

PROGETTICA

BISOGNA CREARE UNA CULTURA DELLA PIANIFICAZIONE

Agli italiani manca l'abitudine di progettare il proprio futuro. Il ruolo educativo del consulente finanziario diventa fondamentale

DI SERGIO SORGI

Se tutti sono consulenti, nessuno sembra esserlo. Non si può infatti affermare un ruolo professionale in assenza di una definizione condivisa. Le definizioni di consulente finanziario non sono molte. La maggior parte identifica il consulente con leggi e regolamenti da rispettare ma questo equivale a dire che un guidatore è chi rispetta i limiti di velocità, il che è del tutto insufficiente. Per definire il ruolo di un consulente, diversamente, bisogna comprendere cosa fa e il fare di un consulente è la pianificazione finanziaria.

La pianificazione finanziaria è quel processo che porta i cittadini a essere consapevoli dei rischi, dei bisogni personali e familiari e a definire i propri progetti di vita. La pianificazione non è solo "finanziaria"



NAVIGAZIONE
DEFINIRE IL
PUNTO D'ARRIVO
E DI PARTENZA,
SCEGLIERE
IL PERCORSO
E CONTROLLARE
LA ROTTA

è analisi del budget, protezione dai rischi, pensione, risparmi e investimenti finalizzati ai progetti di vita, passaggio generazionale.

Il tutto va affrontato in maniera integrata, perché i bisogni sono tanti ma le risorse sono limitate e bisogna agire per priorità. In sintesi, il consulente-pianificatore ci aiuta a definire gli obiettivi, verificare le disponibilità, identificare le strategie più opportune, tradurle in azioni concrete ed effettuare un monitoraggio continuo nel tempo. Tutto questo, per garantire consulenti e utenti, dovrebbe essere conforme alle norme tecniche di qualità sulla pianificazione finanziaria.

La consulenza è assimilabile a una navigazione veicolare: si definisce dove si vuole andare, si verifica dove ci si trova, si esprimono preferenze sul tipo di percorso, si parte e si controlla, nel continuo, il proprio progresso ricalcolando il percorso ogni qualvolta ci si discosta (e accade spesso) dalla previsione iniziale, errata per definizione perché nessuno può prevedere il futuro. La consulenza non può essere svolta da un automa, perché coinvolge aspetti emotivi e richiede una componente etica e una educativa. Ed è, di certo, collettivamente e individualmente indispensabile. Perché, allora, c'è ancora poca dimestichezza da parte dei cittadini a confrontarsi con i consulenti?

Un primo problema è costituito dalla fiducia. La fiducia richiede personalizzazione, metodo e garanzie. Personalizzare vuol dire potersi riconoscere nella narrazione del consulente, che non riguarda la

“La consulenza non può essere svolta da un automa, perché coinvolge aspetti emotivi e richiede una componente etica e una educativa. Ed è un'attività collettivamente e individualmente indispensabile”



previsione degli andamenti dei mercati finanziari ma la vita delle singole persone. I gestori di patrimoni devono essere esperti di mercati, i consulenti devono essere esperti della vita dei clienti. Questo significa, ad esempio, che i consulenti devono conoscere i diritti previdenziali delle coppie neoformate, di quelle sposate o conviventi; devono saper stimare i costi delle università dei figli e gli oneri connessi all'acquisto di una casa, e aiutarci a ridurre il rischio di sopravvivere al nostro reddito.

Oggi la quotidianità è molto più articolata che in passato e se un consulente non aiuta a identificare eventi cruciali e fasi di transizione di un ciclo di vita economico che procede a strappi, difficilmente saprà essere utile ai suoi clienti. Da qui la prima sfida della consulenza: conoscere i nuovi bisogni, i rischi e gli snodi della vita delle persone e delle famiglie. La consapevolezza delle persone sulla propria economia personale e la capacità di scegliere un consulente possono essere migliorate grazie all'educazione finanziaria.

1969

È L'ANNO DI
NASCITA DELLA
CONSULENZA
FINANZIARIA

L'educazione finanziaria (che non è solo finanziaria ma anche assicurativa e previdenziale) corrisponde a un sistema finanziario nazionale di base, con un medico-educatore che visita un paziente-consumatore e lo indirizza verso un farmacista-intermediario. L'etichetta "educazione finanziaria" risulta tuttavia troppo generica e comprende al proprio interno quasi ogni cosa, da momenti specialistici a spettacoli, da strumenti a percorsi ben strutturati. In questo mare di possibilità, il cittadino fa fatica a orientarsi. Iscrivere vostro figlio a un corso di studi senza sapere se è una scuola elementare o una laurea magistrale? L'educazione finanziaria deve specificare a chi si rivolge, definire gli obiettivi e misurare gli esiti.

