

ADVISOR THINK

in collaborazione con

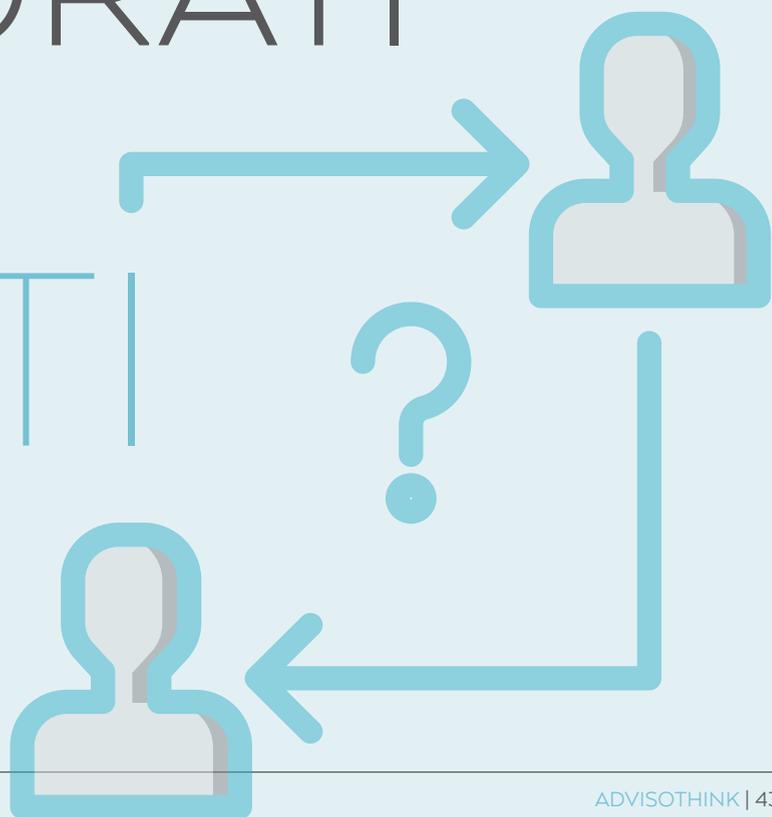


FINER
finance explorer

iShares
by BLACKROCK®

PIMCO

CONSULENTI: GLI ASPETTI IGNORATI DEI CLIENTI



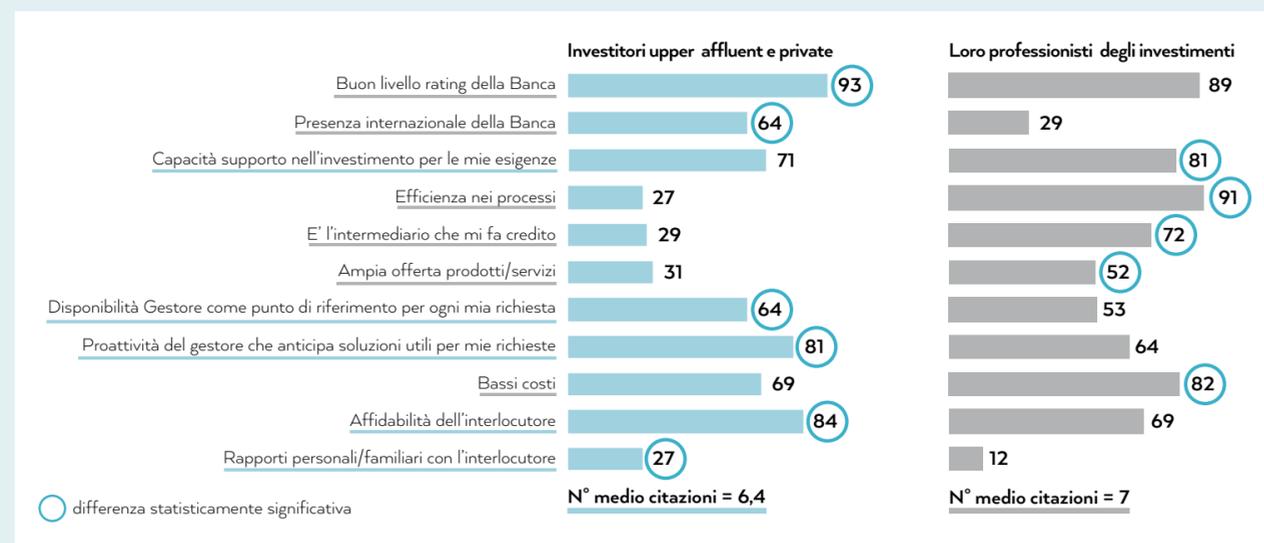
MIFID II: INVESTITORI FINALI E PROFESSIONISTI A CONFRONTO

a cura di Nicola Ronchetti
twitter @NicolaRonchetti

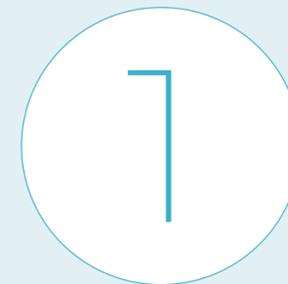
Con l'obiettivo di tracciare un primo bilancio a un anno dall'introduzione di MiFID II, iShares e PIMCO hanno promosso la ricerca «MiFID II: investitori finali e professionisti a confronto», realizzata da FINER Finance Explorer a fine 2018. La ricerca ha coinvolto:

- 1.000 investitori di cui 500 con investimenti finanziari inferiori ai 100.000 euro, 300 tra i 100.000-500.000 euro e 200 superiori ai 500.000 euro;
- 700 professionisti degli investimenti di cui 200 consulenti finanziari (agenti), 200 private banker (dipendenti), 300 gestori bancari.

QUALI SONO I PRINCIPALI MOTIVI CHE HANNO PORTATO / CHE PORTANO L'INVESTITORE RETAIL A SCEGLIERE IL REFERENTE PREVALENTE?



Fonte: FINER Finance Explorer. Base clienti affluent-private e loro referenti, valori %, possibili più risposte



IL REFERENTE PER GLI INVESTIMENTI FINANZIARI ED I MOTIVI DI SCELTA

In generale si rileva una diffusa **dissonanza cognitiva** tra l'importanza attribuita ai motivi di scelta dei clienti e la percezione dei professionisti: per i clienti sono mediamente più rilevanti gli aspetti "personali" (professionalità e preparazione del proprio referente) mentre i professionisti sembrano attribuire ai clienti i loro timori ("costi" ed efficienza della "macchina").

COSA I PROFESSIONISTI SOTTOVALUTANO RISPETTO AI LORO CLIENTI

L'affidabilità della banca è posizionata al 2° posto per i professionisti e al 1° per i loro clienti. I professionisti sottovalutano l'importanza della loro affidabilità per il cliente, posizionandola al 6° posto mentre per i clienti è al 2° posto. I clienti collocano al 3° posto la capacità dei professionisti di anticipare soluzioni utili per le loro esigenze mentre i professionisti la pongono al 7°. La disponibilità ad essere punto di riferimento per qualunque necessità richiesta rappresenta per i clienti la 6° posizione a differenza dei professionisti che la vedono al 9° posto. Presenza internazionale della banca rappresenta rispettivamente la 10° posizione per i professionisti contro la 7° dei loro clienti.

COSA I PROFESSIONISTI SOPRAVALUTANO RISPETTO AI LORO CLIENTI

L'attenzione verso i costi si posiziona al 3° posto mentre per i clienti al 5°. La possibilità che il referente offra anche credito (mutui, finanziamenti) occupa il 5° posto mentre per i loro clienti il 9°. Efficienza nei processi, al 1° posto mentre per i clienti all'11°.

DOVE VI È COINCIDENZA DI VEDUTE TRA PROFESSIONISTI E CLIENTI

Coincide invece l'importanza attribuita alla capacità di supporto nell'investimento in funzione delle esigenze del cliente (4° posto), come pure l'importanza attribuita all'ampiezza dell'offerta di prodotti e servizi (8° posto). Meno rilevanti i rapporti personali o familiari con il professionista che i clienti posizionano al 10° posto e i professionisti all'11°.

La sopravvalutazione degli aspetti relativi ai costi da parte dei professionisti nella gestione del risparmio, in tempi di MiFID II e all'alba dell'esplicitazione dei costi, è paradossale: la dissonanza

cognitiva, legata ai timori dei professionisti potrebbe portare gli stessi a comportamenti devianti e controproducenti per loro stessi rispetto ai clienti.

MODALITÀ DI RELAZIONE E CONTATTO CLIENTI E PROFESSIONISTI

La modalità di relazione cliente-professionista è ancora tradizionale (filiale/ufficio + telefono) scarsa l'attività del consulente fuori sede (ad eccezione, ovviamente, dei CF) e l'utilizzo delle piattaforme digitali. La frequenza dei contatti tra professionisti e clienti negli ultimi 12 mesi è minore di quello che ci si aspetterebbe vista la volatilità dei mercati, inoltre si registra un'altra distonia cognitiva tra cliente e professionista che sopravvaluta del 33% il numero medio delle occasioni di contatto (3 per i professionisti, 2 per i clienti).

