



La relazione Banca–Investitore: cambiamenti in atto e prospettive future

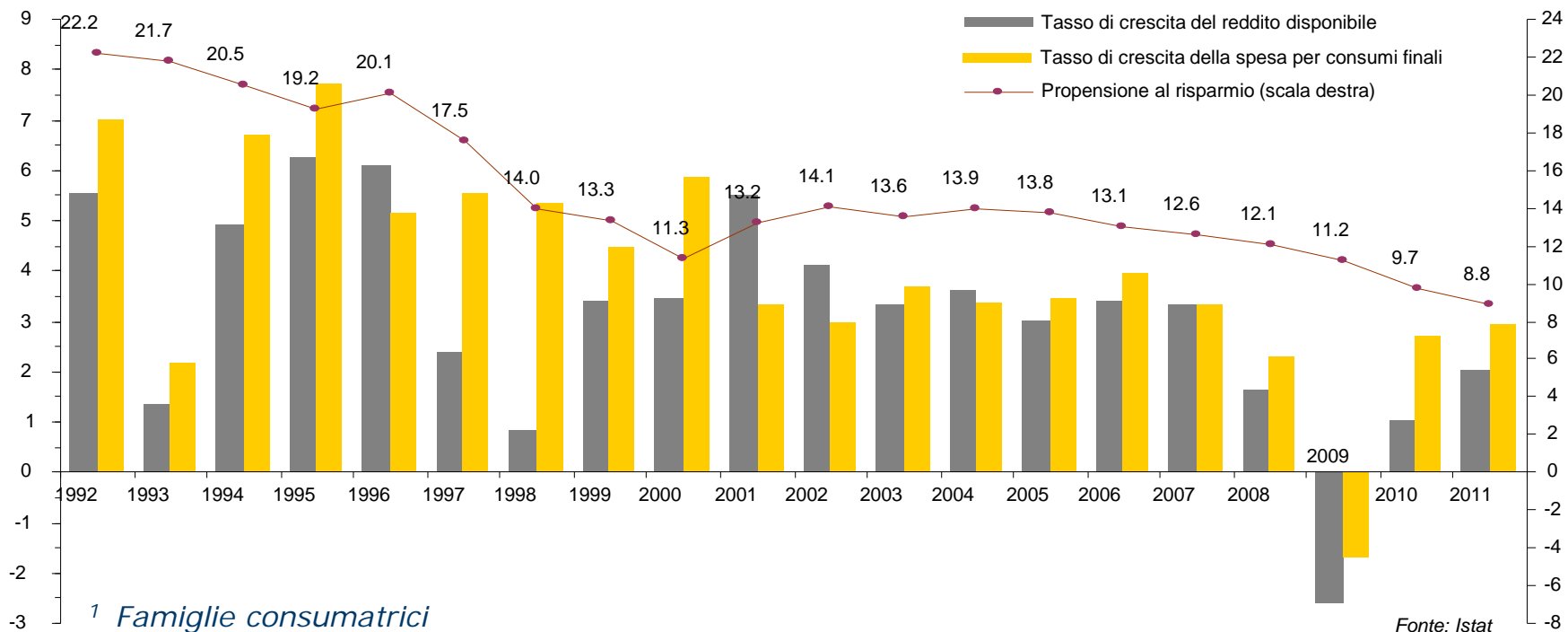
“Conoscere l’investitore: la rilevazione della tolleranza al
rischio finanziario” - CONSOB

