

QUEL CONTRALTARE PSICOLOGICO DEL PROMOTORE FINANZIARIO

L'assistenza è il focus del pf e la regola principe è stare vicino al cliente. Senza un supporto, il risparmiatore tende erroneamente a farsi guidare dall'irrazionalità del momento e a uscire dal mercato nel momento sbagliato

Non solo pianificare, ma anche educare, formare e supportare. Queste le mission del promotore finanziario, di oggi e del futuro. Un vero e proprio consulente a 360 gradi, chiamato ad assistere il cliente in ogni momento, soprattutto nei periodi di crisi. Negli ultimi anni si sono susseguiti sulla scena economico-finanziaria mondiale una serie di choc (dalla crisi dei mutui subprime al crack di Lehman Brothers, al problema dei debiti sovrani in Europa) che hanno alimentato il panico e un fuggi fuggi generale, in alcuni casi ingiustificato, o per meglio dire irrazionale. A volte è proprio nelle situazioni di panico che bisogna tener duro, senza scappare e magari incrementando (per chi è avvezzo al rischio) il proprio posizionamento sul mercato. Ed è qui che entra in gioco il promotore finanziario, nella sua funzione di "contraltare psicologico". Spesso il cliente è soggetto a un bombardamento mediatico tale da mandarlo in confusione e quindi nel panico. "Una paura che è tanto più alta quanto più bassa è la cultura finanziaria - commenta Gabriele Frigerio, consigliere regionale Anasf - In queste situazioni il promotore cerca di mettere ordine tra il caos mediatico e di informare correttamente il cliente, aiutandolo a prendere le scelte più giuste", quelle non dettate dall'irrazionalità del momento. Insomma, l'assistenza è il focus del promotore, come conferma anche Alma Foti, consigliere nazionale di Anasf, "a partire dall'incontro iniziale, quando si costruisce il portafoglio in base alle esigenze del cliente, agli obiettivi e al suo profilo di rischio". Purtroppo in Italia la cultura finanziaria è molto

bassa. E questo rappresenta un problema, "anche perché ormai viviamo in un mondo dove non c'è più uno Stato mamma - fa notare Frigerio - Non c'è più uno Stato che pensa alle pensioni o alla sanità. Oggi deve pianificare tutto il cittadino. E da questo punto di vista la cultura finanziaria è importante". E' importante per costruirsi una vecchiaia tranquilla, è importante per tutelare la propria salute, è importante per investire correttamente i propri risparmi ed è importante per evitare di prendere scelte sbagliate. "Chi non ha cultura, per esempio - continua Frigerio - tende a fuggire dai mercati nelle situazioni di panico generalizzato; tende erroneamente a vendere quando è il momento di comprare e viceversa. E questo succede soprattutto in quei risparmiatori che non hanno un contraltare psicologico, come può essere il promotore finanziario". Ed è proprio per infondere maggiore cultura che Anasf ha lanciato nel 2009, in collaborazione con la società Progetica, il progetto Economicamente; un progetto di educazione finanziaria per gli studenti della scuola superiore, per formare gli investitori di domani. "Per i non più giovani, invece, organizziamo serate ed eventi dove, oltre a proporre qualche nostro prodotto, informiamo clienti e risparmiatori presenti sullo scenario economico-finanziario che stiamo vivendo. Si



Il progetto Economicamente

Realizzato da Anasf in collaborazione con la società Progetica, Economicamente - Metti in conto il tuo futuro è un progetto di educazione finanziaria per gli studenti della scuola superiore, per formare gli investitori di domani. L'iniziativa è stata lanciata nel 2009 ed è proseguita negli anni con una crescente adesione degli istituti scolastici su tutto il territorio nazionale. L'obiettivo è fornire ai giovani gli strumenti di conoscenza del mondo del risparmio, partendo dalle loro esigenze, per spiegare attraverso le loro esperienze l'uso migliore delle risorse che si troveranno a disposizione nel corso della vita. Partendo dal concetto di ciclo di vita e dall'analisi degli eventi che scandiscono le fasi di transizione della famiglia, viene trattato il tema del valore della pianificazione finanziaria per raggiungere i propri obiettivi in maniera efficace ed efficiente e vengono spiegati gli strumenti del mercato che consentono di soddisfare le esigenze della vita. L'innovatività del progetto consiste proprio nel partire dalle reali esigenze dei ragazzi per sviluppare attitudini che consentano di perseguire obiettivi definiti sulla base delle proprie priorità. Il progetto è rivolto agli studenti del terzo, quarto e quinto anno delle scuole secondarie di secondo grado. Il programma di educazione finanziaria si articola in sei moduli di uno/due ore ciascuno e la proposizione dei contenuti è interattiva e coniugata con gli interessi e le motivazioni degli studenti, ad integrazione delle materie curriculari. Sono largamente utilizzati simulazioni, esercitazioni e test di verifica. La proposta formativa tratta i seguenti temi: il ciclo di vita e gli eventi che scandiscono le principali fasi di transizione; la pianificazione finanziaria come modalità efficiente ed efficace per raggiungere i propri obiettivi; gli strumenti del mercato che consentono di soddisfare le proprie esigenze; gli operatori e gli intermediari che forniscono un supporto qualificato. Il programma Economicamente - Metti in conto il tuo futuro è stato riconosciuto idoneo all'attribuzione di crediti formativi da parte di alcuni Istituti che hanno già avviato le lezioni, nell'ambito dell'attività complementare ed integrativa della didattica scolastica. Il programma può essere considerato tra le proposte formative rivolte agli studenti, da inserire nelle 132 ore di attività in alternanza scuola-lavoro da svolgere in quarta e quinta classe. I formatori sono promotori finanziari iscritti ad Anasf che seguono un corso di formazione specifico e ai quali l'Associazione rilascia un attestato di idoneità a svolgere l'incarico di formatore nell'ambito del progetto.

parla di mercati, pensioni, mutui. Sono eventi che nascono appunto per educare".

Ma non è importante solo diffondere cultura. "Nel rapporto col cliente è anche fondamentale spiegare bene cosa si sta facendo - sottolinea Foti - perché si sta comprando un prodotto piuttosto che un altro. Spesso i clienti sono abbagliati dalla performance. Lo abbiamo visto nel 2000, con il boom tecnologico, quando avevi i risparmiatori che bussavano

alla porta per comprare un fondo hi-tech". Non sempre, però, seguire la moda del momento in finanza aiuta.

Insomma, non solo cultura, ma anche relazioni. "La regola principe è stare vicino al cliente - continua Foti - In questo modo non si rischia di veder fuggire i clienti nei periodi di crisi", quando c'è un panico generalizzato e tutti cercano di vendere tutto. Il 2012, per esempio, è stato un anno straordinario, "perché con tutto il bombardamento mediatico che c'è stato i clienti erano convinti di chiudere l'anno in perdita - conclude il consigliere nazionale di Anasf - E invece alla fine si sono ritrovati con performance nettamente al di sopra delle loro aspettative. Questo a sostegno della tesi che se stiamo vicini al cliente, e facciamo bene il nostro lavoro, non lo perderemo" x