

Risparmio I robo-advisor sono nati negli Usa ma ora si stanno sviluppando anche in Italia. Ecco con quali formule

PORTAFOGLI FAI-DA-TE



di **Francesca Vercesi**

È tempo di robo-advisor. Il fenomeno, esploso negli Usa, indica piattaforme online che, sfruttando algoritmi di risk management e asset allocation, offrono soluzioni di investimento precostituite per costruire portafogli più o meno personalizzati, basati sul profilo di rischio espresso dall'investitore, a fronte di parcelle molto inferiori rispetto a quelle dei consulenti tradizionali. Del resto, la tecnologia sta sdoganando nuovi canali distributivi più efficienti e economici. E il risparmio gestito sta ridisegnare le sue regole, per raggiungere la generazione dei Millennials (i nati tra gli anni 80 e

il 2000) e dei loro padri, sulla scia della nuova ondata regolatoria in arrivo e dell'uso sempre più spinto di device mobili e social media. Spiega Serena Torielli, ad della società fintech indipendente AdviseOnly che si è appena alleata con Fundstore. it (si veda box): «I servizi di robo-advisory nascono negli Usa e poi a seguire nei Paesi anglosassoni dove il servizio di consulenza finanziaria indipendente è già presente da tempo e dove sono maggiori gli investitori fai-da-te e esistono da sempre grossi broker online come

Charles Schwab o Ameritrade». I primi player negli Usa come Fidelity Investing nascono all'inizio degli anni 2000, Betterment nel 2008 e gli altri intorno al 2010. Poi è arrivata la prima società Uk, Nutmeg

nel 2011. Continua: «Noi siamo stati i primi in Europa a uscire a inizio 2011 con un servizio di consulenza finanziaria tutto online. In Europa continentale in questi anni sono nate molte società di robo-advisory interessanti, soprattutto in Germania. La differenza tra l'Italia e l'Europa è la dimensione del mercato e soprattutto l'entità del capitale investito dai fondi di venture capital nel settore». Del resto, innovare nel fintech è costoso perché è un settore regolato e in Italia il comparto del venture capital non ha le dimensioni di altri mercati e culturalmente non si investe in società in perdita nonostante abbiano il potenziale di rivoluzionare il mercato. Mentre l'Asia è un mercato giovane ma che sta crescendo



molto in fretta e ha un potenziale enorme. Basti vedere società come Fund Online Korea, 8Now in Hong Kong e Dragon Wealth a Singapore. Conquistare dunque questo mercato in Italia non è una passeggiata. Spiega Salvatore Gaziano, responsabile SaldiExpert Sef: «Il concorrenza naturale ovvero il sistema bancario tradizionale e del risparmio gestito, ha un vantaggio enorme accumulato nel tempo a partire da database di nominativi di milioni di clienti. Che invece i robo-advisor puri, gli sfidanti, non hanno e devono acquistare con costose campagne pubblicitarie on-line e off-line. E se si guardano i bilanci di molti robo-advisor, questo aspetto inizia a diventare sempre più rilevante poiché i costi di acquisizione sono diventati alti e i bilanci di molte di queste società sono ben lontani dal punto di pareggio. È paradossale ma per alcune di queste l'unica exit strategy probabilmente potrebbe essere quella di essere acquisita dal nemico, ovvero dal sistema bancario tradizionale». Il gruppo ha scelto una strada più di nicchia. «Ci rivolgiamo a un target preciso di risparmiatori. I nostri clienti non sono i Millennials ma i loro padri e nonni e dispongono di patrimoni medio-alti (altissima la percentuale di coloro che dispongono di patrimoni finanziari superiori ai 400 mila euro) e cercano il giusto compromesso fra robo e advising: fra consigli generati anche con l'ausilio di algoritmi e un servizio di asset allocation avanzato, anche personalizzato, e basato su una gestione attiva e flessibile». La società ha puntato sin dal 2002 a caratterizzare molto l'offerta, puntando sulla gestione attiva (e non passiva) e su portafogli non solo basati su Etf ma anche azioni e fondi. Afferma: «L'obiettivo che perseguiamo tramite la rete è offrire al risparmiatore non la consulenza più economica ma invece servizio e rendimenti nel tempo aggiustati per il rischio migliori di quello che offre normalmente l'industria tradizionale». Continua Torielli: «Non credo molto al potenziale del settore nella forma classica di consulenza finanziaria on-line rivolta ai cosiddetti Millennials e basata solo su Etf e logiche di basso costo e facilità d'uso anziché di trasparenza e risk management di qualità». L'elemento umano resta comunque importante. Precisa: «Vedo un enorme potenziale nell'area cosiddetta phygital (consulente fisico più piattaforma digitale, ndr) in sti-

le Vanguard che consentirebbe di limitare lo strapotere delle reti distributive e consentirebbe di rafforzare il brand e industrializzare l'offerta di risparmio gestito. E vedo un grande futuro per collaborazioni tra asset ma-

nager e robo-advisor per creare un nuovo canale distributivo più efficiente ed economico». Non è un caso che tutte le operazioni importanti siano state acquisizioni di robo-advisor da parte di grandi player del wealthmanager come BlackRock o Schroders. In Italia, nel settore,

c'è poi Moneyfarm, piattaforma di soli Etf che ha appena ricevuto un investimento di 16 milioni di euro dal fondo inglese Cabot Square Capital e da United Ventures. Commenta il presidente Paolo Galvani: «Ci serviranno per crescere (il team ora è di 40 persone ma all'inizi-

zio del 2015 era di 22, ndr), per consolidarci di più in Italia e per lanciare la nostra piattaforma a Londra, dove nel 2016, proporremo il nostro servizio». Spiega: «La nostra sfida è cercare di proporre una soluzione complementare o alternativa al tradizionale modello di consu-

lenza del piccolo risparmiatore declinato in modi diversi. C'è uno spazio enorme a fianco del promotore. Nel nostro caso abbiamo si paga in percentuale sulle masse investite. Si può partire con 100 euro e noi aiutiamo a costruire un piccolo piano di accumulo». In altre parole, le piattaforme dovrebbero completare e potenziare le capacità dell'industria in termini di efficienza e di qualità. Inoltre queste tecnologie sono scalabili e quindi adatte anche a realtà finanziarie di elevate dimensioni. I veri vincitori però dovranno essere i consumatori. «Soprattutto alcune categorie di investitori piccoli o con esigenze semplici, che oggi non ricevono alcuna copertura dal canale delle istituzioni finanziarie perché antieconomici, potranno finalmente ottenere un servizio di qualità e a costi competitivi», conclude la Torielli. (riproduzione riservata)