

# **IL TRADING ONLINE: STRATEGIE E TREND DI MERCATO**

**IL PUNTO DI VISTA  
E\*FINANCE CONSULTING REPLY**





# 1. ANALISI DI MERCATO

## 1.1 La digitalizzazione e l'impatto della pandemia

Gli ultimi anni hanno visto il **mercato del digitale crescere significativamente**. Il trend positivo è stato registrato in **molti settori** e sancisce l'importanza della **digitalizzazione** come **strumento** che contribuisce in modo significativo a garantire **stabilità economica**, contrastando i fattori di crisi congiunturale.

Dal 2014 la **Commissione europea monitora** i progressi compiuti dagli **Stati membri** nel settore digitale e pubblica relazioni annuali sull'**Indice di Digitalizzazione dell'Economia e della Società** (DESI) con l'obiettivo di individuare i settori di intervento prioritari in tema di miglioramento della politica digitale. L'**Italia**, nel 2022, ha registrato un indice di 28 punti, posizionandosi **al diciannovesimo posto nella classifica europea**. Considerando però la **crescita relativa annua** di tale indice, il nostro paese si posiziona **in testa alla classifica**, con una media degli ultimi 5 anni superiore all'11%.

Questo trend di crescita è dovuto al **cambiamento** delle **abitudini dei consumatori** che, anche in Italia, hanno intensificato l'utilizzo degli **strumenti digitali** e stanno contribuendo a ridurre il gap con gli altri paesi europei.

Le **nuove esigenze** di una **clientela** sempre più **self-direct** hanno spinto l'**industria finanziaria** ad investire maggiormente nella digitalizzazione cavalcando nuove opportunità. In tale contesto, le leve attivate per contrastare le limitazioni imposte dalla pandemia si sono concretizzate in un'azione proattiva volta a soddisfare le nuove abitudini dei consumatori. Secondo alcuni **studi di Banca d'Italia**<sup>1</sup>, nel periodo successivo al lockdown, le **transazioni contactless**, i **bonifici online** e gli **investimenti tramite canali digitali** sono **creciuti in modo significativo e irreversibile**.

Il **numero di utenti attivi sui canali bancari digitali** è **creciuto** ed è destinato a crescere: il **tasso di penetrazione** dei servizi di **online banking** tra i consumatori italiani è aumentato continuamente negli ultimi anni **superando il 50%** nel corso del 2023 e si prevede che possa raggiungere il 70% nel 2028<sup>2</sup>.

È parere ormai consolidato che le banche che forniscono un'ampia gamma di funzionalità fruibili digitalmente soddisfanno maggiormente le esigenze dei clienti, migliorandone la Customer Experience. Il digital banking si è rivelato uno strumento fondamentale per consolidare la relazione con il cliente e per proporre servizi sempre più user friendly. La possibilità di aprire un **conto corrente online**, l'utilizzo dei **servizi finanziari tramite canali digitali** e la diffusione di **servizi di investimento self** sono alcuni degli elementi che hanno **rafforzato l'offerta commerciale degli intermediari finanziari**.

## 1.2 Un nuovo trend nelle modalità di servizio Self

In ambito investimenti, uno dei **servizi** che si è **diffuso e sviluppato maggiormente** negli ultimi anni è il **Trading Online**; questo mercato risulta essere in forte crescita. Secondo gli osservatori di Assosim, nei primi 4 mesi del 2020, complici lo scoppio della pandemia e il sempre più diffuso utilizzo di internet anche per le operazioni di investimento, le **operazioni "fai da te"** in Italia sono **creciute del 55%**<sup>3</sup>.

Nel 2021 e nel 2022 il trend si è confermato positivo; il rapporto Consob sulle **scelte di investimento delle famiglie italiane** del 2021 evidenzia, ad esempio, che, sia le **ricerche** effettuate nel **web** aventi come oggetto **termini associati**, sia i **volumi negoziati** si sono **intensificati significativamente**.

