

Comunicato stampa

Investimenti e previdenza digitali in crescita

- **Una ricerca mostra il crescente interesse per prodotti d'investimento e di previdenza digitali**
- **Le persone intervistate preferiscono offerte digitali combinate a consulenza**
- **Trasparenza dei costi e accesso semplice sono determinanti per la scelta del prodotto**
- **Sostenibilità e ampio universo d'investimento sono le più importanti caratteristiche dei prodotti**

San Gallo, 21 giugno 2023. La Scuola universitaria professionale di Lucerna, Raiffeisen Svizzera e Vontobel hanno condotto, per la seconda volta dopo il 2020, la ricerca «Investimenti e previdenza digitali in Svizzera». Questa ricerca rappresentativa illustra trend e differenti modelli aziendali nonché le esigenze degli utenti nel settore delle soluzioni digitali d'investimento e di previdenza. Prosegue il trend verso soluzioni d'investimento e di previdenza digitali, sebbene la disponibilità a effettuare investimenti digitali vari notevolmente a seconda della fascia di popolazione.

Numero di offerenti più che raddoppiato

Dalla ricerca del 2020, il numero di soluzioni digitali nel settore investimenti e previdenza in Svizzera è più che raddoppiato, laddove soprattutto il mercato delle soluzioni di previdenza digitali si è sviluppato in modo molto dinamico. Attualmente vi sono oltre 50 soluzioni digitali d'investimento e di previdenza, il cui grado di notorietà è notevolmente aumentato negli ultimi anni. Solo il 28 per cento degli intervistati dichiara di non averne mai sentito parlare. Chi risiede nella Svizzera occidentale conosce le soluzioni digitali meno bene di chi risiede nella Svizzera tedesca o in Ticino. La quota di donne che non ha mai sentito parlare di tali soluzioni è scesa dal 46 per cento del 2020 al 33 per cento del 2022. Il 41 per cento degli intervistati può in linea di massima pensare di utilizzare un prodotto d'investimento o di previdenza digitale. Oltre due terzi di coloro che prendono in considerazione una soluzione digitale, trovano interessanti entrambe. Solo una piccola percentuale desidera investimenti digitali (20%) o previdenza digitale (12%). La disponibilità a effettuare investimenti digitali è maggiore nella Svizzera tedesca tra uomini, giovani e chi investe. Oltre la metà investirebbe in modalità digitale di preferenza presso la propria banca principale. Circa il 40 per cento degli intervistati non desidera affatto effettuare investimenti digitali. Secondo la ricerca gli argomenti principali contro una soluzione digitale sono l'esigenza di una consulenza personale (43%), la mancanza di fiducia (40%) e le scarse conoscenze (28%).

Prevale la combinazione di uomo e macchina

La ricerca distingue tre modelli aziendali: social trading – una rete sociale per la pubblicazione di investimenti in strategie di negoziazione generate dagli utenti, robo advisor – un processo di investimento automatizzato senza interazione personale e il modello ibrido – robo advisor con la possibilità di un supporto di consulenza specifico. Secondo la ricerca, circa due terzi (64%) preferiscono per le soluzioni d'investimento digitali il modello ibrido – ossia la combinazione di uomo e macchina, per le soluzioni previdenziali digitali la percentuale è di circa la metà (46%). L'esigenza di un interlocutore personale che supporti nella composizione degli investimenti a integrazione della soluzione digitale è maggiore tra le donne che tra gli uomini. Tale esigenza è più elevata tra i giovani che in fasce d'età superiori, in particolare nelle soluzioni previdenziali digitali. Come motivazioni principali sono indicate la

consulenza personale da parte della propria banca sul posto e un consulente che resti invariato. Il 40 per cento di coloro che desiderano un supporto di consulenza, dichiara di essere anche disposto a pagarlo.