23 novembre 2012

David Sabatini
Resp. Ufficio Finanza - ABI

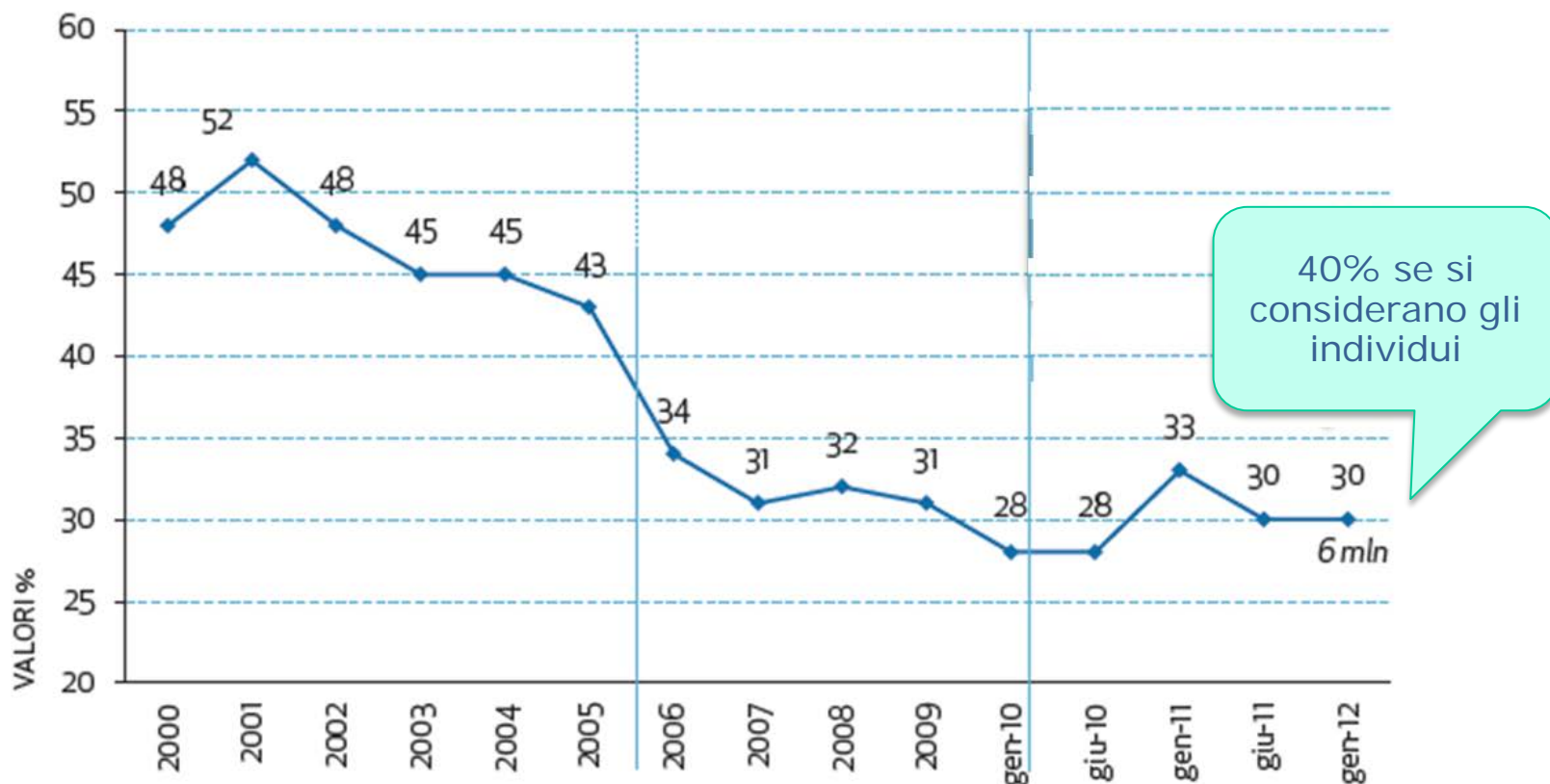
Come è cambiato il comportamento degli investitori ?

Andamento del tasso di risparmio delle famiglie¹ e delle sue componenti 1992-2011 (variazioni e valori %)



Negli ultimi due decenni la spesa per consumi delle famiglie è cresciuta a ritmi più sostenuti del loro reddito disponibile determinando una **progressiva riduzione della loro capacità di risparmio.**

