



Da promotori a produttori di benessere

Pianificatore finanziario personale, questo sarà il destino dei professionisti della consulenza. Con questa evoluzione l'industria è destinata a crescere quantitativamente e qualitativamente

di Gaetano Megale
e Sergio Sorgi - Progetica

Erano **66.749** nel 2003 e dopo sette anni di calo, ad eccezione del 2007, nel 2010 sono diminuiti a **56.416**.

Questo il bilancio descritto dall'**APF, Organismo per la tenuta dell'Albo dei Promotori Finanziari**, dei professionisti che rappresentano in Italia la componente qualitativa e quantitativa-

mente più rappresentativa della cultura della consulenza finanziaria.

Le cause che hanno generato questo andamento sono state ampiamente discusse e individuate: l'assenza di ricambio che riguarda i professionisti oltre i 65 anni, le incertezze generate dalle perduranti crisi dei mercati finanziari e la progressiva riduzione dei ricavi.

Ed è possibile, stante così le cose, che tali cause possano anche acuirsi nel futuro, provocando così una maggiore contrazione degli operatori.

D'altro canto, queste stesse cause stanno indicando una strada che, se percorsa, potrebbe senz'altro favorire un nuovo inizio per il settore della promozione finanziaria. A volte si potrebbe scambiare il tra-

mento con l'alba e viceversa. Ma una cosa è certa: oggi **sul settore della promozione finanziaria non sta splendendo il sole**.

Se il fattore demografico relativo ai professionisti è un elemento di preoccupazione, vi sono, come si legge nella relazione annuale 2010 dell'APF, dei "segnali deboli" sui quali si può, e si deve, lavorare. La professione continua ad attirare i giovani in quanto, sebbene gli under 30 siano passati dal 14% nel 2000 al 2,7% nel 2010, sono 3.009 su 9.400 i giovani sotto i 30 anni che nel biennio 2009/2010 hanno fatto domanda per la prova valutativa di idoneità alla professione. D'altro canto, il 50% degli stessi giovani abbandona l'attività tra il secondo e il terzo anno, a testimonianza del fatto che **questa professione forse delude le aspettative** (talvolta irrealistiche?) dei giovani verso una attività che non è affatto facile nell'attuale contesto di mercato. Tuttavia anche in quest'ultimo elemento si possono scorgere positività rilevanti. Infatti, questo clima da "tempesta perfetta" dei mercati e l'arretramento del welfare statale potrebbe generare un humus appropriato per affermare l'importanza del servizio consulenziale, la necessità della qualità della consulenza stessa e creare le condizioni affinché la gran massa dei risparmiatori possa trovare nei promotori finanziari un punto di riferimento stabile e una relazione basata sulla **fiducia**. Con la conseguenza che l'utilità della professione e la remunerazione di una attività così delicata e rilevante possa trovare il giusto riconosci-

mento. Le soluzioni strategiche per dare un nuovo impulso, e una nuova direzione, al settore sono state già delineate, con grande lucidità, da un progetto approntato dall'APF.

Esse consistono in tre punti salienti: **1)** allargare ulteriormente il bacino dei giovani orientati alla professione, agevolare l'elevazione del livello culturale e promuovere la percezione della qualità della professione; **2)** favorire l'accesso e la permanenza nella professione da parte dei giovani neoiscritti all'Albo; **3)** garantire l'aggiornamento professionale e il perfezionamento continuo del promotore finanziario consolidato".

Il progetto è di estrema importanza e, a nostro avviso, per avere il successo che merita richiede implicitamente di ridisegnare la stessa mission del settore della promozione finanziaria all'interno della società e, di conseguenza, individuare le prospettive di sviluppo e creare le condizioni culturali e sociali per l'affermazione del ruolo del promotore finanziario. È un tentativo troppo ambizioso? Non lo crediamo. Il settore della promozione finanziaria ha in sé tutte le energie e le capacità per essere un agente efficace di innovazione e di cambiamento culturale. E in ogni caso, lo ha già dimostrato in passato quando, dagli anni '70, ha determinato una grande evoluzione culturale che ha fatto dell'Italia uno dei mercati finanziari più avanzati sotto il profilo della qualità dell'offerta in Europa.

