

Indice

| | |
|---|------|
| Prefazione , di <i>Mario Nava</i> | IX |
| Introduzione , di <i>Gianluca Renzini</i> | XI |
| Progetto di ricerca e ringraziamenti , di <i>Andrea Beltratti e Alessia Bezzecchi</i> | XIII |
| 1 Mercati e player dell'asset/wealth management | 1 |
| 1.1 Introduzione | 1 |
| 1.2 Il mercato di riferimento | 2 |
| 1.3 I player | 4 |
| 1.4 Asset management e wealth management come aree strategiche di affari | 7 |
| 2 Trend e driver dell'asset/wealth management | 11 |
| 2.1 Introduzione | 11 |
| 2.2 L'identità dei player nell'asset/wealth management | 11 |
| 2.3 Trend ambientali e asset/wealth management | 12 |
| 2.4 Mercati e intermediari | 22 |
| 3 Strategia e business model nell'asset/wealth management | 27 |
| 3.1 Introduzione | 27 |
| 3.2 La strategia nell'asset/wealth management | 27 |
| 3.3 Il modello di business nell'asset/wealth management | 31 |
| 3.4 Leve operative | 33 |
| 3.5 Key performance indicator (KPI) | 35 |
| 4 Customer-centricity | 45 |
| 4.1 Introduzione | 45 |
| 4.2 Accompagnare il cliente: customer-centricity | 46 |
| 4.3 Capire i bisogni del cliente: l'analisi della domanda | 49 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 4.4 | Finanza comportamentale e neuro-scienze | 54 |
| | Appendice: alcuni bias comportamentali | 56 |
| 5 | Tecnologia e fattori ESG | 59 |
| 5.1 | Introduzione | 59 |
| 5.2 | La tecnologia e le fonti di dati | 60 |
| 5.3 | I fattori ESG (Environment, Social, Governance) | 66 |
| 5.4 | Regolamentazione | 68 |
| 6 | Comunicazione finanziaria | 75 |
| 6.1 | Introduzione | 75 |
| 6.2 | La comunicazione finanziaria | 76 |
| 6.3 | La tecnologia e la comunicazione al mercato | 79 |
| 6.4 | Comunicare con l'educazione finanziaria | 82 |
| 6.5 | Comunicare con il fattore ESG | 88 |
| 7 | Le dimensioni del valore nell'asset/wealth management | 91 |
| 7.1 | Introduzione | 91 |
| 7.2 | Le dimensioni del valore | 92 |
| 7.3 | La dimensione «Social» | 94 |
| 7.4 | La dimensione «Green» | 99 |
| 7.5 | La dimensione «Innovation & Technology» | 106 |
| 7.6 | La dimensione «Value Added» | 112 |
| 8 | I case study aziendali | 121 |
| 8.1 | Introduzione | 121 |
| 8.2 | Banca Generali | 121 |
| 8.3 | Banca Aletti | 125 |
| 8.4 | J.P. Morgan Asset Management | 129 |
| 8.5 | Credit Suisse Asset Management | 134 |
| 8.6 | Helvetia Vita | 137 |
| 9 | Conclusioni | 143 |
| | Questionario | 147 |
| | Bibliografia | 153 |