

I VOSTRI SOLDI IN GESTIONE PROMOTORI FINANZIARI

# PF Promotori Finanziari

*Il giornale dei professionisti della consulenza*

Inserito a cura di Germana Martano

A cura dell'



## Pf, se non ora, quando?

È necessario investire sulla professione, che dimostra di essere in grado di creare valore sia lato reti sia lato risparmiatori. È una delle conclusioni di «ConsulenTia2014 - Professionisti in Capitale», l'evento Anasf che si è svolto a Roma il 6 e 7 febbraio con oltre 1.600 partecipanti

di Stefania Ballauco

«Non penso mai al futuro. Arriva così presto», ha dichiarato nel 1930 in un'intervista Albert Einstein. Se a un premio Nobel tutto è concesso, proprio perché il futuro è così vicino è importante che tutti gli attori del mercato finanziario si preparino ad affrontare le prossime sfide. A ricordare la complessità dello scenario e l'importanza del ruolo dei promotori finanziari è stato l'onorevole Luigi Casero, viceministro dell'Economia e delle Finanze, che ha salutato la gremita platea in occasione del convegno inaugurale di «ConsulenTia2014 - Professionisti in Capitale». Se la recente crisi finanziaria ha reso necessario un ripensamento dei modelli di business nel settore dei servizi finanziari a livello internazionale e domestico, è venuta a galla anche l'esigenza di riportare il settore finanziario a servizio dell'economia reale, ovvero delle famiglie e delle imprese. Da qui si è partiti nel considerare l'ipotesi generale da cui nasce l'analisi che ha svolto l'Università Bocconi per Anasf e cioè che le conseguenze della crisi finanziaria e i cambiamenti del contesto normativo di riferimento condurranno al ridisegno dei modelli di business nel settore della distribuzione dei servizi finanziari a livello internazionale e domestico. Modello di business che, inteso come il risultato delle scelte strategiche aziendali, trova valore negli elementi tipici dell'approccio utilizzato traendone di conseguenza i ricavi. Dove si leggono i risultati delle scelte strategiche aziendali? Nei bilanci aziendali, ed è proprio da



I partecipanti a ConsulenTia2014 - Professionisti in Capitale

qui che è partita l'analisi condotta dall'Università Bocconi, che ha analizzato non un solo bilancio, bensì una serie storica di 189 relazioni annuali di 27 realtà (banche reti, banche e gruppi bancari) che rappresentano il 75% del patrimonio gestito in Italia, relativamente al periodo 2006-2012. Ne è emerso che il modello di business delle reti spe-

cializzate attrae clienti orientati all'acquisto di servizi a maggiore valore aggiunto e che nel 2012 in media l'incidenza per le reti specializzate è stata pari al 63,14% a fronte dell'incidenza media del 13,11% per le banche e del 21,40% per i gruppi bancari (nel 2012 BancoPosta

presentava un'incidenza pari a 6,58%). La ricerca ha anche indagato la capacità dei modelli di business di reggere l'impatto derivante

«Il modello di business del promotore finanziario è un unicum anche normativo. È importante che si faccia conoscere questa figura professionale sul tavolo

da gioco europeo», ha aggiunto Paola Musile Tanzi, per concludere la sua presentazione.

A commentare le evidenze emerse nella ricerca Bocconi e gli spunti suggeriti da Musile Tanzi, è intervenuto un panel di relatori rappresentativo del mercato e delle istituzioni, moderato da **Andrea Cabrini**, Direttore di Class CNBC, nell'ambito del convegno inaugurale del 6 febbraio

«Il ruolo del promotore finanziario: oltre la crisi del modello di distribuzione bancaria».

«Il 2013 si è chiuso molto bene per tutte le reti di promozione finanziaria», ha commentato **Massimo Doris**, Amministratore Delegato di Banca Mediolanum. «Questo risultato non mi sorprende affatto. A fronte di un mercato complesso il bisogno di consulenza cresce e il servizio che può offrire il promotore finanziario è flessibile e rappresenta il fattore di successo della rete», ha continuato Doris. Se questi sono gli

oggettivi risultati registrati dal settore è alla crescita però che si deve guardare. Per **Armando Escalona**, amministratore delegato di Finanza & Futuro Banca, le reti devono ora fare ricerca su nuovi fronti per acquisire maggiore clientela. La complessità aumenta e oggi bisogna essere tecnologici e mobili. L'offerta del promotore finanziario è tipicamente quella fuori sede e nei prossimi 3 o 4 anni è necessario fare un salto». Un salto che sarà reso necessario anche dai fenomeni cui stiamo già assistendo. Lo ha ricordato **Pietro Giuliani**, presidente e amministratore