LA VALORIZZAZIONE DELL'ATTIVITÀ DEL PF

In primo luogo è bene affrontare il tema della necessità di

una inequivoca interpretazione dell'attività professionale del promotore finanziario al fine di definire ruolo, responsabilità e tipologia di servizi che può offrire al suo cliente. Se non viene affrontato definitivamente questo aspetto è difficile pensare che si possa realisticamente valorizzare una attività della quale non si comprenda, chiaramente, la *value proposition*. Essa non può essere solo una conseguenza del posizionamento competitivo della mandante: la questione è trasversale, importante ed essenziale per l'intero settore.

Così, se il ruolo è quello di un "mediatore finanziario" che collega in maniera intelligente e produttiva la domanda con l'offerta, la prospettiva dell'evoluzione del ruolo diventa un tema di sola efficienza distributiva e di equilibrio di mercato. E l'attrattività della professione non può essere molto dissimile a quella di una dignitosa e onesta attività di promozione e vendita di prodotti finanziari e assicurativi "a catalogo".

E se l'immagine è quella di un **"professionista della finanza"**, esperto di mercati e asset class, di allocazioni ottimizzate e di portafogli costruiti con i migliori e più efficienti prodotti, che possa assicurare ragionevolmente ai propri clienti una gestione ottimale delle risorse per produrre ricchezza, allora forse si sta definendo una *value proposition* irrealistica e destinata a infrangersi contro le difficoltà che gli stessi gestori e analisti finanziari stentano a superare. Certo, questa interpretazione di ruolo può avere delle buone chance come attrattività professionale che, tuttavia, possono fortemente ridimensio-

Il settore delude oggi le aspettative dei giovani. L'attuale contesto di mercato non è affatto semplice, ma dietro alla "tempesta perfetta"...

Vi sono diverse prospettive di ruolo che risultano interessanti per i pf. Tutte convergono verso...

narsi alla prova della realtà (è forse questa una delle cause dell'insuccesso e dell'abbandono del 50% dei giovani che accedono alla professione?).

La valorizzazione del ruolo del promotore finanziario può essere fondatamente proposta, al mercato e alla valutazione collettiva, solo a patto che si riesca a dimostrare la sua necessità in termini di significativi benefici sociali, economici e di creazione di benessere psicologico per i suoi clienti.

A nostro avviso è questo il presupposto fondamentale per: **1)** creare una **positiva attrattività** della professione verso i giovani, **2)** riconsiderare radicalmente il **tema della remunerazione** della consulenza dal momento che questa deve essere funzione delle utilità che genera ai fruitori e **3)** articolare coerentemente **percorsi formativi** di accesso alla professione e allo sviluppo delle competenze ed abilità dei promotori finanziari consolidati.

Fortunatamente vi sono diverse prospettive di ruolo che sembrano molto interessanti e

promettenti per la professione di promotore finanziario del futuro che convergono tutte in un unico profilo professionale: il pianificatore finanziario personale.

IL PIANIFICATORE FINANZIARIO PERSONALE

Innanzitutto, al fine di evitare fraintendimenti, è bene evidenziare cosa la pianificazione finanziaria non è.

La pianificazione finanziaria non si identifica con il processo di investimento in quanto si articola sull'intero *set* di esigenze di protezione assicurativa, del pensionamento, dell'investimento e dell'indebitamento e è finalizzato per permettere al fruitore di raggiungere i propri obiettivi sull'intero arco di vita. In secondo luogo, la pianificazione finanziaria non è finalizzata a creare ricchezza focalizzandosi sulla variabile "rendimento", derivante da elementi finanziari quali previsioni di mercato, portafogli ottimizzati e prodotti efficienti. Come vedremo successivamente, il "segreto" della produzione di ricchezza è basato su altri fat-

tori: **la gestione del rischio e l'utilizzo accorto del capitale umano** prodotto dalla famiglia.

