

Una finanza più democratica

di Nicola Carosielli

Uno dei vantaggi portati dalle nuove tecnologie, come nel caso del robot-advisory, è la migliore personalizzazione dell'offerta. Una possibilità che, tramite l'analisi dell'enorme quantità di dati ormai a disposizione, consente al banker di gestire nel dettaglio il comportamento di un risparmiatore, andando a definire il cosiddetto approccio di tipo comportamentale d'investimento con propensione al rischio e orizzonte temporale ad hoc. A questo modello si è rifatta, per esempio, CheBanca! del gruppo Mediobanca, proponendo così ai suoi clienti scelte d'investimento migliori scegliendo tra oltre 56 sgr e più di 9 mila fondi, filtrati dal servizio Yellow Advice. In questo modo «il cliente ha più chiari i suoi obiettivi, si forma una cultura finanziaria, partecipa e dialoga velocemente con la banca mentre quest'ultima riesce a

monitorare e ribilanciare eventualmente con costante periodicità i portafogli», ha spiegato il direttore investimenti, Marco Parini, durante la seconda giornata della Milano Finanza Digital Experience Week, specificando che «il servizio è sempre af-

fiancato da un comitato fisico d'investimenti che gestisce le operazioni». Al momento hanno scelto il servizio di CheBanca! 3.500 clienti, non solo dai 50 anni in su ma anche sui 30-40 anni. Una dimostrazione di quella che Luca Valaguzza, responsabile prodotto di Euclideia sim, ha definito «democratizzazione dei servizi finanziari perché

vengono coperte fasce di risparmiatori finora non servite, magari con patrimoni più piccoli», concludendo che «i robot della finanza sono come il pilota automatico: si disinnesta quando compaiono variabili esogene (le elezioni italiane) e interviene il comitato d'investimento». (riproduzione riservata)



Luca
Valaguzza