

FINTECH

CONSULENZA

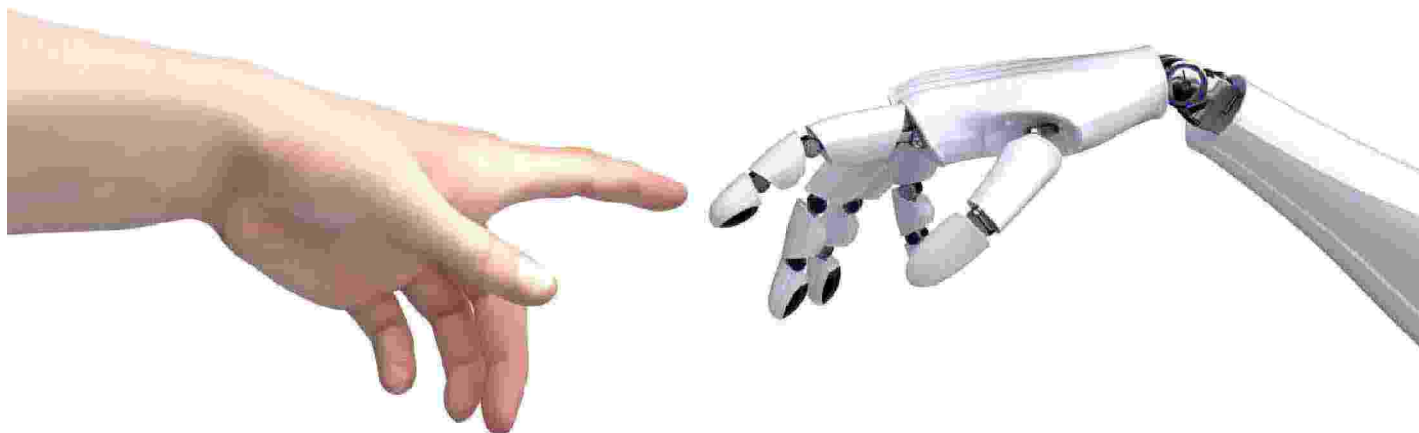
Uomini e robot a caccia dell'investimento perfetto

Mentre si moltiplicano le piattaforme online che costruiscono portafogli personalizzati affidandosi esclusivamente a un algoritmo, c'è chi continua a pensare che solo le soluzioni miste consentano di ottenere i risultati migliori.

Anche gli sviluppatori che rendono possibile il fintech mettono in guardia dall'utopia di un mondo senza umani. Mentre i professionisti sentenziano:

la tecnologia non può essere un sostituto, ma solo un supporto

Filippo Fattore



Qualche tempo **David Orban**, guru dell'intelligenza artificiale, presidente della Singularity University e fondatore di diverse società hi-tech, ha risposto quasi stupito a chi gli chiedeva se avrebbe affidato i suoi soldi a un robot: «Certo che sì, allo stesso modo mi fido più di un architetto che usa il computer per i suoi calcoli di stabilità strutturale delle case piuttosto che di colui che fa i suoi schizzi su carta e matita».

Il ragionamento non fa un grinza. E anche in Italia, dove i timori causati dall'innovazione sono ancora forti, si inizia a rendersi conto. Secondo un'indagine della società di gestione Legg Mason, il 21% degli italiani utilizza già un robo-advisor per avere una consulenza, dietro gli Stati Uniti (27%) ma prima di Spagna (17%), Francia e Germania (11%). Un fenomeno che spiega la recente mossa di Mediobanca, che con l'acquisizione di Ram Active Investment ha deciso di puntare un'altra fide sul terreno degli investimenti informatizzati. Il gruppo guidato da **Alberto Nagel** è già stato protagonista, a inizio 2016, di una delle prime iniziative italiane di consulenza digitalizzata legate a una banca.

