

Consulenti: la prima mappa d'Italia/2

# LA TERRA PROMESSA REGIONE PER REGIONE

Possibile individuare zone più promettenti in base al profilo psicocomportamentale del risparmiatore del nostro Paese.

di **Claudio Grossi e Gaetano Megale - Progetica**

Il mercato potenziale di qualsiasi prodotto o servizio è rappresentato dall'insieme dei consumatori che, per diverse ragioni, possono essere considerati possibili acquirenti. Generalmente l'attrattività di un mercato viene definita in base a tre variabili chiave: **numero di consumatori, potenzialità di acquisto ed orientamento o atteggiamento verso l'acquisto.**

Nel caso del nascente mercato della consulenza oggettiva (a "parcella"), stabilito dalla MIFID di prossima applicazione, potrebbe essere interessante provare a disegnare una "geografia" della domanda potenziale, cercando di localizzare i territori che potrebbero essere più fertili per gli intermediari che volessero cogliere questa opportunità. Tra i diversi criteri di segmentazione, che possono

essere utilizzati per quantificare la domanda potenziale di consulenza oggettiva, quello "psicocomportamentale" potrebbe forse discriminare più facilmente l'atteggiamento "pregiudiziale" dei risparmiatori nei confronti del servizio. E la tesi di fondo è che una predisposizione positiva verso la consulenza potrebbe rendere più probabile la sottoscrizione del contratto.

Per questo esercizio è opportuno innanzitutto definire una profilazione psicocomportamentale del risparmiatore italiano. A questo scopo possiamo utilizzare il "Psico-Profiler" che si basa su un modello teorico elaborato da Progetica (presentato sul n. 6, anno I, di **ADVISOR**, settembre 2005, ndr) che individua 4 macroprofili di risparmiatore, che si differenziano marcatamente per atteggiamenti e comportamento sociale verso il tema generale del risparmio e dell'investimento. Dall'analisi delle caratteristiche delle dimensioni e dei profili risulterebbe che il profilo definito **Leader** sarebbe quello più orientato alla consulenza in quanto potrebbe apprezzare maggiormente le sue caratteristiche salienti: esclusività, personalizzazione, gestione del futuro e supporto alla realizzazione dei propri obiettivi di vita. Gli altri profili presentano o qualche elemento di "problematici-

**Tabella A Stima numerosità profili psicocomportamentali  
dei capofamiglia in Italia**

REGIONE	CLIENTI LEADER	CLIENTI DISPONIBILI	CLIENTI RISOLUTI	CLIENTI PRECISI	NUMERO FAMIGLIE
Lombardia	1.315.812	468.367	1.094.596	745.444	3.624.218
Emilia Romagna	1.200.788	689.605	39.605	0	1.929.998
Veneto	483.442	145.597	632.250	533.126	1.794.414
Liguria	395.557	234.908	39.337	3.256	673.059
Toscana	386.615	312.981	400.709	393.640	1.493.944
Lazio	352.295	434.761	714.314	642.775	2.144.145
Piemonte e Valle d'Aosta	347.077	298.976	503.066	584.684	1.733.803
Friuli Venezia Giulia	329.839	172.557	19.713	2.185	524.295
Sicilia	195.014	200.187	350.266	913.876	1.659.343
Trentino Alto Adige	193.943	144.147	12.756	0	350.846
Marche	120.888	123.676	131.659	166.313	542.537
Sardegna	64.982	65.562	128.091	315.523	574.158
Campania	44.689	114.332	279.776	1.511.851	1.950.648
Calabria	20.806	17.773	160.649	364.360	563.588
Abruzzo	17.104	0	142.787	289.432	449.323
Puglia	15.967	12.154	364.092	990.878	1.383.091
Umbria	15.945	3.925	191.936	140.646	352.452
Molise	15.878	43.396	17.037	114.288	190.598
Basilicata	0	0	58.225	307.316	365.542
<b>ITALIA</b>	<b>5.516.641</b>	<b>3.482.903</b>	<b>5.280.863</b>	<b>8.019.593</b>	<b>22.300.000</b>

