



# Il presente ed il futuro del retail banking

---

*Intervento al convegno Ascospim*

Milano, 21 Settembre 2016

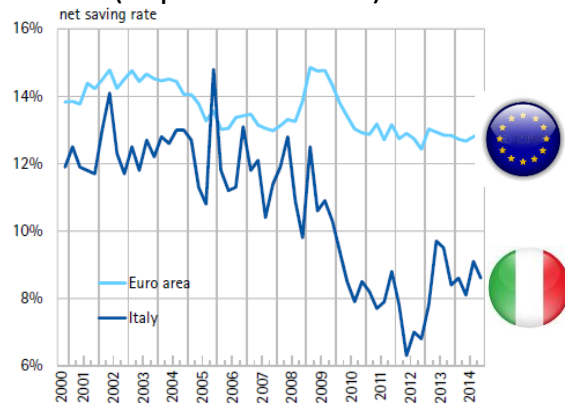
## Prima di tutto l'innovazione è sociale e poi tecnologica

*Le famiglie italiane hanno cambiato consumi e comportamenti in materia di gestione del denaro, hanno legato maggiormente consumi, risparmi ed investimenti. Hanno meno soldi e devono proteggere e valorizzare gli asset accumulati (anche nei beni reali) per progettare il futuro...*

La crisi non ha snaturato i tratti fondamentali del paese...

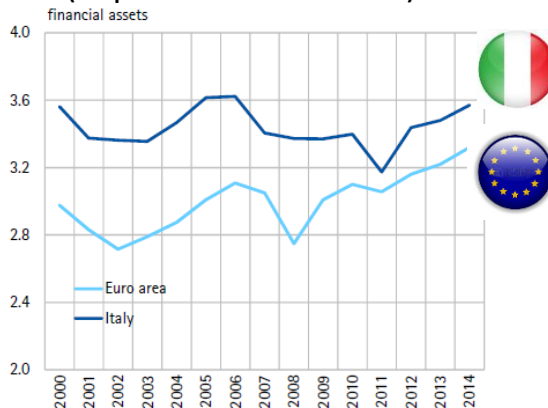
## Flussi

(risparmio nuovo)



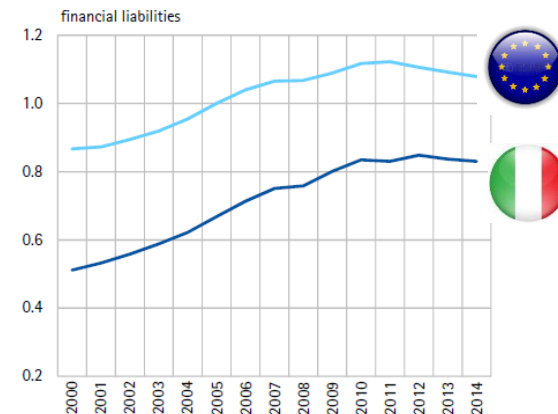
## Stock

(risparmio accumulato)



## Debiti

(famiglie)




Consob Rapporto sugli investimenti delle famiglie italiane primavera 2016

*La gestione socialmente produttiva dello stock di risparmio è una priorità nazionale... l'indebitamento (per buone cause) può crescere ancora ...*

*Le famiglie oltre a consumare hanno progetti nel cassetto: sulle dotazioni e (soprattutto) sulle persone..*

Quota di famiglie con almeno un progetto sulle **dotazioni**


37%



- Risp. energetico abitazione
- Comfort abitazione
- Sicurezza abitazione
- Abbellimento casa
- Acquisto Casa
- Acquisto auto/moto
- Tecnologia x casa  
(eldom, tv, domotica, etc.)

Quota di famiglie con almeno un progetto sulle **persone**

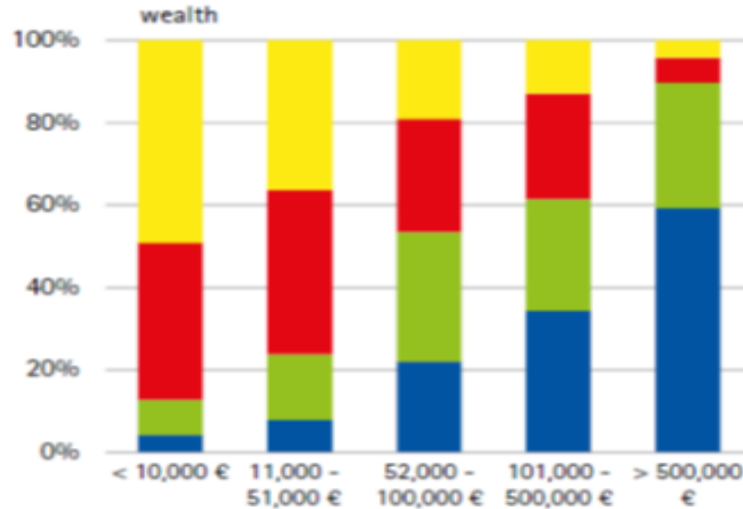
55%



- Spese mediche
- Vacanze
- Cura della persona
- Cultura
- Tempo libero
- Formazione
- Sport
- Dotazioni elettroniche (personali)

C'è bisogno di consulenza, tanta e di qualità a giusto prezzo...

*Stando ai dati rilevati presso i clienti anche secondo i regolatori c'è ampio spazio per una consulenza sana e rispettosa dei progetti e delle preferenze della famiglia...*



Nessuna consulenza

Consulenza passiva

Consulenza generica

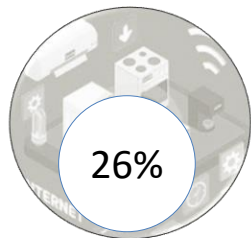
Consulenza MIFID

La tecnologia è già nella vita delle persone anche in modo intensivo, con un potenziale molto grande , ma una capacità di risolvere problemi, semplificare la vita, costruire benessere, ancora limitata...