Pare dunque fondamentale sensibilizzare i professionisti sulla necessità di relazionarsi costantemente con il cliente e dimostrarsi attenti e pronti a cogliere le loro richieste.

“SIAMO CONTENTI DI AVERE CONTRIBUITO ALLA REALIZZAZIONE DI QUESTA RICERCA CHE DARÀ A MOLTI PARTNER INFORMAZIONI E STIMOLI PER AFFRONTARE LE SFIDE PRESENTI. SIAMO DA SEMPRE COSCIENTI CHE IL PROBLEMA, PER MOLTI NOSTRI CLIENTI, NON RIGUARDA SOLO I COSTI, MA LA VALORIZZAZIONE DEL SERVIZIO CHE VIENE OFFERTO. NOI DI PIMCO CREDIAMO NELL'IMPORTANZA DI INVESTIMENTI CONSAPEVOLI E CI PONIAMO COME PLAYER DI RIFERIMENTO ANCHE SUL FRONTE DELL'EDUCAZIONE FINANZIARIA”.

PIMCO

2

LA CONOSCENZA DI MIFID II

La conoscenza di MiFID II è elevata ed è positivamente correlata con l'entità del patrimonio finanziario degli investitori. Sebbene gli effetti di MIFID II non siano ancora evidenti quelli relativi al suo impatto si dimostrano molto chiari. Tra gli aspetti della MiFID II grande enfasi sul tema costi: non stupisce vista la focalizzazione del mercato e dei media su questo aspetto ma anche i timori degli stessi professionisti trasmessi, più o meno inconsciamente, ai loro clienti. Dall'introduzione della MiFID II i professionisti e i loro clienti sembrano avvertire nell'offerta una maggior attenzione al rischio e a prodotti più adatti all'andamento dei mercati e più semplici.

ASPETTI PIÙ IMPORTANTI DELLA DIRETTIVA

Secondo lei quali sono gli aspetti più importanti di Mifid II? (base conoscono MIFID II)
Secondo lei, a parere dei clienti retail che sanno cos'è la Mifid II, quali sono gli aspetti più importanti?

	ITALIANI CON INVESTIMENTI FINANZIARI	PROFESSIONISTI DEGLI INVESTIMENTI
Evidenza dei costi totali pagati dagli investitori ai distributori per la gestione del portafoglio finanziario	4,18	4,38
Evidenza dei costi totali di ogni operazione da parte degli asset manager	4,15	4,23
La dichiarazione da parte del distributore di essere dipendente o indipendente rispetto agli asset manager (la possibilità o meno per il distributore di percepire retrocessioni dagli asset manager)	3,99	4,43
L'addebito del costo della ricerca agli asset manager al posto degli investitori finali, com'era in precedenza	3,92	3,59
L'individuazione ex ante di un mercato di riferimento dei prodotti finanziari da parte degli asset manager	3,53	4,04

Fonte: FINER Finance Explorer. Valori medi max. 5 = del tutto rilevante, min. 0 = del tutto non rilevante

CAMBIAMENTI RILEVATI NEL 2018 IN TERMINI DI PRODOTTI OFFERTI

Che cambiamenti rileva nel 2018 in termini di prodotti offerti dal suo distributore?
Secondo lei, che cambiamenti sono stati rilevati dai clienti retail nel 2018 in termini di prodotti loro offerti?

	ITALIANI CON INVESTIMENTI FINANZIARI	PROFESSIONISTI DEGLI INVESTIMENTI
Prodotti più adatti al mio/loro profilo di rischio	3,81	4,03
Prodotti più adatti all'andamento dei mercati	3,75	3,77
Nessun cambiamento	3,20	2,95
Prodotti meno costosi	3,05	3,17
Prodotti di più facile "comprensione"	2,77	4,01
Prodotti più adatti alle mie/loro esigenze	2,76	3,55

Fonte: FINER Finance Explorer. Valori medi max. 5 = del tutto rilevante, min. 1 = totale disaccordo