Oggi solo un terzo delle attività italiane di educazione finanziaria è dedicata agli adulti, poche iniziative definiscono puntualmente gli obiettivi e si misurano i risultati in termini di efficacia solo in un caso su venti. Se questo è il quadro, viene da pensare che i soldi pubblici e privati potrebbero essere spesi meglio.

Progettualità ed etica per il benessere delle persone

Progetica è una società indipendente di consulenza ed è un riferimento nell'educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale di qualità e nella pianificazione economica personale. Il nome fonde la progettualità, l'orientamento al futuro e la dimensione etica. Progetica nasce nel 1994 da professionisti del settore finanziario per introdurre innovazione e collaborazione nella relazione tra cittadini e mercato. I soci fondatori hanno sperimentato direttamente la

consulenza e poi l'educazione finanziaria di qualità, per garantire che le costruzioni teoriche siano strettamente connesse con la pratica. L'attività di Progetica si rivolge oggi sia al mercato, composto da operatori del mondo finanziario, assicurativo e previdenziale, sia alla collettività, rappresentata da pubbliche amministrazioni, aziende, organizzazioni sociali e cittadini. I valori del team di Progetica sono orientati al benessere degli utenti e degli attori che collaborano alla soddisfazione del benessere economico dei cittadini e delle loro famiglie.



Sergio Sorgi
Vice presidente e
socio fondatore Progetica

La seconda sfida della consulenza, di conseguenza, è quella della consapevolezza degli utenti. Qui si rischia di attribuire le colpe di una scarsa consapevolezza solo ai consumatori, troppo spesso descritti come semi-analfabeti in materia finanziaria solo perché gli intervistati non rispondono a domande che metterebbero in crisi gli stessi specialisti. D'altra parte, risulta difficile pensare che per aiutare le persone a decidere ci voglia uno Stato o un mercato paternalista, che decide cosa è il bene dei propri cittadini e ne usa le debolezze "a fin di bene", anziché adoperarsi per ridurle.

Ed ecco la terza sfida: passare da una visione asimmetrica degli utenti, che in quanto irrazionali dovrebbero delegare le proprie scelte ad altri, maggiormente "saggi", a una visione collaborativa, nella quale con l'educazione si aiutano le persone a esercitare le proprie scelte individuali, anche quando non coincidono con la visione che gli esperti hanno della vita (altrui). Qui il tema, importante, è quello di come far partecipare i consumatori a scelte anche difficili che riguardino la loro economia personale rispettandone criteri e libertà individuali.

La quarta sfida riguarda l'ampiezza dei destinatari. La crescita dei costi e la contrazione dei prezzi, generano il rischio che, come in Inghilterra, il mercato offra consulenza solo a chi ha grandi patrimoni e si sviluppi un divario (advice gap) tra i pochi che possono permettersi un consulente e i molti che devono cavarsela da sé. Il rischio è che vengano escluse dalla consulenza tante famiglie. È necessario dunque rendere la consulenza accessibile, oppure seguire l'esempio delle città americane, in cui gli uffici pubblici

di educazione finanziaria realizzano convenzioni con istituzioni del mercato finanziario e assicurativo, che si impegnano a fornire ai cittadini i prodotti necessari per il loro ciclo di vita a prezzi contenuti.

Il mercato finanziario ne guadagna perché cresce il numero dei clienti, si riduce il numero di famiglie fragili, i cittadini hanno un buon servizio pubblico e la certezza che le soluzioni private siano coerenti con le diagnosi. Perché non tentare strade analoghe, ad esempio a Milano, città che dispone di un buon numero di educatori finanziari conformi alle norme tecniche di qualità sull'educazione finanziaria?

Da qui, la quinta sfida: l'innovazione. La consulenza nacque nel 1969 per "aiutare le persone a imparare come spendere, risparmiare, investire, assicurarsi e pianificare il proprio futuro adeguatamente, per essere finanziariamente indipendenti" e oggi è più di ieri un fattore decisivo nel benessere. Come essere utili, aiutando le persone ad analizzare nuovi rischi, superare le proprie incertezze, immaginare il futuro? Senza una nuova cultura della consulenza, aumenteranno i cittadini "fai da te" che si informano ma non conoscono, conoscono ma non sanno, sanno ma non sanno fare. Un rischio da non correre. ●

"La consulenza nacque nel 1969 per aiutare le persone a imparare come spendere, risparmiare, investire, assicurarsi e pianificare il proprio futuro adeguatamente, per essere finanziariamente indipendenti"