

Largo alle donne, tra difficoltà e opportunità

Se il 2020 è l'anno delle prime volte, potremmo auspicare diventi l'anno della spinta delle donne sia nell'ambito dei professionisti della consulenza, sia tra i risparmiatori.

} Marina Maghelli
EFPA Italia
CONTRIBUTOR AP

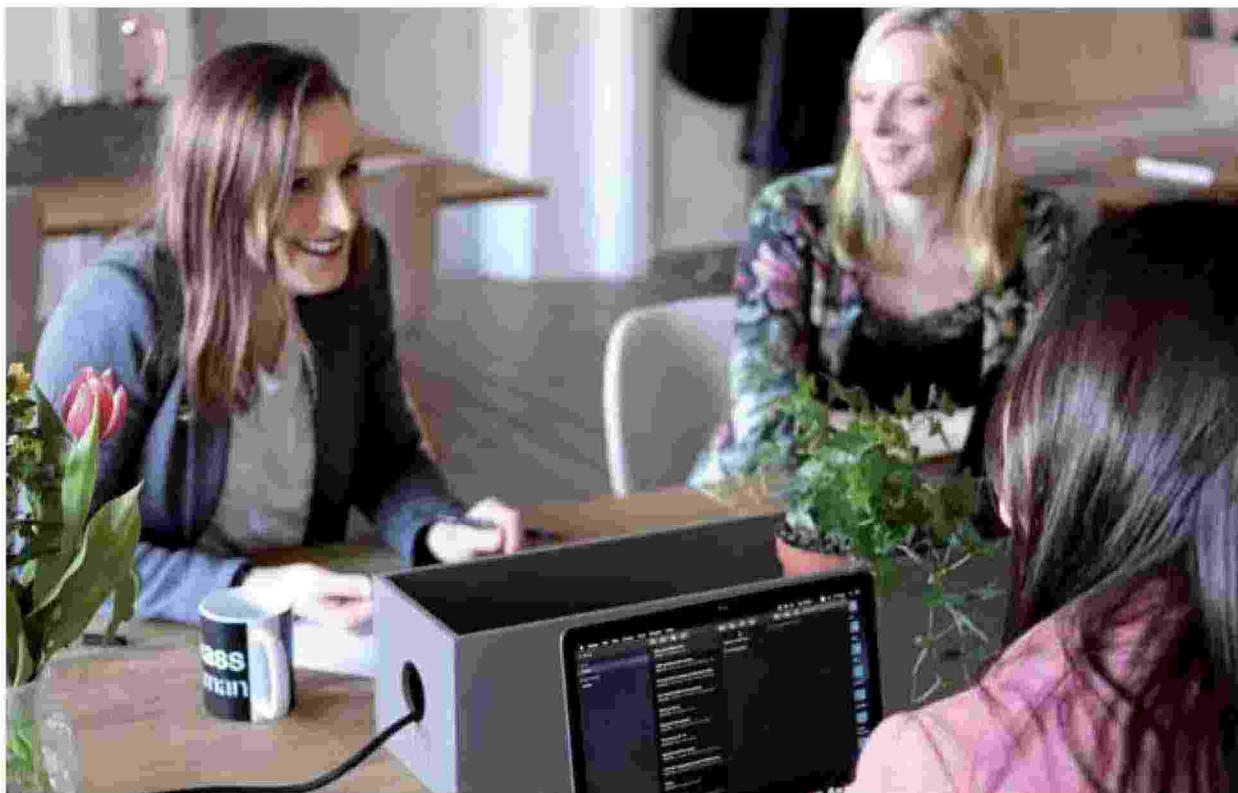
Potremmo definire il 2020 come l'anno delle prime volte. Dopo lo scoppio della pandemia di Coronavirus e il confinamento di interi Stati, abbiamo assistito alla prima storica contrazione trimestrale dell'economia cinese, seguita poi dalla discesa artica del prezzo del petrolio. Settimana dopo settimana veniamo colpiti da notizie che riportano fatti negativi e a tradurre il tutto in termini concreti sono i mercati, particolarmente volubili allo sviluppo della situazione.

