Il Sole 24 ORE PLUS 24 IL SOLE 24 ORE

Settimanale

Data 23-03-2019
Pagina 5
Foglio 1

«Intermediari ancora lontani dagli orientamenti Esma»

INTERVISTA

Emanuele Carluccio
Presidente Efpa Europe

Come giudica i questionari in uso presso gli intermediari, quali sono le principali criticità?
I questionari attualmente in uso presso la stragrande maggioranza degli intermediari non rispondono in modo compiuto ai principi indicati dall'Esma nel giugno del 2015 con l'emanazione di quegli orientamenti che sono stati fatti propri da Consob nell'autunno dello stesso anno (quindi più di 3 anni fa). Del resto sarebbe sufficiente andare a verificare, intermediario per intermediario, quale è, da un lato, l'esito del questionario di profilatura in termini di profilo di rischio abbinato al cliente e quale è, dall'altro lato, il grado di rischio desumibile dall'effettiva composizione del portafoglio per comprendere immediatamente come le imprese di investimento abbiano intrerpretato sinora il momento della profilatura più come un mero obbligo normativo-regolamentare che come un vero e proprio momento sia di education nei confronti del cliente, sia di comprensione dei desiderata del cliente stesso da parte del consulente/gestore della relazione.

Quali sono le principali criticità?
Vanno sicuramente ravvisate nel mancato rispetto di alcuni degli orientamenti emanati da Esma, e in particolare: dell'orientamento che invita le imprese di investimento ad esplicitare il trade-off rendimento-rischio che caratterizza le diverse alternative di investimento prima ancora di andare ad indagare la propensione al rischio del cliente; un cliente, infatti, potrebbe valutare l'opportunità, o meno, di assumersi dei rischi anche, e forse soprattutto, in funzione del premio al rischio che ottiene per ogni unità di rischio aggiuntivo che si assume. E poi dell'orientamento che invita le imprese di investimento non solo a non fare affidamento sulle autovalutazioni dei clienti in relazione alle loro conoscenze, esperienze e situazione finanziaria ma anche ad adottare misure per garantire la coerenza delle informazioni raccolte sui clienti predisponendo quesiti in modo tale da verificare l'esistenza di evidenti contraddizioni.

Il personale addetto alla somministrazione del questionario è sufficientemente qualificato?
Secondo l'Esma il personale deve possedere le qualifiche necessarie per valutare le esigenze e le caratteristiche del cliente e deve possedere le competenze necessarie in materia di mercati finanziari al fine non solo di comprendere gli strumenti finanziari da raccomandare ma anche di determinare l'adeguatezza, o meno, delle caratteristiche dello strumento alle esigenze e alle caratteristiche del cliente. Di fronte alla totale inerzia

La valutazione delle dichiarazioni dei clienti deve cogliere eventuali contraddizioni

degli intermediari di fronte a tale orientamento Esma ha emanato, tre anni più tardi, delle nuove Linee guida, dedicate appunto alle conoscenze e competenze del personale coinvolto nella gestione della relazione con il cliente in materia di investimenti. Sappiamo bene, però, che la reazione del nostro sistema bancario a quelle linee guida è stata talmente forte da indurre Consob ad un recepimento più "accomodante", basato su un compromesso che trova negli anni di esperienza pregressa nel settore e nell'obbligo di una formazione continua diluita nel tempo la soluzione migliore per evitare un costo iniziale di adeguamento del sistema alle nuove regole del gioco troppo oneroso.

La profilatura può diventare un momento di dialogo tra consulente e cliente?
Un questionario di profilatura predisposto in modo corretto e compiuto può oggettivamente diventare un momento non solo di education ma di vero e proprio engagement del cliente. È quella, infatti, la sede ideale per far riflettere il cliente sulla raggiungibilità o meno dei diversi obiettivi (caratterizzati ognuno da diverse priorità e da diversi orizzonti temporali) alla luce dei vincoli esistenti (la situazione finanziaria, la composizione del nucleo familiare, il tenore di vita che si intende mantenere, etc.) e per pianificare nel modo più corretto gli eventuali interventi correttivi da apportare.

Sarebbe praticabile la via di un questionario elaborato e somministrato da un soggetto terzo?
Sono assolutamente contrario a questa ipotesi per il semplice motivo che l'impostazione di un servizio di consulenza robusto non può e non deve consistere nel ricorso alle best practices di mercato in materia di profilatura, di predisposizione dei portafogli modello strategici, di manutenzione tattica degli stessi, di traduzione dei portafogli modello in mix di strumenti/prodotti, di monitoraggio e risk management e, infine, di rendicontazione ma deve consistere nella capacità di organizzare la catena del valore del servizio di consulenza in maniera integrata e coerente. Non si può delegare ad un soggetto terzo, solo perché imparziale ed indipendente, un momento così delicato come quello della profilatura se il soggetto stesso non ha fatto proprie le metriche con le quali poi, a valle, verrà misurata l'adeguatezza delle soluzioni di investimento suggerite e non ha avuto modo di condividere le logiche di composizione del catalogo prodotti con il quale poi il servizio di consulenza dovrà essere tradotto in consigli di acquisto e vendita per il cliente. Ci sono altre tecniche a disposizione per tenere sotto controllo le eventuali manipolazioni, a fini commerciali, del questionario; basta verificare la presenza di eventuali ri-profilature opportunistiche (sempre più difficili da porre in essere) oppure la presenza di significativi differenziali tra il profilo di rischio attribuito al cliente e il grado di rischio intrinseco nel suo portafoglio.

RIPRODUZIONE RISERVATA

Codice abbonamento: 144361

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.