

# Come trasformare il ROBO ADVISOR in alleato

**La tecnologia sta cambiando il mercato della consulenza finanziaria. Ma se affrontata in modo adeguato può aiutare gli operatori del mercato a prepararsi al nuovo corso della Mifid II e a trasformarsi da badante dei loro clienti a medico di famiglia che punta al benessere e alla salvaguardia del patrimonio gestito.**

**FOR M** di Nadia Anzani

**T**rasparenti, convenienti, efficienti e democratici. Sono i robo advisor, piattaforme online che, sulla base di algoritmi di risk management e asset allocation, offrono ai risparmiatori soluzioni di investimento precostituite, consigliando la costruzione di portafogli più o meno personalizzati sulla base delle loro singole esigenze, a fronte di una parcella definita e a basso costo. Ed entro la fine del 2016, secondo la società di consulenza AtKearney, a livello mondiale, gestiranno 300 miliardi di dollari di masse, per arrivare a 2.200 miliardi di dollari nel 2020. Numeri di un trend in crescita che ha attirato anche l'attenzione dei numerosi media. Del resto si tratta di un fenomeno destinato a cambiare il panorama della consulenza finanziaria. «Così come Amazon ha rovinato Borders e le librerie locali, Netflix ha ucciso Blockbuster, Facebook vi ha fatto smettere di parlare con i vostri amici e Tesla sta cercando di distruggere i grandi produttori d'auto, l'idea dietro la robo advisory sta per distruggere lo spazio occupato dai financial advisor, attraverso nuove tecnologie e minori costi; algoritmi al posto di consulenti», scriveva il settimanale inglese *The Economist* sul numero del 29 marzo 2014. Previsione che ha allarmato e messo sul piede di guerra gli operatori del settore tradizionali come promotori e consulenti finanziari, italiani compresi, ma anche istituti bancari che hanno visto una parte del loro business vacillare. Ma è davvero così?



Il fenomeno è indubbiamente in crescita e destinato a mutare profondamente i mercati nel lungo periodo, ma per ora i numeri lasciano speranze. «Basti considerare che attualmente tutto il settore dell'asset management tradizionale gestisce una massa di denaro pari a 70 trilioni di dollari», fa notare Salvatore Gaziano, Direttore Investimenti di SoldiExpert SCF, società di Consulenza Finanziaria indipendente specializzata in servizi di consulenza in materia di investimenti, fra le prime in Italia a puntare sulla tecnologia e sull'online nell'offerta di un servizio di consulenza ai risparmiatori.

Lo stesso vale per l'Italia, dove la ricchezza è concentrata nelle mani degli over 50 mentre la categoria dei millenials (giovani nella fascia di età tra i 24 e i 35 anni) con disponibilità economica è davvero ridotta all'osso. «Persone che nei confronti delle banche retail non hanno fiducia», commenta Gaziano, «per cui hanno iniziato a informarsi online, a farsi una cultura finanziaria e che preferiscono rivolgersi a un robo advisor perché più trasparente ed economico». Come dire che, per ora, i rappresentano una nicchia di mercato a livello mondiale e ancora di più in Italia dove gli operatori attivi sul mercato sono quattro, come riportato da una analisi di mercato fatta da PwC Italia in collaborazione con Università Cattolica

di Milano: MoneyFarm, Advise Only, Ib Navigator e Yellow Advice. A introdurre questa innovazione nel nostro Paese nel 2011 è stata MoneyFarm, che oggi conta 30.000 iscritti e continua a crescere, come del resto gli altri operatori. Ma il robo advisor sta richiamando l'attenzione soprattutto del mondo bancario retail. «Tanto che i principali istituti nazionali stanno studiando modelli di piattaforme tarati sulla propria clientela», interviene Mauro Panebianco, Partner di PwC. «Del resto per le banche questo strumento rappresenta un'importante leva di sviluppo del business, perché consente di ridurre molto i costi di distribuzione dei prodotti finanziari sul mercato offrendo contemporaneamente alla clientela retail un servizio a valore aggiunto e per di più economico».

#### **Il target di riferimento**

Ma chi utilizza il Robo Advisor? «In Usa le piattaforme online sono nate per inseguire i bisogni e i gusti della generazione dei Millennial, poco propensi ad andare in banca e abituati ad acquistare tutto online. In realtà, però gli utenti sono trasversali», spiega Panebianco. «Sul mercato americano, per esempio, vengono usate molto anche dalla clientela non retail o da quella private banking non fidelizzata a una istituzione bancaria che le utilizza come canale alternativo per i propri investimenti».

**«Attualmente tutto il settore dell'asset management tradizionale gestisce una massa di denaro pari a 70 trilioni di dollari»**

**Salvatore Gaziano**

DIRETTORE INVESTIMENTI DI SOLDIEXPERT SCF



Lo stesso vale per l'Italia, dove la ricchezza è concentrata nelle mani degli over 50 mentre la categoria dei millenials (giovani nella fascia di età tra i 24 e i 35 anni) con disponibilità economica è davvero ridotta all'osso. «Persone che nei confronti delle banche retail non hanno fiducia», commenta Gaziano, «per cui hanno iniziato a informarsi online, a farsi una cultura finanziaria e preferiscono rivolgersi a un robo advisor perchè più trasparente ed economico». Lo conferma anche la ricerca condotta da PwC e Università Cattolica, in base alla quale il 45% dei risparmiatori made in Italy recepisce il robo advisor come uno strumento più sicuro, più aggiornato, indipendente, trasparente rispetto alla consulenza finanziaria tradizionale. Anche se, sempre la stessa ricerca, dice che il 55% del campione di risparmiatori analizzati è ancora restio ad affidare i propri risparmi a una piattaforma online perchè danno ancora molta importanza al contatto umano, non hanno molta dimestichezza con il digitale, hanno la percezione di una scarsa personalizzazione del servizio e pensano che l'utilizzo sia complicato. Nonostante ciò, la ricerca evidenzia uno spiccato interesse verso questa tipologia

di servizio da parte dei millennials (nati dal 1980 al 2000), infatti il 60% di essi si dichiara favorevole all'adozione di servizi di robo advisory in quanto più vicini ai loro interessi e necessità.

Numeri che hanno portato alcuni operatori sulla strada dello Human advisor, ovvero a un uso della tecnologia supportata dalla consulenza vis à vis. «Il risparmiatore medio di casa nostra, per cultura, non si avvicina facilmente a una macchina», precisa Gaziano. «È interessato a valutare l'opzione piattaforma, ma in genere l'approccia con capitali bassi, per il resto preferisce restare fedele al suo promotore o consulente di fiducia. Nel nostro caso contiamo su una clientela che ci ha affidato nel tempo capitali sempre più importanti grazie a un approccio combinato fra robo advising ed elemento umano: algoritmi e gestione attiva ma non solo».

Proprio per questo vedere il robo advisor come una minaccia è quantomeno azzardato per i professionisti del risparmio nazionali. «Non a caso da noi si parla di robo for advisor, quindi di una tecnologia a supporto della promozione che non sia in antitesi all'attuale modello», puntualizza Panebianco.



