

INTERVISTA | Antonella Massari | Aipb

Produttori e distributori devono essere in sintonia

di **Lucilla Incorvati**

Il tema della product governance resta un nodo da sciogliere anche verso il servizio di consulenza. Il Sole 24 Ore ne ha parlato con Antonella Massari, segretario generale Aipb, l'associazione che riunisce i principali attori del private banking italiano.

Dottorssa Massari, consulenza e product governance: dove sta il problema?

Nell'ambito del servizio di consulenza finanziaria, la Mifid2 impone una stretta collaborazione tra società di asset management e distributori, siano essi banche o reti di consulenti, a tutela degli interessi del cliente finale. Oggi la product governance stabilisce che tutte le tappe che compongono il viaggio di un prodotto finanziario dalla "fabbrica" al portafoglio di investimento dei clienti, generino uno scambio continuo di informazioni tra produttore e distributore.

Che cosa non funziona e cosa fanno gli operatori in merito?

Produttori e distributori sono concordi nel ritenere che questo processo implichi che le diverse tipologie di clientela debbano essere conosciute e classificate fin dalle prime fasi di progettazione, per ottenere il massimo allineamento tra caratteristiche del prodotto e bisogni del risparmiatore. I clienti private si caratterizzano per esigenze ampie e diversificate che dovrebbero essere soddisfatte da un'offerta specifica a loro dedicata, ma tutti riconoscono che si tratta di un processo ancora in fase di rodaggio. Una migliore focalizzazione dell'offerta per la clientela private sarà favorita dallo scambio costante di informazioni previsto dalla product governance.

Che cosa chiedono i vari attori?

Per perfezionare il meccanismo e i benefici per la clientela, i produttori chiedono ai distributori più apertura nello scambio di informazioni per la messa a punto di prodotti coerenti con le esigenze dei clienti, inclusi flussi di ritorno sulle scelte di investimento effettuate. Le banche e le reti chiedono alle case prodotte di focalizzarsi sull'ampliamento della gamma di



«Lo scambio di informazioni previsto dalla product governance migliorerà la focalizzazione dell'offerta per i clienti private»

offerta e sulla formazione generica di banker ma anche di porsi più in un'ottica di servizio con supporti alla vendita fruibili, e trasparenti, facilmente utilizzabili con un cliente finale.

Il monitoraggio dei portafogli della clientela caratterizza anche la qualità della consulenza evoluta. Che cosa si deve fare sul tema?

Anche su questo fronte, produttori e distributori devono lavorare in partnership, consapevoli della diversità dei ruoli ma riconoscendone la complementarità. Secondo il nostro osservatorio, le componenti più rilevanti per i clienti private nel giudicare un intermediario finanziario sono: capacità di indirizzo nelle scelte e nel prendere decisioni (77%), chiarezza espositiva sulla posizione patrimoniale (76%) e implicazioni degli investimenti fatti (75%). Elementi, questi, che traggono beneficio da un'approfondita conoscenza del cliente, da un aggiornamento nel tempo dei suoi bisogni e da un costante monitoraggio delle soluzioni proposte. In sintesi, da una piena sintonia di azione tra produttori e distributori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA