

Nella guerra alla volatilità vince il piano di accumulo

►I professionisti del risparmio gestito indicano ►Dopo un 2018 complicato dalla guerra sui dazi come comportarsi di fronte al mercato instabile il nuovo anno ha aperto all'insegna dell'incertezza

**SAGGEZZA E PAZIENZA
RACCOMANDATE
DA CHI GUIDA I CLIENTI
NELLA TERRA DI MEZZO
TRA LA FINE DEL QE
E LA RECESSIONE**

L'industria del risparmio gestito cresce, ma calano i rendimenti. Il 2018 termina con 7,3 miliardi in più di raccolta netta. Da gennaio 2018 il saldo delle sottoscrizioni nette dei fondi aperti ammonta a 71 milioni. Queste interessano principalmente i prodotti bilanciati (+9,9 miliardi), i flessibili (+8,6 miliardi), gli azionari (+4,1 miliardi) e i monetari (+2,2 miliardi). Ma dicembre chiude in flessione di 1,5 miliardi un anno segnato dalle condizioni di incertezza sui mercati. Il 2019 inizia con gli stessi quesiti, amplificati da problemi che in Europa e in Italia avranno echi tutti speciali, basta ricordarne un paio: la fine del Quantitative easing, l'incertezza politica che potrebbe derivare dalle elezioni europee di fine maggio.

L'ECONOMIA RALLENTA

Il rallentamento dell'economia è su scala mondiale, soprattutto a causa della guerra sui dazi tra Usa e Cina. Ma di recessione si parla quasi solo in Italia. E per restare in Italia molti aspettano di capire che cosa succederà a quello che sembrava essere uno spumeggiante mercato, va-

le a dire quello dei Pir, i Piani individuali di risparmio che dopo aver raccolto molti più investimenti di quelli pronosticati a favore della piccola e media impresa italiana, con la nuova legge di bilancio 2019 si trovano a dover descrivere una nuova parabola, ma questa volta discendente. Almeno in attesa dei decreti attuativi che, è attesa diffusa, dovrebbero migliorare.

In questo contesto in fibrillazione c'è spazio per trovare opportunità di guadagno? Il rendimento resta infatti la guida di chi investe, soprattutto in Italia: «Il reddito aggiuntivo è l'obiettivo di gran lunga prioritario, ben più degli investimenti difensivi». Giuliano D'Acunti sintetizza così il senso della ricerca condotta da Invesco, la società per cui ricopre il ruolo di direttore commerciale in Italia.

La stessa ricerca documenta una gran voglia di consulenza da parte degli italiani, forse un po' per colmare il gap di educazione finanziaria. Ma che cosa serve ai consulenti finanziari, attesi dagli investitori, per condurre al meglio i loro clienti attraverso la crisi? «La pazienza - risponde Paolo Martini di Azimut - ci portiamo ancora addosso le ferite del 2018; l'anno che è appena iniziato sarà difficile; non c'è modo di inventare: le buone pratiche sono le stesse, cioè diversificare, attenzione all'economia reale, approccio temporale medio-lungo. Per tutto ciò serve pazienza: nel ripetere come un mantra le stesse riflessioni; nel rintuzzare l'emotività del clien-

te; nello spostare l'orizzonte temporale degli investimenti. Pazienza e nervi saldi». Paolo Proli di Amundi aggiunge: «Saggezza. La saggezza di prendere il tempo necessario per le decisioni, la saggezza magari di ripetere le stesse scelte; d'altronde un anno di performance negative dopo dieci anni di successi è normale. Bisogna saper insistere. Il consulente finanziario deve saper aspettare, non deve reagire di pancia. I piani di accumulo sono una scelta opportuna - per fare un esempio - in un momento in cui il mercato è volatile. In momenti difficili vorrei vedere più spesso il mio consulente, vorrei ricevere più informazioni, e più proposte di asset allocation. Saggezza e disponibilità».

IL PESO DEI PRODOTTI

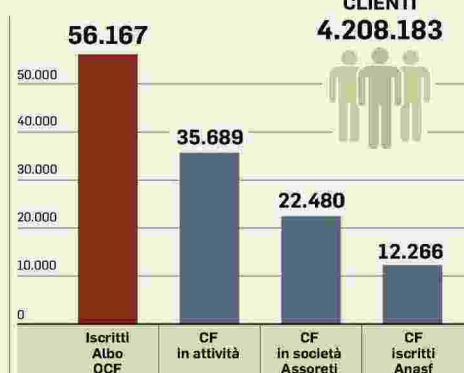
Ancora: in questa fase contano di più i consulenti o i prodotti delle società mandanti? «Una premessa: in Azimut non amiamo molto la parola "mandante" - risponde Martini - con essa si rischia di introdurre nel linguaggio della consulenza finanziaria un concetto che è invece proprio delle banche. Dobbiamo stare attenti, a forza di assumere bancari, di non bancarizzare troppo il nostro settore altrimenti perdiamo le prerogative della consulenza finanziaria. In Azimut preferiamo parlare di partnership, che è alla base del nostro modello di business dove i consulenti sono anche azionisti del Gruppo. I consulenti contano ovviamente di più dei prodotti. Azzardo un rapporto: 75 a 25».

