

COME CAMBIA LO SPORTELLO / 2

Financial planner tra mito e realtà

Sono venticinque anni che lavoro come promotore finanziario e, come affermato dal bravo "private banker" Giulio — su Plus di sabato 31 gennaio — penso anch'io che sia giunto il momento di fare chiarezza sulla nostra attività professionale.

Se sono riuscito a continuare a svolgere con soddisfazione il mio lavoro per tanti anni — e conosco fortunatamente molti colleghi che sono nella mia condizione — lo devo soprattutto ai miei clienti che hanno continuato a darmi fiducia anche in momenti sospetti del mercato finanziario come quello attuale. Si fa molto parlare attualmente di consulenza finanziaria e tutti quanti noi quando cominciamo abbiamo in mente questa meta: diventare un libero professionista che fornisce una consulenza ai propri clienti ed è da loro pagato a parcella: negli Usa si chiama "financial planner". In questi momenti non mi sembra che vi sia la seria intenzione di voler far affermare in Italia questa figura professionale. La ultime vicende del bond Cirio e Parmalat mi danno la speranza che il sistema bancario si rivedesse. Costato, purtroppo, che i nuovi budget per il 2004, sono improntati alla crescita del business di bancassurance e di vari prodotti proposti, come sempre, in un'ottica di redditività immediata.

Enrico

Quando l'etica ferma la carriera

Sono un gestore di grandi patrimoni mobiliari dei clienti di uno dei principali istituti bancari italiani. Pur in presenza di un mercato che richiede sempre più chiarezza e semplicità, mi trovo ad operare in un ambiente dove il solo far illuminante, la sola meta perseguibile, è il margine di profitto. Su quel sacro metro sono misurate le nostre capacità di carriera, le nostre attitudini professionali; chi non raggiunge il budget sempre più pessimista non solo non percepisce i lauti premi previsti, ma rischia molto come me. Viene facilmente sfornato dal ruolo e, in poche parole, viene versato, mal visto; un mobbing strisciante ma assai efficace. I risultati richiesti possono essere raggiunti solo attraverso campagne commerciali a dir poco discutibili: vi cito come esempio le gestioni patrimoniali a capitale garantito di cui i portafogli dei clienti erano pieni sino a poco tempo fa, poi rimpiazzate dai corporate bond. I nostri superiori gerarchici hanno la sola necessità di risultare visibili agli occhi del management aziendale.

La parola "etica" è conosciuta solo in teoria. Dimenticavo un piccolo particolare: guadagna maggiormente solo chi riesce a maltrattare di più i risparmiatori. Pertanto i casti Cirio e Parmalat non mi stupiscono affatto. Assisteremo a molti altri accadimenti simili se le banche non si accontenteranno di guadagnare di meno e con più etica.

Lettera firmata (Rimini)

Turarsi il naso limitando i danni

Ho letto con interesse la lettera di Giulio. Premetto che lavoro da oltre 21 anni nel settore bancario, come responsabile di filiale, trovo che la lettera del collega fotografhi molto bene l'attuale realtà. Anche se, secondo me, la situazione è ben peggiore di quanto descritto. Non solo per la caduta di qualità della professione, con bancari trasformati in semplici piazzisti di prodotti, con l'unico fine di

I bancari: «Consigli distorti dai budget»



La lettera di Giulio pubblicata due settimane fa su «Plus» ha innescato una serie di testimonianze dello stesso settore: i dipendenti bancari che nutrono i risparmiatori nelle loro scelte di investimento sono sempre più pressati da obiettivi di vendita di prodotti ad alti margini per gli istituti, ma tendenzialmente inefficienti. Quel che è peggio è che, pur di raggiungere i budget, i dipendenti, come emerge dalle testimonianze pubblicate in questa pagina, sono costretti a proporre investimenti del tutto inauditi ai clienti (come investimenti decorativi a matrice Borsini).

Quel che emerge da queste lettere è il mutamento di clima che si è verificato all'interno degli istituti a partire dalla se-

conda metà degli anni 90. La ricerca sprematica della redditività a breve termine, unita alle difficoltà organizzative generate dalle ristrutturazioni e dalle fusioni, ha progressivamente modificato il paradigma di credibilità su cui si basava il rapporto banca-dipendente-cliente. Significative, a questo proposito, le testimonianze dei dipendenti con maggiore anzianità, che hanno vissuto e il più delle volte subito questa trasformazione. Se questo è la realtà, tante sono le domande che ne scaturiscono. La più importante è quella che riguarda le autorità di controllo, Consob e Banca d'Italia: cosa hanno fatto, utilizzando i poteri a loro disposizione, per fermare tutta questa malcostume? (M.L.)

I racconti dei dipendenti obbligati dagli obiettivi di vendita a proporre prodotti costosi o inadatti alla clientela

Se il private banker diventa piazzista

Con la presente mail, intendo confermare il clima che si vive in banca descritto nella mail di Giulio e pubblicata sull'edizione del 31 gennaio 2004. Il nuovo lavoro di consulenti finanziari — sono nel settore private banking e la banca ma ha fatto all'atto del prodotto finanziario venduto maturato i requisiti — è completamente svuotato e la nostra professionalità è valutata soltanto sulla base dei premi obbligatori strutturali "piazzi" alla clientela e sulle polizze assicurative "collocare". Altrimenti questa è la dura realtà.