L'Auditorium Parco della Musica di Roma gremito di promotori finanziari



(continua a pag. 42)

# I VOSTRI SOLDI IN GESTIONE PROMOTORI FINANZIARI

(segue da pag. 41)

Delegato di Azimut, che «il sistema bancario metterà sulla strada centinaia di migliaia di persone, che rimarranno senza lavoro se non faranno velocemente quello che la categoria dei pf ha sempre fatto. Oggi le reti hanno una posizione di vantaggio competitivo, ma i prossimi 3 o 4 anni saranno decisivi per fare la differenza, ad esempio attraverso attività di wealth management».

«Il gap di competenze non si colma facilmente», ha dichiarato **Gian Maria Mossa**, co-direttore Generale di Banca Generali. «La differenza competitiva è difficile da chiudere nel breve periodo. Oggi i promotori finanziari sono i migliori operatori sul mercato, sono imprenditori di qualità, solo che sono in pochi. È giunto il momento di fare uno sforzo, che dovrà essere compiuto anche dalle aziende per adattarsi al cambiamento con gli strumenti giusti».

«Il nostro vero valore lo dimostriamo tutti i giorni, quando comprendiamo le esigenze dei risparmiatori», ha spiegato **Antonello Piancastelli**, amministratore delegato di Fideuram Vita. «La nostra professionalità non si inventa e non si improvvisa; dobbiamo continuare ad anticipare i bisogni dei clienti e fare emergere la nostra qualità continuando a rispondere alle nuove esigenze della clientela, come ad esempio il passaggio generazionale, come noi stiamo registrando. Dobbiamo riuscire ad adattarci al cambiamento ma il cuore del lavoro non cambia, ovvero sia quello di far emergere le esigenze del cliente».

Per il presidente Anasf **Maurizio Bufi**, «i prossimi anni saranno decisivi e definitivi per l'affermazione della figura professionale del promotore finanziario. Back to basic: è questo un passo necessario, un passo che si traduce nel cambio di denominazione in consulenti finanziari. Perché è questo il nostro approccio», ha commentato. «L'attenzione del mondo bancario alla nostra professione rappresenta un'opportunità, non una minaccia; questo fenomeno dovrà però essere gestito



Jole Saggese, giornalista di Class Cnbc, intervista il presidente Bufi



Uno dei focus proposti dalle società sponsor



Il moderatore del convegno inaugurale, Andrea Cabrini, direttore di Class CNBC

con intelligenza, investendo sulla figura professionale dei promotori finanziari e mantenendo il vantaggio competitivo che abbiamo guadagnato, in un contesto normativo e contrattuale che sia adeguato. L'industria deve dare il buon esempio», ha concluso Bufi.

«La competizione tra le reti di fatto non esiste», ha aggiunto **Laura Zaccaria**, responsabile Direzione Norme e Tributi di Abi. «Un'adeguata regolamentazione è fondamentale perché favorisce e provoca lo sviluppo ma segna lentamente la morte di alcune attività. Ad esempio, perché sugli investimenti non c'è nessuna politica di controllo dei prezzi? La prima Mifid ha avuto il pregio di valorizzare la consulenza. La revisione della Direttiva vuole ancora di più far questo perché la consulenza è la chiave vincente e per questo è necessario rinforzare sia la professionalità degli operatori sia il rapporto di fiducia con i clienti», ha concluso.

Molti i temi affrontati e numerose anche le provocazioni lanciate e gli spunti suggeriti, che hanno sollevato ulteriore dibattito nella Sala Sinopoli, gremita di pubblico. «Sette su

dieci sono assunzioni di derivazione bancaria», ha aggiunto Escalona. «E nelle banche sono previste nuove uscite. Un altro tema di fondamentale importanza sarà quello dell'educazione finanziaria dei risparmiatori. I promotori finanziari dovranno diventare veri e propri educatori. Non è un caso che Ikea durante gli orari di lavoro eroghi educazione finanziaria ai propri dipendenti attraverso l'aiuto di promotori finanziari iscritti a un particolare albo». Gli interlocutori saranno quindi i singoli risparmiatori ma anche le imprese, ad esempio, per Giuliani. «Il nostro modello di business è l'internalizzazione della ge-

