

## Uomini, finanza e robot: appunti per l'innovazione al servizio di boomers e millenials

---

*Business e human intelligence al servizio delle generazioni*

Convegno Ascosim: Robo-Advisor e dintorni la digitalizzazione del servizio di consulenza

Four Seasons Hotel Milano | 28 ottobre 2015

# Il problema sembra scomponibile...

...per tre generazioni



Millennials/Gen Y  
(nati dopo il 1990)

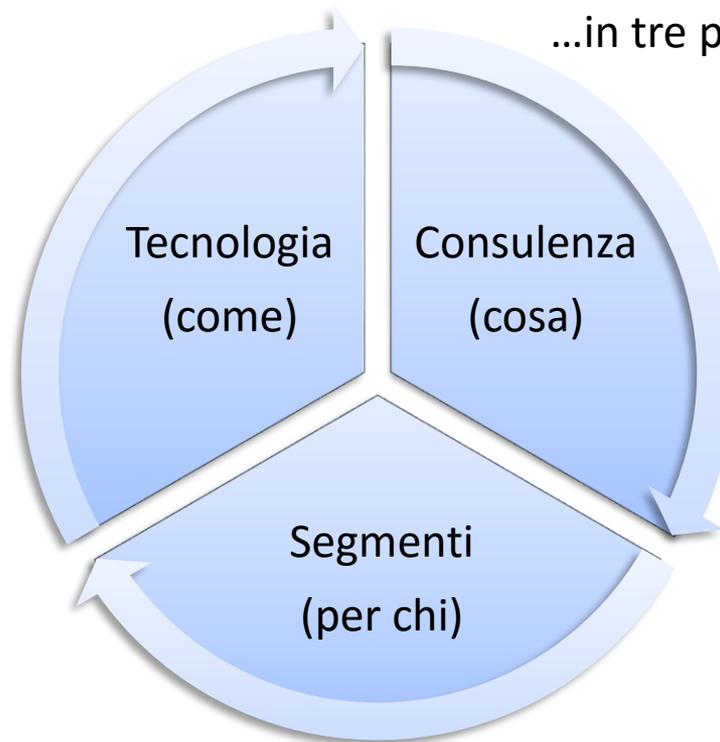


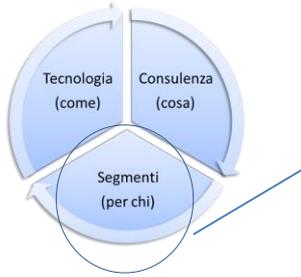
Gen X  
(nati dal 1965-1990)



Boomers  
(nati dal 1950-1965)

...in tre punti chiave





Il primo punto del problema:  
le persone ...

# A chi serve consulenza?

Essere digitali è un prerequisito della modernità ma non basta... Paradossalmente le ondate di giovani digitalizzati che sono transitati direttamente al 2.0 (focus su relazioni comunitarie...) senza passare dalla palestra (magari non bella ma utile) della **finanza 0.0** ed **1.0** con le sue lezioni (anche dolorose) tecniche e comportamentali .

Per assorbire innovazione bisogna:

1. poterla inserire in un quadro comportamentale ed attitudinale, personale e sociale, nel quale l'innovazione assume significato concreto ed operativo
2. Essere in grado poi di maneggiarla, cognitivamente e tecnicamente



Sai cos'è

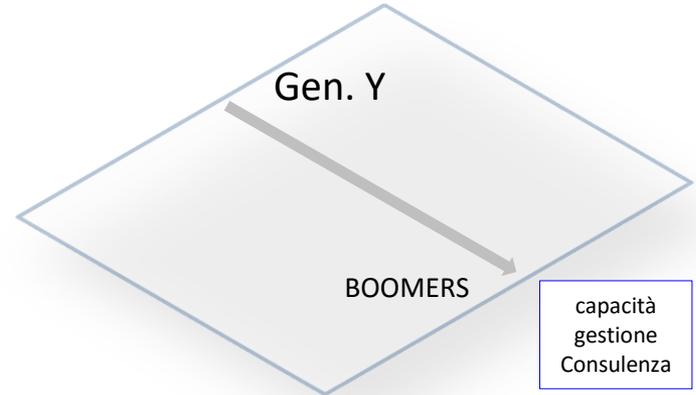


Sai come usarla

Il che significa sapere come usare la consulenza finanziaria tout court, conoscerne l'utilità, i concetti di base, la stessa gestione base degli investimenti, avere confidenza con la banca e le sue micro-tecnicalità, la categoria dei prodotti, etc, in sintesi l'educazione finanziaria dalla A alla Z....