<sup>1</sup> Tra cui: L'impatto della pandemia sull'uso degli strumenti di pagamento in Italia, Banca d'Italia, 2021.

<sup>2</sup> Key Market Indicators di Statista.

<sup>3</sup> Investiremag.it - La febbre da Trading degli italiani non si arresta.



A **livello globale**, secondo una recente ricerca di Statista, il mercato del Trading Online, in termini di volumi, dovrebbe crescere da **5,4 trilioni** di dollari nel 2022 a **10 trilioni di dollari** entro il **2025**.

## 2. SERVIZI E PIATTAFORME DI TRADING

### 2.1 I benefici del Trading

L'investimento di diversi **intermediari** verso nuove funzionalità e modelli in ambito Trading è giustificato dal fatto che l'introduzione e il continuo miglioramento del servizio può permettere alla banca di **intercettare nuovi prospect**, rivolgendosi, ad esempio, alle nuove generazioni che possono dimostrarsi più propense ad investire online. Allo stesso tempo, il Trading può anche **evitare la dispersione di masse per coloro che desiderano diversificare il proprio approccio di investimento**, disincentivando lo spostamento del proprio patrimonio verso intermediari terzi e favorendo il cross selling.

L'incremento della penetrazione di mercato può permettere alla banca di **consolidare il posizionamento competitivo**, rafforzando la propria posizione nei confronti di altri player e acquisendo expertise e riconoscimento in un settore in continua espansione ed evoluzione.

La possibilità, infine, di accedere ad una piattaforma di Trading evoluta e professionale contribuisce ad **ampliare l'offerta della banca**, aumentando la Customer Retention e migliorando l'esperienza dei clienti.

Dal punto di vista del cliente, la disponibilità di un servizio di Trading permette di avere, ad un costo moderato e con una modalità differente rispetto ai canali della consulenza finanziaria, **accesso a diverse tipologie di prodotti e strumenti, offrendo la possibilità di effettuare scelte in piena autonomia** e incrementando così il senso di consapevolezza.

Tramite appositi **contenuti info-formativi** facilmente fruibili e tipicamente differenziati per target di clientela/trader, l'investitore ha inoltre l'opportunità di **migliorare la propria cultura finanziaria**: la migliore comprensione del mondo degli investimenti aumenta la conoscenza di prodotti e servizi e può facilitare la relazione con l'intermediario.

### 2.2 Tipologie di piattaforme offerte sul mercato: un framework di riferimento

L'attuale trend sul mercato Italiano è caratterizzato dallo **sviluppo di diverse tipologie di piattaforme** che possono essere **categorizzate**, sulla base del **livello di completezza / sofisticazione del modello di Trading** e del **target di clientela**, in:

- **STANDARD**: costituiscono un'**estensione delle tradizionali funzionalità di home-banking** ed erogano **servizi essenziali** con una User Experience intuitiva per clienti con esigenze di Trading basiche (es. compravendita di strumenti «semplici» sui mercati principali);
- **EVOLUTE**: **web-based**, accessibili dall'home banking della clientela, ma caratterizzate da un **perimetro funzionale più ricco** di quello offerto da quelle standard (es. ordini condizionati, operatività su strumenti derivati);
- **PROFESSIONALI**: tipicamente **client-based** con un **canone aggiuntivo scontabile**, presentano tutte le caratteristiche tipiche per soddisfare professionisti con **esigenze di Trading particolarmente avanzate** (es. significativa operatività «scalper» su strumenti a leva ed overnight).



Grafico 1: Posizionamento piattaforme di Trading

I **player bancari** propongono un'offerta differenziata, sinonimo di un **approccio eterogeneo** a questo trend.