stione. Intendiamo spingere i nostri promotori verso le imprese perché se rafforziamo l'imprenditoria in Italia creeremo un vantaggio anche per tutti gli altri interlocutori». Ad approfondire il tema della regolamentazione emerso nel primo giro di tavola rotonda ci ha pensato Mossa, che ha spiegato come troppe regole rischiano di far contrarre la flessibilità che invece dovrebbe contraddistinguere il settore. «Siamo imprenditori», ha dichiarato, «e come tali vogliamo essere trattati». Su questo aspetto, un richiamo alle inadempienze dello Stato lo ha fatto Zaccaria: «Le



Maurizio Bufi e Germana Martano, rispettivamente presidente e direttore generale di Anasf, durante l'evento



Ferruccio Riva, responsabile Area tutele, intervistato da Adriano Bonafede de la Repubblica

regole aumentano solo perché lo Stato non riesce a svolgere il proprio compito di controllo. Il tema della retribuzione poi è importante in termini sociali ma non solo nel settore finanziario».

Con una battuta ha smorzato **Marco Panara**, caporedattore di *Affari & Finanza*, la *Repubblica*, sostenendo che «siamo sempre dalla parte sbagliata dell'oscillazione del pendolo, per dire che gli incentivi distorti della parte variabile esistono ma vanno gestiti. Il problema rilevante in questo senso è che, in un'ottica di trasparenza, sarebbe apprezzata



L'area espositiva



Un momento della registrazione dei partecipanti



Un momento dell'approfondimento di Leo De Rosa, Studio legale e tributario Russo De Rosa Associati



Da sinistra, Maurizio Bufi, presidente Anasf; Paola Musile Tanzi, SDA Bocconi; Marco Panara, caporedattore Affari & Finanza, la Repubblica; Laura Zaccaria, responsabile Direzione Norme e Tributi Abi



La presentazione della Borsa di studio Anasf - J.P. Morgan AM. I relatori: Massimo Arrighi, partner A.T. Kearney; Lorenzo Alfieri, country head J.P. Morgan AM; Gian Franco Giannini Guazzugli, vicepresidente vicario di Anasf

# I VOSTRI SOLDI IN GESTIONE PROMOTORI FINANZIARI

un'assunzione di responsabilità da parte dell'industria». A chiudere il convegno inaugurale è stato Maurizio Bufi: «L'iper-regolamentazione si riverbera negativamente sugli operatori che non hanno alcuna responsabilità sulla crisi degli ultimi anni. L'industria, non mi stancherò di ripeterlo, deve fare sistema perché il promotore finanziario non venga mortificato nell'ambito della sua remunerazione. Questo tema ci dovrà vedere tutti uniti».

Chiuso il convegno inaugurale di ConsulenTia2014 – Professionisti in Capitale, è salito sul palco della Sala Sinopoli **Fabrizio Fornezza**, director di GfK Eurisko, che ha parlato delle sfide che attendono la promozione finanziaria, nel suo intervento «Appunti per un Made in Italy della consulenza di qualità». «Veniamo da un anno di successi, per pf e risparmio gestito. Sono successi che rinfrancano, ma non sembrano ancora in grado, da soli, di aprire la strada a un futuro certo e sereno per la finanza e la nostra industria della promozione finanziaria. Per conquistare le famiglie, oltre i confini finora presidiati bisogna saper fare di più, interpretare la modernità e le nuove sfide, che riguardano sistemi, marche e professionisti. Oltre la bravura commerciale e professionale individuale, verso modelli di servizio ricchi di senso per il cliente finale, non solo bravi a creare valore per lui nel tempo, ma anche affettivi, etici e simbolici. Il sistema della promozione finanziaria in questa competizione, aperta ad altri sistemi anch'essi in evoluzione, parte con solide dotazioni», ha commentato Fornezza.

A chiudere la mattinata, un momento celebrativo che ha visto la consegna di un riconoscimento per l'iscrizione all'Associazione per quei soci ultraventennali ma anche per i nuovi iscritti, accolti anche loro con una premiazione sul palco della Sala Sinopoli. Promotori finanziari protagonisti anche nella sessione che ha visto il Comitato Esecutivo Anasf aggiornare gli iscritti sulle attività dell'Associazione di questi ultimi mesi sulle varie



Un momento della premiazione dei soci



Felice Graziani, responsabile Area marketing e sviluppo associativo di Anasf, e Fabrizio Fornezza, director di GfK Eurisko

aree di competenza: Formazione e Università, a cura di **Fabrizio Alessandrini**; Estero, con **Vania Franceschelli**; Sviluppo associativo, a cura di **Felice Graziani**; Tutele, con **Ferruccio Riva**. A **Fabrizio Cavallaro**, consulente dello Studio legale e tributario Russo De Rosa Associati, è stato affidato il focus sulla fiscalità.