Trasparenza dei costi più importante dell'accesso all'app

Secondo la ricerca, la trasparenza dei costi è il criterio principale nella scelta di una soluzione digitale per quasi il 75 per cento degli intervistati. È attribuita elevata rilevanza anche a un accesso semplice all'e-banking (58%) e alla trasparenza degli investimenti nel portafoglio (57%). Solo circa la metà degli intervistati attribuisce invece grande importanza al prezzo, mentre la reputazione o il marchio dell'offerente sono un criterio importante per i due quinti. Sorprende un po' che per gli intervistati l'accesso tramite app sia meno importante di quello via e-banking. Solo il 38 per cento dei potenziali utenti ritiene importante l'accesso tramite app. Si rileva inoltre che, tendenzialmente, gli aspetti della trasparenza sono più importanti per le donne che per gli uomini, che invece manifestano maggiore attenzione al prezzo. Prezzi e trasparenza dei costi hanno maggiore rilevanza per le fasce di età più giovani che per quelle di età superiore. Per queste ultime, invece, è più determinante la reputazione dell'offerente rispetto ai più giovani.

La sostenibilità è la carta vincente

Secondo la ricerca, le caratteristiche salienti di un investimento digitale personalizzato sono gli investimenti sostenibili (48%), un ampio universo d'investimento (40%) e la possibilità di investire in base a temi (36%). Gli investimenti sostenibili sono il criterio principale di un'offerta digitale soprattutto per le donne, mentre gli uomini apprezzano piuttosto un ampio universo d'investimento. La possibilità di investire in base a temi ha la stessa rilevanza per uomini e donne. Per quanto concerne la realizzazione di queste esigenze nelle soluzioni digitali di previdenza e d'investimento esistenti, emergono chiare differenze. Secondo un sondaggio condotto nel 2022 da e.foresight e dall'Istituto per i servizi finanziari (IFZ), l'85 per cento degli offerenti danno, in linea di principio, la possibilità di strutturare in modo sostenibile il portafoglio mediante l'impiego di adeguati moduli o l'esclusione di titoli o temi critici. Di questi, circa la metà offre di default solo possibilità d'investimento sostenibili. Una quota leggermente superiore al 40 per cento degli offerenti propone invece la possibilità di investimenti tematici. Le classi d'investimento preferite per l'attuazione della soluzione d'investimento sono le azioni (73%), gli immobili (52%), le obbligazioni (51%) nonché l'oro e altri metalli preziosi (43%). Vi è invece scarsa richiesta di criptovalute, materie prime, private equity, private debt e hedge fund.

La ricerca completa e altri strumenti utili per i rappresentanti dei media sono disponibili all'indirizzo www.raiffeisen.ch/studio-investimenti-digitali.

Informazioni: Relazioni con i media Raiffeisen Svizzera
091 821 50 00, media@raiffeisen.ch

Raiffeisen: secondo Gruppo bancario in Svizzera

Il Gruppo Raiffeisen è la principale banca retail in Svizzera. Con oltre 2 milioni di soci e 3.64 milioni di clienti, il secondo attore del mercato bancario svizzero è presente con 803 sedi in tutto il territorio. Le 220 Banche Raiffeisen giuridicamente indipendenti e organizzate in forma cooperativa sono socie di Raiffeisen Svizzera società cooperativa, che dirige strategicamente l'intero Gruppo Raiffeisen e ne assume la funzione di vigilanza. Tramite società del Gruppo, cooperazioni e partecipazioni, il Gruppo Raiffeisen offre a privati e aziende una vasta gamma di prodotti e servizi. Al 31.12.2022 il Gruppo Raiffeisen gestiva un patrimonio clienti di CHF 242 miliardi e prestiti alla clientela per circa CHF 215 miliardi con una quota di mercato nelle operazioni ipotecarie del 17.6 per cento e un totale di bilancio pari a CHF 281 miliardi.

Istituto per i servizi finanziari di Zugo (IFZ) della Scuola universitaria professionale di Lucerna

L'Istituto per i servizi finanziari di Zugo (IFZ) della Scuola universitaria professionale di Lucerna – Economia, è l'istituto universitario leader in ambito finanziario in Svizzera. L'IFZ offre servizi di ricerca e di consulenza e dispone di un'ampia offerta di perfezionamento per specialisti e dirigenti del settore finanziario. Rientrano nella gamma formativa dell'IFZ anche i corsi di studio Bachelor e Master of Science con indirizzo specialistico Banking & Finance, Financial Management e Real Estate.

Disdire i comunicati stampa:

se non desiderate più ricevere i nostri comunicati, inviate un'e-mail a media@raiffeisen.ch.