

XI Congresso nazionale Anasf

Lista 4

#SeNonOraQuando

Diamo Valore al nostro Futuro



Il contesto di riferimento

La Consulenza Finanziaria in Italia, seppur sia una professione relativamente recente e affermata solo a partire dagli anni novanta, si manifesta come un'attività in continua evoluzione e trasformazione. Basti pensare al continuo cambio di nome Consulente/Promotore/Consulente piuttosto che al mutamento dell'offerta principale proposta dal "sistema distributivo" di prodotti e servizi finanziari Fondi Comuni/GPF-GPM/Unit e Index/Fondi Multimanager/Fondi "della casa" in delega di gestione.

Fino a pochi anni fa, ad esempio, si poteva assistere ad una vera e propria collaborazione strutturata fra i tre soggetti ben distinti, ma tutti con medesima importanza per il sistema:

le case di investimento impegnate a individuare prodotti sempre più efficienti;

i distributori impegnati a mettere a disposizione del consulente le soluzioni migliori presenti sul mercato;

i singoli professionisti, Consulenti Finanziari, che si impegnavano ad offrire un servizio di qualità al cliente finale.

Nel giro di pochissimi mesi - e non per colpa della MiFID II che, anzi, a livello europeo mette al centro dell'attività di ogni intermediario proprio l'attività consulenziale - si è passati da un'offerta che prevedeva, pressoché in ogni rete, la possibilità di utilizzare un'ampia selezione di prodotti di terzi, da proporre nella logica dell'architettura aperta, a un'architettura benevolmente definita dal mercato come "guidata". Si sono sviluppati i "wrapper" o le "soluzioni a pacchetto" concepite come "prodotti della casa" da proporre in via prioritaria al cliente. L'importanza del ruolo del Consulente Finanziario nell' "effettuare le migliori scelte di investimento in favore del cliente" oggi è stata praticamente delegata ai fund selector della propria azienda. Sono loro, di fatto, a selezionare case e singoli fondi da inserire all'interno dei portafogli modello "da consigliare" alla clientela.

Questo ha portato, anche per un mancato presidio negli ultimi anni della nostra associazione di categoria a favore della tutela della nostra professione, a definire, al recente Convegno Assoreti dell'8 ottobre 2019, il consulente finanziario di oggi come *"un gestore di competenze altrui"*(cit.)... quasi come se la "competenza" non fosse una caratteristica che ci appartiene direttamente e la nostra fosse una figura con l'unico scopo di accrescere le masse portate in dote senza doversi preoccupare più di tanto della qualità dei portafogli e dei servizi proposti ai propri clienti.

La categoria del Consulente Finanziario sta assistendo inerme a un cambiamento significativo rispetto ai tre soggetti che collaboravano, fino a pochi mesi fa, per arrivare a proporre le migliori soluzioni al cliente. Si sta tornando ad affermare il ruolo centrale dell'intermediario bancario tradizionale, del distributore, nella scelta diretta delle soluzioni che vanno proposte alla clientela finale, controllando da un lato direttamente la gestione e, dall'altro, ottimizzando i costi e le scelte della rete dei propri consulenti/dipendenti.

In questo "nuovo" sistema (che però ricorda molto quello delle tanto vituperate banche tradizionali arrivate nel tempo alla proposizione delle obbligazioni subordinate ai propri clienti) la figura che sta subendo le maggiori pressioni, e che al tempo stesso ha visto fortemente diminuita la sua capacità di essere ascoltata ai tavoli istituzionali, è sicuramente quella del Consulente Finanziario il cui ruolo diventa sempre più complicato e combattuto fra la volontà di proporre al cliente una vera offerta consulenziale fatta di un'attenta analisi delle esigenze ed individuazione sul mercato le soluzioni migliori da consigliare o la mera proposizione di uno dei profili di rischio che il prodotto della casa prevede come ottimale per quel cliente.

In questo contesto si sta inoltre assistendo ad altri due fenomeni significativi che porteranno, inevitabilmente, una conseguenza nel medio/lungo periodo: da un lato si sta assistendo ad un "sistema della produzione" che si sta ristrutturando per raggiungere un'economia di scala competitiva arrivando ad ottimizzare, fra gli altri costi, anche quelli relativi alla ricerca e all'analisi. Fusioni ed integrazioni hanno già visto protagoniste alcune grandi case di investimento (Henderson e Janus, Amundi e Pioneer, etc.) nel tentativo di mantenere quella dimensione che consenta loro di continuare a trattare efficacemente con le direzioni dei distributori. Dall'altro la pressione più importante a cui il nostro settore dovrà dare sempre più attenzione è quella che arriva, "lato clienti", dal cambiato contesto di mercato (si pensi ai tassi negativi), dalla trasparenza sui costi (normativa che potrebbe davvero aiutare a dare risalto alla figura del Consulente Finanziario ma di cui non si sente già più parlare...) e dalla nuova normativa sulla PSD2 (che potenzialmente potrà arrivare a stravolgere veramente il settore della consulenza).

Lo sviluppo del web e delle nuove tecnologie sta anche portando ad avere clienti sempre più informati (o quanto meno con accesso a maggiori informazioni), clienti che vanno ad aumentare la loro pretesa e che stanno diventando sempre più esigenti, ma contestualmente timorosi di effettuare scelte sbagliate nella gestione dei propri risparmi e, quindi, alla continua ricerca di un punto di riferimento su cui basare le proprie decisioni di investimento. Sono clienti storicamente abituati ai grandi rendimenti dei bot italiani che devono capire cosa siano i tassi di investimento negativi, clienti che iniziano a comprendere che il sistema pensionistico delle generazioni precedenti è cambiato, ma che continuano a mantenere il TFR in azienda. Clienti che non sanno bene cosa fare delle proprie disponibilità finanziarie (le liquidità sui conti correnti sono in crescita), ma sono ampiamente sottoassicurati seppur la necessità di "far fronte agli imprevisti" rimane ancora la principale esigenza

espressa.

Tutte queste consapevolezze e nuove esigenze stanno interessando una base di clienti sicuramente più ampia di quella dei decenni passati, sia nella direzione del retail che verso il private, e questo sta portando, o meglio porterà ancora di più, a una forte concorrenza nel settore della distribuzione.

La distribuzione “tradizionale”, finora basata su filiali e gestori bancari, o sulla proposizione di reti di agenti/promotori/consulenti (con “rapporti di forza” ancora significativamente sbilanciati a favore delle filiali bancarie, ma con una crescita delle masse gestite dai consulenti che fa davvero ben sperare), sta vedendo, soprattutto in Italia, la nascita di modelli nuovi e alternativi. Gli intermediari, per prevenire modelli di consulenza digitali (Moneyfarm, Oval Money BuddyBank sono solo alcuni esempi), stanno implementando soluzioni di investimento più “semplificate”, gestibili dal cliente in remoto che rendono più accessibile l’investimento anche a investitori più piccoli o a investitori meno preparati. Si sta vivendo una riorganizzazione, tramite l’IDD, anche nell’ambito delle compagnie vita portando molti più agenti a interessarsi di quelle forme di investimento rappresentate dalle Unit Linked, mentre continua il timore che prima o poi possano entrare sul mercato giganti come Google, Amazon, Apple, Facebook che potrebbero fare “piazza pulita” sulla raccolta degli investimenti, soprattutto delle nuove generazioni.

In questo contesto cosa deve aspettarsi il consulente finanziario?

Quale ruolo avrà e come può “uscire vincitore” anche da questa nuova sfida?

Perché la creazione della lista #SeNonOraQuando

Diamo Valore al nostro Futuro

In questo contesto, con evoluzioni così forti e scenari così incerti, occorre che la nostra categoria recuperi quell’importanza professionale agli occhi di intermediari e soggetti regolatori e, allo stesso momento, aumenti la riconoscibilità del proprio ruolo agli occhi del mercato e della cittadinanza in senso più ampio.

Il ruolo del consulente finanziario deve infatti tornare ad essere centrale nel mercato dell’offerta dei servizi finanziari e diventare, ancora di più, vero e proprio punto di riferimento per la clientela finale.

Per raggiungere questi obiettivi non è più sufficiente che ogni singolo consulente si impegni personalmente nel portare avanti un’attività quotidiana fatta di miglioramento delle proprie competenze e impegno nei confronti del cliente, ma diviene determinante, da un punto di vista strategico, far recuperare all’ANASF, l’unica associazione di categoria che può rappresentare correttamente la figura del Consulente Finanziario, quella credibilità e quella capacità di aggregazione al fine di portare avanti iniziative decise ed efficaci anche nei “luoghi istituzionali”, ovvero in quelle sedi e in quei tavoli di lavoro dove si decidono regole e modus operandi dei vari soggetti coinvolti nel nostro settore.

Si tratta di un'attività che può portare avanti solo una associazione di categoria come l'ANASF, ma un'associazione che si liberi dalla volontà di rappresentare le mandanti più che i consulenti (prova ne sono la continua proposizione di liste basate sul "colore della casacca") e che diventi **un'associazione non solo rappresentativa, ma anche partecipata** (e che si scrolli di dosso quella mancanza di trasparenza che non consente neppure, ad esempio, ad un soggetto associato di sapere chi siano gli altri associati).

Se in questi anni il sistema finanziario non ha dedicato tutta l'attenzione necessaria alla riconoscibilità del nostro ruolo è infatti anche perché la nostra associazione di categoria, in questo contesto, non si è data la priorità di **far affermare la figura del Consulente Finanziario come "pilastro" per la gestione dell'economia della famiglia** (ruolo che dovremmo avere anche per la stessa Consob, che ha sottolineato la nostra importanza nell'ultimo rapporto sulle conoscenze finanziarie degli italiani presentato l'8 novembre 2019) Questo, fra l'altro, consentirebbe ad ogni professionista iscritto all'Albo di aumentare il numero di clienti (e quindi portafogli e conseguenti ritorni economici) e accrescere così l'importanza della nostra attività all'interno del nostro settore.

#SeNonOraQuando – Diamo Valore al nostro Futuro, in questo contesto vuole infatti essere una lista "disruptive" sia per la caratteristica di avere a caposaldo questi obiettivi come realmente prioritari, sia per l'innovazione che vuole portare nelle varie attività dell'associazione per le prossime elezioni ANASF, annoverando come pionieri di questo progetto di cambiamento dell'associazione Professionisti che si distinguono quotidianamente nella loro attività per l'etica e la passione in favore del proprio cliente.

Il nostro fine è quello di riuscire a creare la prima lista ANASF non legata a una specifica rete (non comprendiamo come un mandato debba "legare" di più di Valori, Progetti e "Amore" per il proprio cliente), ma un gruppo di Professionisti con la "P" maiuscola che possa avere un'importante rappresentanza su tutto il territorio nazionale e che vada non solo a guidare la nostra associazione di categoria, ma che proponga di fare di ogni associato ANASF un esempio qualificato per i colleghi, un modello per far avvicinare alla nostra attività altri professionisti (...siamo l'unico settore economico in crescita con numero di lavoratori in calo... cui prodest?) e soprattutto che faccia dell'associazione quel motore fondamentale per portare avanti iniziative concrete sulla cittadinanza attiva per la miglior affermazione del nostro ruolo professionale.

Si tratta di un progetto rispettoso di quello che è stato fatto finora dai colleghi nell'associazione e gentile nei confronti dei vari soggetti presenti nel nostro mondo, ma allo stesso tempo **determinato e pronto per affrontare il cambio di passo che è necessario**, in un'epoca di grandi trasformazioni come questo, per il futuro della nostra professione!