Quanti italiani posseggono...

IoT @ Home  
(nelle case...)

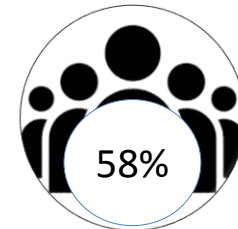
Almeno una...



- smart tv*
- antifurto domestico con controllo remoto (con telecamera o senza)*
- elettrodomestici collegati Bluetooth o wi-fi*
- videocamere/webcam bluetooth o wi-fi*
- speaker/ altoparlanti connessi (Bt/WiFi)*
- lampadine/ luci controllo remoto*
- termostati controllo remoto (Bt o wi-fi)*

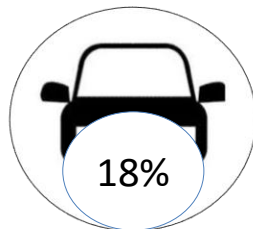
IoT «wearable»

Almeno una...



- smartphone*
- tablet*
- auricolari o cuffie senza fili (in casa o fuori: es casco moto)*
- orologio da polso elettronico che si collega al cellulare/ smart watch*
- braccialetti fitness elettronici (contapassi, pulsazioni, etc)*

IoT on board  
(l'auto)...



- auto con assicurazione dotata di sistema satellitare (scatola nera)*
- auto con connessione interne (bluetooth...)*



*Ma la tecnologia non è la chiave del cuore degli italiani... la tecnologia deve essere un «abilitatore relazionale», lo avevamo già detto l'anno scorso, non possiamo che confermarlo. Ma non solo nell'investimento, anche nel banking , nell'insurance, etc.*

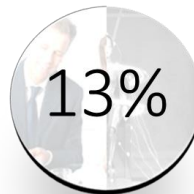
La «minaccia» FINTECH : La  
tecnologia ed il robo-advisory in Italia

*Nuove prospettive e nuovi  
blend human & tech...  
Non sembrano un pericolo,  
ma richiedono ai professional  
un aggiornamento costante...*

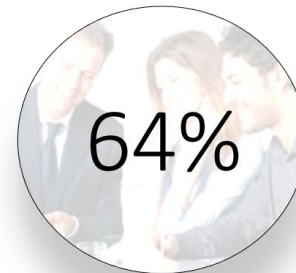
Cosa sceglierebbe...?



...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

*A proposito di relazione, torniamo a preoccuparci di riprendere la relazione con gli italiani : il mondo bancario e finanziario (non solo le banche più in crisi) si è concentrato su sé stesso.*

*Va ripresa la leadership vs le famiglie ed il paese, raccontando quale è il disegno di finanza (banking e non solo) sostenibile nei prossimi 20 anni...*

In questo periodo le banche italiane ...

Estate 2016

...sono protagoniste ed attive nel supportare la ripresa, l'innovazione e l'economia nell'Italia

20%

...la leadership sociale delle banche stenta ad essere percepita...

...stanno aiutando le imprese

16%



...qualche giudizio più benevolo (ma sempre di molto sotto il 50%) dall'élite colta e dagli imprenditori...

...stanno aiutando le famiglie

10%

*Selfish persons are incapable of loving others, but they are not capable of loving themselves either.*

(Erich Fromm)

Maggio 2016

Le banche stanno pensando a sé stesse

87%

Le banche italiane in questo periodo sono occupate soprattutto a tagliare i costi (sportelli e personale)

50%

...in pochi odiano veramente le banche (non è tanto la rabbia che traspare, quella emergeva di più quando le si pensava «potenti e cattive»)

...in molti stanno sviluppando dubbi sulla loro capacità di essere leader della società

Il problema non riguarda qualche banca in crisi...

La domanda sembra più profonda e tocca il senso della banca in una società contemporanea...

Tanti e auspicati da famiglie ed imprese



**Sia sul piano operativo:** l'efficienza delle struttura, una reale centratura sui bisogni dei clienti in fortissima evoluzione, una capacità di personalizzazione industriale, di time to market e di flessibilità... che significa allinearsi al mondo della 4° rivoluzione industriale...



**Sia sul piano strategico:** anche il piano della strategia e della filosofia, del rapporto complessivo con il paese. Oggi le banche subiscono (talvolta anche ingiustamente). Quello che serve è una nuova leadership della banca ed una ridefinizione del suo ruolo nei prossimi 20 anni (non trimestri) verso famiglie, imprese ed il paese....

# Grazie dell'attenzione

Fabrizio Fornezza  
Presidente Eumetra Monterosa  
fabrizio.fornezza@eumetramr.it

*I dati di ricerca del presente documento non possono essere diffusi pubblicamente su qualsiasi media senza il consenso scritto dell'istituto. Possono essere usati in contesti aziendali interni e non pubblici citando la fonte.*



FOLLOW US

eumetra  
monterosa

Eumetra Monterosa S.r.l.

Sede Legale e Amministrativa:

viale Monte Rosa, 19 - 20149 Milano

Tel. +39 02 22 19 83 60 | Fax +39 02 22 19 83 62

[info@eumetramr.it](mailto:info@eumetramr.it); [eumetramr@legalmail.it](mailto:eumetramr@legalmail.it)

P.IVA 09194440963 | REA: MI 2074968