**«I principali istituti nazionali stanno studiando modelli di piattaforme tarati sulla propria clientela»**

**Mauro Panebianco**

PARTNER DI PWC

**Costi di gestione sotto la lente**

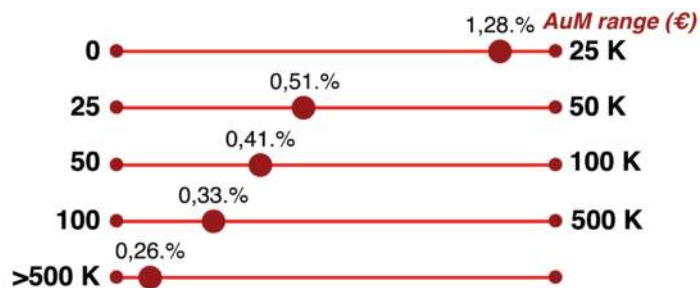
Questo però non significa che il mercato tradizionale dell'asset management non stia attraversando una fase di profonda trasformazione in parte legata anche all'abbassamento dei costi di gestione. «Il trend di settore è quello di una diminuzione dei ritorni sui prodotti venduti», avverte Gaziano dovuta prima di tutto all'andamento dei tassi di interesse arrivato a quota zero, e poi anche per l'avvento dei robo advisor. E va da sé che nel momento in cui i tassi di interesse dei prodotti finanziari si riducono, il servizio offerto dalle reti deve essere di alta qualità per giustificare al cliente i costi elevati. Oppure se si vuole continuare a operare abbassando i margini di guadagno, gli operatori dovranno puntare a masse più ampie da gestire e a migliorare la selezione degli investimenti e per fare questo dovranno per forza ricorrere all'utilizzo di piattaforme finanziarie.

**Dalla tecnologia non si scappa**

Insomma dalla tecnologia non si scappa. In un quadro così complesso e in costante evoluzione il Robo Advisor può però diventare un prezioso alleato di promotori e consulenti finanziari che desiderano prepararsi al nuovo corso della Mifid II e della consulenza in generale. Una nuova era che richiederà grande trasparenza nella gestione dei conflitti di interesse. «Il robo advisor infatti», precisa Carlo Alberto Carnevale docente di strategia alla Sda Bocconi, «riduce le asimmetrie informative da una parte e dall'altra aumenta la frequenza e l'intensità delle informazioni tra consulente e investitore. Insomma, se opportunamente gestito dal consulente o dal promotore la piattaforma finanziaria aiuta a mantenere un dialogo più stretto con i propri clienti. L'importante è saper personalizzare le sue funzionalità».

# ROBO ADVISOR FEE A CONFRONTO

I COSTI DEGLI STATI UNITI SONO TRA I PIÙ BASSI DEL MERCATO, I PLAYER EUROPEI E ITALIANI SI FOCALIZZANO PRINCIPALMENTE SUL SERVIZIO



Il grafico compara le fee applicate dai Robo Advisor sul mercato Usa, europeo e italiano sull'ammontare del denaro investito da parte dei clienti o degli investitori, quello che nel grafico viene indicato dall'acronimo Aum (Asset under management). La K invece indica i milioni di dollari o di euro a seconda dei Paesi.

Fonte: PwC - Università Cattolica di Milano





## Il robo advisor aumenta la frequenza e l'intensità delle informazioni tra consulente e investitore

**Carlo Alberto Carnevale**

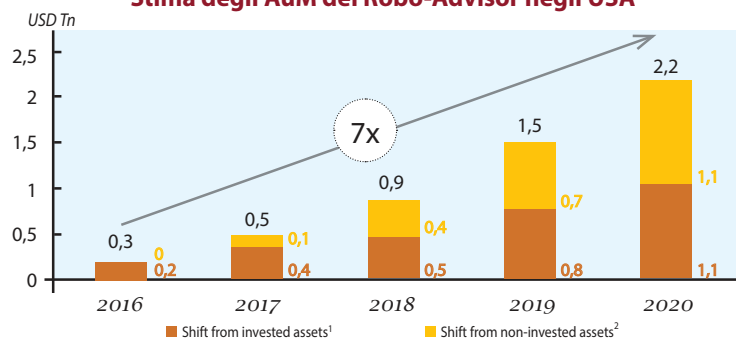
DOCENTE DI STRATEGIA ALLA SDA BOCCONI

La natura e la qualità della conversazione tra promotore finanziario e cliente dovrà quindi spostarsi su un altro piano rispetto a quello attuale. «Oggi i consulenti dedicano la maggior parte del loro tempo a gestire elementi transazionali, a svolgere pratiche burocratiche e amministrative», continua Carnevale. «In futuro dovranno invece imparare a essere utilizzatori di secondo livello dei software di advisory. Quindi dovranno occuparsi di profilare la propensione al rischio dei loro clienti, di personalizzare i loro obiettivi di investimento, la durata etc».

