

L'INCHIESTA

**Risparmio tradito**

# CARISSIMO PROMOTORE



I numeri della professione

**64mila**

È il numero dei promotori presenti nel nostro paese nel 2008

**30mila**

In Italia però solo la metà di quelli iscritti all'albo è realmente operativa

**25mila**

È la cifra che rappresenta il turn over. Ed è un numero costante nel tempo



«Molti ragazzi non conoscono quello che vendono. Le banche o le sim non ti mettono in condizione di capirne i lati negativi»

«Sa come chiamiamo Mediolanum? La Boutique, con la qualità di un discount. Dove la sola forza è la vendita»

**In conflitto** di interessi, pagati male, solo 2 su 50 ce la fanno. Gli altri galleggiano e, qualche volta, truffano. I clienti ignorano una banale verità: il promotore non lavora per il risparmiatore ma è al servizio della banca l'azienda che lo remunera. Per questo non sente il dovere di fornire tutte le informazioni. In questo modo si comprano prodotti gravati da costi occulti



**ROBERTO ROSSI**

ROMA  
rrossi@unita.it



**L**“highlander” Fabio Meucci non era poi così invincibile ed eterno. Per anni ha fatto il bello e il cattivo tempo nella zona di Montecatini Terme. Ha truffato una ventina di clienti, piccoli artigiani per lo più, si è intascato oltre tre milioni di euro, ma alla fine, nel 2006, ha dovuto arrendersi. Scoperto, è stato denunciato e radiato dall'albo dei promotori finanziari. La casa madre, invece, Banca Mediolanum, è stata multata. L'11 dicembre scorso la Consob l'ha ritenuta responsabile di aver predisposto «misure inidonee per l'attività di offerta fuori sede dei fondi comuni» e per «l'acquisizione delle informazioni dalla clientela in merito al profilo, la classificazione degli strumenti finanziari, nonché la conseguente valutazione di adeguatezza delle operazioni disposte». Tradotto Banca Mediolanum non avrebbe controllato abbastanza. Risultato? 309mila euro di multa nei confronti di 14 esponenti aziendali (poco più di 22mila euro a testa). Tra questi anche il fondatore Ennio Doris. E cioè il primo, e forse l'unico, degli “highlander” visto che l'attività di promotore finanziario si è sviluppata attorno a lui, negli anni '80, e visto che è stato proprio lui a coniare il termine durante una delle tante convention aziendali (il video spopola su You Tube).

Di aspiranti “highlander”, invece in Italia, ce ne sono oltre 60mila, anche se operativi appena meno della metà. In Mediolanum, la realtà più forte che non ha sportelli sul territorio, oltre 5mila. Il mestiere è difficile e duro. La maggior parte non arriva a chiudere in pareggio la propria attività. Solo 2 su 50 escono vincenti. Gli altri galleggiano, sopravvivono. E i clienti con loro. Che spesso ignorano una banale ma sottaciuta verità: che il promotore non lavora per il risparmiatore ma per la banca, ovvero il soggetto che lo remunera. Ne consegue che la banca, che deve piazzare prodotti finanziari, non avrà necessità di fornire in modo adeguato tutte le informazioni utili al cliente ma solo quelle utili alla vendita.

**Indipendenza** In gergo si chiama asimmetria informativa. Ed è la regola che vige nel mondo dell'offerta finanziaria dei promotori. Non tutti hanno le stesse informazioni. Chi ne ha di meno, di solito il risparmiatore, investe e spesso perde, chi ne ha di più, di solito le banche o le società di intermediazione mobiliare, vende e vince sempre. In questo gioco i promotori sono l'anello, debole, di congiunzione. «Molti ragazzi che si avvicinano alla professione - ci dice un ex promotore veneto che sceglie di parlarci in forma anonima - non conoscono abbastanza quello che vendono. Le banche o le sim ti formano solo per avere una visione positiva del prodotto. Non ti mettono in condizione di capirne i lati negativi». Spiega Lu-

ca Rizzi, ex promotore finanziario di Torino: «Le società fanno campagne specifiche di vendita e cioè organizzano corsi di formazione per spingere il promotore a investire in un determinato prodotto». Anche se costoso o poco remunerativo per il cliente. «Non sei obbligato a venderli, ma se non lo fai non farai mai il salto». Se non collochi prodotti costosi non accedi ai benefit, sei emarginato, non diventi “highlander”. Ma questo il cliente non lo sa. «Il promotore - scrive Cesare Armellini, della società di consulenza indipendente Consultique - vende il contratto di consulenza della sua mandante ed il cliente non è il suo ma della banca o sim per cui lavora». Il promotore finanziario vende, in sostanza quello che la banca vuole vendere. «Nessun promotore - ancora Armellini - potrà dire che tutti i fondi monetari, le unit, le index, sono spesso strumenti inefficienti in quanto la sua mandante ha accordi di commercializzazione di prodotti che sono nel catalogo del promotore stesso». Un conflitto di interesse. Che costa.

**La Boutique** «Sa come chiamiamo Mediolanum?» ci domanda il nostro ex promotore. «La Boutique, con la qualità di un discount». Dove la forza è il solo aspetto commerciale. Prodotti costosi e poco remunerativi. Basta fare un confronto. Ad esempio si prenda il fondo Cometa, che garantisce la pensione complementare per i metalmeccanici e in generale per i lavoratori dell'industria. Se un trentenne volesse farsene una con un contributo iniziale di 2.500 euro, dopo 35 anni di versamenti riceverebbe una rendita annua tra i 6.200 e i 7.093 euro. Lo scarto dipende dal profilo di rischio che si sceglie. Se lo stesso trentenne volesse invece, mantenendo gli stessi parametri di ingresso e durata, scegliere il fondo “Taxbenefit New” di Mediolanum (uno dei più diffusi) dovrebbe accontentarsi di una rendita più bassa. Si va dai 5.166 euro per il profilo “prudente”, ai 5.344 euro per quello “dinamico”. «A parità di rischio - ci dicono da Consultique - il rendimento di Mediolanum è nettamente

**Il confronto**

Cometa, il fondo pensionistico dei metalmeccanici, è molto più conveniente

più basso. E questo senza tenere presente che il Fondo Cometa prevede anche un contributo datoriale dell'1,2% sulla retribuzione». Perché questa differenza? Il gioco sta nei costi. Con gli stessi parametri di prima, il Fondo Cometa ha dei costi che vanno dallo 0,0855% allo 0,1597%, il Taxbenefit New dall'1,28% al 2,09%. Sempre a seconda del profilo. Tutto questo un promotore, in questo caso Mediolanum, lo potrebbe evidenziare al proprio cliente?

**I ferri del mestiere** E si ritorna al punto di partenza. Dove sta il trucco? «Nella mancanza di informazione - dice Alessandro Pedone dell'Aduc - Chi sa, tace. Altrimenti non si vende». In sostanza non tutti i costi di un prodotto vengono elencati. Solo alcuni. Ecco alcuni esempi.

→ **SEGUE ALLA PAGINA 28**

## L'INCHIESTA

## Risparmio tradito

→ SEGUE DALLA PAGINA 27

Nei fondi comuni i costi sono composti da varie voci: quelle non ricorrenti e visibili, costituite da oneri di ingresso e di uscita e quelle continuative, che non si vedono, ma che costantemente vengono sottratte alla fonte dal valore delle quote dei fondi. Quali? Le commissioni di gestione, le commissioni di negoziazione, della banca depositaria, i costi di stampa, legali, di certificazione e revisione, di pubblicazione, fiscali, di vigilanza e i bolli. Un piccolo mare di costi. Taciuti dai promotori. Non per disonestà, ma perché, magari, nessuno ti ha mai detto di farlo. E poi si deve pur vivere. Anche sconfinando nell'illegalità. La via più semplice spiega ancora il promotore anonimo è quella di truccare le carte. «Presi dal desiderio di arrivare al budget, pressati dai supervisori, i promotori compilano contratti che non esistono. Con firma falsa del cliente». In questo modo racimolano premi di produzione, acquisiscono status. «Al cliente dici semplicemente che le carte che arrivano a casa sono degli sbagli dell'azienda». E si va avanti, svuotandogli il conto. «Se poi questo decide di rientrare dall'investimento - dice l'avvocato Mauro Panattoni che a Montecatini Terme difende alcuni truffati - il promotore chiude la sua posizione con i soldi di un altro». E la giostra riparte. E se vieni scoperto pazienza. I clienti non rivedono un euro, se non una piccola percentuale dopo anni di contenzioso con la banca, e il promotore al massimo prende due mesi con la condizionale. Come è successo a Fabio Meucci, l'aspirante "highlander". ♦

## Truffatori

**Nel 2008 la Consob ha radiato 46 promotori**

**Quanti sono i promotori finanziari colti con le mani nel sacco? Secondo i dati forniti dalla Consob sarebbe nel. La Commissione che vigila sulle aziende di Borsa ha fatto notare come l'anno scorso ne sono stati beccati 46 a fronte di centinaia di segnalazioni. Il numero è in netto calo rispetto a quello dell'anno precedente, circa 64. La ragione, secondo Consob, sta anche nell'adozione di una diversa normativa, più stringente, che le società che operano nel settore hanno deciso di adottare proprio sotto la spinta della stessa Commissione. Una sorta di "autoregolamentazione" che se non mette al riparo da imbrogli in qualche modo li dovrebbe limitare.**

**Inoltre Consob rivendica anche interventi per quello che riguarda la selezione dei promotori. Per accedere alla professione bisogna aver superato una prova valutativa su materie giuridiche ed economiche (come diritto del mercato finanziario o nozioni di diritto privato e di diritto commerciale). L'esame è svolto dall'Anasf, l'associazione di categoria, ma su una piattaforma tecnologica fornita e regolata dalla Consob stessa. Nella sessione di marzo, l'ultima, in sostanza sono stati respinti tra il 75 e l'80% dei candidati.**

## La storia di Daniele Rossi, ex promotore

# «La laurea? Un disturbo Ti lima le vendite»

Il vero problema di Daniele Rossi è stato ottenere la laurea in Economia. «La laurea è quasi un disturbo. Sapere troppo è d'intralcio. Se hai una coscienza, ti lima le vendite». Se hai una coscienza. Daniele, che oggi ha 35 anni e vive a Guastalla in provincia di Piacenza, il pezzo di carta, un tempo sogno di ogni genitore, ce l'aveva a 25 anni. «Tre giorni dopo avevo anche il lavoro». Bello e promettente: promotore finanziario alla Mediolanum. «Una grande scuola di vita. Che ti forma. Tanti manager di quella banca vengono proprio dall'esperienza di promotore». Lo stesso fondatore del gruppo, