

IL CONVEGNO Oltre il 30% del risparmio amministrato non è assistito da alcuna forma di advisory. Eppure la lezione della crisi ha dimostrato quanto sia importante avere una gestione professionale del portafoglio

Il risparmiatore va servito

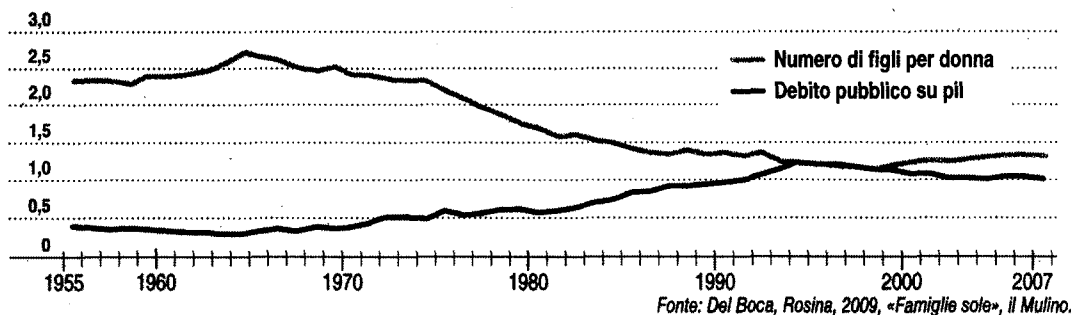
di **Roberta Castellarin**
e **Paola Valentini**

Lil petrolio dell'Italia è il risparmio. A fine giugno 2012 in base ai dati Consob il solo risparmio amministrato della clientela retail ammontava a 1.157 miliardi di euro. Una cifra importante che in parte è coperta da un servizio di consulenza. Eppure è fondamentale che questa risorsa sia gestita bene perché possa aiutare il rilancio del Paese. La lezione della crisi finanziaria iniziata nel 2008 con il fallimento di Lehman Brothers ha rivoluzionato l'approccio dei clienti verso i prodotti finanziari e ora l'attenzione non è più tanto rivolta alle performance quanto ai rischi. E la necessità di una pianificazione finanziaria efficiente è sempre più d'attualità. Tanto più che in uno scenario di riduzione della componente pubblica nell'erogazione del welfare, dalla sanità alla previdenza, la capacità di gestire il risparmio nel corso della vita in base ai propri bisogni è sempre più importante anche ai fini di una tenuta dell'intera società. Non è un caso che in Italia da inizio anno le realtà che più riescono a conquistare la fiducia dei clienti siano i promotori finanziari. A questi temi è stato dedicato il terzo forum internazionale della consulenza e dell'educazione finanziaria che si è tenuto giovedì 15 novembre a Milano a Piazza Affari. Una giornata organizzata da MF-Milano Finanza, dall'Ente

nazionale italiano di unificazione (Uni) e da Progetica. L'evento che ha visto come sponsor JP Morgan Asset Management, Finanza & Futuro Banca, Cattolica Previdenza, Banca Fideuram, Sanpaolo Invest, Aberdeen Global Asset Management, Gaa Sim, aveva al centro il tema della fiducia dei risparmiatori. La crisi ha segnato quindi il passaggio dalla finanza al welfare. Che aiuta a creare ricchezza e benessere per gli individui, le famiglie e quindi tutta la società. Il passaggio dalla fase di riflessione a quella della sperimentazione è stato alla base degli interventi dell'assessorato al Welfare del Comune di Milano e del Movimento Italiano Casalinghe. Queste ultime hanno affermato che realizzeranno un servizio di educazione finanziaria con proprie risorse che si sottoporranno a percorsi formativi e a certificazioni di qualità. L'assessore al Welfare del Comune di Milano, Pierfrancesco Majorino, ha annunciato l'interesse a sperimentare effettivamente un modello di educazione finanziaria conforme alle norme di qualità, al quale sta lavorando assieme a Uni, Progetica e Università Cattolica del Sacro Cuore. Aggiunge Fabrizio Fornezza, direttore generale di GfK Eurisko: «L'offerta finanziaria, salvo poche ma onorevoli eccezioni come le migliori reti di promotori e private banking assieme a pochi altri, ha affrontato il mercato in questi ultimi anni ponendo attenzione a campi diversi dalla gestione del risparmio. Gli intermediari si sono concentra-