E in terzo luogo, la pianificazione finanziaria non è un evento ma è un processo dinamico, che va continuamente rivisto e, se necessario, adeguato in funzione dei cambiamenti di vita e delle circostanze personali nonché di tutte le altre fonti di variazione che possono agire sul piano stesso. La qualità del servizio dipende dunque anche dalla partecipazione attiva del fruitore e dalla consapevolezza di ciò che può ottenere, realisticamente, dal servizio.

Ricordiamo che il tema della definizione metodologica e tecnica della pianificazione finanziaria è già stato efficacemente risolto dalla norma tecnica internazionale **UNI ISO 22222:2008** che definisce i requisiti comportamentali di qualità del pianificatore finanziario personale. Per chi volesse approfondire: www.iso22222.it.

La pianificazione finanziaria personale potrebbe rappresentare davvero, e concretamente, un asset prezioso per l'affermazione di una professione di grande utilità sociale ed economica e di sviluppo delle migliori energie delle singole persone.

IL VALORE SOCIALE DEL PIANIFICATORE

Gli scenari sociali, economici e demografici impongono una evoluzione del promotore finanziario da un ruolo "distributivo" ad un ruolo sociale, cruciale nei nuovi modelli di welfare societari. Le esperienze internazionali, delle quali abbiamo più volte scritto su **ADVISOR**, evidenziano che il



Gli scenari sociali,
economici
e demografici
impongono
un'evoluzione
della professione
da un ruolo
"distributivo"
ad un ruolo
"sociale"

TABELLA
RAPPORTO THORESEN:
SOMMARIO DEGLI IMPATTI ECONOMICI DELLA CONSULENZA GENERICA

<i>Attori</i>	<i>Costi (milioni di sterline)</i>	<i>Benefici (milioni di sterline)</i>
Consumatori	da 594 a 988	16.400
Industria	da 390 a 839	da 3.612 a 5.514
Governo	da 390 a 839	da 4.650 a 6.000
Economia	-	344

supporto consulenziale ai cittadini, inteso nei termini della pianificazione finanziaria personale, è un insostituibile sostegno affinché essi, di fronte all'arretramento del welfare statale, possano assumersi consapevolmente la responsabilità delle decisioni relative alla vita propria e della famiglia. Tra le tante iniziative internazionali sul tema, qui potrebbe essere interessante ricordare i presupposti che hanno dato impulso alla proposizione da parte del governo inglese di un **servizio di consulenza finanziaria gratuita e indipendente** per i suoi cittadini. Il servizio, lanciato nel marzo

del 2010, inizialmente denominato "*Money made clear*" e ora ribattezzato e pubblicizzato come "*The money advice service*", comporta assistenza telefonica, un sito internet e anche la possibilità di incontrare esperti faccia-a-faccia, per ottenere una consulenza gratuita su problematiche finanziarie, pianificazione finanziaria e consigli e indicazioni circa i propri diritti.

Il servizio è stato finanziato con **20 milioni di sterline** dal Governo e dalla FSA mediante un prelievo sui fondi recuperati da conti bancari dormienti, laddove è stato annunciato che il Governo intende destinare altre 100 milioni di sterline per sostenerne l'attuazione. Alla base della significativa iniziativa vi sono motivi etici e sociali ma anche di ordine economico. L'iniziativa, infatti, prende avvio dal "**Rapporto Thoresen**" che ha stimato i costi del servizio consulenziale e i benefici attesi per ciascun attore: consumatori, industria dei prodotti finanziario-assicurativi, governo ed economia.

La tabella pubblicata in questa pagina mostra gli esiti del tutto ragguardevoli dell'attività di consulenza generica per i soggetti coinvolti, intendendo per consulenza generica quella che

fornisce raccomandazioni personalizzate esclusivamente su tipologie di prodotto e non su prodotti specifici.

