



COMUNICATO STAMPA

Una guida affidabile per proteggere risorse e risparmi. Il valore del Promotore Finanziario nella nuova campagna APF

L'Organismo per la tenuta dell'Albo Promotori Finanziari (APF) avvia la nuova campagna di comunicazione mirata a rafforzare la conoscenza del pubblico sul ruolo del Promotore Finanziario nella congiuntura attuale.

Con una pianificazione su stampa e sui media digitali, la campagna è presentata al Salone del Risparmio dove APF tiene una conferenza sui messaggi centrali dell'iniziativa e sull'importanza dell'educazione finanziaria dei risparmiatori.

Milano, 12 aprile 2013 – Aiutano le persone a comprendere l'economia e la finanza affinché siano in grado di valorizzare e proteggere i propri risparmi. Le guidano nelle scelte di investimento in una congiuntura critica che causa timore e disorientamento. Consulenti di fiducia che, grazie all'esperienza e all'aggiornamento costante, supportano i cittadini nel prendere le decisioni fondamentali sulle risorse economiche personali e familiari. Sono i Promotori Finanziari.

I promotori, nell'attuale situazione socio-economica instabile e incerta, assumono un ruolo ancora più importante e cruciale nell'affiancare i risparmiatori nelle scelte finanziarie sia di breve sia di lungo periodo, mettendo a loro disposizione il proprio know-how specialistico e un importante patrimonio di esperienza.

Questo è il messaggio al centro della nuova campagna di comunicazione, ideata e curata dall'Organismo per la tenuta dell'Albo Promotori Finanziari (APF) con l'obiettivo di diffondere la conoscenza sul ruolo dei Promotori Finanziari e rendere note la competenza e la professionalità presso il grande pubblico. Si tratta di una campagna multisoggetto di ampia portata, pianificata su importanti mezzi di informazione, dalle testate nazionali generaliste alle specializzate in ambito economico e finanziario, dai quotidiani ai media online.

Il concept creativo, declinato in toni diversi a seconda del mezzo e della relativa audience, evoca la complessità e la specializzazione dei contenuti della finanza richiamando il bisogno di una guida affidabile per potersi accostare e operare scelte consapevoli.

APF, attivo nel proprio ruolo istituzionale non solo nella valorizzazione professionale del Promotore Finanziario ma anche nella sensibilizzazione ed educazione dei soggetti che necessitano della sua consulenza, con questa iniziativa di comunicazione rafforza l'impegno nel dialogo ed a favore dei risparmiatori.

Il valore e il ruolo del Promotore Finanziario

Non a caso la campagna sarà presentata in occasione del Salone del Risparmio organizzato da Assogestioni. APF, infatti, partecipa alla manifestazione che si terrà presso l'Università Bocconi dal 17 al 19 aprile prossimo, con una conferenza proprio su questo tema, giovedì 18 aprile alle 15.30 nella sede di via Roentgen a Milano.

La conferenza APF sarà avviata dal suo Presidente, **Giovanna Giurgola Trazza** che si focalizzerà sul mutamento del contesto sociale, politico ed economico del Paese, e sulla funzione del Promotore Finanziario per la sensibilizzazione dei cittadini verso i temi dell'economia e della finanza. Un ruolo che deve essere sostenuto attraverso programmi di formazione specialistica costante che mantenga elevati il know-how e le competenze dei professionisti del risparmio.

Alla presenza del Presidente di APF si affiancherà la partecipazione esclusiva del prof. **Paolo Legrenzi**, professore di psicologia cognitiva presso l'Università Ca' Foscari e noto esperto di finanza comportamentale

che guiderà la platea nella individuazione dei comportamenti più frequenti da parte degli investitori, delle principali tipologie di interventi ed iniziative sul mercato in favore della diffusione dell'educazione finanziaria, delle skills necessarie al Promotore per essere riconosciuto nella sua funzione di guida verso il raggiungimento degli obiettivi del cliente.

