

Parla Massimo Scolari, segretario generale di AscOSim

## Regole comuni per la consulenza

**M**ASSIMO SCOLARI, segretario generale di AscOSIM, l'associazione delle sim di consulenza costituita il 28 gennaio 2001 che attualmente conta 17 società iscritte, sottolinea che i clienti si dimostrano sempre più disponibili a remunerare un servizio di qualità e annuncia l'avvio, da parte di alcune sim, dell'operatività via internet.

**LE SIM DI CONSULENZA SEMBRANO CONCENTRARSI SUI CLIENTI DI ELEVATO STANDING. C'È LA POSSIBILITÀ CHE LA CONSULENZA FINANZIARIA SI APRA AL MERCATO RETAIL?**

«Le sim di consulenza offrono il proprio servizio alla clientela retail e professionale. Quest'ultima ricopre a oggi un ruolo maggiore; alcune sim di consulenza svolgono il proprio servizio a favore di strutture di family office, quindi solitamente a clientela di elevato standing patrimoniale. Esistono tuttavia società che si rivolgono anche

alla clientela retail con minore disponibilità patrimoniale. Da ultimo, alcune sim stanno avviando l'operatività tramite il canale internet, con l'intenzione di servire un pubblico ampio».

**IN ATTESA DELL'ARRIVO DELL'ALBO CONSULENTI, MOLTE SOCIETÀ, PERSONE FISICHE E SRL OFFRONO CONSULENZA FINANZIARIA IN REGIME DI VACATIO LEGIS. QUESTA SITUAZIONE STA PENALIZZANDO LE SIM DI CONSULENZA, CHE INVECE SONO STATE COSTRETTE A SOSTENERE CONSISTENTI COSTI DI COMPLIANCE?**

«Le sim di consulenza non sono penalizzate dal mancato avvio dell'Albo dei consulenti. Direi forse il contrario: sono infatti le società di consulenza finanziaria (Srl e Spa) e i consulenti indipendenti a subire gli effetti negativi del ritardo nella partenza dell'Albo. In tale contesto, infatti, questi soggetti mancano di una legittimazione ufficiale e rischiano di

rimanere ai margini del mercato. Da parte nostra auspichiamo il rapido avvio dell'Albo dei consulenti indipendenti al fine di consentire l'applicazione di regole comuni per l'esercizio del servizio di consulenza».

**SECONDO L'ART. 18-BIS TUF, LE SIM NON POSSONO CONTATTARE I CLIENTI, MA SONO COSTRETTE AD ASPETTARE CHE L'INVESTITORE "METTA UN PIEDE NELLA PORTA". È AUSPICABILE LA MODIFICA DI QUESTA NORMATIVA?**

«La normativa prevede che i consulenti finanziari (siano essi sim o altri soggetti) forniscano al cliente o potenziale, con congruo anticipo, tutte le informazioni sulle caratteristiche del servizio e della società che consentono al cliente di decidere in modo pienamente informato. Per quanto attiene l'offerta di servizi fuori sede, come è ben noto, essa è riservata ai promotori finanziari e non vi è eccezione per il servi-

presentare un'impresa redditizia una volta raggiunte le masse e il volume d'affari necessari al break even».

Anche Moretti insiste sulla neces-



MANUEL QUINZANI, PARTNER DI BE CUBE SIM

sità di raggiungere una massa critica che consenta di sostenere economicamente l'offerta di un servizio a elevato contenuto professionale. Questo percorso può sicuramente avvenire attraverso la crescita interna, ma non solo. «Non si deve infatti trascurare», chiarisce Moretti, «la possibilità di realizzare aggregazioni tra professionisti che condividono strategie, modalità dell'offerta e tipologia di clientela, oltre che principi di integrità e professionalità che sono il presupposto essenziale per la nostra società».

Guardando al futuro e agli sviluppi del mercato della consulenza, anche D'Acquarone crede che assisteremo a fenomeni di aggregazione e con-

solidamento tra le realtà indipendenti. «Ritengo che questo fenomeno riguarderà anche le sim di consulenza». In ogni caso, così come sono prevedibili nei prossimi anni possibili fenomeni di merger, allo stesso modo è auspicabile che aumenterà la conoscenza e l'affermazione della consulenza fee-only anche fra i clienti retail, come già avvenuto nei paesi caratterizzati da una struttura finanziaria più evoluta. «La sfida sarà infatti cercare di replicare il modello delle sim pure sulla clientela retail di fascia inferiore», annuncia D'Acquarone. Inizialmente, infatti, pareva che l'arrivo delle sim di pura consulenza potesse rappresentare una reale minaccia per le reti di pro-

zio di consulenza. Alcune sim di consulenza hanno quindi conferito un mandato a promotori finanziari per la promozione del servizio di consulenza fuori sede.