I dati sono il frutto di una simulazione che abbraccia un arco di 50 anni (2009-2060), durante i quali viene offerta consulenza generica alla popolazione-target di 19,2 milioni di cittadini, a un ritmo di 4 milioni di cittadini l'anno, e ipotizzando che solo il 10% di essi seguano le raccomandazioni proposte.

A pochi mesi dal lancio del servizio, sono stati riportati alcuni risultati dalla organizzazione CFEB: 571.100 sessioni effettuate, 24.600 *face to face*, 3.800 mediante telefono e 542.700 sul web. Più del 90% degli utenti hanno dichiarato di essere molto o abbastanza soddisfatti del servizio e l'80% ha dichiarato l'intenzione di voler continuare a utilizzarlo. Oltre l'80% di tutti gli utenti hanno espresso la disponibilità a consigliarlo ad altri e il 50% degli utenti del faccia a faccia lo ha consigliato ad almeno una persona nel giro di due mesi. Ma i risultati più confortanti sono stati sotto il profilo dell'**utilizzo effettivo del servizio**: oltre il 50% dei fruitori ha agito in funzione delle indicazioni ricevute in tutte le



Il mercato deve riconsiderare il ruolo, le competenze e le forme remunerative del promotore finanziario

modalità di erogazione con una maggiore efficacia per il faccia a faccia. Ben oltre il 10% ipotizzato dal "Rapporto Thoresen" e ciò fa pensare che i benefici economici stimati del servizio possano essere sensibilmente più elevati.

Questa iniziativa, da sola, è una testimonianza più che concreta della **importanza sociale della pianificazione finanziaria per le famiglie**. E sarebbe bene partire da queste *best practices* per convincersi che la professionalità del promotore finanziario non si dovrebbe esaurire in una mera funzione distributiva. Il promotore finanziario è forse oggi l'unica figura professionale in Italia che per tradizione, per modalità operativa, per orientamento al cliente e per apprezzamento della sua clientela può raccogliere e realizzare questa importante missione. A patto, lo ripetiamo, che il mercato sappia riconsiderarne il ruolo (da gestore o attuario a pianificatore), le competenze (meno formule matematiche, più attenzione agli eventi di vita dei risparmiatori), le forme remunerative (che premino il servizio e non la titolarità dei clienti).