Fonte: Progetica

**Tabella B Stima consistenze in attività finanziarie per tipologia di clientela**

REGIONI	CLIENTI LEADER	CLIENTI DISPONIBILI	CLIENTI RISOLUTI	CLIENTI PRECISI	TOTALE
Lombardia	197,43	31,31	139,02	47,74	415,50
Emilia Romagna	166,96	40,37	5,73	0,00	213,06
Veneto	64,27	7,78	100,41	16,06	188,52
Lazio	62,87	14,51	59,29	30,81	167,48
Toscana	55,25	20,52	55,92	20,16	151,85
Friuli	52,99	11,24	2,91	0,02	67,15
Liguria	48,73	14,92	7,33	0,32	71,31
Piemonte e Valle d'Aosta	36,75	17,17	69,79	34,06	157,77
Marche	21,51	6,87	18,72	9,46	56,56
Sicilia	15,84	3,38	13,19	14,70	47,11
Trentino Alto Adige	14,08	6,26	3,45	0,00	23,79
Molise	6,57	0,59	2,09	0,52	9,77
Sardegna	5,92	1,49	9,11	5,91	22,42
Campania	2,93	1,20	18,56	50,15	72,84
Umbria	2,69	0,44	20,76	6,61	30,50
Puglia	1,19	1,21	36,29	31,17	69,86
Abruzzo	1,16	0,00	20,48	18,70	40,33
Calabria	0,21	0,16	4,82	6,05	11,24
Basilicata	0,00	0,00	6,58	8,50	15,08
<b>ITALIA</b>	<b>757,35</b>	<b>179,41</b>	<b>594,46</b>	<b>300,93</b>	<b>1.832,15</b>

Fonte: Progetica (dati in miliardi di euro)

ta" verso la consulenza (ad esempio, la potenziale percezione di "inadeguatezza" a un servizio così "elitario" da parte del risparmiatore **Disponibile**), oppure una resistenza psicologica ad accettare "consigli" (soprattutto per il cliente **Risoluto** che ama il "fai-da-te"), o addirittura possibili motivi di generale diffidenza e di pregiudizio negativo (tipici del **Preciso**). Per la stima del **potenziale di mercato della "consulenza fee only"** sono state effettuate analisi statistiche elaborate utilizzando i dati relativi alla più recente "Indagine sui bilanci delle famiglie italiane, 2004" e, naturalmente, la responsabilità dei risultati è da attribuire agli autori.

Nella **tabella A** è riportata la stima della **numerosità dei profili psicocomportamentali** dei capofamiglia per regione. Da questo punto di vista, le regioni che presentano la più alta concentrazione assoluta dei Leader sono la Lombardia e l'Emilia Romagna che, in questo senso, rappresentano la **"terra promessa" della consulenza**. Le due regioni si confermano come significativamente fertili valutando anche la **stima delle consistenze complessive delle attività finanziarie** che rappresentano l'oggetto privilegiato della consulenza stessa (**tabella B**). Ma nel caso si voglia stimare il potenziale di mercato con la consistenza media per il profilo Leader, le regioni che assumono maggior interesse sarebbero, in primo

luogo, il Molise e successivamente Lazio, Marche, Umbria e Friuli (**tabella C**). Naturalmente queste stime non tengono conto di altre variabili che risultano abbastanza significative e correlate con l'orientamento alla consulenza quali l'età, il grado d'istruzione, la condizione professionale e il settore

quello della consulenza sia un mercato che contempli tutti i risparmiatori, specialmente se intendiamo la consulenza come un modello metodologico che rappresenti un criterio di soluzione coerente con i diversi profili. Ossia una modalità che permetta al **Disponibile** di produrre benessere e

**Tabella C Stima media consistenze in attività finanziarie per famiglia**

REGIONI	CAPOFAMIGLIA LEADER	CAPOFAMIGLIA DISPONIBILE	CAPOFAMIGLIA RISOLUTO	CAPOFAMIGLIA PRECISO
Molise	413.987	13.548	122.422	4.592
Lazio	178.457	33.367	83.005	47.935
Marche	177.952	55.582	142.189	56.855
Umbria	168.592	112.064	108.139	47.021
Friuli Venezia Giulia	160.657	65.116	147.646	6.958
Lombardia	150.044	66.847	127.003	64.044
Toscana	142.899	65.564	139.551	51.219
Emilia Romagna	139.044	58.538	144.711	0
Veneto	132.951	53.410	158.822	30.123
Liguria	123.204	63.534	186.427	96.884
Piemonte e Valle D'Aosta	105.873	57.440	138.734	58.248
Sardegna	91.037	22.651	71.141	18.735
Sicilia	81.203	16.881	37.663	16.084
Puglia	74.639	99.442	99.673	31.455
Trentino Alto Adige	72.611	43.433	270.224	0
Abruzzo	67.592	0	143.431	64.596
Campania	65.480	10.488	66.349	33.175
Calabria	10.270	8.907	29.985	16.608
Basilicata	0	0	113.051	27.654

Fonte: Progetica (dati in euro)

di attività. Così come non si tiene conto che la valutazione del servizio di consulenza di qualsiasi risparmiatore può essere fortemente influenzata da una efficace *education* da parte dell'operatore. Per quest'ultimo motivo crediamo che

sicurezza per sé e per la propria famiglia, al **Risoluto** di controllare e verificare l'efficacia e l'efficienza delle proprie strategie di investimento e al **Preciso** di assicurarsi maggiore stabilità economico-finanziaria nel tempo. ■

**Nei Leader vincono Lombardia ed Emilia. Disponibile, Preciso e Risoluto: la geografia cambia in base al mutare del cliente di chi eroga consulenza.**