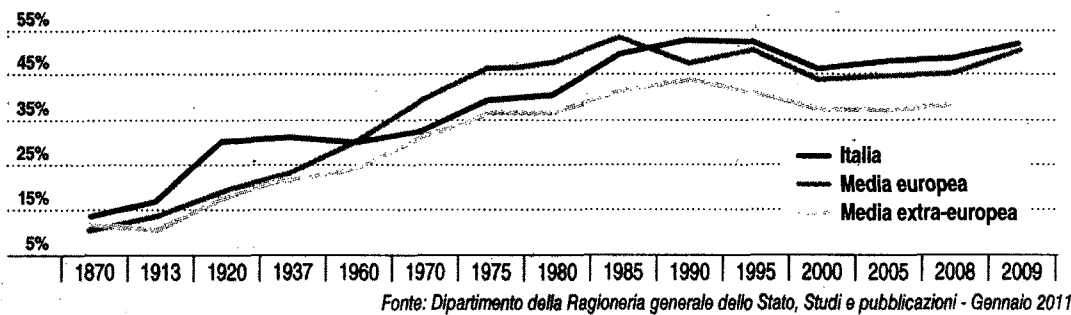
ti su conti correnti, credito, raccolta diretta, qualche prodotto di risparmio fra quelli più vantaggiosi per il conto economico del proponente». Secondo Fornezza la stessa occasione della previdenza integrativa è stata colta solo parzialmente, in ritardo e con prospettive di breve respiro. Non solo. «La presa in carico del problema dell'investitore, il concetto di gestione, i temi della consulenza sono stati anche questi patrimonio di pochi e talvolta con approcci di buona volontà e impegno professionale di individualità più che con approcci sistematici, progettuali e tecnologici di ampio respiro», aggiunge Fornezza. Di fronte a questa distrazione degli intermediari finanziari gli italiani non hanno smesso di essere risparmiatori, ma pretendono interlocutori qualificati. «I clienti vorrebbero essere sicuri che l'istituzione cui ci si affida rappresenti una sicurezza e non un rischio. Questo è oggi un piccolo paradosso del nostro mercato, molte istituzioni propongono alle famiglie prodotti che garantiscono dal rischio mercati. Ma il primo rischio percepito dalle famiglie è quello di affidare i propri soldi all'istituzione o alla persona sbagliata. Dimostrare di essere l'interlocutore giusto per questo lavoro richiede oggi molto più di una semplice e assertiva affermazione in pubblicità. Ogni ipotesi di certificazione concreta di tutto ciò, ci sembra dunque interessante a priori». Proprio sul fronte della protezione degli investitori, la Banca d'Italia negli ultimi cinque anni è stata molto attiva

