

FORMAZIONE

di Gaetano
Megale*



Caro risparmiatore, affidati ai promotori

I numeri della promozione finanziaria dovrebbero far riflettere sulle possibilità di sviluppo del settore. Dal 2007 al 2013, stando ai dati Assoreti, i promotori finanziari operativi sono passati da 28.378 a 20.651 (-7.727) e i clienti da 4.102.746 a 3.338.808 (-763.938). Eppure gli anni della crisi avrebbero dovuto incentivare fortemente le famiglie a usare i servizi dei promotori finanziari e dunque affermare il valore della figura professionale. Perché ciò non è avvenuto? Una risposta è fornita dall'Ispo, che ha condotto per Anasf un'indagine sulla percezione dei promotori finanziari tra i risparmiatori, presentata al convegno Consulentia 2014: la figura del promotore finanziario non è conosciuta dal 71% dei risparmiatori, i quali non sono disposti ad affidare i loro risparmi (77%) per motivi riconducibili prevalentemente a una mancanza di fiducia (68%) e a esperienze passate non positive (7%). Tuttavia, è da segnalare che il 5% del campione dei risparmiatori, clienti dei promotori, giudica la figura professionale molto positivamente. Dai dati sembrerebbe che la strategia per lo sviluppo del settore implichi due condizioni. La prima, necessaria ma certamente non sufficiente, è far conoscere ai risparmiatori la figura del pf. La seconda è acquisire la loro fiducia e mantenerla nel tempo. A questo proposito, non crediamo che basti offrire ciò che i "non clienti" chiedono, ossia comprendere il profilo di rischio e pianificare le soluzioni di investimento più adatte e monitorarle nel tempo. A nostro avviso è indispensabile che i risparmiatori comprendano a fondo i benefici della pianificazione finanziaria, sappiano riconoscere chi realmente propone una consulenza di qualità e abbiano la ragionevole sicurezza che il pf anteponga gli interessi dei risparmiatori ai suoi. Occorre quindi mettere in campo un'azione strategica di educazione finanziaria che abbia questi obiettivi (per esempio www.io-welfare.it). Anche perché sarà necessario, a breve, contrastare gli effetti recessivi sul settore della "salienza del prezzo" della consulenza, che verranno fuori con la Mifid 2 e con la probabile quotazione dei fondi in Borsa. Purtroppo gli effetti di questa ulteriore e forte barriera di accesso alla consulenza non è stata ancora opportunamente valutata.

*presidente di Progetica