I robot di Mediobanca. Il progetto Yellow Advice di Chebanca! ruota intorno a una piattaforma online che, sugli esempi di società americane e britanniche, non è dedicata ai grandi capitali, ma aperta a tutta la clientela retail, con soglie di investimento accessibili (a partire da 20mila euro) e strumenti di educazione finanziaria. L'accesso è multicanale: il cliente ha la possibilità di gestire il suo portafoglio in modalità self, autonomamente, oppure in modalità help, con l'a-

iuto di un operatore via web, via telefono o anche, per i più tradizionalisti, direttamente in filiale. Attraverso un questionario iniziale (che è quello standard previsto dalla Mifid) la banca definisce il profilo di investitore, proponendo quattro tipologie, da quella più prudente a quella più spregiudicata. Poi, dopo aver chiesto di indicare l'obiettivo di investimento (cedole costanti, incremento del capitale, protezione dall'inflazione) fa una proposta. Se la soluzione piace, il portafoglio viene creato.

L'istituto guidato da **Gian Luca Sichel** definisce Yellow Advice «l'equilibrio perfetto tra tecnologia e consulenza umana». La piattaforma, infatti, mescola un servizio di consulenza finanziaria in carne e ossa, anche nelle forme promiscue della telefonata o della chat, e uno

riferimento. Per avere un'idea, il costo medio della consulenza indipendente, quella sulla carta più economica, che riceve solo un onorario da parte del cliente e non percepisce provvigioni da parte di banche, compagnie assicurative, Sim ed Sgr, oscilla dall'1 al 3% annuo.

L'algoritmo svizzero. Il successo dell'esperienza con Yellow Advice ha spinto Mediobanca a insistere su questa strada, anche nel campo dell'asset management. Qualche settimana fa è arrivata l'acquisizione del 69% della società svizzera Ram Active Investment, uno dei principali gestori sistematici europei. Ram basa le sue strategie di investimento sull'intelligenza artificiale, avvalendosi di un algoritmo che viene costantemente alimentato con dati, informazioni, teorie eco-

“ Il 21% degli italiani utilizza robo-advisor per la consulenza, dietro gli Usa (27%), ma prima di Francia e Germania (11%) ”

di consulenza informatizzata, automatizzando i processi che possono essere automatizzati allo scopo di offrire prospetti di investimento più economici e, nelle intenzioni, più precisi. Sulla precisione saranno i risultati di gestione a parlare. Sui prezzi il confronto è già possibile. I servizi offerti da Yellow Advice, infatti, prevedono una commissione dello 0,3% su base annua, da calcolarsi su tutto il capitale investito tramite la piattaforma. Non ci sono costi aggiuntivi per custodia e amministrazione dei titoli, servizio di deposito ed eventuali performance superiori rispetto ai benchmark di

nomiche e che basa le sue scelte all'analisi fondamentale, ovvero alla solidità, redditività ed efficienza delle aziende.

La valutazione dei fondamentali dovrebbe neutralizzare le inefficienze comportamentali, cioè le scelte trainate dagli eccessi dei mercati, evitando di restare invischiati in bolle e panic selling e assicurando performance migliori nel medio e lungo periodo. La società, che amministra attualmente circa 4,2 miliardi di euro, è stata fondata nel 2007 da tre giovani laureati (**Thomas de Saint-Seine**, **Maxime Botti** ed **Emmanuel Hauptmann**) con competenze

in materia di gestione del risparmio, econometria e ingegneria finanziaria. Tutti e tre rimarranno coinvolti nella gestione di Ram, con quote «significative», forti dei risultati raggiunti finora. La società opera 14 fondi focalizzati in gran parte sull'azionario, producendo, con soli 39 dipendenti, commissioni annue per quasi 40 milioni di euro, a cui si aggiungono «solide commissioni di performance», e un utile a due cifre (15 milioni nel 2017, secondo Intermonte).

«Mediobanca è fortemente impegnata nella creazione e sviluppo di un business di alternative asset management, attraverso la creazione di partnership strategiche con selezionati operatori», ha affermato Nagel, secondo cui Ram «è particolarmente qualificata per integrare la piattaforma di Mediobanca e diventare la base per lo sviluppo di strategie sistematiche di gruppo e un centro di innovazione e di generazione di nuove idee d'investimento».

La soluzione ibrida. La risposta di Intesa Sanpaolo all'avanzata dei robo-advisor è basata su una doppia strategia. Da un lato la banca guidata da **Carlo Messina** ha fortemente accelerato verso le nuove tecnologie. Al punto che qualche mese fa la Forrester Research, società di ricerca di mercato leader mondiale sui temi digitali, ha inserito la banca tra i sette player mondiali più evoluti in termini di profondità della trasformazione digitale intrapresa. Si tratta di uno dei tre istituti di credito presenti nell'elenco, insieme a Bbva e CaixaBank. Gli analisti di Forrester Research sottolineano che Intesa Sanpaolo, grazie alla chiara comprensione dei percorsi di acquisto e post-vendita e alla superiore capacità di utilizzo dei dati disponibili, ha saputo ri-



PIATTAFORMA IBRIDA

Chebancal, l'istituto guidato da Gian Luca Sichel, ha lanciato Yellow Advice, piattaforma che mescola tecnologia e consulenza umana

disegnare l'esperienza multicanale della propria clientela, avviando con successo un processo di digitalizzazione del business.

In particolare, la banca ha fatto leva sulle tecnologie digitali per implementare una forte integrazione dei dati (redditudinali, transazionali, comportamenti multicanale da fonti interne ed esterne) che, unita alla visione globale del cliente, ha permesso l'avvio di un vero approccio di real time marketing. In parallelo sono stati rivisti end to end i processi, anche in filiale, per rispondere sempre più in tempo reale alle richieste della clientela e recuperare efficienza. Malgrado la forte vocazione digitale e tecnologica, Intesa non ha però voluto trascurare il fattore umano. Di qui l'idea di Alfabeto, la piattaforma realizzata da Fideuram in cui futuro e tradizione si mescolano e si completano.

Alfabeto, ha spiegato il condirettore generale e responsabile coordinamento affari di Fideuram, **Fabio Cubelli**, «non è un algoritmo di consulenza e non sostituisce la relazione personale. È uno strumento che apre possibilità di incontro e relazione, per gestire i propri inve-

stimenti». Il progetto ruota intorno ai 5mila private banker di Fideuram e Sanpaolo Invest, che avranno ciascuno una propria vetrina sul web. Si tratta, in sostanza, di un ufficio digitale a cui il cliente può accedere in tempo reale dal proprio pc, smartphone o tablet. Il consulente potrà essere contattato in chat, videochat e anche attraverso i social network. In questo modo il rapporto con il cliente resta reale, seppure informatizzato. Con il vantaggio di una maggiore trasparenza, un maggiore scambio di informazioni e una maggiore disponibilità di tempo. Roba da nativi digitali? A Intesa Sanpaolo assicurano di no. Alfabeto si è rivelato uno strumento apprezzato sicuramente dai cosiddetti millennial, ma anche dai clienti con un'età media più avanzata.

L'uomo non serve. Accanto alle soluzioni ibride, c'è, invece, chi ha scommesso tutto sull'intelligenza artificiale. Le società di consulenza totalmente robotizzate stanno aumentando a vista d'occhio. Sono scese in campo le banche, le Bcc e le Sim. Ma i leader del mercato restano i due pionieri, Moneyfarm e



RELAZIONE PERSONALE

Alfabeto, il servizio di Fideuram, spiega il condirettore generale Fabio Cubelli, «non è un algoritmo di consulenza e non sostituisce la relazione personale»

AdviseOnly, che la scelta di campo l'hanno fatta sin dal 2011. Le due aziende digitali si muovono su strade parallele, ma distinte. Moneyfarm offre un contratto di consulenza che costa lo 0,7% l'anno per investimenti compresi tra 3mila e 200mila euro. Per accedere al servizio non occorre avere una banca di riferimento. Moneyfarm è una società di intermediazione mobiliare in regola con la legislazione in materia ed è quindi autorizzata a custodire la liquidità. Periodicamente il cliente riceve un elenco di proposte con le operazioni di compravendita suggerite dall'algoritmo. Basta un clic per dare il via libera all'investimento.