Non solo. Il consulente dovrà anche essere in grado di differenziare l'offerta in funzione della segmentazione della clientela, destinata a una forte diversificazione nel prossimo futuro. «Da una parte ci saranno i risparmiatori più sofisticati che avranno bisogno di servizi a valore aggiunto come il private banking, la consulenza fiscale, ma anche quella successoria», dice Panebianco. Anche perché ci saranno molti passaggi di patrimoni tra i senior, possessori di ricchezza e i loro eredi che dovranno essere guidati, specie sul fronte della tassazione visto che il

## I mercati maturi stanno dimostrando una costante crescita delle piattaforme di Robo-Advisory e un aumento del loro AuM

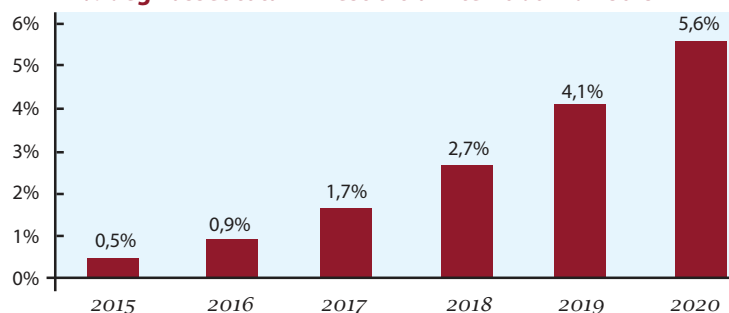
Stima degli AuM dei Robo-Advisor negli USA



Gli AuM gestiti da Robo-Advisors dovrebbero raggiungere i \$2,2tn entro il 2020 negli USA

1. I fondi liquidi sono inclusi all'interno degli assets non investiti (e.g., liquidità e depositi equiparabili)  
2. All'interno degli asset investiti sono inclusi strumenti del mercato dei crediti, azioni, fondi comuni e fondi pensione (IRA e 401k)

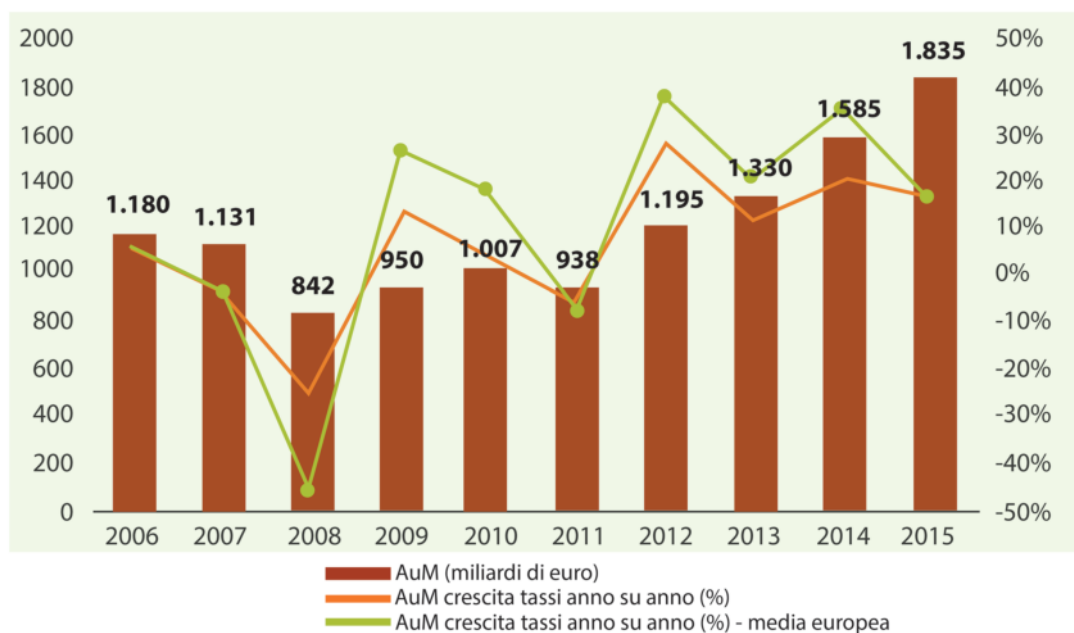
% degli asset totali investiti tramite Robo-Advisors



