

CONSULENTI FINANZIARI SCENARI E PROBLEMATICHE

La nuova frontiera della consulenza

Sono in aumento i professionisti e le società che si fanno pagare dai propri clienti solo ed esclusivamente a parcella. Ma in che cosa consiste l'attività di fee only financial planner? Come deve essere regolata? E quali modelli segue?

■ FABIO SGROI

Con quali modalità, regole e strumenti la consulenza finanziaria indipendente può farsi spazio in Italia? Quanto è sottile la linea di demarcazione con l'attività svolta dal promotore finanziario? È davvero solo un fattore legato alla indipendenza? All'ultima edizione dell'*Investment & Trading Forum 2009*, che si è tenuto a Rimini a fine maggio scorso, si è cercato di dare una risposta a questi interrogativi. Puntando l'indice sul futuro del risparmio gestito e il rapporto con gli investitori. Che oggi si arricchisce di una nuova figura professionale: quella del consulente finanziario indipendente. Si tratta di professionisti e società pagati solo ed esclusivamente a parcella dai propri clienti.

Una figura che è destinata a prendere piede, come si evince da una indagine realizzata da GfK

Eurisko per conto di Assoreti nell'ambito del progetto lanciato allo scopo di testare i bisogni dei risparmiatori. In particolare, la ricerca ha evidenziato una crescita della domanda, dal momento che il 31% dei clienti dei promotori finanziari è disposto a pagare una fee sul patrimonio investito. Altro fattore significativo è l'aumento del numero delle società di intermediazione mobiliare di

consulenza. Va ricordato che in America, il modello *fee only* esiste da circa 40 anni e oggi un quarto degli operatori lavora con questa modalità. In Gran Bretagna, invece, sono circa 16.000 le società di consulenza specializzate. Dai cosiddetti *independent financial advisory* passa circa il 70%-80% dell'intermediato di polizze vita e

ATTIVITÀ E PROFESSIONE

«Il nostro modello consulenziale, che si basa sulla finanza comportamentale, mira a scomporre i portafogli dei clienti secondo i loro obiettivi reali», dice Paolo Martini, a fianco, direttore marketing & formazione del gruppo Azimut. Per Raimondo Marcialis, a destra, direttore generale di Mc Gestioni, «non è il caso di focalizzarsi sui differenti modelli di consulenza. Il problema, semmai, è capire come svolgere bene il proprio mestiere, che non può prescindere dalla professionalità».





INDAGINE

Da una recente indagine realizzata da Gfk Eurisko per conto di Assoreti nell'ambito del progetto lanciato allo scopo di testare i bisogni dei risparmiatori, è emerso che il 31% dei clienti dei promotori finanziari è disposto a pagare una fee sul patrimonio investito.

di fondi di investimento. «È chiaro che non si può pensare di raggiungere questi numeri nel nostro Paese, dove il sistema è diverso e l'attività è appena cominciata. Fa ben sperare, però, il fatto di avere previsto la possibilità di sviluppare un altro tipo di impostazione nel rapporto con gli investitori», dice **Massimo Scolari**, rappresentante del Tavolo di lavoro delle sim di consulenza.

Verso questa tipologia di approccio c'è una grande attenzione. «Le banche stanno iniziando a investire significativamente e anche i promotori (la consulenza finanziaria indipendente è vista dalla maggior parte degli addetti ai lavori come una normale evoluzione dell'attività di promotore finanziario, ndr) stanno muovendosi costituendo Spa ed Srl», afferma **Luca Mainò**, associato Nafop (l'associazione di categoria dei *fee only planner*), che oggi racchiude 250 fra studi e società. «Se solo l'1% dei papabili all'iscrizione al nuovo costituendo albo, promotori e bancari, dovesse decidere di intraprendere questa strada, ci ritroveremmo 3.000 nuovi soggetti pronti a svolgere questa attività. Che non è di mas-

sa», puntualizza Mainò.

Ma chi sono i professionisti che scelgono la consulenza indipendente? «Per lo più si tratta di veterani della promozione finanziaria e della banca. Soggetti che hanno capitalizzato le rispettive esperienze, rimettendosi in gioco con questa nuova attività», precisa Mainò.

MODELLI Sebbene quella della consulenza finanziaria a parcella sia una strada nuova, cominciano a delinearsi diversi modelli. «A mio giudizio ne esistono sostanzialmente due», dice Scolari. «Un modello, che possiamo definire "sartoriale", in cui il consulente svolge un lavoro di adattamento del portafoglio del cliente, lo aiuta a evitare strade insicure, oppure a uscire da situazioni poco redditizie. Il secondo modello nasce dall'ispirazione del gestore: il consulente in questo caso propone dei portafogli modello che il cliente è libero di implementare. Oltre a questo, si sta puntando anche sulla specializzazione. Ci sono, infatti, alcune sim che mirano al settore delle biotecnologie, oppure che sviluppano analisi dei mercati azionari dei Paesi emergen-

ti, o che puntano su modelli matematici».