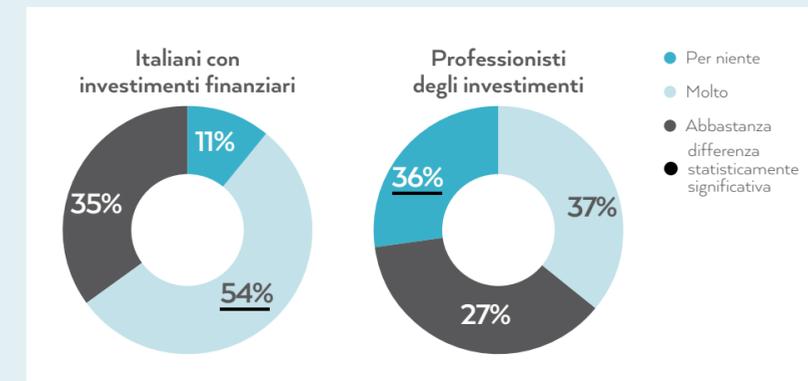
3

GRANDE IMPORTANZA ALLA GESTIONE DEL PORTAFOGLIO DA PARTE DEI PIÙ CONOSCIUTI ASSET

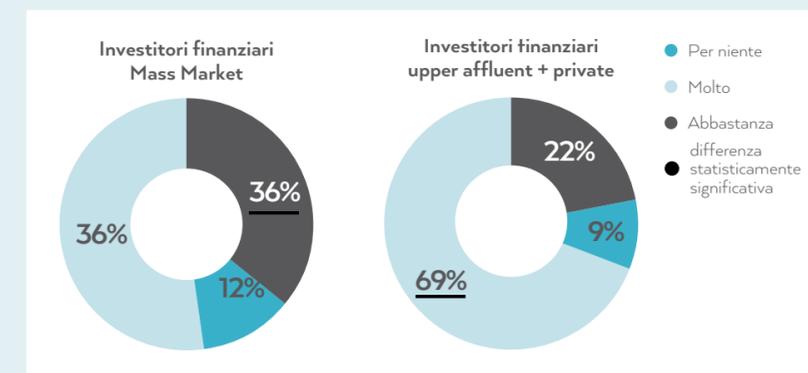
I professionisti sembrano sottovalutare l'importanza per il cliente della gestione del portafoglio da parte dei più conosciuti asset manager, tra l'altro, positivamente correlata con l'entità del patrimonio finanziario dei clienti stessi. In realtà è proprio nei momenti di mercati volatili e complessi che si avverte l'esigenza di gestori capaci di affrontare le incertezze mantenendo però buoni livelli di performance e servizi.

IMPORTANZA ASSET MANAGER

Quanto è importante per lei che il distributore inserisca in portafoglio i prodotti gestiti dai più conosciuti asset manager?
Secondo lei, quanto è importante per il cliente retail che il distributore inserisca in portafoglio prodotti gestiti dai più conosciuti asset manager?



Quanto è importante per lei che il distributore inserisca in portafoglio i prodotti gestiti da più conosciuti asset manager?



Fonte: FINER Finance Explorer

“COME ISHARES SIAMO DA SEMPRE IMPEGNATI NEL DIFFONDERE LA CONOSCENZA DEGLI ETF ED EDUCARE INVESTITORI E PROFESSIONISTI VERSO UN USO CORRETTO ED EFFICIENTE DI TALI STRUMENTI. ATTRAVERSO UNA SERIE DI INIZIATIVE, CHE PORTIAMO AVANTI DA ANNI SU TUTTO IL TERRITORIO, INTENDIAMO ACCRESCERE LA DIFFUSIONE DI QUESTI STRUMENTI CHE CONTINUANO A RISCOUTERE GRANDE INTERESSE DA PARTE DI TUTTE LE TIPOLOGIE DI INVESTITORI”

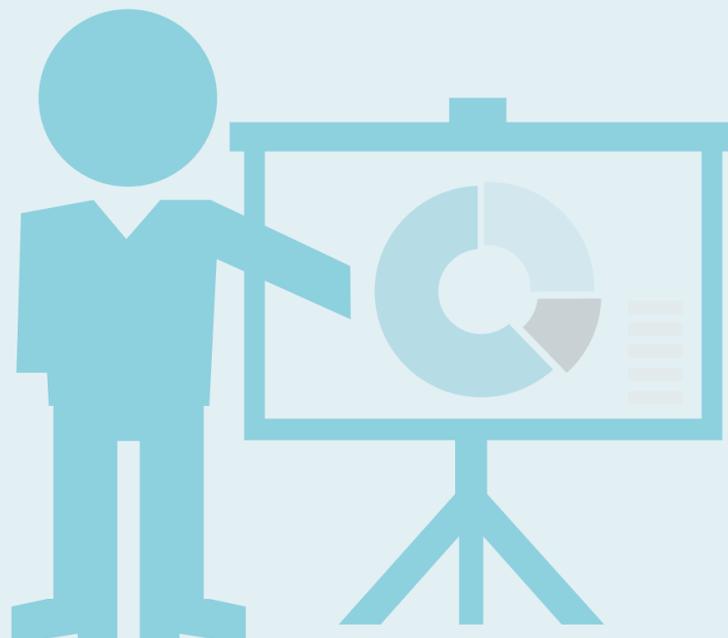
ISHARES

4

L'EDUCAZIONE FINANZIARIA

“La disponibilità a pagare si associa positivamente con conoscenze, abilità di calcolo, attitudini cognitive, tolleranza alle perdite di breve termine e fiducia” (Nadia Linciano CONSOB, “Scelte di Investimento delle famiglie italiane 2018”).

