIVA

in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010

Titolo del sondaggio: La normativa PSD2 e i Nuovi Player della distribuzione dei prodotti finanziari in Europa

Tema del sondaggio: economia e società

Soggetto realizzatore: Demia

Committente e acquirente: Assogestioni

Data di esecuzione: il 5 e il 16 febbraio 2018

Metodologia di rilevazione: sondaggio misto CAWI-CAMI su un campione di 5.000 soggetti (su 17.922 contatti totali, pari al 27,9%) residenti in Europa, così distribuiti in 5 paesi Europei: Italia 1.000 intervistati (su 3.528 contatti complessivi), Francia 1.000 intervistati (su 3.598 contatti complessivi), Germania 1.000 intervistati (su 4.382 contatti complessivi), Spagna 1.000 intervistati (su 2.623 contatti complessivi) e United Kingdom 1.000 intervistati (su 3.791 contatti complessivi), di età compresa tra i 18 e i 54 anni. Il campione intervistato online è estratto dal panel di ResearchNow,

Tutti i parametri della popolazione sono uniformati ai più recenti dati forniti da EUROSTAT e ISTAT.

I dati sono stati ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di sesso, fascia d'età e macro zona di residenza. Margine d'errore massimo:  $\pm 1,41\%$

Il documento completo è disponibile sul sito: [www.agcom.it](http://www.agcom.it)

*I dati citati riguardo gli Stati Uniti provengono dalla seguente fonte: Bain & Company (2017) "Customer Loyalty in Retail Banking" conducted by Research Now as cited in "Evolving the Customer Experience in Banking"*