

Cassol: "La vera e pura architettura aperta è di difficile attuazione"

La Mifid 2 è solo la cornice Gli artisti sono i promotori

Il guru della promozione finanziaria e numero uno di Sol&Fin commenta l'arrivo della direttiva e l'impatto che essa avrà sul lavoro degli intermediari

di Andrea Barzaghi

Quello di Gianfranco Cassol (nella foto) è un nome noto tra i professionisti della distribuzione e BLUERATING lo ha voluto interpellare per sapere che cosa ne pensa di una vera e propria rivoluzione che ha destato non pochi dubbi tra gli addetti ai lavori.

Lei svolge l'attività nella consulenza finanziaria da 45 anni ai massimi livelli. Le chiedo cosa

pensa della Mifid 2, che sarà recepita dall'Italia entro il 3 luglio 2016, per entrare in vigore a gennaio del 2017.

In tema di Mifid 2, tutti si chiedono come si svilupperanno i due modelli di consulenza, quella "indipendente" remunerata dai clienti e quella "distributiva" per la quale sono possibili anche retrocessioni da parte delle società prodotto. In Gran Bretagna l'applicazione della direttiva Rdr, in vigore dal primo gennaio 2013, ha dimostrato che l'applicazione della sola consulenza "indipendente", dati i costi, finisce per escludere i clienti retail. In proposito, il ventaglio operativo Sol&Fin, con il servizio di collocamento e con le tre soluzioni di consulenza a parcella, ha risolto questo problema. Però i fatti da considerare sono tanti e ben altri e riguardano essenzialmente i contenuti culturali ed operativi della consulenza e di convenienza delle società di intermediazione, rispetto alla convenienza dei clienti.



Cosa intende dire?

Qualsiasi professionista (medico, avvocato, commercialista, notaio, e via dicendo) si muove all'interno di una cornice di leggi, regolamenti, direttive riguardanti anche le forme di remunerazione, però noi misuriamo la sua validità in base ad altri valori. La cornice di un quadro non è il dipinto.

Cos'è allora che non va nell'attuale consulenza finanziaria?

Il mondo dell'investimento del risparmio è dominato da operatori che attuano la vendita dei prodotti, in particolare di quelli della "casa". Mentre la consulenza agli investitori è tenuta lontana, perché inderogabilmente richiede un sistema di prodotti di architettura vera, aperta e pura (solo ed esclusivamente prodotti di terzi e senza la minima eccezione. Così come per un medico libero professionista oppure inserito in una struttura ospedaliera). Sottolineiamo vera, aperta e pura perché solo così l'Investitore è tutelato (art. 47 della Costituzione).

Perché accade questo?

Semplice, un sistema di prodotti vero, aperto (e per essere tale non deve essere limitato a venti o trenta società prodotto) e puro, è conveniente per i clienti ma non per le società, perché non consente i guadagni molto, molto, molto consistenti quali:

- il management fee pieno incassato dalla vendita dei prodotti della "casa", anziché quello ridotto retrocesso dalle società prodotto alle Società di intermediazione;
- le commissioni di performance sui prodotti della "casa";
- le provvigioni di transazione relative agli acquisti e vendita dei titoli per l'attività di gestione dei Fondi della "casa".

Queste voci, a vantaggio della società e non dei clienti, permettono di moltiplicare i guadagni e la capitalizzazione delle società.

Diversamente i bilanci sarebbero molto ridimensionati.

Quindi lei dice che lo sviluppo di un sistema di architettura vera,



aperta e pura è bloccato dal fatto che consente guadagni molto ridotti.

Sì, questo è il macigno, al quale però si aggiunge si aggiunge il rifiuto della società, per propria convenienza, di utilizzare la vastità dei prodotti che il mercato offre, per evitare le negatività della cannibalizzazione dei propri prodotti. Se il

zione, ci sono altri due ostacoli che ne bloccano lo sviluppo, vale a dire: - la necessità di conoscere le nuove economie (economia cognitiva e sperimentale e finanza comportamentale) sviluppate da premi Nobel e da studiosi; - le capacità ed i costi di tradurre questi fatti culturali in metodologie operative ed in sistemi tecnologici,

Però questo è pessimismo.

Sono i dati di fatto a parlare. Ristrutturare una società sapendo che ciò comporta una rilevante riduzione dei ricavi, un aggravio dei costi, le negatività da cannibalizzazione e lo straordinario impegno per creare una nuova cultura d'impresa con l'ausilio di sistemi, metodologie e tecnologie nuove, è una missione senz'altro difficile ma soprattutto non conveniente e quindi archiviata e addirittura scongiurata.

Ma allora i collaboratori della società con architettura vera, aperta e pura sono remunerati meno dei loro colleghi vincolati in toto ai prodotti della "casa" o sono condizionati al loro collocamento.

Non è così e addirittura può accadere il contrario. La ragione è semplice perché la struttura di queste società con architettura vera, aperta e pura è molto meno costosa. È la differenza fra un grande studio di commercialisti ed una banca.

Adesso devo farLe una domanda pesante: come mai Sol&Fin ha 200 consulenti anziché qualche migliaio?

