

FIDUCIA PER LA CONSULENZA

LA RELAZIONE FRA CONSULENTE E CLIENTE SI BASA INNANZITUTTO SULL’AFFIDAMENTO RIPOSTO NEL LAVORO DELL’INTERMEDIARIO FINANZIARIO: PER QUESTO, SECONDO SERGIO SORGI DI PROGETICA, È IMPORTANTE PARLARE DI UNA RISORSA DATA SPESSO PER SCONTATA, MA FONDAMENTALE PER AFFRONTARE LE SFIDE DEL FUTURO

Sono tante le sfide che ci attendono nel prossimo futuro. La ripartenza dopo la crisi innescata dalla pandemia di coronavirus, gli effetti del cambiamento climatico e poi, non da ultimo, una transizione digitale che, accanto a numerose opportunità, genera anche qualche timore. Per superarle saranno necessarie tante risorse. Risorse innanzitutto finanziarie, come quelle messe a disposizione all’Italia (e all’intera Europa) dal *Next Generation Eu*. Risorse gestionali, a partire dalle procedure e dai modelli che possano valorizzare le misure del *piano di ripresa e resilienza*. E poi risorse più immateriali, meno tangibili rispetto a soldi e sistemi di gestione, ma comunque indispensabili per affrontare e superare le sfide dei prossimi mesi. Elementi spesso dati per scontati, come la fiducia. Che invece dovrebbe essere al centro di qualsiasi progetto di crescita.

“La fiducia è un valore universale”, ha osservato **Sergio Sorgi**, fondatore di **Progetica**, in un workshop del *Salone del Risparmio* focalizzato proprio sul valore della fiducia nel settore finanziario. “Senza la fiducia – ha proseguito, rivolgendosi direttamente alla platea dei partecipanti – voi consulenti non potreste svolgere il vostro lavoro”.

LA CORNICE DELLE NOSTRE RELAZIONI SOCIALI

Sorgi ha definito la fiducia una sorta di “cornice che racchiude al suo interno tutte le nostre relazioni sociali”. Più che una risorsa in sé per sé, la fiducia è quindi



Sergio Sorgi, fondatore di *Progetica*

un contenitore che racchiude e valorizza le esperienze di tutti noi. Del resto, la fiducia è ovunque, anche (e soprattutto) dove non la vediamo. “Senza neppure accorgercene, esercitiamo un sacco di fiducia ogni giorno: quando in un incrocio attraversiamo la strada con il semaforo verde, per esempio, abbiamo fiducia che anche gli altri conducenti rispettino il codice della strada”, ha spiegato Sorgi. È una fiducia inconsapevole, quasi irrazionale e istintiva, che non richiede mai un grande ragionamento.

C’è poi un tipo diverso di fiducia, più riflessivo e razio-

nale, basato sulla nostra esperienza e volto a raggiungere gli obiettivi che ci siamo prefissati. Ed è quello che, fra le altre cose, ci spinge a scegliere un determinato consulente finanziario per le nostre strategie di risparmio e investimento. Ecco perché la fiducia è un elemento essenziale nel mondo dei mercati finanziari. Ed ecco perché, anche nel bel mezzo di una crisi mondiale, è importante parlarne.

RAFFORZARE IL LEGAME CON LA CLIENTELA

“Parlare di fiducia è importante, perché è proprio la fiducia il primo fattore preso in considerazione nella scelta di un consulente finanziario”, ha affermato Sorgi. Del resto, per consegnare la gestione dei propri fondi a qualcuno ci vuole una certa dose di fiducia. E se manca, gli effetti possono essere piuttosto evidenti. Come si è percepito anche recentemente: nel 2020, proprio nel pieno della pandemia, gli italiani hanno risparmiato 126 miliardi di euro, di cui una buona parte finita parcheggiata in conti correnti.

La fiducia è dunque centrale nel lavoro dei consulenti finanziari. E deve diventare, secondo Sorgi, “il centro di un progetto da costruire per soddisfare di più, e meglio, le esigenze del cliente: servono dunque nuovi modelli, sistemi di analisi e procedure per la valutazione dei risultati raggiunti”. Il tutto, ha proseguito, per “conseguire un miglioramento che possa andare a beneficio di tutti: se la fiducia è davvero il primo fattore di scelta, deve essere posta al centro dell’attenzione e deve essere continuamente alimentata da iniziative volte a rafforzare il legame con la clientela”.

UNO SFORZO CONDIVISO

La fiducia non riguarda tuttavia soltanto il singolo consulente. Come ha spiegato Sorgi, “i clienti tendono a fare scelte piuttosto istituzionali, basate in primo luogo sulla solidità e l’autorevolezza della società che l’intermediario rappresenta”. Solo dopo si vanno ad analizzare le competenze del singolo consulente e l’efficacia dei mezzi e degli strumenti messi a disposizione del risparmiatore. “Non è molto coerente riempirsi la bocca di nuove tecnologie e poi sottoporre al cliente montagne di carta da compilare e firmare”, ha preso l’esempio Sorgi.

Lo sviluppo della fiducia si basa dunque su uno sforzo condiviso. Tutti devono fare la propria parte. E il con-



© fizkes - iStock

solente finanziario, in particolare, deve accompagnare il cliente verso un percorso di crescita che consenta di conoscere e soddisfare le proprie esigenze. In questo contesto, se l’intermediario fa il suo mestiere, non c’è molto spazio per eventuali conflitti di interesse. Anche perché, a detta di Sorgi, “il conflitto di interesse è una scelta: non può esserci conflitto di interessi se decidiamo di operare a favore del cliente”.

PRIMA L’EDUCAZIONE

Accompagnare il cliente in un percorso di crescita significa innanzitutto fornirgli gli strumenti utili per comprendere le proprie necessità. Ossia, prima ancora che parlargli delle possibili opzioni di investimento, aiutarlo a comprendere quello di cui ha bisogno. “Non ha molto senso parlare di piani pensionistici o piani di accumulo se il cliente non ha ancora ben chiari gli obiettivi che vuole raggiungere”, ha osservato Sorgi. “In Italia – ha aggiunto – siamo ancora un po’ indietro perché troppo a lungo abbiamo parlato soltanto di prodotti, senza pensare a quelli che potevano essere gli obiettivi”.

La consulenza, in questa visione, si pone dunque come un sostanziale percorso educativo che possa aiutare il cliente a prendere le decisioni migliori per i propri bisogni. “La fiducia non è riposta sul passato o sul presente, ma sul futuro”, ha affermato Sorgi. “Il ruolo del consulente è quello di accompagnare il cliente nel futuro, che poi è anche il posto più bello che c’è: se la crisi innescata dalla pandemia ci aiutasse a creare e sviluppare nuovi protocolli di fiducia per raggiungere questi obiettivi – ha concluso – allora potremmo dire che non è andata sprecata”. **G.C.**