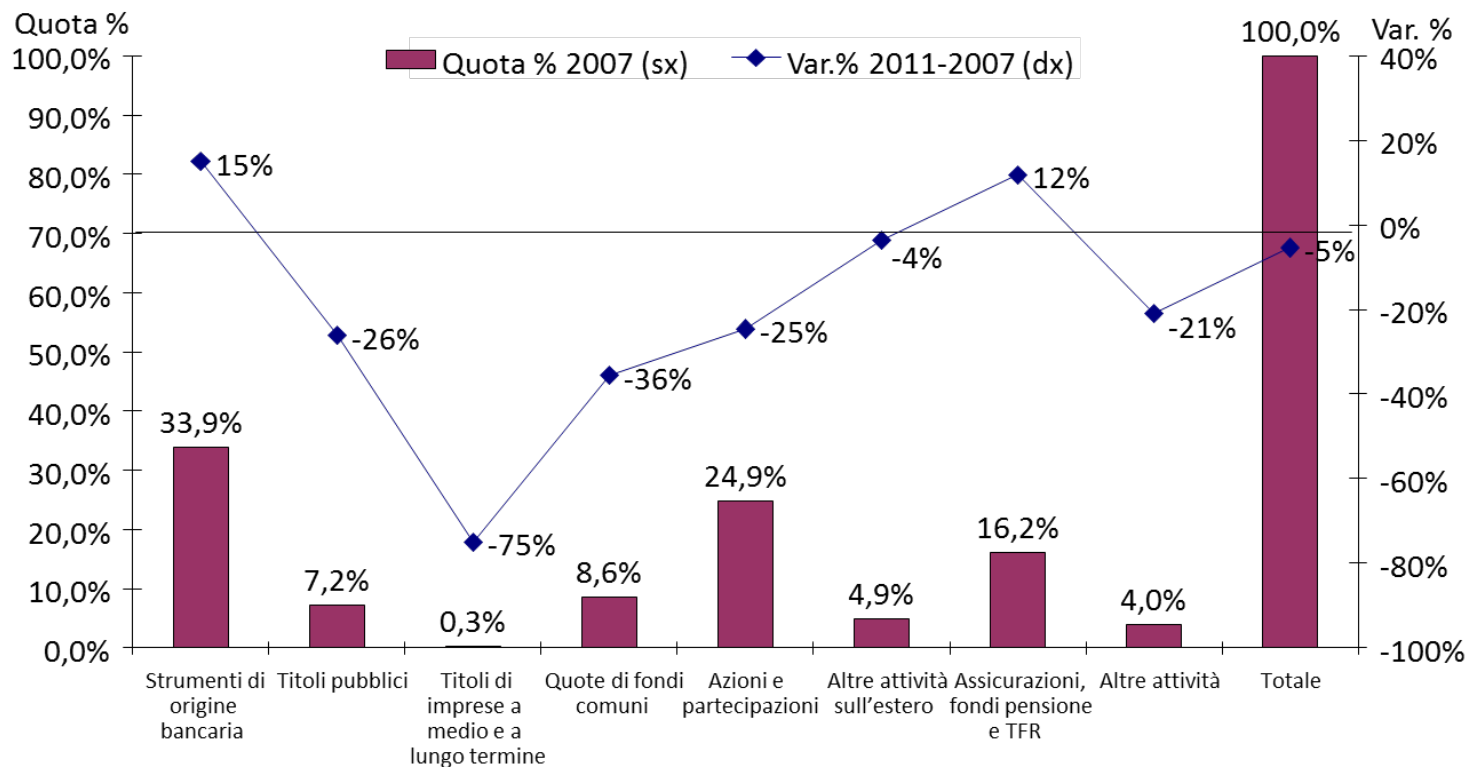
Famiglie investitrici sul totale delle famiglie (2000-2012)



Fonte: Multifinanziaria Retail Market 2012- Prima Wave.

La riduzione della propensione al risparmio ha ridotto il numero degli investitori. Dal 2006 il numero degli investitori è però rimasto stabile (40%).

Attività finanziarie delle famiglie, consistenze (quota % e var. %)

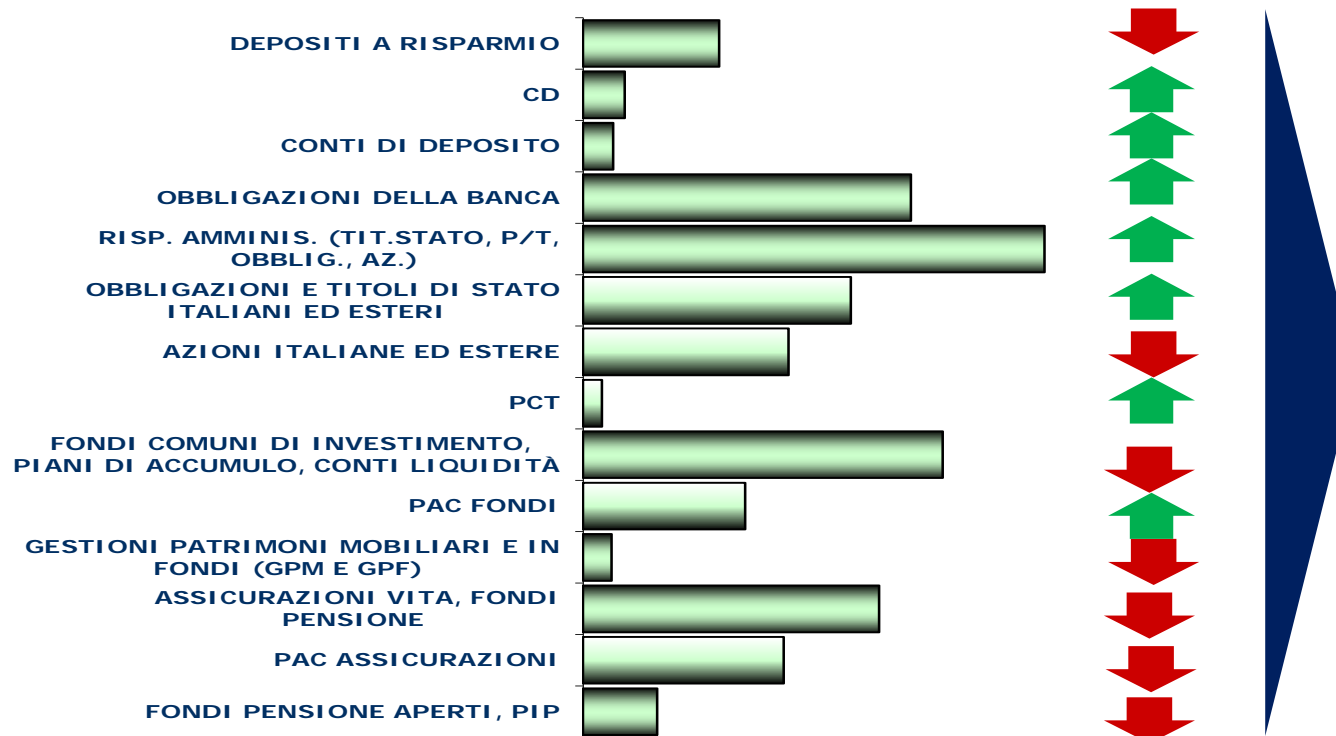


Fonte: elaborazioni Abi su dati Banca d'Italia

La crisi (2007-2011) ha avuto un **impatto differenziato sui prodotti finanziari**: in crescita strumenti di origine bancaria, assicurazioni e fondi pensione, in diminuzione titoli di imprese e fondi comuni

Incidenza di possesso dei servizi finanziari di risparmio e investimento presso i correntisti (2010-2011)