Oltre alla presentazione di questo programma è nostra intenzione confrontarci continuamente con i vari stakeholder, non solo Consulenti Finanziari abilitati all'offerta fuori sede ma anche altri professionisti, direzioni di banche e assicurazioni, soggetti regolamentari e, soprattutto, liberi cittadini condividendo le nostre iniziative su siti dedicati. In attesa di strutturare in questa direzione quello della stessa associazione abbiamo già reso possibile questa iniziativa sul sito www.EvolvingAdvisory.com, un portale aperto al confronto nel quale puoi proporre qualsiasi tua idea e diventare tu stesso un fautore delle priorità che sono utili portare avanti in attivo per la crescita dell'intera categoria.

Queste elezioni sono davvero l'ultima occasione per dare un'importanza istituzionale al nostro ruolo professionale!

Fra aspetti normativi e novità tecnologiche, questa sarà proprio **l'elezione ANASF del cambiamento**. Un cambiamento di passo davvero necessario oggi che stiamo rischiando di perdere anche la nostra identità come categoria: non sappiamo forse più neppure noi se veniamo considerati imprenditori o venditori, ci viene spesso indicata la necessità economica di aumentare l'ammontare dei portafogli gestiti, ma spesso gran parte di questi sono frutto di riassegnazioni interne nonostante la nostra categoria, che è una delle più competenti, qualificate e capaci che vi sia (!), gestisca oggi ancora solo il 14% dei patrimoni degli italiani.

Dobbiamo renderci conto noi per primi di quanto, in questo contesto, sia necessario muoversi ed attivarsi in prima persona per migliorare le cose. **È giunto il momento di dare una svolta importante alla nostra professione**. Occorre guardare al futuro piuttosto che concentrarsi sul passato!

È per questo motivo che nasce il progetto, perché di progetto si tratta più che di una mera lista per le elezioni, **#SeNonOraQuando** che accompagnerà ogni nuova idea, ogni proposta costruttiva e ogni attività che intraprenderemo.

L'obiettivo della lista #SeNonOraQuando

Diamo Valore al nostro Futuro

L'obiettivo principale di questa lista è quello di riuscire a rendere il ruolo del Consulente Finanziario centrale nel mercato dell'offerta dei servizi finanziari e, ancora di più, arrivare alla sua affermazione come "pilastro" per la gestione dell'economia della famiglia.

La nostra vuole essere una **lista Rappresentativa, Partecipativa e realmente Impegnata nel processo di cambiamento e rinnovamento radicale** della nostra associazione di categoria non solo nel modus operandi ma anche nell'individuazione delle persone che, a vario titolo, operano in nome e per conto dell'ANASF stessa. Un cambiamento che nasce dalla base dei Consulenti, arriva ai vertici dell'associazione e torna a far diventare gli associati gli stakeholder principali, coloro che determinano iniziative da portare avanti e idee da intraprendere per il tramite di veri e propri **tavoli di lavoro partecipati su base territoriale**.

Il raggiungimento di questi obiettivi passa sicuramente dall'applicazione di un modello di governance che sia davvero rispettoso dell'impegno, delle competenze, della rappresentatività e dell'inclusione di tutte le componenti associative. Cosa finora mai avvenuta in ANASF.

Le attività principali che andremo a perseguire con la lista #SeNonOraQuando

Diamo Valore al nostro Futuro

I temi dell'ancora troppo poca presenza femminile nel nostro settore;

di come raggiungere il target dei millennial (oggi già trentottenni nel pieno, quindi, della vita economica);

di come favorire il passaggio generazionale della professione;

della gestione del rapporto con le mandanti e della tutela della propria professione;

del ritorno ad un'offerta non concentrata sui prodotti monomarca;

di una tutela dei nostri ritorni economici (a cui rinunciamo anche ma solo se ciò va a favore dei nostri clienti e non di altri soggetti) vista la nostra dedizione e operatività per 12 ore al giorno, spesso anche sette giorni su sette;

di come riuscire ad aumentare la trasparenza nei confronti del cliente del sistema, etc, etc sono tutti temi per i quali ci impegneremo seriamente confrontandoci con tutti gli associati e portando avanti, con forza e vigore (e non con semplici boutade tipo il "a noi spetta 1/3 delle commissioni pagate dai clienti" indicato ai quattro venti all'ultima Consulentia nazionale a cui, dopo la tre giorni, non è stato dato più alcun seguito).