Gli investitori ritengono che l'educazione finanziaria sia utile nel dialogo con il proprio referente per gli investimenti (84%). Diversa l'opinione dei professionisti: il 47% ritiene che serva ai clienti per gestire in modo autonomo gli investimenti, e che i clienti farebbero meglio a selezionare un buon consulente (55%). Tutto ciò sembra trascurare un principio semplice quanto banale: meno i clienti sono educati meno sono disponibili a investire e ancor meno a riconoscere il valore di chi li supporta.



VALORE DELL'EDUCAZIONE FINANZIARIA

Secondo lei l'educazione finanziaria...

Secondo lei, dal punto di vista del cliente retail l'educazione finanziaria...

Italiani con investimenti finanziari

... è necessaria per gestire in modo autonomo il portafoglio **27**

... è necessaria per interagire consapevolmente con il gestore finanziario **84**

... è inutile dal punto di vista dei risultati di rendimento ottenuti dal portafoglio finanziario **41**

... è inutile, basta selezionare un buon referente per gli investimenti **7**

differenza statisticamente significativa

Professionisti degli investimenti

... è necessaria per gestire in modo autonomo il portafoglio **47**

... è necessaria per interagire consapevolmente con il gestore finanziario **69**

... è inutile dal punto di vista dei risultati di rendimento ottenuti dal portafoglio finanziario **32**

... è inutile, basta selezionare un buon referente per gli investimenti **55**

Fonte: FINER Finance Explorer

5

QUANTIFICAZIONE DEI COSTI DELLA GESTIONE DEL PORTAFOGLIO E DELLA CONSULENZA

La maggior parte dei clienti ritiene che i costi di gestione del portafoglio non siano dovuti (33%) o non li sanno quantificare (32%). Grande differenza comunque tra la percezione del valore da parte dei clienti (0,97%) e dei professionisti (1,98%).

Il 66% dei clienti pensa che la consulenza non abbia un costo, tra chi ipotizza una percentuale la media è dello 0,78%. Mentre i professionisti pensano che solo il 17% dei clienti non sia in grado di apprezzare la consulenza: l'83% valuta sostenibile per il cliente un costo pari al 2,15%. La strada da fare è ancora molta e passa attraverso un dialogo più approfondito e frequente tra investitore e professionista e una maggiore presa in carico dell'educazione e sensibilizzazione dei clienti: molti lo hanno già compreso per gli altri un grosso in bocca al lupo!

PERCEZIONE COSTO

Quanto paga all'anno in termini di costi complessivi per la gestione del suo portafoglio? Secondo lei, i clienti retail quanto pensano di pagare all'anno in termini di costi complessivi per la gestione del loro portafoglio?

VALORI %	ITALIANI CON INVESTIMENTI FINANZIARI	PROFESSIONISTI DEGLI INVESTIMENTI
Nulla (0%)	33	24
Meno dell'1%	10	1
Tra l'1% e il 2%	13	9
Tra il 2% e il 3%	7	10
Tra il 3% e il 4%	2	12
Tra il 4% e il 5%	1	5
Oltre il 5%	2	4
Media (incluso 0%)	0,97%	1,98%
Media (escluso 0%)	1,90%	3,02%
Non saprei	32	35

Fonte: FINER Finance Explorer. I valori cerchiati indicano una differenza statisticamente significativa tra investitori e professionisti

IL PREZZO GIUSTO

Secondo lei, quanto sarebbe corretto pagare in termini % per la consulenza? Secondo lei, i clienti retail quanto riterrebbero corretto pagare in termini % per la consulenza?

VALORI %	ITALIANI CON INVESTIMENTI FINANZIARI	PROFESSIONISTI DEGLI INVESTIMENTI
0%	66	17
Meno dell'1%	5	6
Tra l'1% e il 2%	11	27
Tra il 2% e il 3%	10	23
Tra il 3% e il 4%	4	12
Tra il 4% e il 5%	3	10
Oltre il 5%	1	5
Media (incluso 0%)	0,78%	2,15%
Media (escluso 0%)	2,29%	2,59%

Fonte: FINER Finance Explorer. I valori cerchiati indicano una differenza statisticamente significativa tra investitori e professionisti