

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