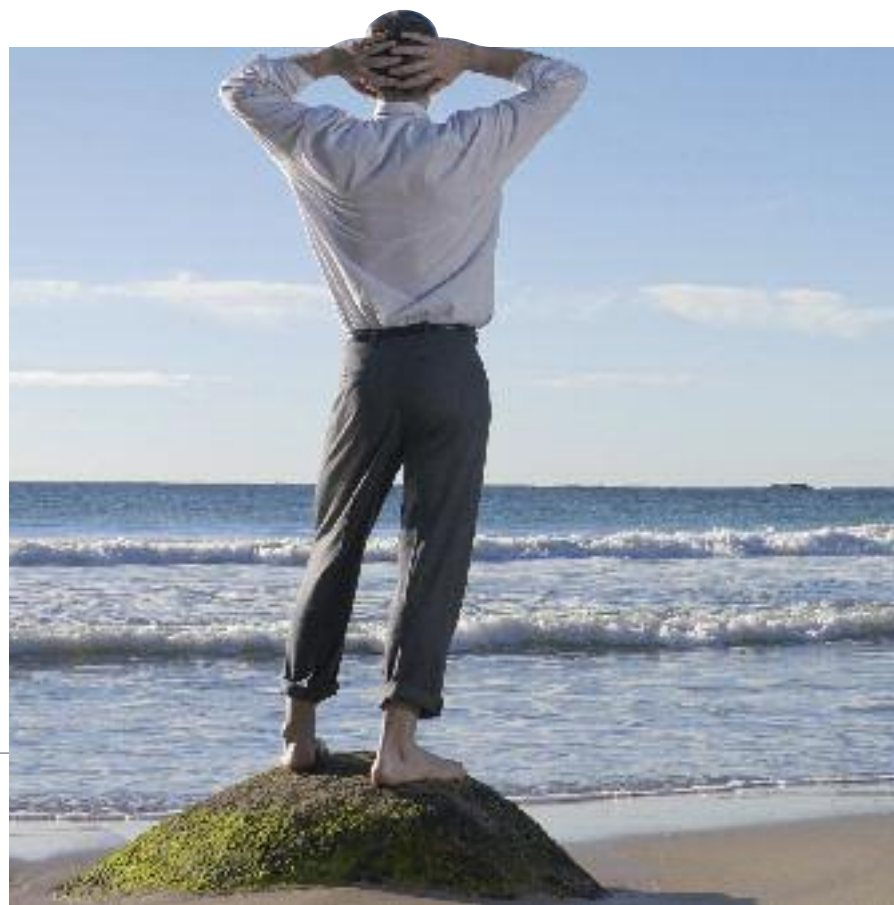
IL VALORE ECONOMICO DEL PIANIFICATORE

Il **benessere** economico che la pianificazione finanziaria può produrre per gli individui e le proprie famiglie è ben documentato, da tempo, da una ampia rassegna di ricerche internazionali. Di seguito sarà opportuno ricordare alcune ricerche che rappresentano delle "pietre miliari" della ricerca internazionale, realizzate da **Annamaria Lusardi**, ritenuta uno dei massimi esperti

internazionali sui temi della educazione finanziaria.

Un primo interessante studio (2003) evidenzia che una "semplice" attività di educazione finanziaria, realizzata mediante seminari sul pensionamento, abbia generato per le famiglie fruitrici un **incremento di ricchezza significativo** al momento del pensionamento, in particolare per le famiglie con un basso livello di ricchezza iniziale e con un limitato livello di istruzione. I risultati indicano che, nel complesso, le famiglie hanno evidenziato un aumento di ricchezza finanziaria di circa il 18%, laddove l'incremento è stato superiore, addirittura **oltre il 95%**, per le famiglie con un basso grado di istruzione. Ciò significa che il beneficio economico positivo della educazione finanziaria che sensibilizza a specifici obiettivi di vita, si incrementa al diminuire della ricchezza iniziale posseduta, per la qual cosa è del tutto evidente la sua funzione sociale. Un altro lavoro (2007) fornisce interessanti indicazioni relative al fatto che la

pianificazione finanziaria determina la ricchezza delle famiglie. Coloro che pianificano con una certa sistematicità presentano una ricchezza sensibilmente superiore a quella di coloro che non pianificano. Confrontando i valori mediani, si evidenzia che i pianificatori accumulano più del doppio della quantità di ricchezza dei non pianificatori, laddove le differenze sono ancora più elevate per coloro che posseggono risorse limitate. Infine, un ulteriore studio (2005) ha isolato i fattori che discriminano i "*simple planners*", i risparmiatori che hanno cercato di elaborare una strategia di integrazione pensionistica ma al momento di entrare in pensione si sono accorti che tale strategia si era rivelata infruttuosa, dai "*successful planners*", ossia i risparmiatori che, a parità di condizioni esterne ed economiche erano riusciti ad arrivare alla pensione con un risparmio accumulato significativo. Dai dati emerge che la spiegazione del basso tasso di successo della pianificazione dei "*simple planner*" sembra essere attribuibile alla



loro tendenza a basarsi su approcci *naive*, quali quelli di utilizzare pareri di familiari, amici e colleghi di lavoro. Invece, il gruppo dei pianificatori di successo ha affrontato il tema con il supporto di strumenti e operatori consulenziali: ha seguito seminari, ha adoperato strumenti di simulazione e si è fatto affiancare da un pianificatore finanziario. L'indicazione che si ricava da questo studio è che coloro che adoperano risorse razionali e professionali per la pianificazione di specifici obiettivi di vita riescono ad assicurarsi un **tasso maggiore di successo** nel conseguire gli obiettivi stessi.

