

Consulenti indipendenti: la lezione di Progetica

DAL MIGLIOR PRODOTTO AL PRODOTTO UTILE

Così dodici anni fa è nato un "think tank" che unisce il rigore metodologico alla vocazione commerciale sul mercato.

di Gaetano Megale

Progetica nasce nel 1994 come laboratorio di applicazione di principi etici alla relazione tra operatori e risparmiatori.

La società, indipendente come compagnie e posizionamento, nasce da un gruppo di professionisti che avvertono la necessità di introdurre un reale rigore sistemico nel rapporto fra tutti gli attori del processo d'investimento (società prodotto, gestore, compagnia assicuratrice, operatore, risparmiatore) ridefinendo relazioni, ruoli, ambiti di responsabilità su un comune terreno di consapevolezza e razionalità. La coerenza etica e l'interdipendenza fra gli attori non sono soltanto un'ipotesi culturale ma anche un chiaro posizionamento sul mercato, una necessità del nostro tempo per il conseguimento di significativi e curatori risultati nel tempo. Oggi Progetica è riconosciuta dal mercato come "think tank" consulenziale capace di unire il rigore metodologico alla vocazione commerciale. Quando Progetica nacque, il mercato italiano non si poneva grandi domande e l'intermediazione finanziaria si riduceva a tecniche di comunicazione "ad imbuto". Progetica, da allora, cercò di anticipare le attuali tendenze culturali dei risparmiatori, sempre più attenti ai comportamenti piuttosto che alle "caratteristiche meravigliose".

Oggi, a dodici anni di distanza si possono trarre alcune conclusioni, non come "verità" ma come contributi concreti al dibattito sulla consulenza che noi vorremmo definire "interdipendente" (si veda l'articolo a pag. 10, ndr).

Ci sembra, infatti, che una consulenza possa essere efficace laddove si rispettino alcuni valori:

- **L'indipendenza metodologica:** operare in base a precisi standard qualitativi, totalmente trasparenti e oggettivi. Ciò significa impegnarsi sul terreno della ricerca, seguendo procedimenti scientifici. Cosa c'è dentro la proposta, come viene realizzata, quali presupposti e metodi sono adoperati? In un mare di bottiglie verdi con dentro messaggi di difficile interpretazione, la certezza di poter comprendere i meccanismi di realizzazione della proposta sono, ci pare, un'essenziale garanzia di indipendenza e trasparenza.
- **Il rigore metodologico:** la consulenza richiede alcune avvertenze di fondo. Tra queste, l'approccio probabilistico e non deterministico, che riguarda tutte le aree (investimento, indebitamento e previsioni) e che allontana la consulenza da quel sei di coerenza apparenti che talora ha bloccato lo sviluppo del settore.
- **L'integrazione dei bisogni e delle soluzioni:** la divisione delle fabbriche tra indebitamento, assicu-

razione, investimento, forme pensionistiche non regge alla necessità di fornire soluzioni a un risparmiatore che è persona unica e poco interessato alle artificiali distinzioni dei prodotti.

Da qui la volontà di supportare l'intero ciclo di vita del cliente, dalla nascita alla trasmissione ereditaria, integrando strategie e prodotti diversi poiché una consulenza parziale risponde a necessità produttive che non sono quelle del risparmiatore.

- **La coerenza tra offerta e domanda:** il tema è quello del passaggio epocale del "miglior prodotto" al prodotto "utile". La coerenza implica la valorizzazione del e soggettività e metodi e strumenti che percorrano ben altre strade da quelle dei questionari "apparenti".
- **La cultura:** senza cultura coerente con il ruolo si è privi di alternative a dunque soggetti alla mediazione di informazioni e metodi preconfessionati. La cultura è la cornice interpretativa che rende possibile e comunicazione un insieme integrato a supporto della visione consulenziale capace di adattarsi alla singola conversazione tra operatore e risparmiatore in maniera flessibile. L'insieme di questi requisiti, naturalmente, connota il posizionamento di Progetica che oggi si riflette nei suoi clienti: storicamente rappresentati da banche, sim, sgr, società di erogazio-



ne del credito e compagnie assicuratrici. L'idea di fondo è che la consulenza debba porsi come sintetizzatore della cultura del partner con il quale si collabora a fornire alternative decisionali basate su un'attività di scoperta comune di nuove strade, ben diversa dalla semplice esecuzione di compiti. Questo in diversi ambiti con riferimento a modelli di profilazione e segmentazione del risparmiatore, di saggi e ottimizzazione di prodotti e servizi efficienti, realizzazione di tools tecnologici, supporti di comunicazione e processi formativi. Ecco, se volessimo sintetizzare la specificità del "caso Progetica" essa probabilmente si sostanzia nella fusione tra teoria e prassi al e continua ricerca di un equilibrio tra gli interessi di tutti gli attori coinvolti. L'applicazione di solide teorie di riferimento è oggi riconosciuta dal mercato, anche grazie a una significativa attività divulgativa e divulgativa e convergenza e alla vocazione alla pubblicazione di testi di supporto alla consulenza che prende avvio dalle domande, le necessità, i timori, le attese dei risparmiatori e degli operatori. ■