Via nel pomeriggio agli speech delle società che nella due giorni hanno impegnato i partecipanti con approfondimenti sui mercati e sulle strategie di investimento: il 6 e 7 febbraio si sono quindi susseguiti in Sala Petrassi: AllianceBernstein, Anima, Axa Investment Managers, BlackRock, Bnp Paribas, Franklin Templeton, Goldman Sachs Asset Management, J.P. Morgan Asset Management, Natixis, Pictet, Schroders, Vontobel.

Ed eccoci arrivati al 7 febbraio, che si è aperto con un intervento di **Germana Martano**, direttore generale di Anasf, che ha voluto ringraziare tutti i partecipanti per l'affluenza e l'interesse registrato nel primo giorno della manifestazione. A introdurre



L'apertura dei lavori a cura di Luigi Casero, viceministro dell'Economia e delle Finanze

il key note speaker della mattina ci ha pensato **Debora Rosciani**, giornalista e conduttrice, Radio24 - *Il Sole 24 Ore*, che ha presentato al pubblico **Renato Mannheim**, sociologo Ispo Ricerche, a cui Anasf ha commissionato una seconda ricerca: «Il promotore finanziario nella percezione dei risparmiatori», dove questi ultimi sono stati rappresentati in particolare da coloro che risultano bancarizzati ma non ancora clienti di un promotore finanziario. Ebbene, una delle prime evidenze che è emersa è che affidabilità e competenza rappresentano i driver di scelta del promotore finanziario da parte degli investitori, ma il 25% del campione non sa attribuire un giudizio a questa figura professionale. Solo il 26% conosce poi il pf e il 5% di questi perché già ne è cliente.

«Voi siete il polso del merca-

to finanziario italiano e del risparmio», ha commentato Mannheim rivolgendosi alla platea. «Il ruolo del promotore finanziario è importantissimo perché in un popolo di incompetenti essi aiutano i risparmiatori a gestire bene i loro risparmi; l'autopercezione riguardo le proprie competenze finanziarie negli italiani è tra l'altro molto bassa. Inoltre, circa l'80% dei risparmiatori non vi conosce. Ora potete uscire e raddoppiare i clienti!», ha esortato Mannheim. «C'è bisogno di consulenza finanziaria in Italia e il mercato potenziale per gli operatori è molto alto.

Ma solo il 16% degli italiani dice di essere disposto ad affidare il proprio risparmio a un pf. Il problema oggi è che la gente ha più fiducia nei casinò che nelle banche. La nostra ricerca dimostra che più conosci il promotore finanziario e più ti fidi, quindi l'obiettivo deve essere quello di farsi conoscere dalle persone», ha aggiunto.

Citando Robert Shiller e il suo ultimo libro «Finanza e società giusta», il Presidente Anasf **Bufi** ha sottolineato il bisogno di consulenza emerso dall'indagine Ispo e quindi le opportunità per gli operatori. Cauti si è dimostrato **Antonio Spallanzani**, Presidente di Assoreti, che ha dichiarato di non voler creare illusioni. «La crescita sarà lenta, la quota di mercato delle reti di promozione finanziaria in termini di masse si è attestata a 270 miliardi di euro e in 10 an-

(continua a pag. 44)



Da sinistra: Antonello Piancastelli, amministratore delegato di Fideuram Vita; Gian Maria Mossa, co-direttore Generale Banca Generali; Pietro Giuliani, presidente e amministratore delegato Azimut; Armando Escalona, amministratore delegato Finanza & Futuro Banca; Massimo Doris, amministratore delegato Banca Mediolanum



Da sinistra: Debora Rosciani, giornalista e conduttrice, Radio24 - *Il Sole 24 Ore*; Maurizio Bufi, presidente di Anasf; Carla Rabitti Bedogni, presidente di Apf; Antonio Spallanzani, presidente di Assoreti; Laura Zaccaria, responsabile Direzione Norme e Tributi di Abi; Renato Mannheim, sociologo ISPO Ricerche



La presentazione di Fabrizio Alessandrini, responsabile dell'Area Formazione e Università di Anasf

## I VOSTRI SOLDI IN GESTIONE PROMOTORI FINANZIARI

(segue da pag. 43)

ni è cresciuta di 1 punto-1 punto e mezzo percentuale. Ormai i risparmiatori sono assuefatti al rischio», ha sottolineato.

