
L'importanza di conoscere il cliente

Con la Mifid2 il rapporto tra cliente e consulente cambia profondamente. Con la direttiva entrata in vigore all'inizio di quest'anno diventa centrale la conoscenza che il consulente ha del cliente. Un fatto che riporta al centro dell'attenzione il cosiddetto questionario Mifid, già in uso grazie alla precedente versione della direttiva, ma poco "considerato" dagli intermediari in passato. Già la Consob, in un quaderno del luglio 2012 (di Nadia Linciano e Paola Soccorso) segnalava una serie di lacune severe nella strutturazione di questo strumento, che, se anche in linea di massima coerente con le indicazioni della Mifid, in realtà finivano per essere poco significativi. Invece ora il presidente di Anasf, Maurizio Bufi, sottolinea: «Il questionario è un momento centrale nella costruzione della relazione tra consulente e cliente». E Andrea Manzella, consulente indipendente e responsabile del settore compliance della Nafop (Associazione Nazionale dei Consulenti Finanziari Indipendenti) spiega: «Il questionario ci serve per capire il cliente — spiega — sembra una cosa scontata, ma non è così».

«In passato — come ricorda ancora Bufi — in vigore della Mifid1, il questionario è stato inteso più come un adempimento burocratico che come un'occasione di conoscenza effettiva. Anche se, occorre sottolinearlo, questo è avvenuto più da parte del mondo bancario. Ora invece non è più così». E aggiunge: «Come Anasf stiamo molto puntando a sensibilizzare su questo argomento e ci sono diversi seminari che nel corso dell'anno dedichiamo a questo tema. Per il quale è importante non solo fare bene il questionario, ma anche presentarlo bene ai clienti, perché spesso le maggiori resistenze vengono proprio da quella parte».

La Mifid2 però cambia radicalmente il rapporto con il cliente. Come dice Edoardo Guffanti, commercialista milanese dello studio 5 Lex: «In pratica, il consulente può proporre al proprio cliente soltanto prodotti che siano coerenti con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del cliente stesso; ciò al fine di evitare casi di vendita di prodotti inadatti alla clientela. La regola fondamentale per investire è conoscere, al consulente vengono affidati numerosi compiti volti ad assicurare un livello di conoscenza adeguata affinché il cliente possa assumere scelte consapevoli in investimento».

L'importanza del questionario Mifid è destinata ad essere colta con sempre maggiore chiarezza anche dagli intermediari. Non solo per l'impianto delle regole comunitarie e nazionali, ma anche perché questo tema sta conquistando un ruolo centrale nelle decisioni dell'Arbitro per le controversie finanziarie di Consob. Una profilatura approssimativa o, peggio, forzata per arrivare a un profilo compatibile con l'investimento proposto, può costare cara all'intermediario.

Sul fronte questionario proprio in questo periodo Nafop sta concludendo il proprio modello, che i consulenti indipendenti potranno utilizzare. Un lavoro complesso che

mira non solo ad ottenere delle risposte dal cliente, ma che verifica la coerenza di quelle ottenute. Per esempio nella parte relativa a conoscenze ed esperienze, se il cliente risponde di conoscere uno strumento finanziario (si veda la scheda in pagina) gli viene posta una serie di domande aggiuntive per capire se effettivamente il quadro su quello strumento è chiaro. Gli altri capitoli del questionario riguardano: la situazione finanziaria e la capacità di sopportare le perdite, gli obiettivi finanziari, la tolleranza al rischio e l'orizzonte temporale di investimento. «Un dato a cui abbiamo dato molto peso — spiega Manzella — è quello relativo a come il cliente vede la propria situazione finanziaria futura, se avrà impegni particolari, come quelli di dover ristrutturare casa o integrare le altre entrate per mantenere il tenore di vita. Per esempio un cliente che ha un'elevata tolleranza al rischio, per noi va tenuto in una zona di prudenza se vede nel futuro un'esigenza di spesa esterna all'investimento».

a.criscione@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Antonio Criscione