In Italia non risulta che vi siano ricerche finalizzate specificatamente a indagare sulla relazione tra la attività del pianificatore finanziario e la ricchezza generata per i propri clienti. Tuttavia, la ricerca riportata nel box fornisce qualche indicazione interessante.

Da ciò, e da altro ancora, si evince che **la produzione della ricchezza delle famiglie** è da ricondurre principalmente ad un tema di tipo

psicologico-attitudinale delle persone e quindi un tema squisitamente di educazione finanziaria verso la pianificazione, ossia ciò che rappresenterebbe l'attività fondamentale del promotore finanziario verso il proprio cliente.

IL VALORE "PSICOLOGICO" DEL PIANIFICATORE

Negli anni recenti si sono moltiplicati gli studi che evidenziano gli impatti della pianificazione finanziaria sul non trascurabile benessere psicologico dei fruitori.

Essere orientati a conseguire obiettivi futuri mediante una attività di pianificazione genera **potenti effetti sulla "autoefficacia"**. L'autoefficacia è la "convinzione della propria capacità di fornire una certa prestazione, organizzando ed eseguendo le sequenze di azioni necessarie per gestire adeguatamente le situazioni che si incontreranno" (Bandura). L'autoefficacia influenza praticamente tutte le nostre decisioni di vita nonché è un potente predittore del successo delle prestazioni lavorative. Non solo: l'autoefficacia è fonte di benessere psicologico in quanto dà un senso di controllo sulla propria vita. Una ricerca specifica nel campo della pianificazione finanziaria (Aviva, 2010) evidenzia come la pianificazione finanziaria, ed il conseguente controllo sulle proprie risorse, generi per i clienti una significativa **maggiore autostima e felicità**.

Addirittura, il fatto che le persone siano orientate verso il futuro, identificando obiettivi e progetti di vita, può determinare, rispetto a coloro che sono orientati al presente (purtroppo la maggior parte delle

persone) una vita non solo più stimolante ma anche significativamente più lunga. Molte ricerche confermano questa evidenza. Quella del 2011 di Prem e altri, sottolinea che una prospettiva psicologica futura del tempo si traduce in un **guadagno di circa 6,5 anni di vita** rispetto agli stessi soggetti con una limitata prospettiva. E se la prospettiva futura temporale è anche connotata da una percezione positiva è probabile "allungare la vita" ulteriormente. Un'altra ricerca svolta nel 2002 da Levy e altri dà una significativa indicazione quantitativa: "Confrontando persone della stessa età, sesso, stato socio economico, salute, quelle con una più positiva percezione di vita, vivono circa 7,5 anni in più. "L'azione del pianificatore finanziario può quindi generare risultati ben al di là della generazione di ricchezza: un tema che è all'attenzione perfino degli economisti ("economia della felicità") che ormai considerano seriamente il denaro come semplice "mezzo" e il benessere soggettivo come "fine".

RILANCIO DELL'ATTIVITÀ DI PROMOTORE

Produttore diretto di ricchezza, di benessere sociale e individuale. Vi sono motivazioni a sufficienza per fornire ai promotori finanziari-pianificatori l'orgoglio verso il proprio ruolo e una forte tensione motivazionale per coloro che intendono abbracciare e svolgere l'attività professionale. Naturalmente, se questa è la prospettiva evolutiva del ruolo, c'è da aspettarsi che il mercato possa avere nel futuro un significativo sviluppo, quantitativo e

Pianificazione finanziaria: ecco perché ha un impatto rilevante anche sul benessere "psicologico" di individui e famiglie



Il miglioramento
della percezione
da parte
dei clienti
e del mercato
della professione
del promotore
finanziario
necessita
di un'attività
divulgativa

qualitativo, laddove il principale fattore può essere identificato non tanto in una domanda "consapevole" ma in un'offerta capace di sensibilizzare e trasformare la cultura delle componenti sociali interessate, così come, lo ripetiamo, fu nei decenni del secolo scorso.

