

Risparmio Gestito
Attenzione ai "cambi di casacca"
08.01.2019

Prendiamo spunto da un articolo de il Fatto Quotidiano del 22.12.2018 (riportato nelle pagine seguenti), per riflettere sul fenomeno del "cambio di casacca" dei Promotori Finanziari, cioè il passaggio da una Banca/Sim all'altra, nel corso della propria carriera.

Partiamo dal seguente schema esemplificativo, per poi approfondire la questione.



In un sistema come il "Risparmio Gestito" che ha come ragion d'essere, quasi esclusiva, quella di far pagare agli Investitori le commissioni più alte possibili, la preoccupazione principale è senza dubbio quella di acquisire il maggior numero di Clienti nel minor tempo possibile.

Una volta acquisito il Cliente poi, con metodo e pazienza, il sistema farà in modo di tenerlo "legato" il più a lungo possibile.

L'acquisizione iniziale rimane, però, il punto cruciale. Prova ne sia il fatto che, mediamente, il 70% dei costi pagati dal Cliente vanno a remunerare la rete di vendita/promotori, cioè i professionisti che hanno proprio il compito di far "cadere gli Investitori nella rete".

Un modo che riuscisse a intercettare un elevato numero di Clienti in poco tempo, risulterebbe preziosissimo per Banche e Sim.

Ma il modo esiste ed è pure molto semplice: "ingaggiare" un Promotore Finanziario di un'altra rete che "porti in dote" un ricco portafoglio. Più grande è il patrimonio che il Promotore "gestisce", maggiore sarà la convenienza ad ingaggiarlo da parte di un'altra Banca/Sim. Verranno letteralmente stesi "ponti d'oro" per facilitare il cosiddetto "cambio di casacca".

Ma i ponti d'oro, invariabilmente, vengono pagati dai malcapitati Clienti.

Sintetizzando: con il "cambio di casacca" ci guadagna SEMPRE il Promotore, SPESSO la Banca/Sim, MAI il Cliente!

Il Fatto Quotidiano del 22.12.2018

“Promotori finanziari, i continui cambi di casacca convengono. Tanto paga il cliente.”

di Vincenzo Imperatore

Il consulente finanziario (già noto come promotore finanziario) è un libero professionista per la vendita “fuori sede” di prodotti finanziari e con un rapporto monomandatario con una banca. Il loro centro d'affari è la costruzione di un portafoglio clienti cui offrire prodotti d'investimento della casa madre (banca). Sono circa 22.000 i cf operativi nelle reti e gestiscono circa 518 miliardi di euro di oltre 4 milioni di clienti. Il portafoglio pro-capite medio del cf è di 23 milioni di euro.

Stiamo parlando, quindi, unitamente al consulente bancario (quello che troviamo agli sportelli delle filiali e che è stipendiato dalla banca con contratto di lavoro dipendente), di uno dei principali attori della consulenza finanziaria

Negli ultimi due anni, però, circa il 2,5% degli iscritti all'Albo (oltre 500 all'anno) ha cambiato società. Ciò significa che potenzialmente si spostano circa 12 miliardi di euro di patrimoni all'anno. È venuto, quindi, il momento di affrontare il tema del turnover selvaggio dei promotori finanziari nelle reti. Semplificando, si tratta di capire il fenomeno del continuo “cambio di casacca” che una buona fetta di promotori finanziari esercita come “professione” per fare soldi attraverso l'incasso di un bonus (premio di ingaggio) dal nuovo intermediario grazie al trasferimento del suo patrimonio gestito.

In particolare, gli organi di controllo dovrebbero soffermarsi sull'eccessiva aggressività nell'attività di reclutamento degli ultimi tempi manifestata da banche e reti di promotori finanziari sottolineandone le cause (molti vedono il secondo semestre 2017 come l'ultima possibilità di cambiare rete prima della aumentata trasparenza portata da Mifid II), ma soprattutto suggerendo una soluzione (chi gestisce le reti non dovrebbe agevolare chi ha fatto del cambio di casacca una professione).

Al riguardo occorre fare alcune considerazioni. Innanzitutto, conoscendo quel sistema, siamo certi che la copiosa (centinaia di pagine) disciplina Mifid II, in vigore nel 2018 con l'obiettivo di garantire un livello superiore di trasparenza nei confronti del cliente attraverso l'esplicitazione di tutti i costi che lo stesso sostiene, prenda in considerazione anche il “premio di ingaggio”?

I clienti di una rete di promotori finanziari sono solitamente di natura “privata”, con elevate disponibilità, con una cultura finanziaria media più evoluta ma soprattutto molto attenti alle

eventuali variazioni di condizioni proprio perché anche pochi basis point di commissione possono incidere su quei patrimoni in maniera determinante ai fini del rendimento complessivo.

A tal proposito dobbiamo tener ben presente che quella tipologia di cliente è molto attenta sia ai costi espliciti (quelli che vede subito e presenti suoi prospetti informativi) sia a quelli impliciti (non immediatamente percepibili come la commissione di gestione di un fondo). Spetta, quindi, alla Consob chiarire bene questo aspetto prima della entrata in vigore della direttiva comunitaria e accendere un faro su una problematica che, se ben disciplinata, può costituire un primo deterrente per i “professionisti del cambio casacca”.

Dire a un cliente «da domani non sarai più cliente di Banca X ma di Banca Y perché io devo guadagnare 500mila euro» sarà un po' più difficile.

Il secondo aspetto riguarda invece la solidità patrimoniale delle società intermediarie (banche e Sim) che influenza fortemente lo scarico del bonus di ingaggio sui rendimenti dei clienti. Laddove, infatti, ci troviamo di fronte a banche o Sim con ottimi ratios patrimoniali, il reclutamento di consulenti da altre reti può essere visto come investimento alla stregua di quelli effettuati dalle banche quando aprono (meglio dire aprivano) nuovi sportelli.

Il problema nasce quando quell'attività selvaggia di recruiting è fatta da aziende i cui bilanci presentano buchi: in questo caso il costo dell'arruolamento non riuscirebbe a creare valore per l'azienda e sarebbe inevitabilmente scaricato sui clienti.

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2018/12/22/promotori-finanziari-i-continui-cambi-di-casacca-convengono-tanto-paga-il-cliente/4849883/>