

Fund Selection: arte o scienza

Dai portafoglio modello
all'architetto del benessere

Paolo D'Alfonso
Responsabile Marketing e Prodotti

Ascospim: 19/4/2017



1998 : l'anno del benchmark

L'introduzione del **benchmark** è stata sancita nel 1998 dalla Consob che ha imposto alle SGR l'utilizzo di un parametro oggettivo di riferimento, costituito da uno o più indici finanziari e coerente con i rischi connessi alla gestione del fondo comune, con il quale confrontare il rendimento del fondo stesso.

I principali vantaggi dell'utilizzo del benchmark sono i seguenti:

IDENTIFICAZIONE DELL'INVESTIMENTO

Il benchmark esplicita la rischiosità ex-ante di un'asset class e quindi della tipologia d'investimento, assistendo il risparmiatore nella ricerca della soluzione coerente con i propri obiettivi.

VALUTAZIONE DEI RISULTATI DEL FONDO

Il benchmark permette di misurare, su un orizzonte temporale coerente con le caratteristiche dell'investimento, la qualità della gestione.

Tratto da Eurizoncapital: educazione finanziaria



Quanta soddisfazione...

In Europa, 4 Fondi Azionari su 5 gestiti attivamente non hanno battuto il benchmark, e la percentuale sale all'86% su un orizzonte di 10 anni. L'analisi, condotta da S&P, mostra una percentuale del 98,9 % per I fondi azionari USA, 97% per gli emerging market funds 97,8% per I fondi azionari globali

Persistenza: di 660 fondi azionari nel **I Quartile** nel 2012...