Roy F. Baumeister, professore di psicologia sociale della Florida State University, ha fotografato questa condizione all'interno di un suo articolo dal titolo: "Bad is stronger than good". Sintetizzando brevemente il risultato della sua ricerca, Baumeister spiega che "emozioni negative, cattivi genitori o revisioni avverse risultano avere un impatto più forte rispetto a quelle buone. Cattive impressioni o stereotipi sono più veloci a formarsi e più resistenti da sfatare". Ciò si applica anche alla situazione finanziaria. In un particolare passaggio dello studio, in cui si fa riferi-

mento alla reazione dei partecipanti di fronte a una perdita o al guadagno di una medesima somma di denaro, infatti, il responso ha evidenziato come il sentimento di frustrazione derivante dalla perdita di 50 dollari fosse superiore alla gioia di averne guadagnati 50.

In un momento come questo, quindi, diventa difficile per gli investitori gestire a livello psicologico il sentimento di smarrimento e demoralizzazione davanti ai saliscendi dei mercati. A dare un quadro più completo è sopraggiunta un'indagine condotta da un'agenzia patrimoniale, secondo la quale i risparmiatori stanno rispondendo all'incertezza chiedendo maggiore informazione finanziaria e tra le fila dei più colpiti dai cali dei mercati emerge una maggiore propensione a modificare le proprie strategie di investimento per non rischiare di incorrere in maggiori perdite.

Si rende dunque evidente il ruolo imprescindibile del consulente finanziario che deve farsi, oggi più che mai, veicolo di educazione finanziaria, affiancandosi ai propri clienti, ascoltandoli ed entrando in connessione con loro,



affinché prendano decisioni adeguate, informate, consapevoli e non dettate dall'emotività.

Se il 2020 è l'anno delle prime volte, potremmo auspicare diventi anche l'anno della spinta delle donne nella finanza, sia nell'ambito dei professionisti della consulenza sia tra i risparmiatori. Ad oggi infatti la maggior parte delle donne si occupa della gestione della finanza familiare, domestica e solo il 20 % delle donne si occupa della pianificazione finanziaria. Non va meglio tra gli addetti ai lavori dove si riscontra una percentuale simile, un mondo che ancora oggi è appannaggio degli uomini.

In passato questo comportamento era da attribuirsi ad un fatto culturale, sociale, giuridico (ricordiamo che fino al 1919 fu in vigore la norma relativa all'autorizzazione maritale).

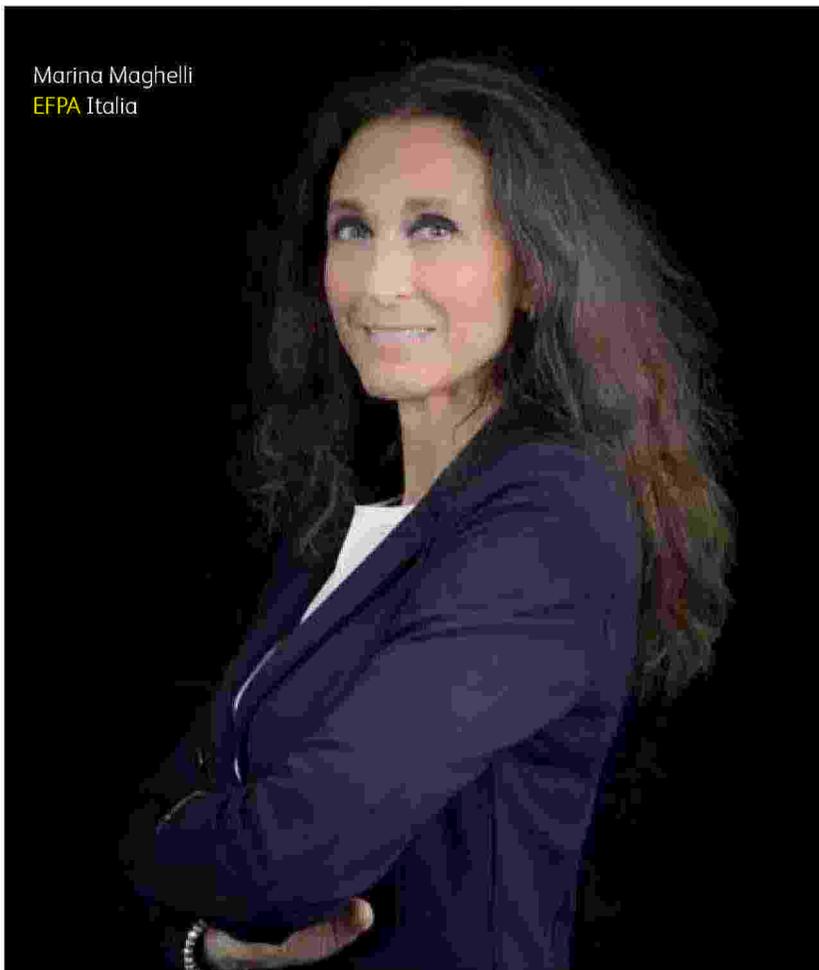
“
È giunto il momento per le professioniste di afferrare le redini e far valere quei tratti che le differenziano. Uno di essi è rappresentato dal modo di pensare
 ”