Marco Barbieri

Il ruolo delle reti nel risparmio

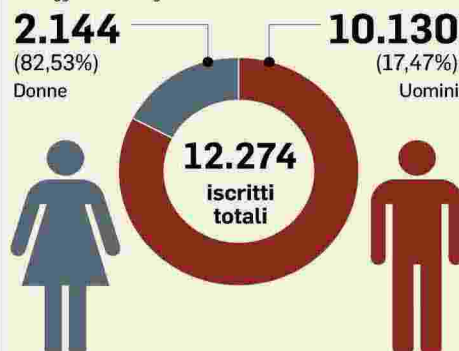
RACCOLTA NETTA DELLE RETI

Da inizio anno (fino al 30 novembre 2018)



GLI ISCRITTI ANASF PER GENERE

Dato aggiornato al 24 gennaio 2019



ConsulenTia 2019, protagonisti della crescita e servizio alle Pmi

Il pay off recita: "Protagonisti della crescita". L'Associazione nazionale dei consulenti finanziari (Anasf) presieduta da Maurizio Bufi organizza anche quest'anno a Roma "ConsulenTia", dal 5 al 7 febbraio (presso l'Auditorium Parco della Musica). Tre giorni di convegni e dibattiti sul tema degli investimenti finanziari nel nostro Paese, attraverso il filtro professionale e culturale del mondo della consulenza, a sottolineare il ruolo dei consulenti finanziari e l'impatto della loro attività sull'economia reale (per il programma dettagliato si può vedere l'aggiornamento al sito www.consulentia19.it). «Ci chiederemo come è evoluta la figura del consulente finanziario, attraverso tre elementi: la cornice normativa della loro attività, dopo Mifid 2, il ruolo di educatore sociale, attraverso il progetto economic@mente, il ruolo di

soggetto al servizio dell'impresa, soprattutto delle Pmi»: riassume così Germana Martano, direttore dell'Anasf.

INDAGINE FINER

Nel corso dell'evento verranno resi noti i risultati del sondaggio/indagine condotto a cura di Finer sui tre driver del convegno. La ricerca si è focalizzata sulle seguenti aree: il ruolo del consulente finanziario nel supportare il raggiungimento dei bisogni delle famiglie italiane, nelle diverse fasi del loro ciclo di vita, nel definire l'orizzonte temporale dei loro investimenti, il livello di rischio che possono assumersi e i costi connessi; nel realizzare i progetti di vita dei propri clienti (acquisto della casa, studio dei figli, viaggi, acquisto di beni o servizi); il ruolo del consulente finanziario nel supportare gli imprenditori italiani, nelle fasi cruciali della vita delle loro aziende, nel consenti-

re loro l'accesso al credito e ai servizi più evoluti di corporate finance.

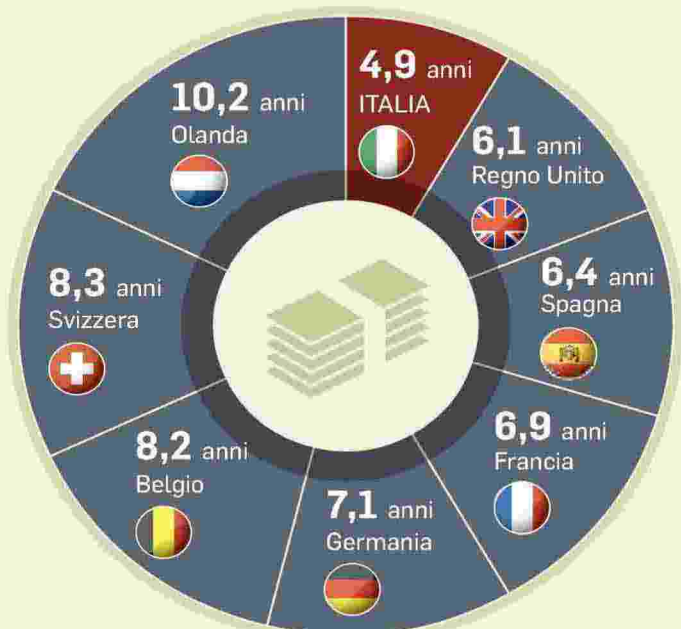
LAVORARE IN SQUADRA

«Sul fronte del servizio all'impresa si gioca buona parte della novità dell'evento: il rapporto tra consulente finanziario e Pmi. Il consulente finanziario deve relazionarsi con le altre figure consulenziali della Pmi, l'avvocato, il commercialista. Non dico che debba scatenarsi una competizione tra professionisti, a ciascuno il suo, ma il consulente dovrà sempre più abituarsi a lavorare in squadra, con il supporto di altre competenze e professionalità». Martano esplicita il concetto: «Deve insomma prevalere l'abitudine ad allargare le proprie relazioni, ciascuna figura può dare qualcosa agli altri».