Michele Esca

Giuseppe

Non si può agire solo in nome del Roe

Sono totalmente d'accordo con il collega Giulio riguardo la responsabilità dei bancari nelle recenti vicende finanziarie. Penso che tutti nelle loro analisi dovrebbero ricordarsi che andare in banca non è come rivolgersi ad un concessionario e comprarsi un'auto. In banca il cliente si affida i risparmi frutto magari di una vita di duro lavoro, perciò le responsabilità sono molto più grandi. Lo so, la banca è un'impresa e perciò deve stare attenta al conto economico ma è un'impresa particolare. Tutto non può risolversi solo in

un Roe più alto e qualunque costo. Anche perché questa esagerazione, sostenuta a budget sempre più stringenti, con telefonate ogni cinque ore per controllare i prodotti piazzati, può portare a trattare i clienti in maniera non corretta.

Bisogna anche aggiungere che, spesso, anche i clienti hanno le loro colpe: hanno fretta, poca voglia di ascoltare spiegazioni più approfondite e una certa facilità a investire somme considerevoli.

S.A. via e-mail

Meglio andare in banca con l'avvocato

È con tristezza che vi scrivo questa lettera. Sono un funzionario di banca, figlio di funzionario di banca, appassionato del mio lavoro di private banker. Mi riferisco al problema sollevato egregiamente da Giulio su Plus. Lo scenario è quello dipinto dal collega in quasi tutte le grandi banche; si salva qualche realtà locale, o qualche banca popolare come quella per cui lavoro. Non voglio dilungarmi, ma posso dire con cognizione di causa — ho vent'anni d'esperienza nel settore — che il cliente poteva fidarsi dell'istituzione bancaria fino a metà degli anni 90. Oggi assolutamente non più. Consiglio vivamente a tutti i lettori di farsi assistere da professionisti qualificati — commercialisti o avvocati —, quando, d'ora in poi, emeranno negli overati uffici delle loro banche. Suggestivo di fare particolare attenzione ai risparmiatori anziani, spesso maltrattati finanziariamente in nome del raggiungimento del budget. A causa del Roe non ci si può più fidare delle banche, che guardano solo e soltanto alla redditività a brevissimo termine, senza pensare alla propria reputazione, alle esigenze dei clienti: si poveri ottengono sottoscritti inconsapevoli di polizze index-linked con durata di sei-sette anni costretti ad indebitarsi se hanno bisogno di un po' di liquidità.

Lettera firmata Nipol

Un addetto titoli che ha detto basta

Ho letto con estremo interesse la lettera di Giulio nel Plus del 31 gennaio e non posso che concordare in tutto e per tutto con lui, ma anzi vorrei ritoccare un po' la dose perché ritengo che i risparmiatori debbano rendersi conto che il consulente di frequente — non sempre sia chiaro — è l'ultimo anello di una catena e spesso il più debole.

Ho lavorato in un grosso istituto per oltre 25 anni arrivando a ricoprire uno dei grandi più alti. Ora la mia professionalità costruita quasi esclusivamente da solo mi ha permesso di dire: «Basta cari signori, io non sono più disposto a sottostare ai vostri diktat, ai vostri budget sempre più assurdi ed irraggiungibili, collocando prodotti che mai si possono alle esigenze della clientela». Ho potuto farlo ed ora sono direttore di una banca che finalmente ha posto al centro le esigenze del cliente. Prima avevo budget mensili, settimanali ed addirittura giornalieri. Ora non avrei dovuto presentare il bilancio del venduto. Si sta parlando molto di buona di prodotti "bancassurance". Ebbene sono assolutamente convinto che la stragrande maggioranza dei risparmiatori non sappia nemmeno di averli nel proprio portafoglio. Sicuramente non sono stati informati della loro struttura e delle insidie nascoste. I budget su questi prodotti — credetemi — sono pure folle. Il concetto non è quello di soddisfare il cliente, ma quello di legarlo il più possibile, in modo ineludibile, alla banca con enormi penalizzazioni in caso di uscite anticipate.

Giorgio

L'alternativa che non c'è

Anche in Posta è boom di «strutturate» e polizze

Il malcontento è un fenomeno che caratterizza il mondo bancario e gli sportelli postali, la rete più capillare d'Italia, con l'eterna punta che colgono profitti finanziari in tutta Italia, sono un'isola felice? A giudicare dalle lettere che «Plus» riceve nella rubrica lo Sportello Federa non si direbbe. La Poste, non il vanto disingannato dalle banche: si sono già date molto da fare sul fronte delle emissioni di polizze Vita, repentinamente, a differenza degli altri prodotti finanziari, solo in 11 mila sportelli, (nel 2002 sono state collocate polizze per 3,1 miliardi di euro) e nel settore delle obbligazioni strutturate, dove attraverso una quadratura di emmissioni sono stati proposti al mercato nel 2003 circa 4.925 miliardi di bond strutturati (4,9 miliardi nel 2002).

Sono prodotti molto remunerativi per gli emittenti e i collocatori, che, se confrontati con quelli proposti dalle banche risultano leggermente più convenienti, anche a detta degli esperti, per il semplice fatto che la rete di collocamento delle Poste costa di meno rispetto alle reti

bancarie e dei promotori finanziari. Si tratta di strumenti che comunque sono di difficile comprensione e talvolta anche più rinchiodati di quanto sembrino, che vanno tenuti fino alla scadenza, con penalità, talvolta anche forti, in caso di liquidazione prima del rimborso. Alcune insidie si possono poi trovare anche nella struttura di questi prodotti, che — se è vero che garantiscono il capitale alla scadenza — hanno elevati costi impliciti e strutture poco comprensibili.

Tra l'altro, meditando i clienti che investono tramite Banco Posta sono risparmiatori non particolarmente evoluti, spesso abituati ai cari vecchi buoni postali che magari non hanno familiarità neppure con i Bot. Neppure gli addetti allo sportello vantano, anche se sono stati fatti dei passi in avanti in questo senso, una grossa esperienza e un know how, nel settore finanziario, visto che fino a qualche anno fa vendevano i classici prodotti disponibili: buoni funtari, libretti di risparmio,