Un ruolo davvero cruciale quello del Promotore. *“Il cittadino si trova disorientato dalla massa di informazioni non organizzate e non sempre autorevoli rese disponibili dalle nuove tecnologie; è meno tutelato a causa della contrazione dell'intervento dello Stato sui sistemi di welfare; è esposto all'influenza dei mercati e, soprattutto, a rischio di comportamenti irrazionali. Ciò nonostante, continua a spendere più tempo per selezionare l'acquisto di un'automobile che non per prendere decisioni di investimento coerenti con il proprio profilo di rischio e con i propri obiettivi di vita. Per questo, ha bisogno di assistenza qualificata e di consulenza in tutte le scelte allocative del risparmio”*, dichiara **Joe Capobianco**, Direttore Generale dell'APF, che intervorrà all'evento.

Il recente ampliamento della gamma dei servizi e dei prodotti offerti dal sistema banca-rete e l'allargamento della base di coloro che necessitano di consulenza in materia di decisioni da assumere sull'allocatione delle proprie risorse disponibili, comportano certo esigenze di qualificazione del professionista e non solo. Le nuove tendenze della domanda di servizi finanziari potrebbero rallentare se non arrestare il trend di contrazione osservato negli ultimi 10 anni e contribuire ad una crescita della categoria (l'Albo conta circa 33.000 professionisti attivi su circa 52.000 iscritti) e ad un aumento degli aspiranti promotori. Le domande di iscrizione alla prova valutativa di idoneità alla professione nel 2012 ammontano a circa 4.000 ed il 2013 è iniziato con ottimi presupposti. Sarebbe inoltre un'ottima opportunità per i giovani: il 40% dei candidati ha meno di 30 anni.

La campagna. Concept creativo

“Il punto di vista che ha guidato la creazione del concept creativo della campagna si basa sugli esiti concordi di molte ricerche: oggi il pubblico percepisce il mondo degli investimenti finanziari come un labirinto in cui non è facile orientarsi né riconoscere facilmente i rischi, sia per la complessità della materia sia per le incertezze generate dall'attuale crisi economica. D'altronde il risparmio è un valore non soltanto per l'individuo ma anche per l'intero sistema economico e sociale. E' indispensabile quindi promuoverlo, al di là di ogni incertezza, con orizzonti temporali di medio e lungo periodo per il tramite di professionisti qualificati e dedicati”, prosegue **Joe Capobianco**.

Da qui nasce l'idea di creare una campagna multisoggetto, realizzata dall'agenzia *Imageware*, in cui i tre concept (“Il mercato è un enigma”, Il risparmio è un valore” e “Il futuro è il tuo capitale”) sono inseriti in un format che pur attraendo non permette un'immediata facilità di lettura del testo. L'obiettivo è rendere visivamente l'idea che le questioni finanziarie non possono essere realisticamente comprese a prima vista, in modo rapido e distratto: si invita quindi il destinatario del messaggio a prestare attenzione adeguata al tema.

A uno sguardo più approfondito, infatti, i messaggi risulteranno chiari nel loro significato, suggerendo il parallelo con le informazioni relative agli investimenti finanziari, la cui complessità potrà essere compresa solo con una lettura più attenta e spiegata dal consulente per il risparmio.

I servizi di un Promotore Finanziario favoriscono in modo decisivo questa comprensione, fornendo l'assistenza e le competenze necessarie a determinare un orientamento e un percorso mirati al soddisfacimento delle proprie esigenze finanziarie, previdenziali ed assicurative. La subhead, infatti, integra il messaggio principale evidenziando in modo chiaro e inequivocabile il ruolo del Promotore Finanziario.

Il tema viene, quindi, sviluppato per giungere all'invito finale ad approfondire sia la conoscenza del valore del Promotore visitando il sito di APF www.albopf.it, sia gli strumenti e le indicazioni necessarie per instaurare col professionista un rapporto consapevole e corretto.

IL FUTURO È IL TUO CAPITALE
Il Promotore Finanziario ti aiuta a costruirlo.

IL MERCATO È UN ENIGMA
Il Promotore Finanziario ti aiuta a risolverlo.

IL RISPARMIO È UN VALORE
Il Promotore Finanziario ti aiuta a difenderlo.

Per informazioni alla stampa:

Imageware

Massimiliano Cimelli

massimiliano.cimelli@imageware.it

Tel. 02 70025.1

Cell. 3470470024