Banca Sara, per esempio, sta lavorando su un progetto che mira a mettere a disposizione della rete tre livelli di approccio differenti. A spiegarli è il direttore commerciale **Marco Riva**. «Il primo approccio permetterà al nostro operatore di lavorare in collocamento (verificare, quindi, che il singolo prodotto sia coerente con il profilo di rischio del cliente e tramite questo percepire



OPPORTUNITÀ

«Quello della consulenza è il primo punto di svolta della promozione finanziaria da dieci anni a questa parte. È una opportunità da cogliere in pieno, considerando la crisi di motivazione che sta attraversando il cliente, in disamore verso l'attività finanziaria», afferma **Marco Riva**, direttore commerciale di Banca Sara.

INCONTRI E DIBATTITI

Di consulenza finanziaria si è ampiamente discusso all'ultimo Investment & trading Forum 2009 di Rimini, dove sono state organizzate due tavole rotonde con i protagonisti del settore.



delle commissioni). Il secondo approccio riguarda la pianificazione finanziaria, che abbiamo deciso di adottare per i clienti nuovi o per quelli con cui vogliamo iniziare un discorso e quindi monitorarlo nel corso degli anni attraverso un percorso che comprende tutto il ciclo di vita. Il terzo livello di approccio è quello della consulenza evoluta, per patrimoni considerevoli, che si esplica attraverso uno strumento molto complesso e articolato».

E il gruppo Azimut? Come vede la consulenza? «Ci sono voluti due anni per costruire un modello che si basa sulla finanza comportamentale», spiega **Paolo Martini**, direttore marketing & formazione del gruppo. «In pratica scomponiamo i portafogli dei clienti secondo quelli che sono gli obiettivi reali del cliente stesso, che possono essere l'acquisto di un'auto fra tre anni, o l'iscrizione del figlio all'università fra dieci anni. Non c'è quindi nessun ottimizzatore e con

questo approccio, nuovo sul mercato, non si pensa solo al medio e lungo termine. Questo tipo di consulenza, per il momento gratuita, è aperta a tutti i nostri promotori che sceglieranno il nostro modello», afferma Martini.

«Non è il caso di focalizzarsi sui differenti modelli di consulenza che possono essere tutti assolutamente degni», dice **Raimondo Marcialis**, direttore generale di Mc Gestioni. «Il problema, semmai, è capire come svolgere bene il mio mestiere. La risposta a questa domanda non è né la consulenza, né la promozione finanziaria, ma una sola parola: professionalità. Poi ci sono altri interrogativi che dobbiamo porci: quali sono gli strumenti necessari per fare consulenza? Già noi, che facciamo questo mestiere in alcuni casi in modo assolutamente indipendente, faticiamo a capire come muoverci sui mercati finanziari. E ancora: chi fa consulenza ai consulenti? Che formazione ed etica devo avere per servire i bisogni del cliente? Ricordiamoci che, nell'ultimo periodo, l'industria finanziaria è stata ben distante dalle esigenze dei risparmiatori, se è vero che le uniche attenzioni sono state quelle di valutare gli strumenti finanziari sulla base molto semplice di quanto hanno reso nell'ultimo periodo. La nostra industria è in crisi per un motivo

preciso: perché noi operatori del settore non abbiamo mantenuto la parola verso i nostri clienti».

Quale impulso può dare questo nuovo approccio con il risparmiatore, che mira a una maggiore personalizzazione fra consulente e cliente? «Quello della consulenza è il primo punto di svolta della promozione finanziaria da dieci anni a questa parte», riconosce Riva. «È una opportunità da cogliere in pieno, considerando la crisi di motivazione che sta attraversando il cliente, in disamore verso l'attività finanziaria. L'analisi del portafoglio complessivo e lo svincolo da un unico prodotto aprono scenari nuovi per gli investitori».