Da un'analisi condotta su un campione di **9 player bancari italiani** rappresentativi del mercato<sup>4</sup>:

- **quattro** forniscono ai propri clienti una piattaforma **standard**, accessibile tramite internet banking e app
- **in aggiunta** all'offerta standard, **un player** propone una **piattaforma evoluta**
- **tre player** hanno **tutte le tipologie di piattaforme** e **uno** si posiziona su questo mercato **esclusivamente** con una **piattaforma evoluta** e una **professionale**, senza fornire un servizio standard.

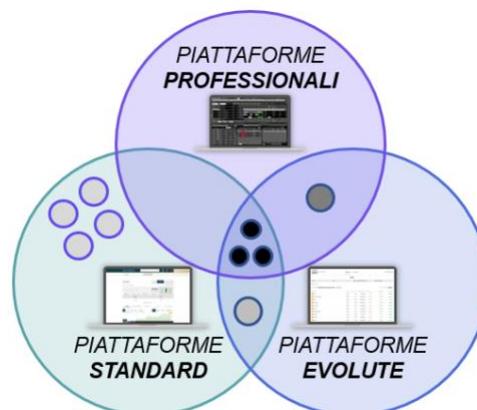


Grafico 2: Tipologia di piattaforme offerta da 9 player analizzati

Il monitoraggio si basa sull'analisi delle piattaforme presenti sul mercato e sull'individuazione delle **funzionalità disponibili**<sup>5</sup>, classificate in **3 macro cluster**:

- **Negoziazione** – supporto all'esecuzione di ordini, alla ricerca di strumenti finanziari, al monitoraggio e all'analisi del proprio portafoglio;
- **Informativa** – supporto all'analisi dei prodotti e del mercato (es. ricchezza informativa delle schede prodotto, presenza di una sezione dedicata alle ultime notizie o statistiche di mercato);
- **Usabilità** – supporto al cliente tramite servizi di assistenza e grado di personalizzazione della piattaforma.

<sup>4</sup> I nove player presi in considerazione rappresentano più del 65% delle operazioni effettuate da banche per conto terzi in Italia sul mercato azionario (nel conteggio sono quindi escluse SIM e operatori specializzati); rielaborazione e stima E\*FC Reply su fonte dati Assosim per l'anno 2022.

<sup>5</sup> E\*FC Reply dispone inoltre di un'analisi riguardante il livello di copertura in termini di mercati, indici, materie prime e valute, non oggetto del presente documento.



L'analisi evidenzia come le **piattaforme standard** tendano a fornire un **maggior numero di servizi tramite internet banking** rispetto alle applicazioni mobile. Le principali differenze emergono confrontando le piattaforme standard con quelle evolute e professionali, per cluster di funzionalità: le **piattaforme evolute** coprono mediamente il **75%** delle possibili **funzionalità** a supporto della **negoziazione**, mentre quelle **professionali** arrivano all'**82%**. Le **piattaforme standard** non superano invece il **63%**.

Le difformità si osservano nella possibilità di aggiungere **particolari condizioni in fase di inserimento ordini** (es. ordine OCO, leva, ordine iceberg) e in **fase di post inserimento** (es. modifica ordine), funzionalità spesso **disponibili** nelle **piattaforme evolute** e, soprattutto, nelle **piattaforme professionali**. Inoltre, per queste tipologie di soluzioni, si registra mediamente una **maggiore copertura** dei **servizi di alertistica** a supporto alla negoziazione.

Analizzando l'**informativa**, le differenze si colmano: le **piattaforme evolute** e quelle **professionali** offrono, infatti, il **62%** delle funzionalità, contro il **64%** delle **standard**.

Questa **minima differenza** è riconducibile alla presenza di **contenuti dedicati** alla **clientela** con un taglio tipicamente **meno tecnico**: gli **elementi multimediali**, *come i supporti video*, e le **statistiche commerciali**, *come la diffusione di un titolo tra i clienti della banca*, sono supporti apprezzati dai **trader meno esperti**.

È necessario sottolineare come, nonostante la minore copertura in termini di **numero** di funzionalità di informativa, le **piattaforme evolute** e **professionali** offrono una **qualità maggiore delle informazioni** (es. dati in real time e maggiore profondità dei book).

Si evidenzia, invece, un'inversione di tendenza a favore delle piattaforme evolute, analizzando il cluster **usabilità**. Le **piattaforme professionali** sono tipicamente **più complesse** da utilizzare e **non sempre offrono un supporto** al cliente nelle forme di **chat** e **assistenza**. Le piattaforme evolute si distinguono, inoltre, per una **migliore interfaccia utente** e un **maggior grado di personalizzazione** delle viste a disposizione del trader.

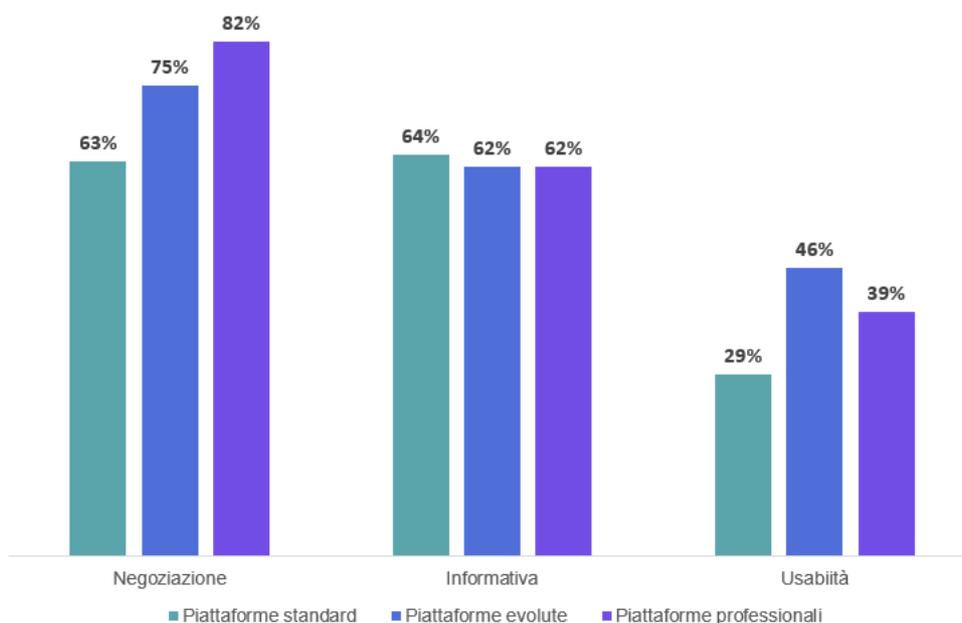


Grafico 3: Percentuale di copertura per cluster di funzionalità



## 3. STRATEGIE DI PRICING

### 3.1 Il modello di E\*FC Reply come bussola di orientamento

I modelli analizzati nel panorama italiano prevedono tipicamente **alcuni driver di riferimento** che possono essere **calibrati e utilizzati** in modo differente; di seguito vengono riportati i **principali elementi**<sup>6</sup> con cui i player hanno sviluppato il proprio Modello di Pricing, sia a livello di **Piattaforma**, sia a livello di **Fee di negoziazione**.

#### 1. PIATTAFORMA

In coerenza con la clusterizzazione per tipologie di piattaforme, **alcune** di esse possono essere **fornite gratuitamente** alla clientela oppure **veicolate a pagamento** (e.g. *le professionali*) con un **canone periodico scontabile** a fronte di alcuni requisiti da rispettare (e.g. *numero minimo di trade mensili*).

	PIATTAFORMA BASE								PIATTAFORMA EVOLUTA					PIATTAFORMA PROFESSIONALE			
	Player 1	Player 2	Player 3	Player 4	Player 5	Player 6	Player 7	Player 9	Player 1	Player 2	Player 3	Player 4	Player 8	Player 2	Player 3	Player 4	Player 8
Piattaforma pagamento																	
Scontistica									Gratis basato su ordini al mese					Gratis basato su ordini al mese	Gratis basato su ordini al mese		Gratis basato su ordini al mese

Piattaforma a pagamento    Piattaforma gratuita

Tabella 1: Pricing delle piattaforme presenti sul mercato

#### 2. FEE DI NEGOZIAZIONE

I Modelli di Pricing, per quanto concerne la negoziazione, sono strutturati sulla base di una **fee differenziata** tipicamente per **tipologia di mercato / prodotto finanziario**, che può essere:

- **assoluta** per ogni **trade effettuato** (e.g. *18€ per singolo trade*);
- **percentuale** sulla base del **valore dell'importo di ogni singolo trade** (e.g. *1% sul valore del trade*).

A questa fee può essere applicato a sua volta uno **sconto** basato, ad esempio:

- sul **numero di trade effettuati** in un **arco temporale**;
- sulle **masse** investite complessivamente dal cliente attraverso il servizio di Trading;
- sull'**importo del singolo trade** con **logiche a scaglioni**.

Sulla base delle informazioni di pricing raccolte e razionalizzate a livello di mercato, è possibile **confrontare** ogni singolo player all'interno di un **grafico di posizionamento** che prende in considerazione il **numero di trade per periodo** (e.g. mensile) e l'**importo medio di ogni singolo trade**.

Tale analisi può essere condotta da E\*FC Reply per **tipologia di mercato / prodotto finanziario** e individua il player **più conveniente** rispetto all'operatività tipica di un Cliente.

<sup>6</sup> Gli elementi riportati non sono da intendersi esaustivi. Ogni driver può essere combinato e sviluppato in modi diversi da ogni singolo player. Non è riportato l'eventuale costo del Dossier Titoli / Dossier Amministrato.



Di seguito viene riportata un'analisi quantitativa di confronto del pricing per quanto riguarda la negoziazione sul mercato azionario italiano per quattro dei player analizzati<sup>7</sup>:

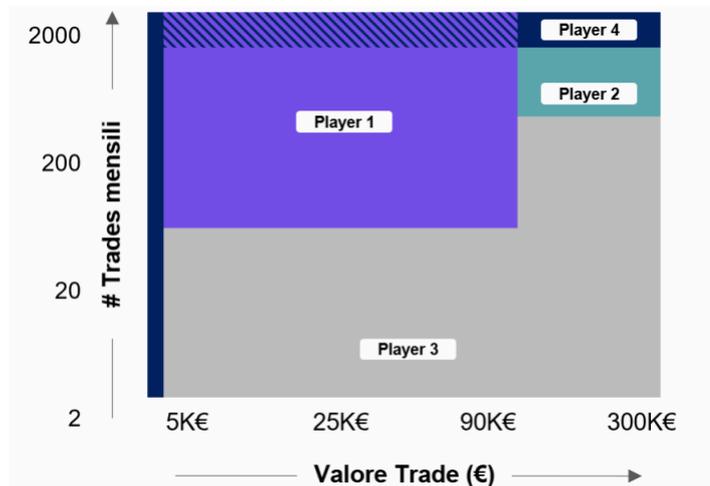


Grafico 4: Analisi quantitativa del Pricing

- un player risulta avere un **posizionamento sempre competitivo** per **qualsiasi numero di trader** di importo **inferiore ai 1.000€**;
- per gli heavy trade con **almeno 130 trade** mensili di **importo inferiore ai 100k€** un player risulta avere una **strategia** di pricing **vincente**, anche se **superando i 440 trade** mensili, l'offerta di un **altro player** risulta paragonabile;
- per i trader che effettuano **meno di 130 transazioni**, superiori ai 1.000€, lo **scenario competitivo** rimane **stabile**, mentre per **trade di alto valore**, sopra i 100k€, l'offerta di **tre player** si distingue in base al **numero di transazioni mensili**.

