

La consulenza a pagamento riprende a farsi strada

Dopo la crisi si va verso un mercato più regolamentato che richiede trasparenza e attenzione al cliente. Ma anche una adeguata preparazione degli operatori. E...

■ MARCO MUFFATO

Un esercito di consulenti sta diffondendo l'*advice* finanziaria tra i risparmiatori in tutto il vecchio continente. Ma la crisi ha rallentato notevolmente questo trend. Prima del crack Lehman, infatti, la Commissione europea aveva stimato in circa 600 mila i consulenti e gli intermediari finanziari operativi nel mercato dell'Unione europea, organizzati in quasi 30 mila tra società e strutture legali. Ora però il numero degli intermediari è sceso a 500 mila addetti, con un crollo maggiore in Austria, Germania e Gran Bretagna.

Il bacino attuale e potenziale degli addetti rimane comunque ancora molto significativo, perché si calcola che altri 700 mila professionisti (in particolare commercialisti) potrebbero offrire consulenza finanziaria ai propri clienti. Ancora: considerando l'indotto dei back office, il settore dei servizi finanziari offre lavoro a 2,5 milioni di addetti e il numero di clienti che si avvale di servizi di consulenza o di intermediazione finanziaria è stimato in circa 90 milioni in tutta Europa. Nonostante la crisi, o forse proprio grazie ai momenti difficili recentemente

vissuti, i consumatori europei sembra abbiano compreso che è necessario servirsi di un professionista in grado di offrire consigli finanziari per tutelare i loro risparmi. Due in particolare sembrano gli elementi che legano le diverse esperienze europee in materia di assistenza agli investimenti: da un lato l'affermazione della consulenza finanziaria (sia quella base Mi-fid finalizzata al collocamento del prodotto, sia quella, molto promettente, dell'*advice* a pagamento separata dalla vendita), dall'altro la marcata attenzione alla formazione, anche certificata, di consulenti e intermediari come fattore strategico di differenziazione sul mercato. Temi che hanno trovato riscontro nella tavola rotonda *I diversi approcci alla consulenza secondo i protagonisti: una overview europea* che si è svolta a Roma lo scorso 12 novembre, all'interno della *€fpa Italia European Conference*, l'evento organizzato da €fpa Italia. Alla tavola rotonda, moderata da **Sara Silano**, caporedattore di Morningstar, hanno partecipato **Elio Conti Nibali**, presidente dell'Anasf; **Vincent Derudder**, presidente di Fecif; **Massimo Scolari**, segretario



generale di Ascosim, **Marco Tofanelli**, segretario generale di Assoreti, e **Carlos Tusquets**, presidente di €fpa España. Questi sono alcuni degli spunti lanciati dai partecipanti.

PIÙ REGOLE Sul tema della regolamentazione ha centrato il suo intervento Derudder, presidente di Fecif, la federazione europea dei consulenti e intermediari finanziari, costituita nel 1999 per difendere e promuovere il loro ruolo in Europa. «Ho una visione ottimistica del futuro. Gli intermediari hanno spinto molto bene il business negli ultimi anni e le prospettive sono promettenti anche per il prosieguo. Per molto tempo i *regulator* hanno lasciato libero il merca-



to, ma le organizzazioni saranno chiamate ad agire in un sistema ancora più regolato, soprattutto per quanto riguarda il settore bancario», ha spiegato il presidente di Fecif.

CENTRALITÀ DEL CLIENTE

Più orientate all'orizzonte nazionale e alla figura del promotore finanziario, le considerazioni di Tofanelli, segretario generale di Assoreti (l'associazione che raccoglie le banche e le sim che si avvalgono di reti di promotori finanziari), per il quale bisogna spostare l'accento «dalla vendita del prodotto alla centralità del cliente. Di conseguenza, la stessa formazione del promotore finanziario deve essere sempre più attenta alla interpretazio-

ne dei bisogni dei risparmiatori. Solo così la consulenza potrà essere percepita, un domani, come una funzione sociale e quindi come un valore dai nostri clienti. Un primo passo in questa direzione potrebbe essere rappresentato dalla semplificazione dei documenti, che aiuterebbe a far avvicinare domanda e offerta».

Il segretario generale di Assoreti è poi intervenuto sul tema del gap informativo dei clienti e sulla necessità di investire di più sulla formazione dei promotori. «Sull'educazione finanziaria, le reti lavorano intensamente da tempo e possiamo dire che i nostri clienti sono oggi mediamente molto più informati di un tempo. Ciò che appare importante è che la scatola finanziaria sia

sempre adeguata alle esigenze del cliente».

Importante anche l'alta formazione diretta ai professionisti, che può aiutare le reti a conquistare nuove fette di mercato perché, ha affermato il presidente di Assoreti, «se è vero che il 30% del mercato dei fondi è controllato dai promotori finanziari c'è un altro 70% che è di altri canali e che va insidiato».