PROMOTORI E i promotori? Cosa pensano di questa nuova figura professionale e della consulenza a parcella? «Non vi è dubbio che i risparmiatori hanno bisogno di un consulente, di un professionista che sia ben regolamentato. Dobbiamo insistere affinché le regole siano chiare e vadano effettivamente verso l'interesse del risparmiatore», dice **Elio Conti Nibali**, presidente dell'Associazione nazionale promotori finanziari (Anasf). «La Mifid mette sullo stesso piano di importanza la consulenza e la gestione. È questo l'aspetto fondamentale che bisogna sot-

VETERANI
I professionisti che scelgono la consulenza indipendente sono per lo più veterani della promozione finanziaria e della banca. Soggetti che hanno capitalizzato le rispettive esperienze, rimettendosi in gioco con questa nuova attività», dice Luca Mainò, associato Nafop.





tolineare. Secondo me il problema non riguarda tanto le modalità o le forme con cui avviene il pagamento, sarà sicuramente il risparmiatore a scegliere, anche sulla base di una ampiezza di proposte. È importante però riuscire a valorizzare la qualità del consiglio. È questo l'aspetto su cui tutti dobbiamo concentrarci. Credo che la categoria dei promotori finanziari immagino possa vivere solo in positivo questa evoluzione professionale, per un riconoscimento di una attività su cui ci siamo sempre impegnati».

Fra promotori e consulenti c'è però una differenza di fondo. A spiegarla è Scolari, per il quale la consulenza finanziaria indipendente «difficilmente si svilupperà nel mondo retail. Questo tipo di attività è vicina più alle banche private che non alle reti di promotori, che hanno milioni di

clienti e che puntano più sul retail. Il mondo dei promotori, che ha saputo occupare una posizione pari al 20%, molto stabile sul retail, non è il mondo dei consulenti. Per questo credo che riusciranno tranquillamente a convivere. E anche a collaborare».

REGOLE CHIARE La Consob, già nel giugno dello scorso anno, ha messo in consultazione un documento di 40 pagine con un regolamento dei consulenti finanziari. Ma molto deve essere ancora fatto. «Noi come associazione di categoria abbiamo disposto tutta una serie di strumenti informativi che possono consentire ai consulenti indipendenti di poter essere completamente adempienti a quanto chiede la Consob», spiega Mainò. «A nostro giudizio è fondamentale avere regole chiare. A breve dovrebbe partire l'organismo di tenuta dei consulenti finanziari e poi ci vorrà circa un semestre per raggiungere la piena operatività. Seguirà l'organizzazione delle sessioni di esame e nei primi mesi del 2010 dovremmo essere a regime».

Si appellano a regole chiare e trasparenti, e soprattutto alle conseguenti osservanze, anche le associazioni dei consumatori. «Esiste una distanza siderale fra i principi emanati dalle norme e l'operatività pratica», sottolinea **Alessandro Pedone**, responsabile dell'Associazione per i diritti degli utenti e consumatori (Aduc). «Lo si capisce anche dal tenore delle chiamate e delle segnalazioni giunte presso il nostro osservatorio: negli ultimi anni abbiamo risposto direttamente a circa 13 mila risparmiatori. La figura del consulente introdotta dalla Mifid (la direttiva europea che ha san-



QUALITÀ DEL CONSIGLIO

«La Mifid mette sullo stesso piano di importanza la consulenza e la gestione. Al di là delle modalità o le forme con cui avvengono i pagamenti da parte del cliente, sarà importante riuscire a valorizzare la qualità del consiglio», dice Elio Conti Nibali, presidente dell'Associazione nazionale promotori finanziari.

cito la separazione fra l'offerta di prodotti finanziari e l'attività di consulenza, ndr) in teoria è sicuramente ottima, ma a mio parere si è partiti con il piede sbagliato. Mi riferisco all'abitudine tipicamente italiana di creare un albo, che si presuppone tuteli il cliente. Ma quando mai in Italia gli albi hanno effettivamente difeso i clienti? Hanno tutelato semmai gli appartenenti all'albo stesso. La normativa avrebbe dovuto forzare l'elemento della competenza e quindi creare i presupposti per una competizione fra quelle istituzioni che hanno il ruolo di erogare formazione per i consulenti. Personalmente sono convinto che l'indipendenza sia essenziale, ma credo che la Mifid sia una bella incompiuta».

Nibali non è dello stesso avviso. «Ritengo sia importante sapere che ci sono 13.000 persone che protestano, ma mi sembra altrettanto doveroso dire che ci sono quattro milioni di clienti che continuano a mantenere i loro risparmi presso i promotori finanziari. Per fortuna c'è un albo che prevede anche delle sanzioni: in un anno difficile come il 2008 sono stati appena 45 i promotori sanzionati dalla Consob. Sull'operato dell'autorità di controllo, l'Aduc ha le idee chiare. «In questi ultimi dieci anni non ha dato una smagliante prova di sé. Non è mai intervenuta con quel piglio e con quella forza a tutela degli investitori. Francamente ho poca fiducia nell'autorità di controllo».



INDIPENDENZA

«Sono personalmente convinto che l'indipendenza del promotore finanziario sia essenziale, anche se credo che la Mifid sia una direttiva incompiuta», sostiene Alessandro Pedone, responsabile dell'Associazione per i diritti degli utenti e consumatori.