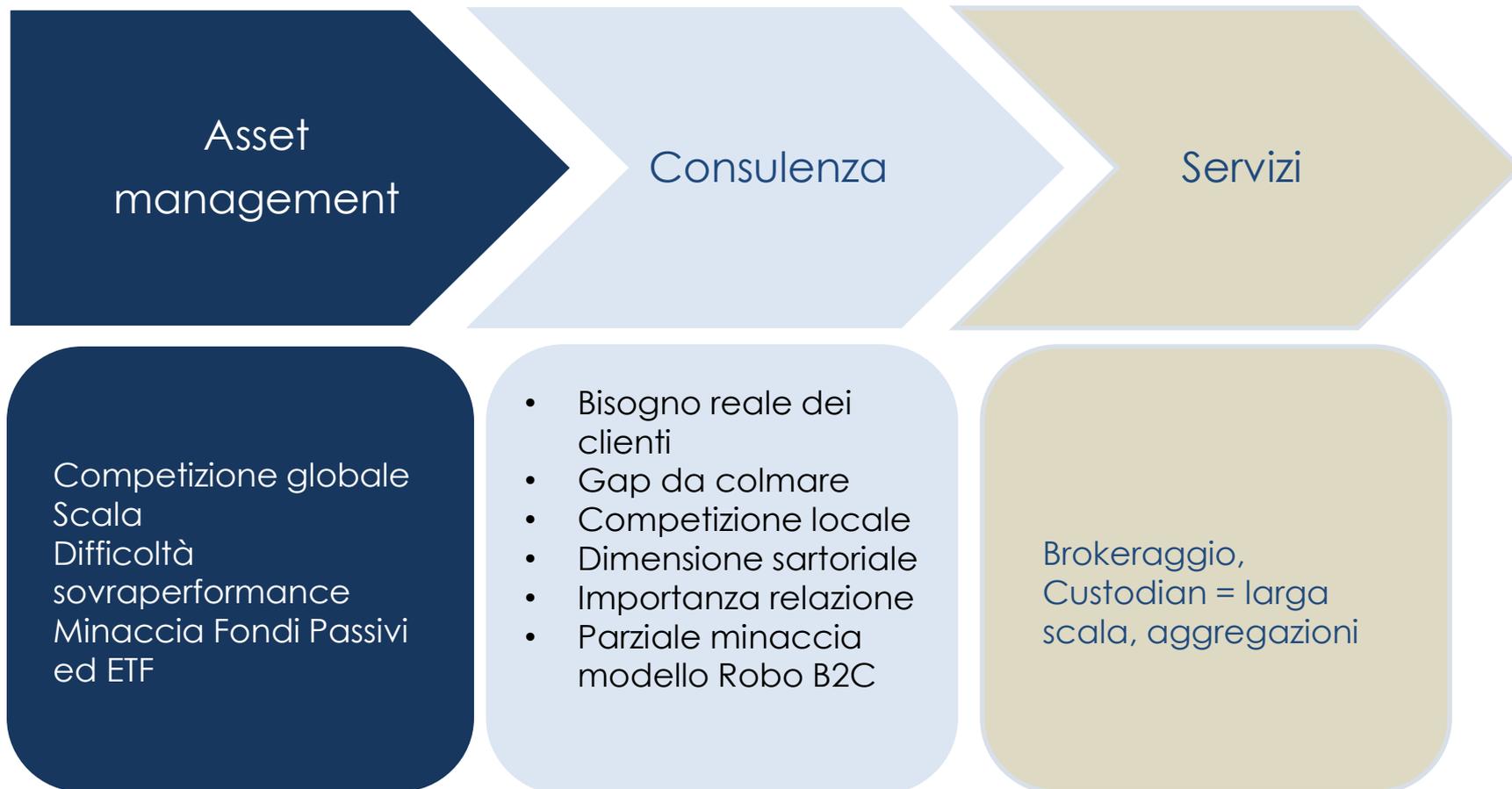
nel 2013 ne era rimasto il **40%**

nel 2014 ne era rimasto il **3,5%⁰**

nel 2015 ne era rimasto il **0,4%**

nel 2016 ne era rimasto **nessuno**

Condizioni favorevoli



Troppo difficile?

Decide gli investimenti da solo , a seguito di consigli di amici e famiglia 60%

Chiede a professionisti 30%

Delega a terzi le decisioni 10%

Contattati meno di una volta l'anno senza alcun consiglio 35%

Di cui metà abbandonati

Contattati una volta l'anno senza alcun consiglio 20%

Ns elaborazione su
Consob: rapporto 2016 sulle scelte di investimento delle famiglie italiane

Bisogno dei clienti

Conosce relazione inversa tassi/bond 11%

Ha idea di quali possano essere i ritorni di LT delle varie asset class 16%

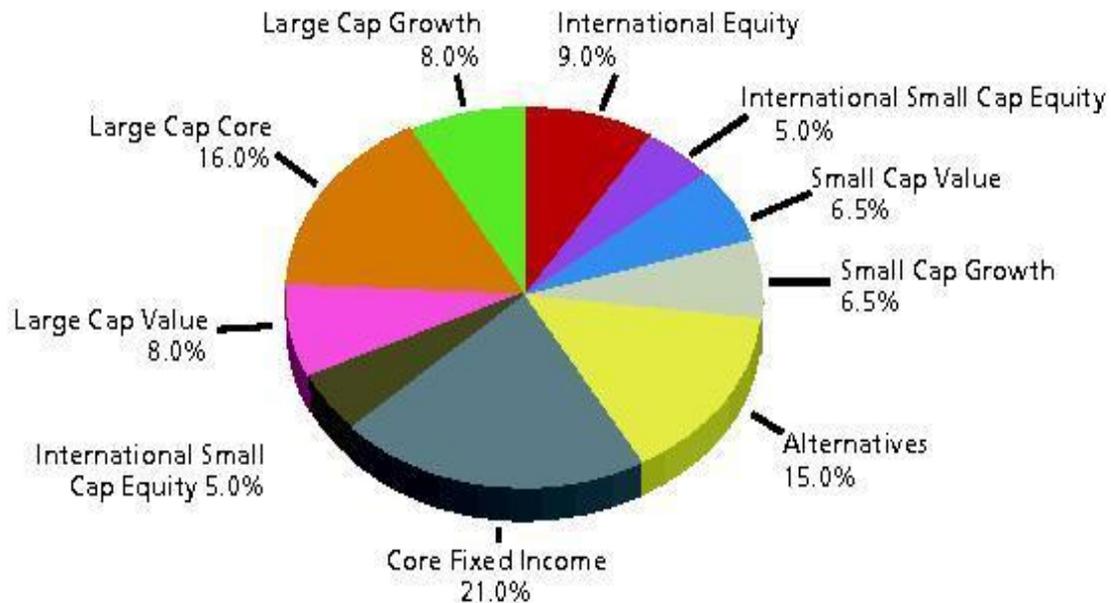
Sanno mettere in ordine le asset class per livello di rischio 20%