PROFESSIONALITÀ Tra le novità conseguenti alla direttiva europea sui servizi di investimento va evidenziata la nascita di un nuovo soggetto nel nostro Paese, la sim focalizzata sui soli servizi di consulenza finanziaria. «La nostra associazione», spiega Scolari, riferendosi ad Ascosim, «raggruppa la maggioranza delle 23 sim di consulenza autorizzate». Un soggetto diverso dai consulenti finanziari indipendenti e dalle spa e srl di consulenza verso i quali il segretario generale Ascosim volge comunque un pensiero. «L'Albo dei consulenti finanziari non è stato ancora costituito; ci auguriamo che il prolungato stato di impasse della categoria venga presto superato, così che diversi soggetti possano operare nella consulenza nella forma giuridica che preferiscono: come banche, sim, persone fisiche o giuridiche come spa e srl». In tanta ampiezza d'offerta, però, Scolari coglie un pericolo. «Tra poco, per il

DIBATTITO

La tavola rotonda «I diversi approcci alla consulenza secondo i protagonisti: una overview europea», che si è svolta a Roma lo scorso 12 novembre, è stata moderata da Sara Silano, caporedattore di Morningstar. Vi hanno partecipato Elio Conti Nibali, presidente dell'Anasf; Vincent Derudder, presidente di Fecif; Massimo Scolari, segretario generale di Ascosim, Marco Tofanelli, segretario generale di Assoreti; e Carlos Tusquets, presidente di €fpa España. Sopra, i partecipanti alla tavola rotonda; a fianco, una fase del convegno.

Risparmio Gestito



GIRO DI VITE
«Per molto tempo i regulator hanno lasciato libero il mercato», afferma Vincent Derudder, presidente di Fecif, «ma le organizzazioni saranno chiamate ad agire in un sistema ancora più regolato, soprattutto per quanto riguarda il settore bancario».

REGOLE UGUALI
Secondo Elio Conti Nibali, presidente dell'Anasf, «regole uguali per tutti gli attori, nell'interesse del mercato e dei risparmiatori».



cliente, sarà difficile capire le differenze nelle diverse proposte dei servizi di consulenza».

Ma le sim di consulenza vogliono farsi trovare pronte a conquistare il loro «posto al sole» nel mercato dell'advice, puntando su una forte condivisione delle esigenze etiche connesse al servizio («Le sim nostre associate hanno aderito a un preciso codice etico», spiega Scolari) e puntando in maniera decisa sulla indipendenza. «L'impegno delle associate è di mantenere la propria indipendenza da gruppi bancari e assicurativi così come già avviene nel mondo della gestione finanziaria», sottolinea il segretario generale di Ascocim, che aggiunge: «C'è una buona e una cattiva consulenza e riteniamo che l'indipendenza sia importante ma da solo non basta. Va accompagnata da un grande livello di qualificazione professionale. Ecco perché guardiamo con favore, anche al nostro interno, a percorsi formativi post laurea finalizzati al conseguimento di una certificazione sul modello di quelli organizzati da Aiap ed fcpa Italia».

TRASPARENZA Mentre Tusquets, presidente di fcpa España (cioè dell'associazione spagnola che aderisce al sistema fcpa con l'Italia) ha evidenziato come il concetto dell'indipendenza sia strettamente legato con quello di trasparenza: «Il valore dell'indipendenza è il concetto più vicino per fare buona consulenza» e il *financial advisor*, nel momento in cui deve consigliare i suoi clienti, non può che «essere il più indipendente possibile» e deve tener conto che «la vera indipendenza

SPAZIO LIBERO
«Se è vero che il 30% del mercato dei fondi è controllato dai promotori finanziari c'è un altro 70% che è di altri canali e che va insidiato», dice Marco Tofanelli, segretario generale di Assoreti.



DIFFERENZE POCO CHIARE
«Tra poco, per il cliente, sarà difficile capire le differenze nelle diverse proposte dei servizi di consulenza», evidenzia Massimo Scolari, segretario generale di Ascocim.

è nella trasparenza», ha affermato Tusquets.

Sul versante formativo, il presidente di fcpa España sottolinea l'importante ruolo che oggi hanno assunto le certificazioni professionali nel panorama creditizio spagnolo, «nel corso di quest'anno si sono realizzati più di 2.000 esami da fcpa España, «fatto indispensabile per una buona consulenza finanziaria nel nostro Paese». fcpa España conta su 16 centri accreditati e 40 enti finanziari che sostengono l'associazione.

RETI DI VENDITA Per Conti Nibali, infine, «al netto di qualche pesantezza burocratica la Mifid, questa normativa che si annunciava così innovativa ponendo al centro il cliente, non ha cambiato la nostra attività professionale».

Una direttiva europea, che



INDIPENDENZA
«Il valore dell'indipendenza è il concetto più vicino per fare buona consulenza», sostiene Carlos Tusquets, presidente di fcpa España.

esalta il ruolo consulenziale del promotore finanziario, prendendo in qualche modo atto di quel che si andava delineando in Paesi come l'Italia già da alcuni anni. «Ben prima della Mifid, una comunicazione della Consob (del 7 novembre 2001, ndr) rispose affermativamente a un nostro quesito che chiariva esattamente come il promotore, dopo aver dichiarato al cliente il proprio potenziale conflitto d'interesse, potesse prestare consulenza per conto di intermediari».

Il presidente dell'Anasf non si pronuncia sulla presunta rivalità tra promotori e consulenti finanziari, pur affermando che «l'indipendenza sta nel consiglio non nel fatto che si lavora per una determinata rete o in uno studio di consulenza con uno o due colleghi». Per Conti Nibali ciò che è importante, invece, è che si attuino «regole uguali per tutti gli attori nell'interesse del mercato e dei risparmiatori». Altro aspetto evidenziato è la capacità di vicinanza al cliente dei promotori finanziari sia nella buona che nella cattiva sorte degli investimenti. «Una ricerca condotta da Assoreti ha evidenziato che, nel momento più acuto della crisi del 2008, il promotore finanziario ha dimostrato una capacità di assistenza molto maggiore rispetto ad altri canali».