L'ANDAMENTO DEL DEBITO PUBBLICO E DELLE NASCITE IN ITALIA DAL 1955



GRAFICA MF-MILANO FINANZA

LA SPESA PUBBLICA IN PERCENTUALE DEL PIL DAL 1970



GRAFICA MF-MILANO FINANZA

Bufi (Anasf): pf faro nella crisi

«L'evoluzione della normativa è necessaria per stare al passo con la complessità del contesto economico e finanziario nel quale ci muoviamo e per offrire al risparmiatore un servizio adeguato», commenta Maurizio Bufi, presidente di Anasf, al workshop delle reti di promozione finanziaria nell'ambito del Forum, riferendosi all'attesa sui risultati del processo di revisione della Mifid 2. «Ma, al di là di una revisione della normativa come quella in corso, che speriamo punti ancora di più alla trasparenza della comunicazione con il risparmiatore», aggiunge Bufi, «è importante portare avanti a ogni latitudine un modello di consulenza orientato al people business e non al product business; in Italia questo modello c'è da tempo ed è il promotore finanziario. Non sono nuove piattaforme sempre più sofisticate o nuovi prodotti rivoluzionari la chiave di un servizio adeguato, ma la personalizzazione e l'investimento in qualità e formazione. Tengo a sottolineare che le caratteristiche peculiari del promotore finanziario, che è prima di tutto un gestore di relazioni e di complessità, lo confermano ancora una volta un valido modello per il tied agent europeo e il candidato ideale per portare i risparmiatori, e più in generale l'industria della gestione del risparmio, fuori dalla crisi», prosegue il numero uno dell'Anasf. Se è vero che appare sempre più indispensabile creare regole trasparenti ed efficienti per uno sviluppo sostenibile dell'economia, secondo Bufi è ancora più importante in questo momento di incertezza economica puntare sulla solidità del rapporto con il risparmiatore e individuare nel promotore finanziario il punto di riferimento per un modello di consulenza vincente. «Come confermano da tempo le indagini di Gfk Eurisko, anche nei più recenti aggiornamenti, i promotori finanziari sono ritenuti un riferimento credibile, in grado di realizzare un'analisi dei bisogni, individuare e offrire le soluzioni più adatte alle singole esigenze. Tale fiducia è mediamente più elevata proprio tra i clienti delle reti di promotori finanziari. Per la nostra categoria è un segnale di fiducia forte da parte dei risparmiatori, che si unisce a quello del mercato che continua a registrare una raccolta netta di risparmio gestito sempre positiva per i promotori finanziari», sottolinea il presidente dell'associazione nazionale dei promotori finanziari. (riproduzione riservata)



Tofanelli (Assoreti): focus sui costi

Le reti di promotori finanziari oggi sono molte attente agli sviluppi futuri della consulenza perché quest'ultima rappresenta il fulcro della loro attività. D'altra parte la richiesta di advisory da parte degli investitori sta crescendo perché la complessità dei mercati aumenta. «Credo che la domanda non potrà che aumentare: la difficoltà nel creare risparmio da parte delle famiglie impone di gestire bene quello esistente, anche attraverso forme di protezione life-cycle, come per esempio per la casa o per lo studio dei figli, o proposte nell'area della previdenza integrativa, tutte attività in cui le reti eccellono», dice Marco Tofanelli, segretario generale di Assoreti, l'associazione che riunisce le reti di promotori finanziari. Senza dimenticare che oggi la consulenza è un'attività su cui le authority stanno lavorando per dare al mercato una regolamentazione che tuteli sempre meglio i clienti. «Al centro delle preoccupazioni del legislatore europeo, e anche nostre, c'è il risparmiatore, il quale deve poter godere, indipendentemente dalle proprie disponibilità, delle medesime tutele derivanti da un unico servizio, la consulenza, erogato secondo modalità organizzative che possano essere differenti», spiega Tofanelli. «Attualmente le varie proposte di Mifid 2 mettono gli intermediari nella condizione di segmentare con efficacia la clientela e di converso la clientela ha la possibilità di scegliere quale modalità di servizio preferisce nell'ambito della consulenza. In linea generale, i vari paper tutelano il risparmiatore, dando pari dignità a tutti gli attori della consulenza finanziaria, ossia banche, reti di promozione finanziaria, consulenti a parcella». E l'indipendenza è un fattore importantissimo quando si parla di consulenza. «La consulenza è una norma di comportamento, una raccomandazione che deve essere adeguata al profilo del cliente e per questa ragione non può che essere indipendente. La correttezza non dipende dal fatto che il consiglio venga dato all'investitore da reti mono o multimarca oppure con la consulenza a parcella o tramite il brokeraggio», aggiunge Tofanelli. Un altro fattore discriminante in tema di consulenza è il costo. «Se assumiamo, semplificando, un costo base minimo per una prestazione singola in fee only di 600 euro l'anno, significa sopporre l'1% di un patrimonio di 60 mila euro, il 4% di uno di 15 mila. Con queste percentuali è evidente la difficoltà per la clientela retail. In Inghilterra, dove dal prossimo anno la consulenza indipendente sarà l'unica ammessa, ci sono diversi problemi proprio per questo motivo: il costo sostenuto dal promotore per contattare i clienti diventa troppo elevato e non potrebbe essere adeguatamente remunerato», conclude Tofanelli. (riproduzione riservata)