

Reti. Il lungo percorso per mettere al centro l'interesse del cliente

Ci sono voluti due decenni per imporre un nuovo paradigma culturale e giuridico

Lucilla Incorvati

Se alcune reti hanno più di 50 anni e la prima normativa di settore è del 1991 (legge sulle Sim), il vero impulso all'industria dell'offerta fuori sede c'è con il Tuf (1998), pietra miliare nella regolamentazione del settore. Proprio il suo ritratto di 20 anni fa ci restituisce un'arena molto più affollata rispetto a oggi: 72 società (oggi sono 24) molti più consulenti (quasi 40mila rispetto agli attuali 26mila) anche se risparmi raccolti e clienti raggiunti erano decisamente inferiori. Nate rispetto alle banche con l'attrattiva dello scarso immobilizzo di capitale (non hanno dipendenti) e con profitti focalizzati sul margine d'intermediazione (non fanno credito), negli anni le reti hanno mutato modello industriale: dalla vendita porta a porta di fondi comuni e polizze Vita hanno messo al centro, con le dovute precisazioni su attività e conflitti d'interesse, la soddisfazione del cliente. L'effetto è stato triplice: una forte concentrazione dell'industria con big che sono diventate blue chip quotate dai profitti stellari; un forte contributo all'industria del risparmio gestito che ha portato l'Italia ai vertici in Europa; un ruolo nella creazione di una cultura finanziaria. «Il consulente è stato decisivo nell'educare a una pianificazione di lungo periodo - sottolinea Marco Tofanelli, segretario generale di Assoreti -: oggi in media nei portafogli delle reti l'incidenza della liquidità sulle attività finanziarie è del 16% contro il 32% del sistema. Il nostro contributo al sistema degli Oicr aperti è del 35,5% rispetto al 18,7% del 2002. In vent'anni le reti hanno efficientato processi sposando per prime la digitalizzazione». Insomma, dal semplice collocamento di

prodotto, si è passati a una logica *win win* in cui più il cliente è soddisfatto più il consulente guadagna.

L'impulso della normativa.

Al cambio di paradigma ha contribuito una normativa europea e italiana che in 15 anni è stata sì cogente, ma anche rivoluzionaria nell'impattarsi sulla professione del consulente. Non sono mancate le delusioni per l'investitore perché in 20 anni non tutto è stato rose e fiori. «Parlando di consulenza finanziaria per analizzare dove siamo oggi dobbiamo ricordare da dove siamo partiti - spiega l'avvocato Luca Zitiello, esperto della materia -: prima della Mifid1 la profilatura del cliente era facoltativa, oggi è obbligatoria e, grazie a una serie di interventi Consob, il concetto di adeguatezza si è affinato, passando da quello sullo strumento a uno sul portafoglio. Il tutto per garantire una più efficace tutela dell'investitore.

Sembrava, poi, impossibile far pagare la consulenza e invece con Mifid2 è diventato chiaro che, anche sotto forma dell'inducement, questo servizio si paga. E se l'obbligo della rendicontazione ex ante ed ex post ha imposto trasparenza sui costi, sempre nel perimetro "consulenza" con i target market si è arrivati a definire prodotti/servizi per ogni tipologia di cliente».

La consulenza evoluta

In molti hanno intrapreso il cammino della consulenza evoluta (con fee all inclusive oppure on top) ma resiste il costo del sottostante. Fideuram, partita nel 2009, a settembre 2021 su 330,9 miliardi di masse, ne aveva in consulenza evoluta 45,6 miliardi con ricavi per 58 milioni. Sempre a settembre Banca Generali, partita nel 2018, mostrava su 82,1 miliardi di masse di cui sotto consulenza evoluta 6,9 miliardi (+29% anno su anno) con ricavi per 24,3 milioni (+33% sul 2020). Fineco chiude il 2021 a 55,45 miliardi di cui le masse sotto consulenza evoluta, introdotta nel 2008, sono 42,3 miliardi; a fine 2021 in Azimut l'attività di consulenza

evoluta a pagamento conta masse per 1,9 miliardi con Aum complessivi per 83,2 miliardi. Per Credem e Banca Euromobiliare con l'attività svolta dai dipendenti e non, nell'offerta fuori sede le masse a fine novembre 2021 ammontavano a 26,3 e a 14,3 miliardi di cui quelle sotto consulenza evoluta erano 11,7 miliardi (con ricavi per 4,8 milioni) e 7,5 miliardi (con ricavi per 6,9 milioni). Ancora Deutsche Bank, a fronte di 17,6 miliardi di masse, ne ha sotto consulenza Strategist circa 1,5 miliardi mentre Widiba su 9,9 miliardi di masse a fine 2021 sono circa 4,1 miliardi sotto consulenza (300 milioni con consulenza on top. Infine, Allianz Bank, che offre consulenza evoluta gratis ai clienti private e wealth (80% delle masse) secondo i primi dati preliminari «chiude con masse totali per 63,6 miliardi e una raccolta netta di 5,4 miliardi un risultato straordinario, anticipando gli obiettivi del piano triennale» - sottolinea Paola Pietrafesa, ceo di Allianz Bank FA.