M. Ba.

ALL'ANNUALE INCONTRO ANASF PROPORRÀ UNA RIFLESSIONE SUGLI INVESTIMENTI, L'EDUCAZIONE FINANZIARIA E MIFID

Diversi orizzonti di investimento in Europa



L'orizzonte di investimento varia in modo significativo a seconda del Paese. Secondo la ricerca Invesco i risparmiatori guardano a una prospettiva di poco meno di cinque anni in Italia, a fronte dell'orientamento in Olanda pari a poco meno di dieci anni. Più in generale, in Europa il **23%** degli investitori ha un orizzonte di investimento inferiore a tre anni. Un approccio a breve termine privilegiato da un terzo degli investitori sia nel Regno Unito (**33%**), il Paese con la più alta pianificazione finanziaria, che in Italia. In questo caso può avere un ruolo l'incertezza politica

Intervistati per Paese: Italia 720, UK 723, Spagna 707, Francia 710, Germania 706, Belgio 350, Svizzera 700, Olanda 354.

Fonte: Ricerca europea sull'Income 2018/2019 di Invesco

centimetri



Partita la caccia dei millennials per farne banker o anche clienti

L'età media dei consulenti finanziari attivi in Italia è ben oltre i 50 anni. D'accordo, l'Italia non è un Paese per giovani, un po' in tutte le sue articolazioni professionali. Ma per un'attività in cui il peso della tecnologia e della digitalizzazione è così cospicuo, forse è auspicabile una forte iniezione di giovani. «L'età media inizia ad abbassarsi agli sportelli bancari per effetto del turnover interno alle banche. Meno rapido il medesimo fenomeno a livello di "promozione finanziaria". L'ex promotore finanziario è ancora mediamente un po' agè, deve innescarsi un processo di turn over che non sarà comunque rapido», commenta Paolo Proli di Amundi. Che prosegue: «I giovani fanno fatica ad affermarsi perché non hanno portafogli da gestire. D'altronde i patrimoni dei millennials sono ancora nelle mani dei loro genitori, che sono ancora titolari anche del rapporto con il loro consulente, più o meno coetaneo».

Il dato anagrafico pesa anche in alcune delle scelte di asset allocation: prendiamo l'esempio della finanza sostenibile; la sostenibilità è rapidamente diven-

tata un elemento di integrazione generazionale. Per un millennial l'investimento in aziende sensibili agli obiettivi di sostenibilità è quasi scontato, per un over 65 non è poi così sicuro.

Anche questo elemento suggerisce un ringiovanimento delle reti. «Stiamo investendo molto sui giovani. Vogliamo attrarre giovani talenti, per favorire il ricambio generazionale della nostra rete. L'obiettivo 2019 è di completare l'inserimento in squadra di un centinaio di millennials: 70 già ci sono, ne aggiungeremo altri 30», afferma Paolo Martini di Azimut. Ma un conto è invocare i giovani, un conto è favorire davvero il loro accesso alla professione.

SPIRITO DI SQUADRA

«Per fare spazio ai giovani ci sono due strade - spiega Martini - la prima: formare i giovani, farli crescere come parti della "tua" squadra. Il senior lavora più volentieri con un junior cre-

OBIETTIVO AZIMUT: ARRUOLAMENTO

DI ALMENO CENTO UNDER 40 PER AVERE UNA RETE PIÙ DINAMICA E DIGITALE

sciuto in squadra. La forza dell'appartenenza fa la differenza. La seconda strada: l'incentivo economico per i senior, per favorire l'affiancamento con i giovani. La possibilità di trasferire il portafoglio clienti si concretizza se ci sono convenienze reciproche e un reciproco riconoscimento di team. In queste condizioni l'energia del giovane, la sua voglia di affermazione diventa un fattore di rinnovamento e di crescita per tutti».