Sanno definire le caratteristiche di un OICR 27%

Necessità di
semplicità e
affiancamento

Consob: rapporto 2016 sulle scelte di investimento delle famiglie italiane

Modelli di servizio



I portafoglio
modello per
profili di
rischio

Modelli di servizio



I portafoglio
core-satellite

Modelli di servizio



La piramide
dei bisogni

Modelli di servizio



Il patrimonio
finanziario,
immobiliare,
artistico
tax planning

Modelli di servizio

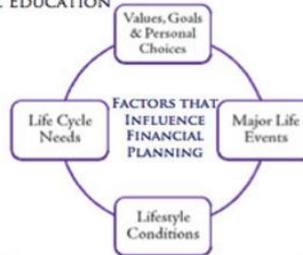
L.11.2.F1

LIFE CYCLE OF FINANCIAL PLANNING

FAMILY ECONOMICS AND FINANCIAL EDUCATION

FINANCIAL PLANNING

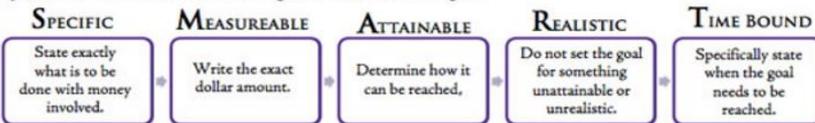
Financial needs continually change throughout an individual's lifetime. Many people follow similar financial patterns during their life. However, everyone has an individualized financial plan that is dependent on many different factors in an individual's life. **Financial planning** is a tool used to achieve financial success based upon the development and implementation of financial goals. It is important to use financial planning to help a person avoid financial difficulties. By having well-written financial goals and implementing them into a financial plan, a person will have the means to achieve the standard of living they desire. An individual's values, goals, personal choices, major life events, lifestyle conditions, and life cycle needs work together to determine the details of an individual's financial plan. As these factors change, so does an individual's financial plan. Financial planning is an ongoing process that is affected by expected as well as unexpected events.



Many people follow a similar financial pattern during their life, but everyone has an individualized financial plan.

FINANCIAL GOALS

Financial goals are specific objectives to be accomplished through financial planning. Goals should be consistent with personal values and attitudes. Financial goals should be SMART goals.



LIFESTYLE CONDITIONS

Lifestyle conditions are affected by an individual's values, goals, personal choices, major life events, and life cycle needs. Any lifestyle condition changes may require an individual to re-evaluate their financial plan. People may change careers, start careers, or start families late in life. For example, a single 40 year-old with no children will be focusing on different financial plans than a married 40 year-old with 2 children.



Il financial planning

La storia si ripete ?



GPM



GPM Personalizzate



GPM Preventivo Assenso



Consulenza Portafogli modello

Consulenza

=

Portafoglio
Modello



=

Benchmark

La storia si ripete ?



GPM

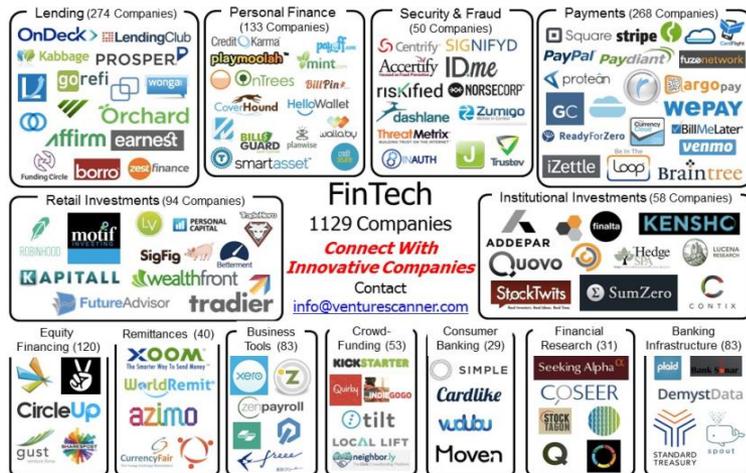
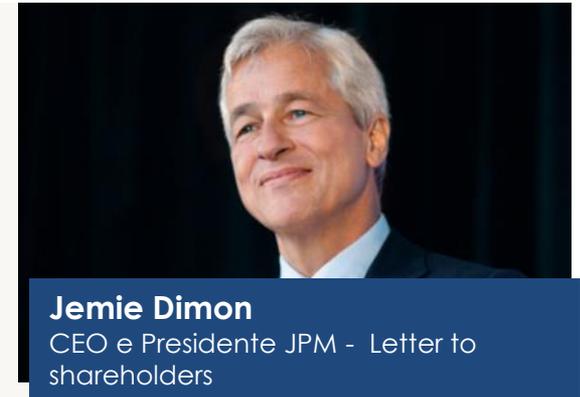
Consulenza

