

Milano, 9 Aprile 2018

## CNP PARTNERS: FORMICHINE, EASY TOUCH, TRADER O SPARING, LA MAGGIORANZA DEGLI ITALIANI ANCORA LONTANI DA UNA PIANIFICAZIONE FINANZIARIA EFFICIENTE

PIÙ DELLA METÀ DEGLI ITALIANI NON HA MAI INVESTITO IN PRODOTTI D'INVESTIMENTO, I GIOVANI ANCORA POCO COINVOLTI NELLE SCELTE DI GESTIONE  
LO STUDIO IN COLLABORAZIONE CON SWG SARÀ PRESENTATO AL SALONE DEL RISPARMIO, IL 10 APRILE ALLE ORE 16.45

Gli italiani sono consapevoli della difficoltà di **riuscire a mantenere un tenore di vita "sostenibile"** in futuro, ma non hanno ancora la consapevolezza necessaria per **provvedere ad una pianificazione finanziaria efficiente**.

Sono questi i risultati di una ricerca realizzata da **SWG** in collaborazione con **CNP Partners**, la società del Gruppo **CNP Assurances** attiva in Italia nei settori del risparmio e della protezione della persona. Lo studio, realizzato con metodo misto (CATI/CAWI) si basa su un campione di 1000 persone, di età compresa fra i 35 e i 70 anni, responsabili o corresponsabili delle decisioni finanziarie delle famiglie.

### Lo scenario

In dettaglio, dallo studio emerge che **l'81% degli intervistati** (con un **picco dell'85% nella fascia di età 45-54 anni e dell'83% fra coloro che convivono con i loro figli**) è consapevole del **rischio che la pensione** che ricevono o riceveranno **possa non essere sufficiente** a rispondere alle esigenze loro e delle loro famiglie in futuro.

**Il 78% del campione teme di trovarsi in difficoltà economiche** senza poter contare su un aiuto concreto da parte delle istituzioni (**la percentuale sale all'82% nella fascia compresa fra i 35 e i 44 anni e fra coloro che non hanno figli**), mentre ben **l'86% degli intervistati con figli conviventi teme di non poterli aiutare economicamente qualora ne avessero bisogno**.

## Gli orientamenti dei risparmiatori

In questo contesto, **gli orientamenti del campione nei confronti del risparmio sono molto diversi e consentono di identificare 4 profili di “risparmiatori”:**

- **i little beaver o formichine**, che corrispondono al **57% del totale**, che reagiscono all'incertezza essendo molto **attenti al risparmio** e che tuttavia **considerano i prodotti d'investimento qualcosa di complesso e rischioso**. Se investono lo fanno nella prospettiva primaria di **proteggere il futuro salvaguardando il capitale**.
- **gli easy touch**, pari al **38% del campione**, sono **poco propensi alla pianificazione finanziaria** ed estranei al mondo degli investimenti, ritenuti troppo complessi;
- **i trader (17% del totale)**, dotati di una buona conoscenza del mondo degli investimenti finanziari, **considerano invece i prodotti d'investimento il miglior modo di far fruttare e accrescere il capitale**, e quindi una fonte di serenità per il futuro;
- **gli sparing, pari al 10% del totale**, tendenzialmente giovani, ma che hanno già costituito una famiglia, sono molto attenti alla pianificazione e **investono in prodotti finanziari puntando sia al rendimento che alla protezione del capitale**, per garantirsi una vecchiaia serena e per poter sostenere i progetti futuri dei loro figli.

## Le scelte d'investimento

In linea con i profili delineati, lo studio fa emergere che **più della metà degli intervistati non ha mai investito in prodotti d'investimento**.

In particolare, il **25% del campione** tiene ancora i **soldi liquidi sul conto come forma di “auto-assicurazione”**, il **27% non ha mai pensato di utilizzare strumenti di investimento**, mentre il **30% ha pensato di farlo ma ha poi accantonato l'idea**.

Tuttavia, il **30% circa degli italiani** guarda ai prodotti di investimento come strumenti per proteggere **il capitale e “il futuro delle famiglie”**, e **considera gli investimenti in maniera separata rispetto alla protezione e all'assicurazione**, che ha invece specificamente la funzione di **“garantire” il reddito e proteggere il capitale umano**.

In dettaglio, il **31% del campione** (33% uomini e 28% donne, con un picco del 51% fra gli intervistati con figli fuori casa) **investe con l'obiettivo di salvaguardare il tenore di vita della famiglia**, mentre il **27% punta soprattutto al rendimento** (in maggioranza le donne, pari al 29%, rispetto al 27% degli uomini).

## Il ruolo dei figli: ancora poco coinvolti

Dallo studio emerge inoltre che il **58% degli investitori non coinvolge i figli** – o li coinvolge in maniera marginale – **nelle decisioni d'investimento**. Ciò rappresenta **un notevole rischio per il futuro**, poiché spesso non dà loro la possibilità di sviluppare la consapevolezza dell'importanza della pianificazione finanziaria.

Da questo punto di vista assumono un ruolo fondamentale i **consulenti finanziari**: il **53% degli intervistati** riconosce loro un importante **ruolo di aiuto nel trasferire competenze finanziarie all'interno del gruppo familiare**.

## **L'opportunità di un ruolo a 360°: il consulente life planner delle famiglie**

Dallo studio emerge con chiarezza l'opportunità per l'industria finanziaria di far leva sulla **figura dei consulenti e sulle reti** per guidare **un'evoluzione culturale nelle famiglie italiane**, che implichi anche un progressivo **passaggio generazionale**, con il coinvolgimento sempre maggiore dei giovani nelle scelte d'investimento delle famiglie.

I consulenti sono così chiamati a divenire sempre più veri e propri **life planner**, supporto alle famiglie nella **pianificazione finanziaria a lungo termine, che unisca i temi del risparmio e della protezione e che abbracci le esigenze delle diverse generazioni**, contribuendo anche a formare **una nuova leva di investitori consapevoli**. Un ruolo cardine e di grande valore, come quello storicamente degli avvocati e dei notai di famiglia, a cui ancora **il 40% degli italiani** si rivolge anche su temi finanziari.

**Francesco Fiumanò, Chief Commercial Officer di CNP Partners** ha commentato: *"Abbiamo realizzato questo studio in collaborazione con SWG perché riteniamo sia fondamentale promuovere l'importanza della pianificazione finanziaria fra le famiglie italiane e soprattutto fra i giovani, che hanno il potenziale per divenire investitori attenti e consapevoli. È infatti necessario che gli italiani adottino un approccio di lungo termine al risparmio, che può garantire la serenità del loro futuro molto più del capitale lasciato liquido sul conto corrente. In questo senso, hanno per noi un ruolo cruciale i consulenti e le reti, con cui lavoriamo in stretta collaborazione, che possono aiutare le famiglie nel mettere a fuoco le loro esigenze nelle diverse fasi di vita e nell'individuare sempre le migliori soluzioni finanziarie, combinando in maniera equilibrata gli obiettivi di rendimento e di protezione del capitale, anche e soprattutto umano".*