Anch'io mi chiedo perché un bravo promotore-consulente rinunci a disporre di tutte le opportunità che ha a portata di mano, per meglio sfruttare le sue potenzialità e abilità, e invece si limiti ai soli prodotti della "casa" mandante o pochi altri. E ciò senza che tale enorme rinuncia, e le negatività per sé (dovute al fatto che il rischio prodotto, con poche stelle Morningstar, è a scapito della sua immagine) e lo svantaggio per i suoi clienti (dovuto al fatto di escluderli dalle migliori opportunità che il mercato offre), siano compensati con livelli di remunerazione straordinari. Inoltre mi chiedo perché un promotore-consulente accetti di non potere utilizzare, per non autodanneggiarsi, strumenti quali, per citarne solo tre, le analisi finanziarie conoscitive, i check up comparativi e gli alert informativi estesi a tutti i prodotti del mercato, che dicono qual è la qualità dei prodotti offerti e la qualità dei prodotti non offerti. Strumenti senza i quali l'attività di consulenza è ridotta ai minimi termini.

E che risposta si dà?

Si sa che il passaparola ("dagli altri vengo a sapere") prevale sullo sforzo che la ricerca del nuovo comporta. Inoltre si sa che il cambiamento non è visto come un miglioramento, ma come un costo fine a se stesso. E si sa che il cervello umano è un organo pigro e conformista, che adora le scorciatoie e ha un debole per i luoghi comuni. L'abitudine e l'assuefazione danno cattivi consigli e portano a dire "in fin dei conti mi trovo bene così", senza pensare al "valgo molto di più ed i miei clienti meritano molto di più".

Cosa propone?

Dico ai promotori-consulenti di avere la forza interiore e la logica di andare a cogliere alla fonte, senza interpreti di mezzo, le informazioni che potrebbero essere di grande utilità per la propria vita professionale, quali i contenuti, le caratteristiche, le funzionalità e la profittabilità derivante dall'aver a propria disposizione online le tecnologie uniche e all'avanguardia, che consentono di operare con quanto il mercato offre e di utilizzare il tutto con estrema facilità a vantaggio dei propri clienti e proprio. Mi riferisco a sistema prodotti vero, aperto e puro, strumenti verità, strumenti di prevenzione, strumenti di protezione, strumenti di controllo, strumenti di consapevolezza, oltre ad un "sistema auto-formativo", tale da costituire un supporto continuativo online, per lo svolgimento della propria attività ai massimi livelli di conoscenza aperta e non orientata. Tutto è pronto, basta saperlo cogliere. Infine chiedo ai promotori-consulenti come valutebbero il loro medico se fosse anche rappresentante di una o poche case farmaceutiche, e quindi essere curati con i soli medicinali di quelle case e non con i migliori medicinali di altre cento case. Si rifletta bene: a parità di conoscenze, capacità e abilità, avremmo di fronte un medico minus con prodotti limitati e che eserciterebbe la consulenza medica sotto gli impulsi e le pressioni dei produttori suoi mandanti. In questa, da noi tutti, deprecata ipotesi, anche l'art. 32 della Costituzione (Tutela della salute) sarebbe inattuato, come l'art. 47 (Tutela del risparmio).



promotore disponesse dei prodotti di cento/centotrenta Società terze, la vendita dei prodotti della "casa" sarebbe del tutto marginale, con conseguenze molto dannose per le società.

Ma allora l'architettura vera, aperta e pura, è di difficile attuazione.

Sì, e la storia degli ultimi decenni lo dimostra. Aggiungo che le cose si complicano perché oltre al macigno ed alle negatività da cannibalizza-

facilmente utilizzabili e fruibili dai consulenti. In questo campo, posso dire che noi di Sol&Fin siamo unici e all'avanguardia.

Diciamo allora che lei sarà copiato? Qual è la sua impressione?

Sarebbe un onore, però è difficile perché secondo Max Planck le innovazioni culturali procedono per funerali. Aggiungo purché i "vecchi" non incanalino i "nuovi" sulla ripetitività dei loro schemi obsoleti.

UN TOUR, TANTE NOVITÀ

Si è svolta a metà gennaio a Milano la prima delle tre tappe del "Punto 2015" di Sol&Fin, la società fondata e guidata da Gianfranco Cassol. I successivi incontri si sono svolti il 22 gennaio a Firenze e il 30 a Roma. Durante gli incontri Daniele Albini (nella foto), direttore commerciale di Sol&Fin, ha incontrato la rete di vendita. Presentati i risultati 2014, con la crescita della raccolta e dei margini e il punto sulla consulenza remunerata a parcella, cui è seguita l'illustrazione di due nuovi applicativi per il controllo del portafoglio cliente. Presentata anche la nuova convenzione di distribuzione con Raiffeisen. I tre incontri sono serviti anche a dare il benvenuto a tre nuovi pf, che portano la rete a 201 unità: Paolo Botta da Citibank e Fabrizio De Bernardinis e Massimo Bernardi, entrambi ex Fideuram. A. G.