L'ONDA DEI 56 MILA

A gennaio 2019 il numero dei consulenti finanziari registrati dall'Ocf (Organismo di vigilanza e tenuta dell'albo unico dei consulenti finanziari) risulta essere di poco superiore a 56 mila. Un leggero incremento rispetto al dato del gennaio 2018, quando il totale degli iscritti si fermò a 55.964, di cui gli attivi (con mandato) sono pari al 64,6 per cento e i non attivi pari al 35,4 per cento.

M. Ba.



Paolo Martini,
Azimut

Educazione finanziaria Anasf

Formazione per 26 mila studenti

Consulenti 2019 sarà anche l'occasione per celebrare i dieci anni compiuti da "economic@mente - metti in conto il tuo futuro", il progetto di educazione finanziaria ideato da Anasf insieme con Progetica nel 2009 ed entrato nelle aule delle scuole secondarie di secondo grado. I consulenti finanziari sono

stati protagonisti della crescita, questa volta, e dell'alfabetizzazione finanziaria delle nuove generazioni: 10 anni di formazione, ovvero 956 corsi erogati in 365 scuole, con un'ampia copertura del territorio nazionale, coinvolgendo un totale di oltre 26.000 studenti.

Sempre più digitali, ma per i “robo advisor” la moda sta frenando

In India il 40% dei fondi è scelto dalla clientela attraverso semplici operazioni online. In Cina si arriva al 50%. In Italia siamo intorno al 5%. Paolo Proli, capo della divisione retail di Amundi snocciola i dati che confermano la necessità di adeguarsi a questo incessante processo di cambiamento: «Dobbiamo correre, il cliente sta cambiando stili di vita, modelli di consumo e di risparmio. Siamo di fronte a un cambiamento epocale. Parliamo di digitalizzazione, ma è in corso una vera disruption. L'aggiornamento delle competenze è obbligatorio. Per far fronte ai grandi cambiamenti, il 54% dei professionisti dovrà rivalutare le proprie competenze con la formazione. Nell'industria del risparmio i modelli di servizio cambiano con rapidità, l'offerta rincorre la domanda».

LA TENTAZIONE

Però occorre evitare la tentazione delle mode. I robo advisor sono stati una innovazione o una moda? «E' stata una grande idea di marketing - taglia corto Paolo Martini, amministratore delegato di Azimut Capital Management - è stato bello e giusto parlarne, abbiamo avuto modo di raccontare anche l'importanza del supporto della tecnologia. Ma si è trattato di una moda che si è esaurita anche prima di quanto fosse prevedibile. Non credo che nella prima fase di contatto con il mondo della consulenza finanziaria si possa essere traghettati dai robot. Nelle fasi successive, quando si devono elaborare dati - molti dati, sempre più ce ne saranno a disposizione per valutare opportunità di investimento, mercati, aziende - la tecnologia deve offrire un supporto decisivo per fare presto e per fare sintesi».

Qui sta la decisiva importanza della tecnologia digitale applicata alle attività di consulenza finanziaria: il digitale assicura più informazioni, più velocità, più facilità. «Il triangolo della consulenza, il nostro modello di intervento - aggiunge Proli - conta sulle ottimizzazioni offerte dalla tecnologia: "L'approccio professionale credo che debba sempre partire da una sorta di pre-advisory, che si definisce attraverso un "advise journey", che si struttura in tre passaggi: 1) la ricerca

dei bisogni del cliente (pre-sale); 2) supporto alla decisione; 3) monitoraggio post-vendita, analisi della soddisfazione».

La tecnologia ha un ruolo crescente nella gestione dell'attività del consulente finanziario. «Azimut ha rinnovato profondamente la sua piattaforma - continua Martini - la parola d'ordine è semplificazione. La tecnologia può rendere più veloci e più semplici. Chi saprà essere più semplice avrà un valore aggiunto più forte». Il problema dell'impatto tecnologico è verificare costantemente se la rete dei consulenti è pronta. Non solo i clienti, ma anche gli intermediari devono avere il tempo di metabolizzare un mondo senza carta, più rapido. I robo-advisor sono pochi e si limitano a creare il flusso dell'informazione diretta al cliente, favoriscono l'ottimizzazione nella gestione del cliente: nel prossimo triennio sarà obbligatorio per tutti dotarsi di un "robo for advisor", che sappia integrare le attività di paperless. Proli conclude: «L'orizzonte è certamente di una più raffinata integrazione a partire dalle opportunità offerte dalla tecnologia digitale. Tuttavia vedo che la consulenza fisica è sempre più saldamente al centro del modello "digital to consumer". Il ruolo della tecnologia sta diventando sempre più centrale».

R. Ba.

**LA DIGITALIZZAZIONE
NASCONDE UNA VERA
E PROPRIA DISRUPTION
IN CINA E IN INDIA
IL 40-50% DEI FONDI
SI COMPRA SUL WEB**



Paolo Proli, Amundi

