

La consulenza può aiutare la società a essere migliore

Il valore dell'advisory

di Sergio Sorgi*

Il welfare pubblico soffre, per motivi di finanza ma anche ideologici: il predominio dell'individuo, infatti, ha reso la fragilità un fatto privato, che non si condivide e che non pare avere spazi di riflessione collettiva. Così, chi subisce imprevisti si appoggia, come nel passato più remoto, a forme di rete personali, familiari, parentali. In un quadro complessivo imprevedibile, la strategia più appropriata pare quella di non prendere decisioni, non per ingenuità ma al contrario per saturazione di ansie. L'evitamento, dunque, predomina; assieme alla procrastinazione, che invita a non fare oggi quel che potrei fare domani. Il consumatore, in sintesi, intuisce che deve proteggersi ma non riesce a farlo. Questo attribuisce all'offerta un ruolo **non solo economico-funzionale** ma anche **sociale**. Del resto, la nostra Carta costituzionale recita che è dovere di ogni cittadino svolgere "una attività che concorra al progresso materiale e spirituale della società". E quale settore può sentirsi più incaricato di contribuire al benessere comune di quello rappresentato dall'intermediazione fi-



L'intermediazione finanziaria, assicurativa e previdenziale: un settore che contribuisce molto al benessere sociale

nanziaria, assicurativa, previdenziale? Questo, tuttavia, richiede un cambio di passo, un mercato che intervenga diffusamente presso una domanda ricchissima di bisogni percepiti e la accompagni alla consapevolezza necessaria per dotarsi di servizi e soluzioni di protezione. In questo senso, il ruolo degli operatori diverrebbe autenticamente sociale, e questo abbinerebbe utilità a profitto, dato che oggi giorno

offrire ad un cliente soluzioni assicurative legate alla premorienza, alla salute, alla perdita di autosufficienza, alla protezione dei patrimoni è remunerativo. Dunque, cosa manca alla quadratura del cerchio? Le analisi più consuete e rituali portano ad arrendersi alla mancanza di cultura degli utenti finali. Una tesi diversa sostiene invece che la consulenza sia "time consuming" e che l'intermediario, oberato da adempimenti normativi e disabituato a cercare nuovi contatti, non abbia tempo da impiegare in attività di sensibilizzazione, formazione del cliente, analisi dei bisogni non sempre remunerative in termini di esito. Se così fosse, non resterebbero che due strade: la prima consiste nel rendere efficiente il servizio di consulenza di protezione, tramite **remunerazione specifica** che, tuttavia, non può essere pensata nelle forme tradizionali della **consulenza di investimento**. La seconda via separa la consulenza sui bisogni da quella sulle soluzioni, adoperando per la prima ruoli e figure diverse e lasciando all'intermediario la traduzione delle soluzioni ideali in prodotti coerenti, personalizzati, monitorati.

*Progetica