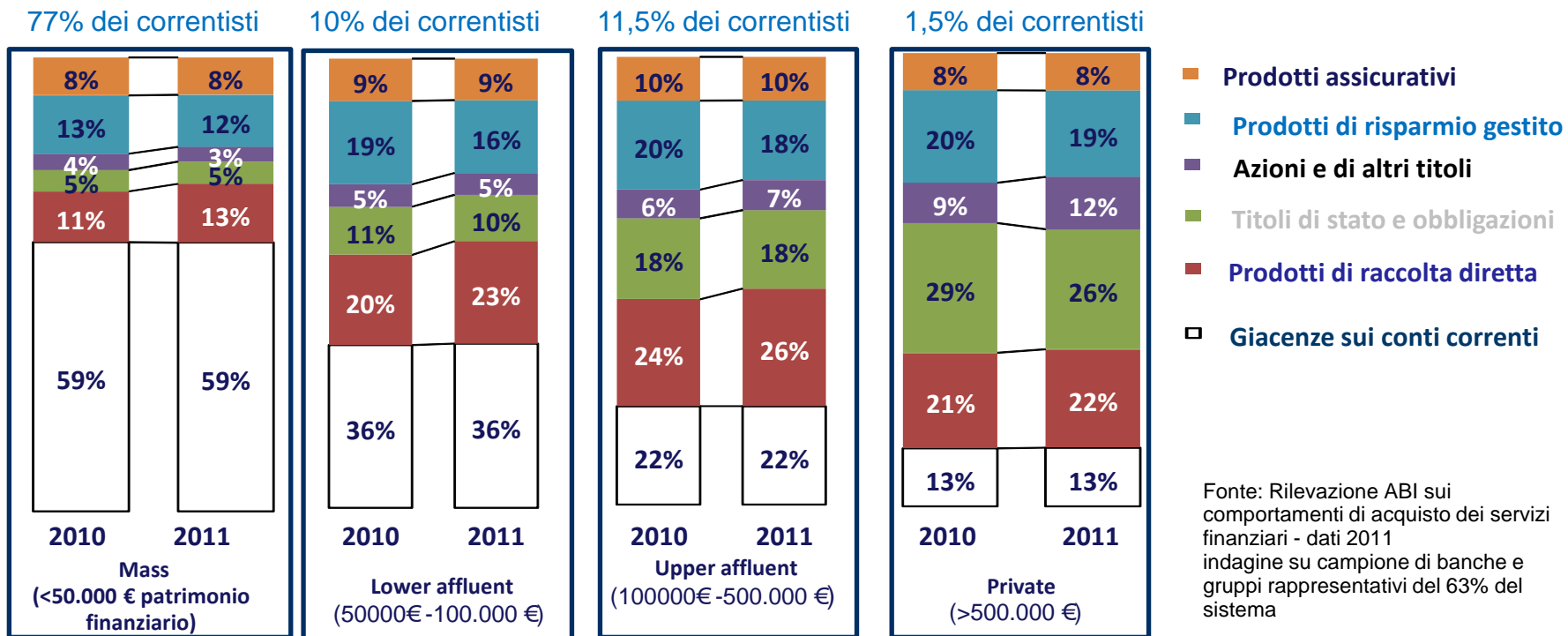
(DATI 31/12/2011 - MEDIA SEMPLICE)



Il 2011 si è caratterizzato per un **trend di crescita di prodotti di risparmio meno rischiosi**

Fonte: Rilevazione ABI sui comportamenti di acquisto dei servizi finanziari - dati 2011 indagine su campione di banche e gruppi rappresentativi del 63% del sistema

L'asset allocation dei correntisti (2010-2011)



Nel corso del 2011 si è assistito ad uno spostamento delle scelte dei **risparmiatori meno evoluti** su strumenti di gestione della liquidità (raccolta diretta) e dei più evoluti verso raccolta diretta e fai da te (azioni e altri titoli italiani ed esteri).

Come l'investitore si è evoluto nell'approccio ai mercati

Dagli ultimi anni ad oggi, si è osservata un'evoluzione dell'approccio dell'investitore ai mercati, con nuovi atteggiamenti

- ✓ Ridimensionamento delle attese (mantenimento del capitale vs guadagno)
- ✓ Acquisizione di consapevolezza, informazione, vigilanza e controllo
- ✓ Scelta di prodotti più semplici e comprensibili
- ✓ Più razionalità, meno emotività ed istintività

Fonte: Indagine ABI GfK Eurisko «Customer Experience degli investimenti» 2010

Il giudizio dei clienti per la gestione degli investimenti

Soddisfazione complessiva

capacità di:

consigliare prodotti coerenti con il livello di rischio del cliente

assistenza del personale per tutta la durata dell'investimento

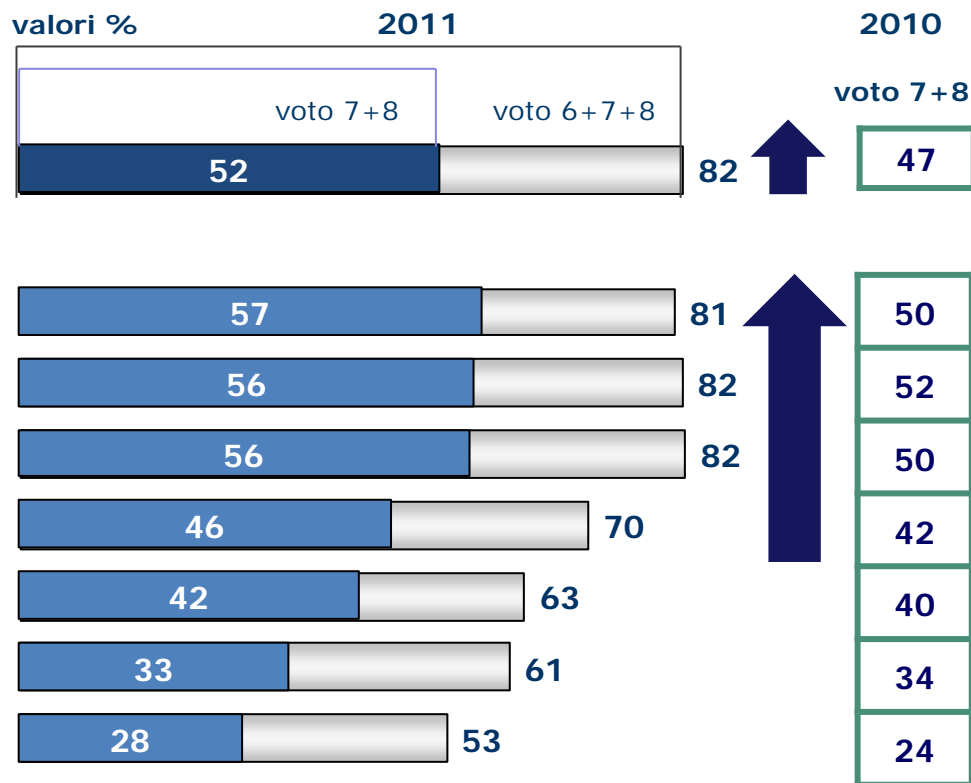
Fornire una rendicontazione chiara

Fornire info tempestive inerenti le scelte di investimento

Fornire info finanziarie chiare e complete sull'andamento del mercato

Offrire convenienza delle commissioni

Offrire rendimento interessante dei prodotti



Fonte: Osservatorio ABI GfK Eurisko Customer Satisfaction 2011

Crescente la soddisfazione dei clienti per la gestione degli investimenti

**Come si è evoluta con la MIFID
l'offerta di servizi di investimento da parte
delle banche ?**

Evoluzione del servizio di consulenza

FASE 1: Con l'entrata in vigore della MIFID le banche hanno esteso a tutta la propria clientela il **servizio di consulenza di base gratuito**, al fine di garantire ai propri clienti la maggior tutela derivante dall'applicazione della valutazione di adeguatezza.

FASE 2: Nel tempo:

- è stata chiarita/approfondita, anche da parte delle Autorità di vigilanza, la portata della disciplina MiFID sulla consulenza (cfr. illiquidi)
- sono state affinate le scelte strategiche delle banche connesse al modello di servizio offerto alla clientela;
- sono stati rafforzati i sistemi procedurali interni di profilatura della clientela e di mappatura dei prodotti (essenziali per la valutazione di adeguatezza);
- è stata integrata/migliorata la disciplina contrattuale del servizio di consulenza.

Evoluzione del servizio di consulenza

Livello di servizio

VALUTAZIONE DI ADEGUATEZZA



CONSULENZA DI BASE

CONSULENZA EVOLUTA

Consulenza di base

Tipologia di clientela : tipicamente *mass market* (in alcuni casi tutta la clientela)

Tipologia di servizio :

- raccomandazioni riferite ad operazioni su singoli prodotti (in alcuni sul portafoglio)
- valutazione di adeguatezza effettuata secondo un'analisi multivariata dei rischi
- Perimetro relativo ai prodotti a catalogo
- abbinamento obbligatorio tra consulenza e servizi esecutivi;
- adeguatezza «bloccante» sulle operazioni di investimento nei prodotti a catalogo nella fase di emissione/mercato primario;
- adeguatezza «non bloccante» sulle operazioni sul mercato secondario richieste dal cliente (in appropriatezza);
- Validità della valutazione di adeguatezza: varie modalità
 - contestuale al rilascio della raccomandazione e ripetuta al momento dell'esecuzione delle disposizioni per verificarne la validità
 - le raccomandazioni hanno validità per la sola giornata di rilascio. Se il cliente si ripresenta per effettuare l'operazione il giorno seguente, l'applicativo rileva la mancanza di una raccomandazione che ha originato tale operazione e ne richiede una nuova effettuazione
 - La raccomandazione ha una validità di più giorni: viene garantita l'adeguatezza dell'operazione raccomandata purché eseguita entro quel lasso di tempo
- scheda prodotto
- servizio gratuito