In seguito a questa presa di coscienza del valore dell'offerta, il passaggio alla sensibilizzazione della domanda tramite un'azione di educazione finanziaria è relativamente semplice.

Il miglioramento della percezione da parte dei cittadini e del mercato della professione del promotore finanziario necessita di un'attività divulgativa che consenta la conoscenza, la comprensione e la valutazione dei benefici dell'attività in termini di risultati ragionevol-

mente attesi. E gli elementi sui quali incentrare tale educazione finanziaria sono quelli identificati dalla norma tecnica UNI 11402:2011 che regola l'intero processo delle attività di educazione finanziaria, dalla progettazione alla valutazione: fornire al fruitore le abilità per poter disegnare, con il proprio pianificatore finanziario, il proprio progetto di vita nonché saper

discriminare e scegliere gli operatori-pianificatori da altre figure professionali che non possono aiutarli efficacemente nell'impresa. Dopo aver identi-

ficato chiaramente questo posizionamento professionale, le azioni da fare per il rilancio della professione sono una naturale conseguenza.

COMPORAMENTI DI PIANIFICAZIONE ED EFFETTI ECONOMICO-PATRIMONIALI IN ITALIA

La ricerca svolta nel 2008 da **Progetica** è finalizzata alla quantificazione degli effetti di una predisposizione favorevole del risparmiatore italiano verso la pianificazione. L'elaborazione statistica è stata effettuata sui microdati della ricerca della **Banca d'Italia**, "I bilanci delle famiglie italiane, 2006".

L'assunzione alla base della analisi è che la misurazione comportamentale di pianificazione viene effettuata in base alla risposta del risparmiatore al seguente item che verifica la titolarità: "di un fondo pensione o di una assicurazione vita che garantiranno in futuro una pensione privata (o integrativa), un vitalizio o un capitale (ad es. piani di accumulo per i figli)".

Mediante una regressione multipla è stato stimato l'impatto della variabile "**Comportamento di pianificazione**" sulle variabili dipendenti: Risparmio, Attività finanziarie e Ricchezza netta. La stima dell'influenza della variabile è stata isolata controllando l'effetto di altre variabili indipendenti quali: regione e comune di residenza, genere, età, scolarità, condizione professionale, settore di attività, stato civile, numero componenti della famiglia e numero dei percettori di reddito.

I comportamenti di pianificazione vengono riscontrati nei capofamiglia che rispondono positivamente alla domanda e che rappresentano una componente esigua del campione: solo l'8,35%. Ciò significa che la finalizzazione delle risorse non è un tratto che caratterizza il risparmiatore italiano. I risultati indicano che il comportamento di pianificazione tende a produrre effetti molto positivi, tutti significativi oltre il p-level 0,00, in quanto generano un incremento delle risorse stimabile in:

- **Risparmio annuo:** 8.917 € con un intervallo di confidenza al 95% di probabilità tra 5.554 € e 12.280 €;
- **Attività finanziarie:** 47.307 € con un intervallo di confidenza al 95% di probabilità tra 14.638 € e 79.976 €;
- **Ricchezza netta:** 121.082 € con un intervallo di confidenza al 95% di probabilità tra 64.533 € e 177.631 €;

Inoltre, volendo disegnare il profilo del **miglior "pianificatore italiano"**, risulta che esso è un giovane con un numero di componenti familiari al di sopra della media, residente in Friuli, laureato, insegnante o quadro o dirigente che lavora nel settore dell'industria ed edilizia.

All'opposto, il risparmiatore meno incline alla pianificazione è un anziano single, residente in Sicilia, con titolo di studio elementare, pensionato, proveniente dal settore della Pubblica Amministrazione.