E visto che guidare in modo professionale un'Associazione richiede chiarezza nei programmi, questi sono i "bullet point" delle principali attività che porteremo avanti come Associazione di categoria una volta eletti sono:

- Il supporto concreto alla **proposizione di incontri di educazione finanziaria non solo rivolti alle scuole, ma anche alla cittadinanza attiva** dove sia il consulente associato il vero protagonista e in cui sia la direzione dell'associazione la prima a prodigarsi per la loro realizzazione. Attività che aiuteranno sicuramente quel riconoscimento del nostro ruolo consulenziale agli occhi della cittadinanza.
- Attenzione sì al **presidio dei tavoli di lavoro istituzionali come OCF o Enasarco, ma con la convinzione che questi siano il mezzo per raggiungere i nostri obiettivi e non il fine** per "chiudere in bellezza" una propria carriera professionale. Saranno infatti le persone più motivate alla tutela della nostra categoria e dei nostri interessi quelle che saranno designate in questi ruoli e non quelle che, con una manciata di voti, possono influenzare il presidio di "altre poltrone".
- La creazione di **momenti di incontro periodici sul territorio in cui coinvolgere anche altri professionisti come commercialisti, avvocati e notai** con il duplice fine di aumentare la riconoscibilità del nostro ruolo professionale e di sviluppare collaborazioni e sinergie con loro a favore della clientela finale.
- La **realizzazione di una campagna di comunicazione efficace** basata sulla diffusione di video di educazione finanziaria di facile comprensione e condivisione (senza scomodare Ray Dalio un modello efficace è rappresentato da questo video <https://youtu.be/CRk1gEfEHCU> creato dal Forum per la Finanza Sostenibile).
- L'organizzazione **di un importante evento rivolto alla clientela finale** (aprire Consulentia o creare un nuovo evento rivolto a risparmiatori e investitori in cui siano i consulenti associati

ad avere visibilità sul palco).

- L'inserimento, all'interno del codice etico dell'ANASF, **dell'impegno da parte degli associati di non andare ad effettuare attività di retention sui colleghi che dovessero cambiare intermediario** (tema che inevitabilmente porta anche al confronto sulla questione della titolarità dei rapporti).
- Attenzione al **Passaggio Generazionale dei portafogli**, sia **per quanto riguarda il cliente**, organizzando delle iniziative di educazione finanziaria rivolte ai figli dei clienti dei consulenti associati, ma anche **per il Professionista associato**. Secondo un recente report (Cerulli Associates) si prevede infatti che oltre un terzo dei consulenti finanziari andrà in pensione nei prossimi 10 anni mettendo in movimento quasi il 39% delle attività del settore e molti di questi affermano che "non hanno ancora creato un piano di successione ma si aspettano di trovare un altro consulente che possa succedergli nella loro pratica". Diventa quindi necessario e doveroso, per la nostra categoria e per la miglior tutela di un servizio di qualità al nostro cliente, portare il nostro settore ad **aumentare gli sforzi per l'avvicinamento alla nostra professione di nuovi consulenti**, giovani preparati a cui offrire una formazione pratica per rispondere al meglio alle esigenze del cliente e qualificare ulteriormente il nostro ruolo consulenziale.

Come riuscire a fare tutto questo in modo efficace e orientato al raggiungimento dell'obiettivo?

Con la **creazione di "tavoli di lavoro"** come rapporti con le istituzioni, attività di comunicazione, iniziative sul territorio a favore della clientela, relazioni con altri professionisti, tutela professionale e avvicinamento alla professione.

Tavoli di lavoro operativi organizzati sul territori con il coinvolgimento sia dei comitati territoriali sia degli altri associati che abbiano un "valore aggiunto" da portare alla discussione.