Assistenza post-vendita

In alcuni casi viene offerto come **servizio aggiuntivo e distinto** dalla consulenza

- monitoraggio dei portafogli dei clienti rispetto al proprio profilo di rischio che conduce all'invio di una comunicazione standardizzata su base semestrale degli eventuali disallineamenti;
- informativa sulla variazione del rating dei prodotti collocati o distribuiti.

Fonte: ABI elaborazione interna su panel banche associate

Consulenza evoluta

In corso di crescente sviluppo

Tipologia di clientela: scelte differenziate:

- clientela non *mass market*;
- solo clientela *affluent*;
- segmentazione tra la clientela, con elementi di maggiore personalizzazione per i portafogli di elevato ammontare (in corso di sviluppo e secondo impostazioni differenziate)

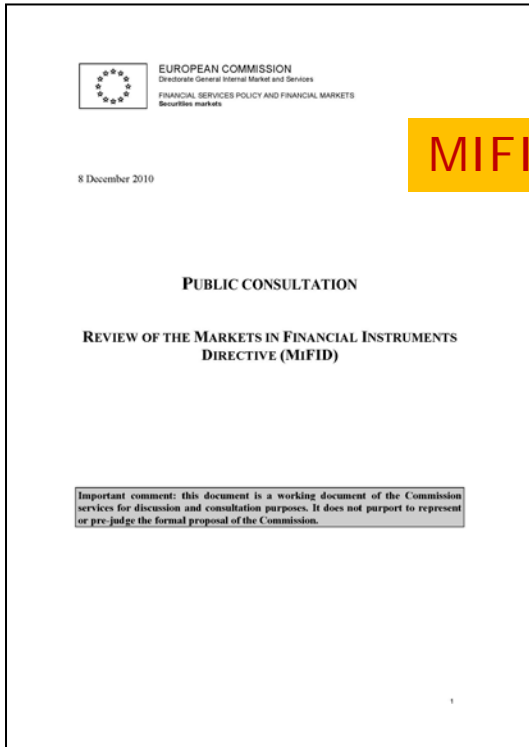
Livello di servizio:

- Logica di portafoglio
- Valutazione di adeguatezza per portafoglio
- Perimetro dei prodotti ampio
- Servizio a pagamento
- Monitoraggio on-going ed informativa

Fonte: ABI elaborazione interna su panel banche associate

Come potrebbe cambiare in futuro la relazione investitore-banca?

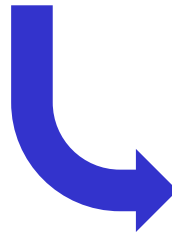
La revisione della MIFID



MIFID2

Al momento tre diversi testi di riferimento:

- Proposta della Commissione Europea (20 ottobre 2011)
- Testo approvato dal Parlamento Europeo (26 ottobre 2012)
- Testi del Consiglio Europeo (in progress)



- **Consulenza**
- **Client targeting**

MIFID2: l'evoluzione del servizio di consulenza

CONSULENZA	COMMISSIONE	PARLAMENTO
Informazioni al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - se la consulenza è indipendente - se si basa su analisi ampia o ristretta del mercato - se la valutazione di adeguatezza è continua 	<ul style="list-style-type: none"> - gamma di prodotti su cui si basa la consulenza (in particolare se prodotti propri) - entità della eventuale commissione dovuta dal cliente per la consulenza - se l'intermediario percepisce incentivi e, nel caso, come sono trasferiti al cliente - se la valutazione di adeguatezza è periodica
Range di prodotti	<p>Per la consulenza indipendente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -valutazione di un ampio range di prodotti -diversificazione per tipologia ed emittente 	<p>Per la consulenza indipendente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -ampio perimetro di prodotti -diversificazione per tipologia di prodotto ed emittente
Incentivi	<p>Per la consulenza indipendente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - no fee, commissioni, benefici monetari pagati o ricevuti in relazione alla consulenza 	<p>Per la consulenza indipendente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -no commissioni, benefici monetari pagati o ricevuti in relazione alla consulenza <p>Per la consulenza:</p> <ul style="list-style-type: none"> -gli Stati Membri possono vietare o limitare l'offerta o l'accettazione di fee, commissioni, ecc. -possibile obbligo di retrocessione o detrazione a favore del cliente