Competenze, patrimonio e percezione del bisogno di consulenza sono nelle mani delle generazioni più mature.

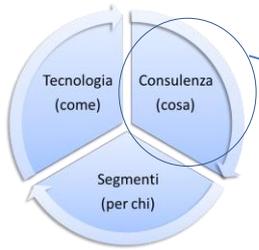
Le generazioni più giovani soffrono ancora di un **«investment divide»**



Il primo lavoro da fare non è tecnologico...  
forse ha a che fare con i modelli di business...

*...I giovani adulti, sotto i 45 anni, sono solo il 25% dei sottoscrittori di fondi e detengono un patrimonio complessivo pari al 13% del totale..... nelle fasce d'età più elevate, ... gli over 65 ... rappresentano il 34% dei sottoscrittori e detengono il 46% del patrimonio investito...*

Assogestioni, Aprile 2015



Il secondo punto del  
problema: la consulenza...

# Quanta consulenza serve agli italiani?



# I bisogni degli italiani in materia di consulenza

La ricerca Assoreti-GfK 2015 ha detto che potenzialmente gli italiani hanno enormi bisogni di consulenza ...

Consulenza fiscale per la dichiarazione annuale dei redditi

Consulenza sulla propria professione e lavoro

Consulenza sulla propria pensione futura

Consulenza per la gestione del proprio bilancio familiare

Consulenza per la gestione del risparmio

Consulenza sulla gestione ottimale della tecnologia

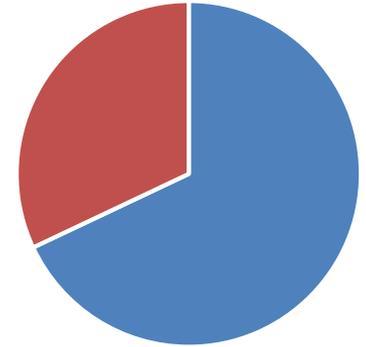
Consulenza sull'educazione finanziaria in generale

Consulenza sull'orientamento alla professione o agli studi dei figli

Consulenza per l'acquisto/vendita o la ristrutturazione di immobili

Consulenza per la gestione ottimale dei finanziamenti

**Utilità percepita**  
per ognuna di queste forme di consulenza : dal 68% al 47% dei risparmiatori

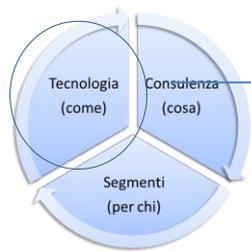


■ utile

**Copertura attuale dei bisogni :**  
oggi inferiore al **50%**, in media  
(tranne sulla consulenza x dichiarazione dei redditi...)

La consulenza si nutre di informazioni sulla persona, inserite in modelli professionali e di business. Abbiamo strumenti e siamo pronti a fare i personal trainer della famiglia italiana?





Il terzo punto del problema:  
la tecnologia ...

# Quale mix tecnologico serve agli italiani?

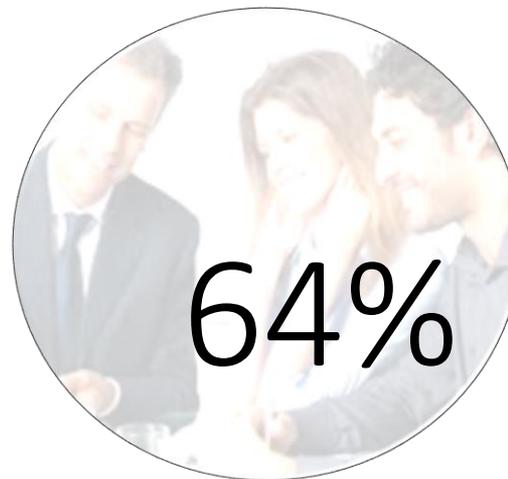
## Cosa sceglierebbe...?



...Un sistema di robo-advisory



...un mix fra i due



... un buon consulente umano

Il restante 20% a 100% risponde: «non so», «non sento il problema»...

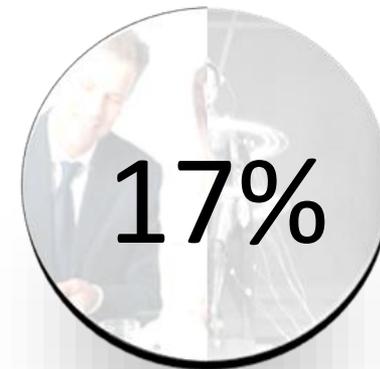
Dati su popolazione adulta | Financial Innovation in Italy 2015  
Eumetra Monterosa, Ottobre 2015

La Gen Y conferma che  
alla tech ed alla  
business intelligence va  
affiancata tanta  
human intelligence...

