

29 Aprile 2017

PLUS²⁴

CONSULENTI FINANZIARI
L'ingaggio da dichiarare
» Ursino pagina 17

Cambi di casacca trasparenti

Come va inquadrato ai fini Mifid 2 l'ingaggio che il promotore riceve quando nella nuova rete si porta dietro i clienti

Gianfranco Ursino

■ Tra le centinaia di pagine della Mifid 2 sono elencati gli incentivi economici e non che l'intermediario riceve per collocare i diversi prodotti: incentivi (noti con il termine inglese di *inducement*) che dovranno essere esplicitati con estrema chiarezza al cliente, insieme a tutti i costi che gli vengono caricati in valore assoluto per i prodotti e servizi offerti.

IL PUNTO DI DOMANDA

Ma come va trattato l'ingaggio che i consulenti abilitati all'offerta fuori sede ricevono quando cambiano casacca e ricevono un premio per il portafoglio clienti che riescono a portarsi dietro passando da una rete di promotori all'altra? Il cliente è tenuto a sapere che grazie al trasferimento del suo patrimonio il consulente incassa un "bonus" dal nuovo intermediario? Il tema è emerso durante il convegno organizzato da Assiom Forex al recente [Salone del Risparmio](#). «Il premio d'ingaggio potrebbe non rientrare nell'*inducement* in quanto non ha un riscontro diretto sul cliente che in effetti non lo paga direttamente, ma è riconosciuto al consulente dall'intermediario per cui lavora - ha sottolineato nel sollevare la questione Fabrizio Tedeschi amministratore di Alezio.net consulting ed ex alto funzionario Consob -. Se però allarghiamo l'orizzonte, non possiamo che concludere che l'impresa nel pagare il premio d'ingaggio ha fatto un calcolo di convenienza, e il premio pagato al consulente lo deve caricare sul cliente che lo sostiene indirettamente. Se questo non è sufficiente a determinarne l'evidenziazione, c'è da considerare che la Mifid parla anche di costi aggregati e di tante altre forme di remunerazione da comunicare al cliente. Si può sostenere che non ci sia con-

flitto d'interesse, ma questo è da valutare caso per caso». Il problema potrebbe porsi anche quando il consulente si ritira e cede il proprio portafoglio o, con più probabilità, quando passa da un'azienda sana a una in difficoltà e cagiona danni ai propri clienti. «Il tema va approfondito - prosegue Tedeschi - ma il punto critico che mi fa pendere a favore della massima trasparenza che deve essere data al premio d'ingaggio è dato dall'estensione del concetto di remunerazione previsto dai considerando 40 e 41 del regolamento delegato Ue 565/2017, dove si prevede che le politiche retributive siano sempre atte a favorire il miglior interesse del cliente. E secondo me il premio, comunque venga riconosciuto, incide nel rapporto tra consulente e cliente. L'ingaggio deve essere quindi oggetto di specifica attenzione e policy da parte dell'organo di gestione e, laddove possa configurare un conflitto o non essere comunque nel migliore interesse del cliente, deve essere manifestato con la massima trasparenza».

LE POSIZIONI DELLE ASSOCIAZIONI

Il risparmiatore deve essere consapevole del tornaconto che il consulente ha nel proporre uno strumento piuttosto che un altro. «Anche perché il passaggio da un intermediario all'altro - aggiunge Massimo Scolari, presidente di Ascosim - viene spesso accompagnato con spostamenti da un prodotto all'altro. È chiaro che occorre poi verificare che questi nuovi prodotti siano anche quelli più adatti per il cliente. Il consulente può portare i risparmiatori da una rete all'altra, ma nel rispetto dell'interesse del cliente, come del resto è previsto dalla Mifid quando specifica che le politiche di remunerazione devono essere allineate all'interesse del cliente».

Tutti aspetti su cui la Consob dovrebbe accendere un faro in vista delle attese norme attuative. «Queste sono tematiche inerenti la disciplina delle remunerazioni e delle politiche commerciali e riguardano non solo gli agenti che lavorano con un mandato, ma an-

che i dipendenti che passano da un intermediario all'altro. Anche i private banker e i direttori di banca in questi casi ricevono un bonus entry - afferma Marco Tofanelli, segretario generale di Assoreti -. Tuttavia, stiamo puntando l'attenzione su uno dei tanti costi interni che sostiene una banca. Per esempio quanto costano al cliente gli obblighi informativi che la normativa prevede a carico degli intermediari? Hanno un costo importante. Naturalmente sono sostenuti per la sua protezione. Tutto ha un costo, l'importante è che ci sia creazione di valore. Inoltre, è difficile rappresentare i reali costi di ingresso; sono in realtà anticipazioni soggette a criteri correttivi che possono prevedere clausole di rientro o condizioni risolutive al mancato raggiungimento degli obiettivi». Per Tofanelli è quindi difficile stabilire quanto vale per il consulente il singolo cliente.

«Sul tema non sono in grado di pronunciarmi in modo netto - afferma Maurizio Bufi, presidente Anasf -. Nel cambio di società il consulente deve essere guidato dalla possibilità di esprimere al meglio nel nuovo contesto la sua capacità di servire il cliente. È chiaro che bisogna guardare con molta attenzione chi nell'ambito della sua vita professionale ha cambiato casacca ripetutamente, perché potrebbe esserci stato il tentativo di sfruttare in modo non nobile il passaggio di "fiore in fiore". Nello specifico il tema dell'ingaggio potrebbe essere quindi un elemento che merita una maggiore trasparenza: una valutazione che spetta però al regolatore, ferma restando la libertà del mercato». Ognuno può fare le sue scelte, ma in un rapporto duraturo di fiducia la strada che ripaga di più è la massima trasparenza con il cliente. Non si può agire diversamente.

gianfranco.ursino@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA