



Euronext Retail Partnership

Un nuovo format per coinvolgere gli investitori retail
in Italia



Perchè gli investitori retail sono così importanti?



Realizzare l'unione del mercato dei capitali

- La Commissione europea ha annunciato la sua intenzione di sviluppare una strategia europea per gli investimenti retail.
- Con l'annuncio del 2020 del nuovo “**Capital Markets Union action plan**”, la Commissione si pone l'obiettivo di aiutare gli investitori retail a raggiungere migliori risultati d'investimento.
- In particolare, la Commissione Europea ha identificato alcuni problemi che impediscono agli investitori retail di trarre vantaggio dai mercati di capitali:

INVESTITORI RETAIL

Hanno difficoltà ad accedere a informazioni sui prodotti di investimento che siano rilevanti, confrontabili e facilmente comprensibili, e che possano aiutarli a prendere decisioni di investimento consapevoli

Sono esposti a messaggi irrealistici attraverso i canali digitali, nonché a pratiche di marketing ingannevoli che possono condurre a decisioni di investimento errate

Cos'è la Retail Partnership?



Un nuovo format, un rinnovato impegno per gli investitori retail

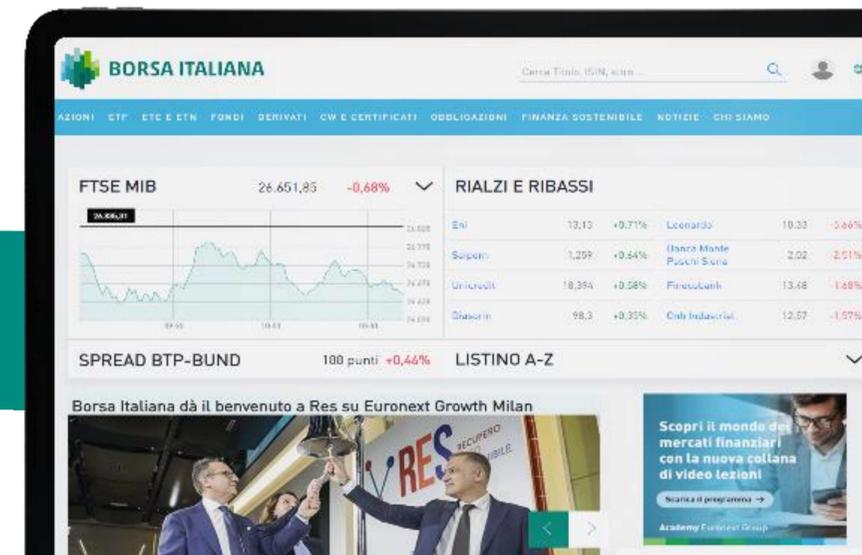
Dopo 20 anni di successo con la TOL Expo, Borsa Italiana – ora parte del gruppo Euronext – è pronta per **rinnovare il suo evento retail più importante** in linea con l'evoluzione dei trend dell'*industry*:

- Maggior presenza di comunicazione digitale, pur preservando l'interazione fisica
- Pubblico diversificato: dal puro trading online ad un nuovo pubblico eterogeneo che include sia le nuove generazioni che si avvicinano ai mercati, così come i promotori finanziari

TOL Expo



“Retail Partnership”



Trading Online Expo diventa una "Retail Partnership"

Diventare parte della Retail Partnership offre l'opportunità di:

- Essere parte di una *community* vibrante di intermediari focalizzati sul target retail (brokers, emittenti)
- Trasformare un evento singolo in una partnership continuativa che offre maggiore flessibilità

Overall Highlights

Target esteso

- Spostarsi da un focus "pure trading" a un focus più ampio sugli investimenti
- Importanza di mantenere il focus sul consumatore finale

Format flessibile (in presenza, digitale o ibrido)

- Nonostante la perdita dell'attrattività dell'evento Expo in presenza a fini educativi, la **presenza fisica** rimane essenziale
- Flessibilità massima nel formato dell'evento (digitale, in presenza o ibrido) in base alle esigenze di ciascun Partner

Insegnamento Face-to-face

- Possibilità di organizzare un seminario nel palazzo di Borsa Italiana al fine di incontrare clienti e prospect retail di persona
- Evento conclusivo annuale con tutti i Partners, aperto a un pubblico retail.

Sfruttare i siti web di Borsa Italiana/ENXT

- Possibilità di sfruttare i siti web di Borsa Italiana /Euronext Group
- Mini siti brandizzati totalmente dedicati ai Partners sui nostri siti web

Retail partnership: una panoramica

Retail Partnership

1

Formazione ed Educazione

Seminari tematici organizzati dai Partners e supportati da Borsa Italiana

2

Visibilità attraverso i nostri siti web

Minisiti brandizzati totalmente dedicati ai clienti sui nostri siti web

3

Networking

Evento conclusivo annuale con tutti i Partners, aperto a un pubblico retail

4

Target esteso

Da un focus di "puro trading" a un focus più ampio sugli investimenti

5

Retail Partner Label

I Partners possono usare il logo per promuovere la loro partecipazione alla partnership e il loro impegno verso il pubblico retail



I pilastri della Retail Partnership



Retail Partnership: i principali pilastri

La Partnership sfrutterà 3 pilastri:



Digitale (adv / website)
+ Web streaming



Digitale (adv) + Web
streaming + Seminario



Digitale (adv) + Seminario
a Palazzo Mezzanotte*



Questi tre pilastri saranno offerti sia come pacchetti che come singoli moduli, in modo che ogni partecipante possa costruire un servizio "ad hoc" che soddisfi il proprio budget e le proprie esigenze

Digitale (adv / sito)

Visibilità tramite i siti web

- **Minisito co-branding**

Costruzione di un minisito interamente dedicato al partner, indicizzato sul motore di ricerca dei nostri siti web (include contenuti editoriali, streaming, video...)

- **Native adv**

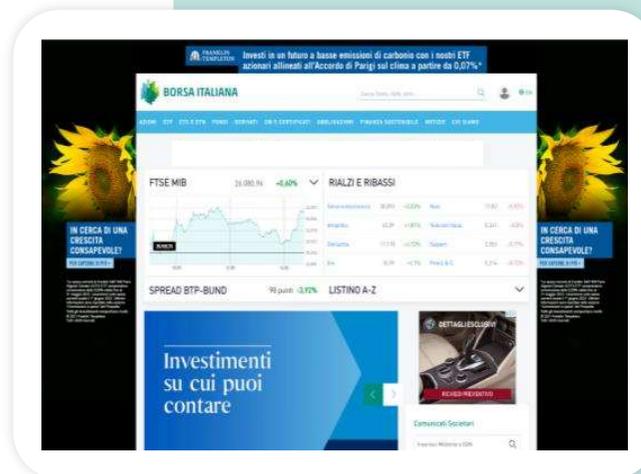
la pubblicità nativa si presenta come una naturale continuazione dei contenuti editoriali, sia da un punto di vista visivo che tematico. Questi annunci assumono la forma e le modalità del contenitore che li ospita. Il loro aspetto è più simile a un contenuto che a un'inserzione e il valore dell'esperienza dell'utente è messo in primo piano

- **Banner**

Sponsorizzazione di un evento del cliente o promozione di un prodotto attraverso un banner a rotazione

- **DEM (direct email marketing)**

1 DEM inviata ai 300.000 utenti registrati sul sito di Borsa Italiana



In presenza (seminario a palazzo Mezzanotte*)

Seminario presso la sede di Borsa Italiana (Palazzo Mezzanotte)*: educazione/formazione in presenza per il target retail



Il Partner avrà l'opportunità di organizzare un seminario dedicato agli investitori retail nella sede di Borsa Italiana*.



L'evento sarà interamente organizzato dal Partner, che ne definisce contenuti, relatori e format (previo accordo con Borsa Italiana sui contenuti).

Web streaming



Streaming da
Palazzo Mezzanotte



Streaming da remoto



Streaming dagli studi
di Milano

Tutti gli eventi trasmessi dal Webcast della società includeranno:

- Numero massimo di partecipanti: fino a 1.000
- Registrazione dei partecipanti (nome, azienda, e-mail, ecc.)
- Landing page e/o codice iframe da incorporare in altri siti web
- Super accessibile: visualizzazione su qualsiasi dispositivo
- DVR: riavvolgimento e pausa durante la trasmissione in diretta
- Replay istantaneo: webcast disponibile on-demand immediatamente
- Webcast archiviato online per 1 anno - con indicizzazione/divisione in capitoli
- Registrazione di file MP4
- Project manager dedicato - TEST e supporto in loco
- Management report & analisi

Retail Partner Label



Label

Il Label viene assegnato ai partecipanti alla Retail Partnership - Gruppo Euronext.

I partner possono utilizzare il marchio per promuovere la loro partecipazione alla partnership e il loro impegno nel retail.