Interessati ad un mix fra i due sistemi  
(buon consulente umano supportato da buona tech )



Totale Italia



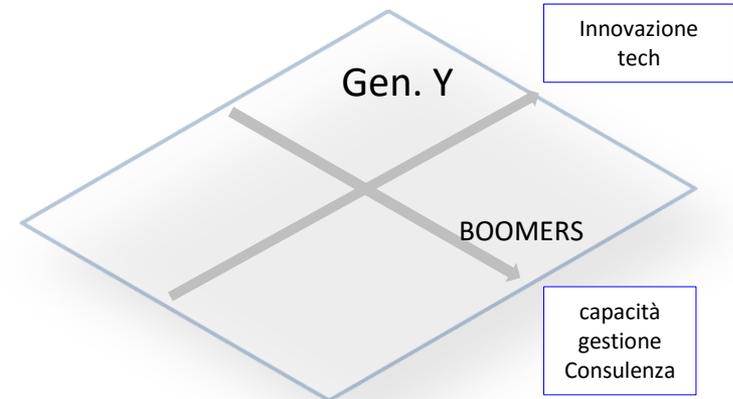
Gen Y

Il restante 20% a 100% risponde: «non so», «non sento i problema»...

Dati su popolazione adulta Financial Innovation in Italy 2015  
Eumetra Monterosa, Ottobre 2015

I primi risultati dei test di mercato mostrano che **ci sono opzioni diverse su generazioni e segmenti di mercato diversi.**

- Nuovi mix di servizio e nuovi modelli di business
- Nuova qualità della consulenza
- Nuove competenze tecniche ed emotive per i consulenti



Quali mutamenti comporta per l'Offerta?

**Abbiamo visto ancora poco del contributo del mondo digitale** al cambiamento del nostro comportamento, ed al servizio dei nostri bisogni.

La **robo-consulenza difficilmente sostituirà la consulenza umana**, più probabilmente (suggeriscono le ricerche) entrerà nella **toolbox dei consulenti** (e dei player finanziari), a patto di una evoluzione di tutto il sistema ....

Per le imprese

Cambiare i modelli  
di business?



Per i professional

cambiare le  
competenze?



cambiare i rifornimenti  
emotivi?

La **robo-consulenza** non sembra destinata ad essere lo strumento di alfabetizzazione della Gen Y ed adiacenti...

Il potenziale maggiore (ed il pericolo maggiore) della **robo-consulenza** sta anche in Italia in un segmento medio-adulto dai 40 ai 60 anni, finanziariamente colto...

Forse la famosa generazione Y avrebbe bisogno di 1-2 sessioni-anno con un buon consulente seguita da soluzioni finanziarie semplici ed automatiche (un cyber saving plan evoluto che risolve la questione?)

Con una modesta provocazione: in fondo la Gen. Y non è profittevole, è troppo povera. La lasciamo in pasto ai cyber-advisors e cyber-product o ci inventiamo altri modi per servirla con efficienza?



E per farlo, la nostra finanza è impostata correttamente per il nuovo mondo?

La sfida dunque appare molto più complessa e richiede una finanza che sia in grado di uscire dai luoghi comuni (anche legati all'innovazione) aprirsi alle sfide della tecnologia (che hanno appena scalfito le mura delle abitudini, anche finanziarie, delle persone). Soprattutto alla **sfida di servire clienti veri e reali, con bisogni impliciti spesso più evoluti della capacità dell'offerta.**

La **business intelligence** sta nell'applicare la tecnologia alle persone reali.

La **human intelligence** sta nel saperle interpretare nei bisogni, nei linguaggi e nella loro evoluzione.

**Non solo modelli tecnologici** (orientamento al prodotto, anche se evoluto) **rivolto a persone virtuali.**  
Per un motivo semplice....

... non funziona

# Grazie dell'attenzione

Email to: [fabrizio.fornezza@eumetramr.it](mailto:fabrizio.fornezza@eumetramr.it)

In collaborazione con :

**ex**celle  
business consulting & intelligence

**do**|g|ma  
research & consulting

**eumetra**  
monterosa

---

**Eumetra Monterosa S.r.l.**

Sede Legale e Amministrativa:

viale Monte Rosa, 19 - 20149 Milano

[eumetraMR@legalmail.it](mailto:eumetraMR@legalmail.it)

P.IVA 09194440963 | REA: MI 2074968