Negli anni, però, l'importante impegno nell'ambito dell'emancipazione femminile non si è esteso così tanto verso il campo finanziario, anche e probabilmente a causa della discrepanza tra il reddito medio di uomini e donne, generalmente retribuite meno, ed alle carenze di welfare, uno dei limiti principali che condizionano il raggiungimento di pari opportunità di genere nella nostra società.

In un contesto delicato come l'attuale, in cui sono le soft skills a dover prevalere nella relazione con i propri clienti, potrebbe essere giunto il momento per le consulenti finanziarie di afferrare le redini e far valere quei tratti che le differenziano e le contraddistinguono. Uno di essi è sicuramente rappresentato dal modo di pensare: il pensiero femminile si sviluppa in modo circolare, anziché lineare come nel caso del

AP / Private Trends - Academy

Marina Maghelli
EFPA Italia



pensiero maschile, generando quindi una visione di insieme. Questo “pensiero a rete”, che interconnette i singoli elementi e porta a vedere la realtà nella sua globalità, è sicuramente uno dei grandi plus per una corretta pianificazione finanziaria.

Studi scientifici hanno dimostrato poi che le donne sono in grado di utilizzare più efficacemente le competenze emozionali e sociali, adottando un approccio più empatico. Ciò consente di espandere la valenza del messaggio e di creare una maggiore sintonia, rafforzata dalla più spiccata tendenza femminile all’ascolto e alla spiegazione.

L’evidenza ha inoltre mostrato che i risparmiatori donna si sentono maggiormente a proprio agio e hanno più probabilità di sviluppare relazioni di lungo termine con un consulente finanziario dello stesso sesso. Ciò non solo per un’affinità in termini di esperienze, esigenze e problematiche, ma anche perché un consulente finanziario donna risulterà al bisogno meno tecnico nelle spiegazioni, dunque più comprensibile a un pubblico che storicamente non ha seguito gli spettacoli

dei teatri finanziari. La scelta di uno specifico consulente da parte di un cliente dipende da una molteplicità di aspetti, ma al primo posto deve collocarsi necessariamente la competenza, tecnica e relazionale.

Questa può essere facilmente individuata nei professionisti che hanno deciso di investire nella propria preparazione entrando a far parte della community dei certificati **Efpa**, ovvero di certificare le proprie conoscenze e competenze sulla base di standard condivisi a livello europeo e di provvedere al loro continuo aggiornamento seguendo percorsi formativi riconosciuti. Tuttavia, mentre la competenza

tecnica, in quanto tale, è oggettiva, la componente relazionale può essere espressa in più modi e troverà maggiore efficacia in presenza di un rapporto di fiducia e affinità.

Ed ecco allora come, in un momento di difficoltà come quello che stiamo vivendo, l’approccio femminile alla consulenza finanziaria, fatto di maggiore empatia, potrebbe risultare più conciliante nella gestione dell’incertezza, dell’emotività e dell’irrazionalità. In conclusione non si vuol affermare che le donne siano migliori degli uomini o viceversa, ma che la diversità, nell’uguaglianza, genera sempre del valore ed allora... Largo alle donne! ●