**ASCOSIM SI È MOSSA PER CAMBIARE QUESTA, O ALTRE NORME, CONTENUTE NEL TUF?**  
«La nostra associazione ha avuto numerosi incontri con le autorità di vigilanza (Banca d'Italia, Consob) finalizzati al miglioramento di alcuni aspetti della regolamentazione del servizio di consulenza. Abbiamo ottenuto ascolto e in alcuni casi sono state eliminate alcune incombenze amministrative in capo alle sim di consulenza. Crediamo che vi siano ancora ampi margini di miglioramento e continueremo a operare con un confronto costruttivo con le autorità».

mozione finanziaria. A distanza di qualche anno la situazione si presenta alquanto diversa, in quanto lo standing della clientela delle sim di pura consulenza è certamente differente.

Ma la consulenza a parcella arriverà mai a interessare il cliente retail? La configurazione del servizio di consulenza nelle forme attualmente in uso prevede un impegno di costo e di tempo da parte del cliente che secondo Gnecco è sostenibile solo da chi ha dimensioni e complessità di patrimonio rilevanti. «Il successo di progetti di consulenza rivolti alla clientela retail potrà avvenire solo attraverso lo sfruttamento delle tecnologie disponibili», sottolinea l'amministratore di



MASSIMO SCOLARI, SEGRETARIO GENERALE DI ASCOSIM

Ambrosetti Asset Management sim. Simile l'atteggiamento di Rizzo. Secondo il manager, alla luce delle dimensioni delle reti di distribuzione e delle forti economie di scala di cui queste possono beneficiare, le sim di consulenza potranno difficilmente competere sul pricing dei servizi di consulenza a parcella offerti dalle reti. «Le strutture come la nostra tenderanno invece a distinguersi sul piano della professionalità e della qualità superiore del servizio di consulenza reso», sottolinea il leader di Galileo Finance. In ogni caso, Rizzo è convinto che il mercato finanziario italiano abbia un forte bisogno di nuove realtà, ispirate al modello estero di boutique finanziaria, ovvero società specializzate che siano in grado di offrire soluzioni personalizzate e su misura per il cliente. «La Mifid», aggiunge Rizzo», ha portato la ventata di novità che il mercato stava cercando e a oggi, sulla base della nostra esperienza, sta crescendo anche in Italia la fiducia nel settore della consulenza finanziaria, soprattutto da parte dei clienti istituzionali che, come anticipato, sono maggiormente pronti a recepire i cambiamenti in atto». In presenza di adeguate campagne di comunicazione e di un idoneo quadro normativo, Rizzo si attende, tuttavia, che il valore aggiunto insito nella consulenza indipendente a

parcella verrà nei prossimi anni percepito anche dai clienti privati.

«La stessa Mifid review», aggiunge D'Acquarone, «sta andando in quella direzione prevedendo una serie di indicazioni e requisiti minimi di servizio che gli operatori dovranno offrire all'interno del servizio di consulenza». A patto, ovviamente, che il risparmiatore retail superi su questi temi il gap culturale accumulato negli anni. «Le sim di consulenza si sono rivolte per lo più a istituzionali o a clienti con patrimoni importanti. Credo che la necessità di cultura finanziaria e di chiarezza», sottolinea Quinzani, «sia sentita tanto dal grande investitore quanto dal cliente retail». Non sembra tuttavia una questione di patrimonio a differenziare la clientela della consulenza, quanto un aspetto culturale: cioè se il cliente ha già individuato le criticità cui può essere soggetto e se ritiene che il consulente possa essere la figura adatta ad aiutarlo a meglio comprendere e a gestire questi problemi. «Sta poi alla consulenza creare valore sotto diversi punti di vista. E la performance è solo uno dei tanti fattori», assicura Quinzani. ■



ENRICO MALVERTI, RESPONSABILE DEL TEAM DI CONSULENZA DI PRIVATE & CONSULTING