MIFID2: l'evoluzione del servizio di consulenza

La **proposta della Commissione** rappresenta un buon compromesso in quanto:

- indica che esistono due tipi di servizio di consulenza e spetta a ciascun intermediario la decisione circa quale tipo di consulenza offrire, da comunicare al cliente (importante perché non tutti i clienti sono disponibili ad una consulenza fee-only)
- rimette alla scelta di ciascun intermediario se offrire o meno, nell'ambito della consulenza, il monitoraggio on-going dell'adeguatezza degli investimenti raccomandati.

Miglioramenti: eliminare l'etichettatura "indipendente", pur mantenendo fermi gli obblighi di trasparenza su perimetro dei prodotti, remunerazione e monitoraggio (cfr. Rapporto Ferber di Maggio 2012).



MIFID 2: client targeting

Il testo del Parlamento introduce l'obbligo per gli intermediari di:

- adottare regole interne idonee a (i) verificare che i prodotti siano compatibili con le necessità dei clienti ai quali sono offerti nonché (ii) ad assicurare che i prodotti, quando sono progettati per la vendita ai clienti retail o professionali, soddisfino le esigenze di specifici target di mercato e (iii) siano distribuiti ai clienti compresi in tali target;
- adottare **schemi di incentivazione della rete di vendita coerenti** con gli obblighi di tutela degli interessi dei clienti.

La proposta del Parlamento è una norma complessa e non chiara (troppo dettagliata per essere inserita nella direttiva) e solleva numerose incertezze interpretative ed applicative:

- durata del targeting
- attualità del targeting
- vincolatività del targeting

Miglioramenti: semplificare la previsione legislativa a principi di carattere generale, rimettendo l'eventuale dettaglio alle norme di attuazione.

Le Linee Guida ESMA sull'adeguatezza



Obiettivi delle Linee Guida:

- Cliente consapevole (1)
- Informazioni sul cliente più approfondite (4), affidabili (5) e aggiornate (6)
- Personale addetto competente (3)
- Processi efficienti di profilatura (7) e di valutazione di adeguatezza (8)
- Tracciatura dei processi di investimento (9)

Le Linee Guida ESMA sull'adeguatezza

Impatti rilevanti per gli intermediari relativi a:

- Struttura dei questionari utilizzati
- Procedure per aggiornare le informazioni raccolte
- Meccanismi per monitorare periodicamente l'adeguatezza del portafoglio dei clienti

Potenziali criticità:

- differenziare i questionari per servizi di investimento e tipologia di clientela (Orientamento 4)
- eccessivo numero di informazioni da considerare nei questionari e difficoltà della relativa gestione (Orientamento 2, 4 e 6)
- nuove modalità di profilatura dei clienti che si avvalgano di un delegato (Orientamento 7)

Tempistica a disposizione degli intermediari per adeguarsi alle Linee Guida ESMA (è una delle criticità principali)



Conclusioni

Negli ultimi anni si è **modificato il comportamento degli investitori**, che sono diventati più consapevole e prudenti

Le **banche italiane**, dopo la MIFID, hanno **affinato progressivamente le proprie procedure e i modelli di servizio**, in coerenza con il contesto di mercato e con le indicazioni di vigilanza

In un **prossimo futuro** verranno ulteriormente **rafforzati i presidi a tutela degli investitori e i vincoli a carico degli intermediari** (consulenza indipendente, incentivi, client targeting, profilatura, valutazione di adeguatezza)

Auspicio che l'evoluzione normativa accresca la **convergenza** tra i vari Stati Europei, senza determinare **eccessivi correttivi** alle scelte strategiche già fatte dagli intermediari italiani, che appaiono indirizzate ad elevare in modo progressivo la tutela agli investitori.