COMUNICATO STAMPA

INVESTIMENTI, PER 9 INTERVISTATI SU 10 NON BASTA IL PRODOTTO: CONTANO CHIAREZZA E ASSISTENZA CONTINUATIVA

Dalla ricerca "I bisogni degli investitori" condotta da Altroconsumo su 886 rispondenti emerge l'importanza della qualità dell'informazione e della relazione con i clienti.

Milano, 21 ottobre 2026 – Non soltanto prodotti finanziari adeguati alle esigenze dei risparmiatori, ma informazioni comprensibili, trasparenza sui costi e sui rischi e un rapporto di fiducia che prosegua anche dopo la sottoscrizione di un investimento. Sono alcuni degli elementi principali che emergono dall'indagine *I bisogni degli investitori*, condotta da Altroconsumo su 886 rispondenti tra abbonati alla rivista Altroconsumo Investi e persone interessate ai temi finanziari ma non abbonate.

La ricerca evidenzia come la chiarezza e la continuità della relazione rappresentino elementi centrali nelle aspettative di chi desidera investire. **Il 92% degli abbonati ad Altroconsumo Investi e l'89% dei non abbonati** ritengono più facile investire in un prodotto quando è chiaro quale obiettivo consenta di raggiungere o quale bisogno soddisfi. L'importanza di ricevere supporto e assistenza continuativa, anche dopo aver effettuato l'investimento, è riconosciuta rispettivamente dal **90% e dall'88%**. Inoltre, la fiducia in chi propone il prodotto finanziario è considerata rilevante dall'**83% degli abbonati e dal 79% dei non abbonati**. Risultati che ben evidenziano quanto per gli operatori finanziari sia importante costruire una relazione che non si esaurisca nella proposta del prodotto, ma sappia accompagnare il risparmiatore dalla comprensione delle opportunità di investimento fino alla gestione delle scelte effettuate.

UN PUBBLICO ATTIVO NEGLI INVESTIMENTI E ATTENTO ALL'INDIPENDENZA DELLE FONTI

L'indagine evidenzia come comportamenti di investimento ed esigenze informative possano variare tra i differenti profili di risparmiatori. Tra gli abbonati ad Altroconsumo Investi, ad esempio, **il 65% dichiara di aver effettuato investimenti in ETF, contro il 34% dei non abbonati**. Un divario che contribuisce a delineare un pubblico con una maggiore familiarità con questa tipologia di strumenti finanziari e con esigenze informative potenzialmente più articolate. Emergono, inoltre, differenze nell'attenzione attribuita all'indipendenza delle fonti e alla competenza di consulenti e analisti. Questi risultati rendono evidente l'importanza di conoscere le caratteristiche dei propri interlocutori e di sviluppare modalità di informazione e assistenza capaci di rispondere a esigenze differenti.

CHIAREZZA E SUPPORTO NEL TEMPO: QUESTE LE INDICAZIONI PER GLI OPERATORI

La qualità dell'informazione finanziaria rappresenta un elemento importante nella relazione con i risparmiatori, a partire dalla capacità di rendere comprensibili prodotti e opportunità di investimento. **Il 62% del totale degli intervistati ritiene che il linguaggio utilizzato da chi propone prodotti finanziari sia spesso troppo complicato e rappresenti una barriera agli investimenti.** Un risultato che evidenzia come la chiarezza delle informazioni non sia soltanto una questione di comunicazione, ma un elemento importante per permettere ai risparmiatori di valutare le proprie scelte. In questo quadro si inserisce anche l'attenzione verso la trasparenza su costi e rischi, considerata estremamente importante da una parte consistente degli intervistati.

Ma la qualità della relazione con il risparmiatore non si misura soltanto nella chiarezza delle informazioni fornite: altrettanto importante è la capacità di accompagnarlo anche dopo la scelta di investimento. Il monitoraggio continuo degli investimenti, accompagnato da avvisi e suggerimenti operativi, è indicato come elemento distintivo dall'**80% degli abbonati ad Altroconsumo Investi e dal 75% dei non abbonati**. Un risultato che evidenzia come emerga una forte attenzione verso servizi capaci di accompagnare il cliente nel tempo.

