

LA PAROLA AI CONSULENTI

Con la MiFID 2 i servizi offerti ai clienti si sono evoluti. Facendo un bilancio di metà anno, tre consulenti e un esperto spiegano come la direttiva ha impattato sulla loro professione

A CURA DI **BEATRICE MANCINI**



GINEVRA ZUCCONI GALLI FONSECA

BNL LIFE BANKER GRUPPO BNP PARIBAS

Roma

Credo che l'approccio corretto per interpretare la MiFID 2 sia quello di considerarla un'alleata. Per quanto mi riguarda, la direttiva non ha avuto un grande impatto sul mio lavoro, visto che sono sempre stata rigorosa nel proporre le soluzioni di investimento ai clienti, ponendo sempre molta attenzione ai loro reali bisogni. D'altronde, lavorare all'interno di un'azienda priva di inducement su classi di prodotto e con una offerta di "vera" architettura aperta non può che favorire questo approccio. Un effetto indotto dalla MiFID 2, a mio avviso, sarà quello di rendere i clienti più consapevoli delle loro scelte e ciò renderà il mercato più concorrenziale, con un effetto di diminuzione dei costi. Il consulente dovrà infatti dimostrare che i benefici del servizio offerto superano i costi; solo in questo modo il cliente sarà in grado di apprezzare il suo servizio. In chiave di evoluzione non vedo altro che il servizio di consulenza a pagamento, l'unico finalmente in grado di dividere con chiarezza i costi della gestione da quelli di consulenza. Una pietra miliare che segnerà definitivamente il ruolo e il valore del consulente.



**GIANLUCA SCELZO**

COPERNICO SIM

Udine

La MIFID 2 non ha ancora avuto quell'impatto dirompente che per certi versi ci auspicavamo e tuttora ci auspiciamo. Il sistema, infatti, ha subito numerosi ritardi che non hanno ancora permesso quei cambi radicali dettati dalla normativa, ritardi che sembrano ormai arrivati al capolinea. Riteniamo che nel secondo semestre la portata di questa

rivoluzione copernicana entrerà davvero nel vivo.

Siamo da sempre convinti che i clienti chiedano e meritino dei professionisti estranei a qualsiasi logica commerciale e di prodotto; la normativa porterà il mercato in questa direzione e lo sviluppo della consulenza sarà il vero leitmotiv della fine del 2019.

Incentriamo il nostro lavoro su una consulenza evoluta molto diversa da quelle sul mercato, focalizzata su un reale modello anglosassone.

**PIERGIORGIO PEDROTTI**

DEUTSCHE BANK FA

Empoli

La cosa più bella è la trasparenza: sempre più spesso mi viene chiesto di chiarire aspetti inerenti a commissioni, costi e tasse.

Mi sembra che la nostra attività abbia raggiunto un livello più alto di professionalità e che questo ci venga

finalmente riconosciuto.

Potremo spaziare ancora di più su servizi di società terze per garantire indipendenza nelle scelte di investimento e costi più bassi. Il mercato stesso dei risparmiatori chiederà più servizi di analisi e di consulenza che contenitori o pacchetti. Ne trarrà beneficio la trasparenza e i risparmiatori saranno consapevoli che per avere un servizio dovranno pagare un professionista.

IL PARERE dell'esperto

**ANDREA ROCCHETTI**

MONEYFARM

Milano

Moneyfarm fa consulenza indipendente, pertanto il nostro modello di servizio non è stato particolarmente impattato da MIFID 2: chi è nato digitale e con una forte anima tecnologica come noi in questo scenario parte fortemente avvantaggiato. Un fondamentale passo in avanti riguarda le informazioni che l'intermediario è ora tenuto a trasmettere al cliente e le relative modalità. Oggi finalmente MIFID 2 prevede sia un'informativa ex-ante – nella quale deve essere indicato se l'intermediario fa consulenza su base indipendente o

meno – sia un'informativa ex-post relativa ai costi e agli oneri. Proprio perché condividiamo il principio di trasparenza che essa porta sul mercato, siamo stati tra i primi in Italia a inviare ai clienti l'informativa ex-post sui costi relativi al 2018. Queste novità operative e informative, che contribuiranno a rendere i risparmiatori sempre più consapevoli, sono destinate a cambiare il mercato della consulenza. Il nostro auspicio è che venga finalmente offerto un servizio di consulenza a valore aggiunto e non venduto un prodotto.