Delega
Informazione
Specializzazione
Tecnica

Condivisione
Relazione
Ampiezza
Semplicità

Silicon Valley è in arrivo

...Ci sono centinaia di start-up tecnologiche, con un sacco di cervelli e di soldi, che stanno lavorando su varie alternative al tradizionale **sistema bancario**. ...ognuna di esse ha un solo obiettivo: **portare via** una fetta della torta delle **commissioni proprie del sistema bancario**.

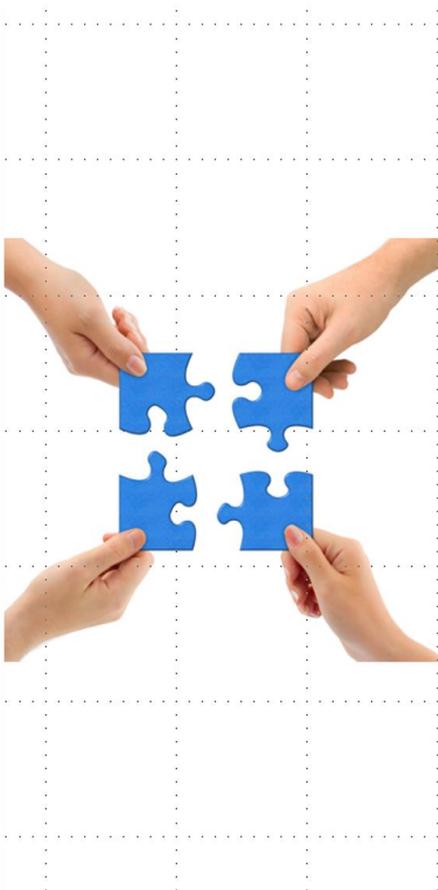


Venture Scanner

Le società **Fintech** sono minacciose

- per la grande capacità di saper **elaborare dati**
- per il potenziale **esodo** dei clienti
- per come **alzano l'asticella del servizio atteso** dal cliente

Architetti del benessere



Architetti del benessere

Sequenziale

Non lineare

Logico

Emozionale

Analitico

Empatico



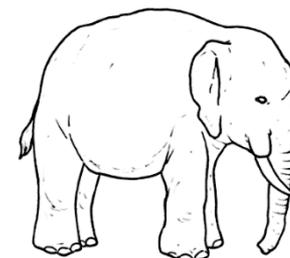
Q.I.

E.Q.

Regola 5 : 95



La Guida



L'Elefante

Le 4 caratteristiche apprezzate

Capacità di capire le mie necessità e obiettivi

Parlare un linguaggio semplice

Aiutarmi a evitare scelte sbagliate

Occuparsi di me e farmi sentire importante

E l'assenza
di conflitti di
interesse??

Consob: rapporto 2016 sulle scelte di investimento delle famiglie italiane

Competizione a
livello diverso

Un Cliente,
Un modello

Parlare a me, le
mie aspirazioni,
la mia famiglia

Parola d'ordine:
pluralità

No stili di vita
ma occasioni di
vita

Da Evocazione
a Vocazione

Credibilità nel
lungo termine

Partnership
con il cliente

Personalizzare e
progettare



*“Il sogno dei vostri
clienti è una vita
migliore e più felice.
Non vendere prodotti,
arricchisci le loro vite”*