«I promotori finanziari sono pronti a utilizzare la loro capacità maieutica che li rende in grado di farsi conoscere ai risparmiatori», ha evidenziato **Carla Rabitti Bedogni**, presidente di Apf.

«Se l'Italia non è precipitata come la Grecia è perché in Italia c'era il risparmio delle famiglie», ha sottolineato **Laura Zaccaria**, responsabile Direzione Norme e Tributi Abi. «Dobbiamo ricordare che il risparmio ben amministrato è denaro che va nell'economia. Questo risparmio c'era, dobbiamo riconoscerlo, grazie agli operatori», ha aggiunto.

Grande è quindi il bisogno di consulenza e di gestione del risparmio quanto ampia la platea di risparmiatori che potenzialmente potrebbero affidare i propri soldi a un promotore finanziario. Per poter rispondere a questo bisogno è però necessario che sul mercato ci siano più numerose schiere di operatori e che si punti concretamente sui giovani. Un fenomeno già in atto è quello dei bancari che si affacciano alla professione di promotore finanziario, ma non vanno dimenticati gli investimenti necessari sui giovani per favorire il ricambio generazionale. «Se non ora, quando?», ha provocato Bufi. Un richiamo alle società lo ha fatto lo stesso presidente Anasf che ha voluto ricordare come «nel 2013 si siano registrati tra le reti uti-



L'intervento di Dante Filippini, tesoriere Anasf



Adriano Bonafede, giornalista de la Repubblica, e Fabrizio Cavallaro, consulente Studio legale e tributario Russo De Rosa Associati



Vincent Derudder e Aldo Varena, presidente e segretario generale di Fecif

li incredibili» e come quindi sia proprio questo il momento che le risorse vengano reinvestite nella professione e nel suo sviluppo. «Il ricambio generazionale è uno dei temi che richiede certamente i maggiori investimenti finanziari, ma è una necessità non più procrasti-

nabile», ha aggiunto Bufi. «Risorse che dovranno approdare anche verso altri importanti fronti, quali quello delle tutele del risparmio e dell'attribuzione della vigilanza all'Albo di categoria», ha concluso Bufi.

Ha poi offerto uno spaccato più tecnico sulla professione **Leo De Rosa**, Studio legale e tributario Russo De Rosa Associati, con un intervento su «Asset protection e passaggio generazionale: il ruolo del promotore finanziario quale interlocutore della discontinuità aziendale e familiare», preceduto dalla testimonianza di **Sergio Sorgi**, vicepresidente di PROGeTICA, che ha parlato di ciclo di vita

dei cittadini e di pianificazione degli obiettivi.

La due giorni di Anasf ha toccato numerosi e importanti temi, che rappresentano le sfide del futuro per il settore della promozione e consulenza finanziaria. L'industria, le istituzioni e i protagonisti di questo mercato sembrano pronti e consapevoli del campo da gioco che li attende.



Sergio Sorgi, vicepresidente di PROGeTICA, durante il suo intervento



Vania Franceschelli, responsabile Area estero, sul palco della Sala Sinopoli

**ANASF**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
PROMOTORI FINANZIARI



## CON ANASF UN MONDO DI SERVIZI

Hai meno di 35 anni?  
Entra in Anasf a 99 euro\*

Sei un promotore finanziario  
e non sei ancora iscritto ad Anasf?  
Scopri tutti i servizi riservati agli  
associati su [www.anasf.it](http://www.anasf.it)  
o chiama lo 02/67382939

\* offerta valida dal 1° gennaio 2014, per il primo anno di iscrizione

 **CONSULENTIA**  
2014 **PROFESSIONISTI IN CAPITALE**

ROMA, 6 e 7 febbraio 2014 - Auditorium Parco della Musica  
Due giorni di lavori dedicati ai promotori finanziari

**UN GRAZIE A TUTTI GLI SPONSOR  
E AGLI OLTRE 1600 PARTECIPANTI  
CHE HANNO ADERITO ALL'EVENTO**

MEDIA PARTNER

