

Negli investimenti bisogna considerare anche le grandezze psicologiche

# Serve democrazia consulenziale

La società di distribuzione deve avere un'architettura aperta ed evoluta

**Gianfranco Cassol\***

I limiti dei sistemi di pianificazione e di consulenza finanziaria utilizzati dai Promotori-Consulenti sono evidenti, essendo basati sulle quantità fisiche misurabili, con esclusione delle grandezze psicologiche (affettive), scartate e "marchiate" come "non economiche" per definizione.

In realtà le grandezze psicologiche sono alla base dei processi decisionali dell'investimento del risparmio e giocoforza devono essere inseriti nei sistemi tecnologici di pianificazione e di consulenza finanziaria, perché costituiscono quel valore aggiunto che i Risparmiatori-Investitori dichiarano essere carente nella consulenza che viene loro fornita. In proposito va ricordato che l'andamento dei prodotti ed il comportamento dei Risparmiatori-Investitori non sono fra loro simmetrici, come confermano i dati storici. Ciò è dovuto alla preminenza delle grandezze psicologiche nelle decisioni dell'uomo reale "emotivo", che non coincide

con l'omo economicus "razionale".

L'economia neoclassica si è sviluppata sull'errore dell'iperspecializzazione che ha impedito di vedere il globale, costituito sia da quantità fisiche, sia da grandezze psicologiche. È una forma di astrazione volta a privilegiare ciò che è calcolabile e formalizzabile. "Così l'economia, ossia la scienza sociale matematicamente più avanzata, è la scienza socialmente e uma-

namente più arretrata, perché si è estraniata dalle condizioni sociali, storiche, politiche, psicologiche, ecologiche inseparabili dalle attività economiche" (Edgar Morin).

La conseguenza è stata che nel mondo finanziario c'è il dominio da sempre dei prodotti, delle loro valutazioni storiche e prospettive quantificate e dei sistemi e tecnologie di pianificazione correlati. Si rilevi che nel mondo della medicina l'evoluzione, prima diagnosticare poi prescrivere, è stata attuata ed all'indispensabile conoscenza dei medicinali sopravanza la conoscenza dei pazienti, con consensi unanimi, per il valore aggiunto di cui noi tutti stiamo beneficiando rivolgendoci ai Medici. Per ben capire il concetto di valore aggiunto di cui si parla è sufficiente immaginare il mondo della medicina senza Medici e subito appare chiaro il significato della richiesta dei Risparmiatori-Investitori di maggiore valore

aggiunto nella consulenza finanziaria.

I sistemi di advice usati nel mondo finanziario sono carenti perché perpetuano l'enorme e storico errore di non considerare e di non valutare le grandezze psicologiche, che determinano la scelta d'investimento. Questo errore scientifico, che lo stesso premio Nobel per l'economia, Henry Markowitz, ha ammesso, è stato ufficializzato con la premiazione di uno psicologo cognitivista, Daniel Kahneman, si mediti bene, con il premio Nobel 2002 per l'economia, e porta a considerare lo scarto esistente fra aspettative del Risparmiatore-Investitore ed il comportamento del Promotore-Consulente. Ne deriva che, per eliminarlo, è necessario che siano rispettate due condizioni:

- Condizione oggettiva: la Società di Distribuzione deve essere una Architettura Aperta pura (no prodotti della "casa" nemmeno i più semplici) ed EVOLUTA, vale a dire, costruita sulle conoscenze della Nuova economia e deve essere in grado di fornire i supporti di conoscenze e gli strumenti tecnologici indispensabili per costruire i Portafogli Comportamentali Dinamici Individuali, che considerano sia le quantità fisiche sia le grandezze psicologiche che compongono i processi d'investimento e quindi con il valore aggiunto richiesto dai Risparmiatori-Investitori ai Medici della finanza.

- Condizione soggettiva: il Promotore-Consulente che dispone di una Architettura Aperta pura ed evoluta deve svolgere la propria attività professionale con consapevolezza nell'interesse dei propri Clienti. Quando la condizione oggettiva è soddisfatta, ed il Promotore-Consulente dispone del tutto e può liberamente operare, il locus del controllo del proprio agire da esterno diventa interno, come conseguenza del fatto di essere privo di imposizioni e di limiti, anche psicologici, della "casa".

Per il Promotore-Consulente che svolge la propria attività in una struttura societaria ad Architettura Aperta pura ed

EVOLUTA, il conflitto d'interessi con i propri Clienti è nelle sue mani e può liberamente annientarlo, anziché essere portatore del conflitto di interessi impostogli sia dalle politiche di prodotto della "casa", sia dai sistemi tecnologici di advice, che finiscono per incanalare le scelte d'investimento verso obiettivi di parte, addirittura giungendo ad inserire prodotti della "casa". Il fatto straordinario per il Promotore-Consulente è quello di poter costruire personalmente la relazione fiduciaria con i propri Clienti, secondo coscienza e consapevolezza, creando la propria impresa, secondo i propri criteri valutativi, così come accade per gli altri liberi professionisti.

"Il conflitto di interessi con i miei Clienti dipende da me e non da altri", ecco quanto l'Architettura Aperta pura ed evoluta consente al Promotore-Consulente di affermare. La riflessione delle riflessioni è che l'Architettura Aperta pura ed evoluta costituisce il passaggio da situazioni di "regime" ad una democrazia.

È questo il massimo valore aggiunto per i Promotori-Consulenti, che va immensamente oltre le altre loro giuste istanze. Capire che ai Promotori-Consulenti manca questa democrazia, che li erge, da pedine di una "casa", ad artefici della propria vita professionale a tutela dei propri Clienti, significa capire cosa bisogna veramente fare per la nostra professione, al di là di tanti palliativi, il cui obiettivo è di conservare lo status quo, magari con delle concessioni, a tocco leggero, che lasciano nella sostanza inalterata la situazione.

Realizzare la congiunzione fra il valore aggiunto richiesto dai Risparmiatori-Investitori ed il valore aggiunto di democratizzazione della professione avvertito dai Promotori-Consulenti è l'obiettivo da perseguire. Il bello è che la soluzione esiste ed è una realtà operante.

**\*presidente SOL & FIN spa  
Institutional member of the  
Financial Planning  
Association - FPA (USA)**



Gianfranco  
Cassol