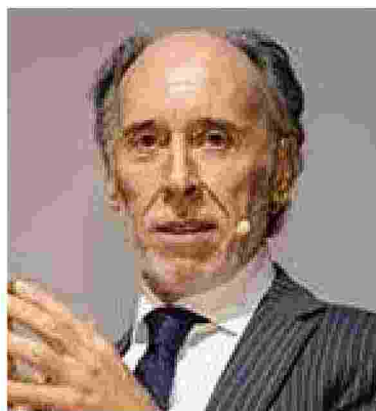
AdviseOnly, invece, non consente di inoltrare direttamente gli ordini di acquisto, servirà dunque avere un intermediario di fiducia per eseguire le operazioni di compravendita di titoli. Il costo del servizio offerto è, però, molto contenuto. Con una quota annuale di 49 euro AdviseOnly crea un portafoglio personalizzato e si impegna a comunicare con tempestività le necessarie correzioni di rotta per inseguire l'obiettivo di rendimento. Questo se si sceglie l'AO Tutor. Ma per chi ha voglia di confrontarsi autonomamente con il mercato, dopo un aiutino iniziale, AdviseOnly offre anche un servizio base a soli 9 euro una tantum. L'algoritmo crea un portafoglio basato sull'analisi della situazione al momento dell'acquisto e poi sarà il cliente ad effettuare la manutenzione periodica.

Gli incubatori di tecnologia. Anche dietro i robot, però, ci sono degli uomini. L'esplosione del fintech ha infatti moltiplicato le società di sviluppatori che si occupano di creare software sempre più evoluti in grado di districarsi tra

i meandri del mercato. Tra quelle più in vista in Europa, inserita dal *Financial Times* tra le mille startup del Vecchio continente cresciute di più negli ultimi anni, c'è l'italiana Deus Technology. Fondata nel 2006 da **Paolo Galli e Pasquale Orlando**, l'azienda è ormai diventata un punto di riferimento per tutta l'industria bancaria e finanziaria. Nel suo portafoglio ci sono una quarantina di grandi gruppi che operano in Italia, tra cui i big Intesa, Generali, Credem, Bpm, Mediobanca e Banca Sella.

«Siamo un fintech enabler», ha spiegato Orlando, «facciamo tecnologie che aiutano gli istituti di credito a implementare modelli di business digitali. Sviluppiamo algoritmi per gli investimenti e forniamo i dati che sono generati da questi servizi». Nonostante l'automazione, ha avvertito il co-fondatore, tranquillizzando chi pensa che l'intelligenza artificiale soppianderà a breve quella biologica, «gli ingredienti importanti sono inseriti dall'uomo». Nel mondo della consulenza, ha proseguito, «ci sono due pilastri, ossia strategia e prodotti, che sono ambiti su cui interviene pesantemente l'uomo».

L'imprescindibilità del consulente. Una tesi che non convince fino in fondo i consulenti tradizionali. «La digitalizzazione della documentazione contrattuale e dei servizi di base a maggior contenuto esecutivo, quali ad esempio gli strumenti di pagamento», ha spiegato in una recente audizione alla Camera, **Maurizio Bufi**, presidente dell'Anasf (Associazione nazionale dei consulenti finanziari), «rappresenta certamente una fonte di possibili vantaggi, in quanto consente di semplificare le relazioni con la clientela, di ridurre i costi operativi



FATTORE UMANO

Secondo Maurizio Bufi, presidente dell'Anasf, «il rapporto umano e, quindi, professionale associato all'attività di consulenza è imprescindibile»

e, soprattutto, di dedicare maggiori risorse alle attività che rivestono un maggior valore per gli investitori e che contraddistinguono in maniera più specifica la professione del consulente finanziario».

Sulla distribuzione online di servizi e prodotti finanziari, però, l'Anasf è convinta che il fenomeno meriti maggiore attenzione da parte del legislatore, in particolare per garantire le medesime forme di tutela del risparmiatore oggi previste dai canali distributivi più tradizionali. Quanto ai robo-advisor, secondo Bufi, «gli aspetti legati alla personalizzazione del servizio e alla capacità di creare una relazione di fiducia personale tra il consulente finanziario e il risparmiatore» rendono evidente «l'imprescindibilità del rapporto umano e, quindi, professionale associato all'attività di consulenza». Ne deriva che «la tecnologia dovrà essere considerata non come un sostituto, bensì come un supporto all'opera del consulente». Anche Orban, del resto, dovendo costruire una casa, non sembrava disposto a fare a meno dell'architetto, seppure armato di un potente computer. ■