

Entro il 2022 i software gestiranno tra 1.500 e 4.000 mld di dollari. Ma il fattore umano conterà ancora

# PERCHÉ INVESTIRE SULLA FIDUCIA

## La leva strategica delle relazioni nell'epoca del fintech

PAGINA A CURA  
DI LAURA MAGNA

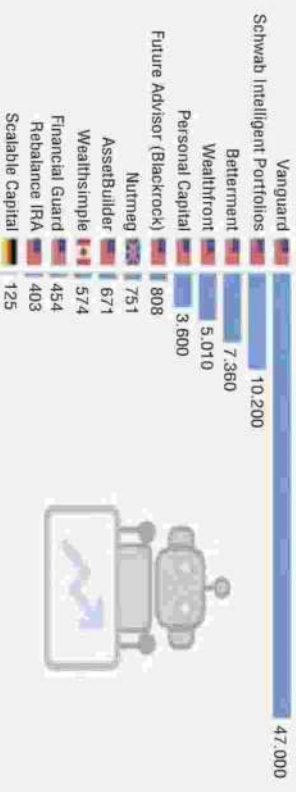
**V**ale 8.500 miliardi di dollari e sta cambiando il modo in cui si investe, si risparmia e si ottiene credito. Parliamo del Fintech, un fenomeno che nel giro di pochi anni è cresciuto esponenzialmente mettendo in discussione il mondo della finanza tradizionale, travolto da start up che disintermediano qualsiasi attività che prima era pertinenza esclusiva delle banche. Secondo Accenture lo startup del settore nel 2017 hanno attratto una cifra pari a 274 miliardi di dollari, il 18% in più rispetto al 2016. Un mondo nuovo che costringe necessariamente a un cambiamento negli operatori. La consulenza in questo senso non fa eccezione, sollecitata com'è dalla presenza di robot che ormai sarebbero in grado di sostituirsi ai professionisti umani con costi minori e risultati più scientifici. Ma è davvero così?

### VERSO UN MODELLO IBRIDO UOMO-ROBOT

«Qualche settimana fa ho avuto la possibilità di parlare con Edward Altman, più volte candidato al premio Nobel per l'Economia, nonché consulente indipendente di numerosi asset manager mondiali», racconta **Salvatore Gaziano**, direttore investimenti di **Solidifxport Srf**. «Alla domanda su come investire i suoi soldi, il professor Altman ha detto che non se la sente di fare da solo perché non è capace di gestire lo stress di dover decidere quando è il momento di entrare in un investimento e soprattutto di uscire, oltre al fatto di non avere tempo. Per questo ha deciso di affidare i suoi risparmi a tre consulenti scelti non per l'importanza dei titoli, ma per l'importanza per cui lavorano e nemmeno per il numero di fondi e servizi offerti o il track record, bensì per qualcosa di molto più semplice e umano: la

### USA, IL REGNO DEI ROBO-ADVISOR

I principali servizi di Roboadvisor per masse gestite (in milioni di dollari)



Infografica basata sugli ultimi dati disponibili a settembre 2017 e forniti dalle società. Non si rivendica la completezza delle informazioni fornite. Fonte: Press Release, Gampitx, Nordwiel, CNBC, Business Insider

statista



fiducia». La fiducia è un tema importante e centrale anche quando si parla di fintech e, più in particolare, di roboadvisoring, ovvero delle piattaforme informatiche che utilizzano algoritmi per confezionare soluzioni di investimento più o meno personalizzate sulla base delle indicazioni ricevute dai clienti. «In questi anni di fronte a chi, in modo un po' troppo semplicistica, precisava che il roboadvisoring avrebbe conquistato il mercato anche in Europa o in Italia, abbiamo mostrato diverse perplessità», continua Gaziano. «Una cosa è certa: i nostri clienti non vogliono fare i corsi con le macchine. Non vogliono nemmeno un consulente robot, come il professor Altman, si fidano più di noi che dei nostri algoritmi». Insomma, il fattore umano non cederà il passo, e quello che si importa sarà un modello ibrido che mescoli tecnologia e investimenti con l'apporto di risorse umane. «Il modello ibrido è quello che sembra più adatto perché i clienti hanno bisogno di qualcuno che li rassicuri, soprattutto quando i mercati vanno male. E i clienti, soprattutto quelli europei, sono in gran parte persone che trattano nella fascia d'età compresa tra i 45 e i 55 anni e non sono millennialis, come forse qualcuno si aspettava, dato che purtroppo la maggior parte di loro non ha ancora dei capitali da investire», rileva il direttore di **Solidifxport Srf**.

### UNA RIVOLUZIONE ALLE PORTE

I casi di scuola più famosi sono sempre gli stessi, e riguardano i più importanti società statunitensi del settore come Wealthfront e Betterment, a cui si sono aggiunti alcuni colossi come Vanguard o Schwab. Alcuni big del settore (Fidelity, Schroders,

BlackRock) sono entrate nel mercato acquistando alcune startup ma i numeri più importanti in questo segmento sono apparsi soprattutto delle società che hanno una rete "fisica" di distributori. «In Italia per il roboadvisoring ci sono grandi prospettive ma è ancora troppo presto per dire che sia qui la "fascia"», precisa ancora Gaziano. «I tassi di crescita sono eccezionali rispetto alle masse del risparmio gestito in modo tradizionale. E soprattutto, se si guarda all'ultima riga del conto economico, quasi nessuna di queste iniziative oggi produce utili, anzi, ne inghiotte in quantità spesso impressionante».

Le cose cambieranno? Quali è lo scenario per il risparmio italiano e per le società che guardano a questo settore? L'ultimo rapporto elaborato dalla società Juniper Research riguarda la gestione dei risparmi, dal titolo *Fintech futures*, stima che entro il 2022 il roboadvisory a livello mondiale toccherà i 4.100 miliardi di dollari di masse in gestione contro i 330 miliardi di dollari attuali mentre la società Aite Group offre stime nettamente più conservatrici, intorno a quota 1.500 miliardi di dollari. Le stime si avvicinano per il livello delle fee, che sono viste in calo allo 0,6% medio annuo. «Rispetto a qualche anno fa le previsioni hanno subito quasi un dimezzamento, dimostran-

do che conquistare i risparmiatori solo digitalmente non è una passeggiata come qualcuno troppo entusiasticamente raccontava», illustra Gaziano. «Il roboadvisoring può essere un mezzo, ma non il fine a cui chi investe è interessato. Per capire e comprendere le esigenze di un risparmiatore, soprattutto se non si tratta di esigenze basiliche o limitate a una piccola percentuale del portafoglio, difficilmente possono bastare un sito web, per quanto user friendly, o una app. Il modello low cost che diversi roboadvisor hanno adottato, ne spiega anche le difficoltà finanziarie: il prezzo basso non è sinonimo di valore, ma obbliga a fare più vendite per cercare di raggiungere il profitto». Questo si traduce in una minore possibilità di accumulare profitti da investire, per esempio, in ricerca e sviluppo; la concorrenza, inoltre, spinge facilmente a una rincorsa verso l'abbassamento dei prezzi, in modo da attrarre sempre nuovi potenziali clienti con la conseguenza che meno è sostenibile finanziariamente il proprio business e meno sarà possibile restare indipendenti. «E l'indipendenza non è un optional quando ci si propone sul mercato del risparmio come una società di consulenza finanziaria priva di conflitti di interesse», chiusi Gaziano. «Peraltro, dal punto di vista del business, non è così pacifico che ridurre-



Salvatore Gaziano, direttore investimenti di Solidifxport Srf