<sup>7</sup> In questa simulazione, per semplicità, non è contemplato il pricing della piattaforma. Sono stati presi in considerazione, per la simulazione mostrata, a puro titolo esemplificativo, 4 player di quelli analizzati ai fini del presente articolo e si assume che il totale degli asset investito dal cliente sia superiore ai 2 mln €.



## 4. CONSIDERAZIONI FINALI

Il Trading Online si conferma come uno dei **trend** più **interessanti** e in **continuo sviluppo** in ambito investimenti, con una **notevole crescita** sia in termini storici reali, sia in chiave prospettica per il prossimo futuro.

I servizi di Trading concorrono al **posizionamento competitivo** degli intermediari finanziari, **rafforzando l'offerta** sia verso clienti esistenti, sia con l'obiettivo di **intercettare nuovi** potenziali **prospect**.

Una particolare attenzione dei player è riposta nella **segmentazione** del servizio rispetto alla tipologia di clientela. Lo sviluppo di diversi modelli di Trading, e di conseguenza delle relative piattaforme a supporto, è propedeutico a **servire tutti i trader**, da quelli meno esigenti a quelli professionali, **in modo specifico e coerente**.

L'analisi del mercato evidenzia una **situazione eterogena** in termini di **copertura** rispetto alle **differenti tipologie di piattaforme** in quanto, al momento, 3 player su 9 offrono, accanto alla soluzione standard, anche i due servizi evoluti e professionali, mentre gli altri player si posizionano coprendo solo una parte delle tre tipologie di soluzioni individuate.

Gli elementi cardine dell'offerta, ovvero funzionalità di **negoziazione**, **informativa** e **usabilità** sono calibrati ad hoc da ogni intermediario al fine di costruire **modelli di servizio distintivi**. Nel mercato si osservano, però, **funzionalità ricorrenti** offerte in modo **specifico** per **tipologia di cliente trader** (e.g. condizioni ordini per trader evoluti e professionali vs elementi multimediali informativi per le soluzioni standard).

Anche le **strategie di pricing**, altro elemento caratterizzante di un modello di servizio in ambito Trading, sono **strutturate** dai **player** seguendo la scia della segmentazione e specializzazione dell'offering.



## WHY E\*FINANCE CONSULTING REPLY?

E\*FC Reply offre un'expertise consolidata in ambito **Wealth Management** e **Trend Digitali** al fine di supportare i propri clienti nel **definire un posizionamento strategico** e **modelli di servizio** differenzianti rispetto al mercato e coerente con gli obiettivi di business.

La profonda conoscenza dei modelli di offerta in ambito Trading è supportata da un ampio **osservatorio** volto a **monitorare il mercato** ed intercettare le nuove strategie attuate, sia in termini di fornitura di **funzionalità** e ampiezza del **mercato** coperto, sia di strutture di **pricing** applicate e target di **clientela**.



**Davide Centonze**  
Partner

e\*Finance Consulting Reply

Mobile: +39 338 1749979  
E-mail: d.centonze@reply.it



**Francesco Noviello**  
Partner

e\*Finance Consulting Reply

Mobile: +39 347 5643916  
E-mail: f.noviello@reply.it



**Mattia Airoidi**  
Manager

e\*Finance Consulting Reply

Mobile: +39 342 3931508  
E-mail: m.airoidi@reply.it

### E\*FINANCE CONSULTING REPLY

e\*finance consulting Reply è la società del gruppo Reply specializzata in servizi di consulenza manageriale per le financial institution. Accompagniamo i nostri clienti nel definire e realizzare le proprie linee strategiche attraverso la declinazione di nuovi modelli di business e distributivi, l'evoluzione di processi e strumenti operativi ed il disegno di nuovi prodotti e servizi. Sempre più spesso, questo significa intraprendere un percorso di digital transformation che richiede la capacità di coniugare competenza di settore con piena padronanza dell'innovazione tecnologica e la capacità di declinarla in modo rilevante per il business.