La quota di assets investiti tramite Robo-Advisor dovrebbe raggiungere il 5,6% del totale di asset investibili entro il 2020 negli USA

Fonte: AT Kearney Aprile 2016

## MERCATO DELL'ASSET MANAGEMENT IN ITALIA



Fonte: PwC - Università Cattolica di Milano

governo sta lavorando a una riforma delle imposte di successione. «Dall'altra parte, invece, ci saranno i clienti con patrimoni ridotti che avranno l'esigenza di investire in prodotti semplici a basso costo come Etf e Fondi comuni di investimento», continua Panebianco. «Per questi ultimi il robo advisor sarà una valida alternativa». Nel mercato del risparmio e della finanza succederà in pratica quello che è già successo in quello del largo consumo, dove se il cliente deve comprare un prodotto semplice come un ferro da stiro o un cellulare, lo fa online.

Se invece deve acquistare un prodotto più sofisticato come un pc o una televisione preferisce rivolgersi a un esperto che lo consiglia sul prodotto migliore da acquistare illustrandogli tutte le caratteristiche tecniche del caso.

### Consulente da badante a medico di famiglia

Un mutamento di settore che porterà a una selezione naturale, come sta accadendo anche in altri comparti, degli operatori di mercato. A sopravvivere saranno quelli che prima degli altri si saranno adeguati al nuovo corso. Se fino a ora, infatti, per competere sulla piazza della consulenza finanziaria bastava essere bravi venditori, coccolare i clienti, portarli a cena o uscire con loro durante i fine settimana, in futuro sarà necessario, invece, offrire sempre più specializzazione, competenza e trasparenza. Il che significa investire in formazione personale perché il cliente deve avere coscienza degli investimenti che fa e di come si muovo sui mercati.

I prodotti finanziari sono complessi e difficili da vendere, ma le esigenze a cui rispondono sono semplici.

E se si parte da queste ultime è facile poi spiegare al cliente le cose. «Invece la gran parte dei consulenti finora si è limitato a fare la badante di finanziaria di senior ben patrimonializzati, cambiando loro il pannolone dei Btp, ma se vogliono continuare a operare e restare competitivi è arrivato il momento di diventare medico di famiglia», incalza Carnevale. «Ciò significa che dovranno imparare a confrontarsi anche con le giovani generazioni e devono farlo con in mente la buona salute del patrimonio di famiglia. Per compiere questo importante passo in avanti l'uso delle tecnologie sarà necessario al fine di soddisfare al meglio le necessità del cliente». E non per una questione di prodotti ma di personalizzazione degli investimenti. «Si passa da un modello push a un modello pull. Il robo advisor non serve a vendere gli stessi prodotti, serve piuttosto a comprare dati di profilazione del cliente. È un acquirente comportamentale non un venditore artificiale, un ausilio sul lato della domanda non un sostituto su lato dell'offerta». Se i consulenti capiranno questa importante differenza saranno in grado di virare verso quella human advisory che tanto piace ai risparmiatori italiani.

«In questo modo il robo advisor diventerà un po' il Trip advisor del consulente finanziario. E la parola fiducia sarà il risultato di una verifica, non il sostituto di una verifica», conclude il docente bocconiano.