L'indagine evidenzia inoltre come semplicità del linguaggio e autorevolezza dell'informazione finanziaria non siano percepite come caratteristiche in contrapposizione: l'85% degli abbonati ad Altroconsumo Investi e l'83% dei non abbonati non ritengono che spiegare un prodotto finanziario in maniera semplice riduca la serietà della fonte. Un risultato, questo, che richiama l'importanza di rendere le informazioni accessibili senza rinunciare alla precisione e alla qualità delle analisi.

"*I risultati dell'indagine confermano quanto sia importante rendere le informazioni finanziarie comprensibili, senza rinunciare alla precisione e alla qualità delle analisi. Tra gli abbonati a Investi emerge inoltre una particolare attenzione alla competenza e all'indipendenza delle fonti, aspetti fondamentali per chi vuole valutare le opportunità di investimento con consapevolezza. Il ruolo dell'informazione indipendente è proprio quello di mettere a disposizione dei risparmiatori gli strumenti necessari per comprendere le caratteristiche dei prodotti, i loro obiettivi e i rischi associati, affinché possano compiere scelte più informate*", commenta **Alessandro Sessa, Direttore Editoriale di Altroconsumo.**

"*L'indagine mette in evidenza due aspetti particolarmente interessanti per gli operatori finanziari: da un lato, aspettative diffuse in termini di chiarezza, trasparenza e assistenza continuativa; dall'altro, le caratteristiche di investitori che presentano comportamenti e sensibilità differenti. Per le aziende del settore, comprendere queste esigenze significa poter sviluppare servizi e modalità di relazione più vicini alle aspettative dei risparmiatori,*

valorizzando la qualità dell'informazione e del supporto offerto", commenta **Benedetta De Michelis, Manager Business Development di Altroconsumo**.

Nota metodologica

L'indagine *I bisogni degli investitori* è stata realizzata dal dipartimento Statistical Surveys di Altroconsumo attraverso un questionario online somministrato dal **7 al 19 maggio 2026** a **886 rispondenti**, di età compresa tra 35 e 79 anni, appartenenti alla community Qualify. La ricerca ha coinvolto due gruppi: **398 abbonati ad Altroconsumo Investi e 488 non abbonati**, interessati ai temi finanziari. Il gruppo dei non abbonati è stato selezionato in modo da presentare caratteristiche sociodemografiche analoghe a quelle degli abbonati per età, genere e area geografica. I risultati sono stati analizzati distinguendo i due gruppi. Nel comunicato, le formulazioni approssimative utilizzate per sintetizzare le principali evidenze fanno riferimento a risultati riscontrati in entrambi, senza rappresentare percentuali calcolate sull'intero campione. La composizione del campione, caratterizzato da una prevalenza maschile e da persone interessate agli investimenti, non consente di estendere automaticamente i risultati all'intera popolazione italiana.

***

Altroconsumo B2You

B2You è l'unità di consulenza B2B di Altroconsumo - la più grande organizzazione indipendente per la tutela dei consumatori in Italia – che supporta le aziende nello sviluppo di progetti su misura orientati alla qualità, alla trasparenza e alla sostenibilità. L'approccio di B2You si fonda sul concetto di *consumer transformation*, riconoscendo il consumatore come soggetto dinamico, autonomo e attivo nei processi di scelta, capace di orientare il mercato indipendentemente dalle strategie delle imprese. Comprendere tale trasformazione richiede una prospettiva articolata, che integri la conoscenza del passato - ambito in cui Altroconsumo dispone di un patrimonio unico, frutto di oltre cinquant'anni di analisi dei comportamenti e delle esigenze dei consumatori - con l'osservazione del presente e l'interpretazione dei segnali di cambiamento che delineano i trend futuri. Attraverso servizi che spaziano dal quality check e indagini con i consumatori, fino a iniziative di consumer education e welfare aziendale, B2You affianca le imprese nella costruzione di relazioni più consapevoli, trasparenti e durature con i propri clienti. Con una community composta da oltre 1 milione di persone tra soci, fan e simpatizzanti, un team di 240 professionisti e una piattaforma di oltre 50.000 panelisti attivi, B2You rappresenta un partner strategico per le aziende che vogliono distinguersi sul mercato attraverso scelte responsabili e innovative.

Ufficio Stampa Altroconsumo B2You - Close to Media
b2you@closetomedia.it
Federico Maggioni | +39 393 8150958
Eleonora Nespoli | + 39 331 6882360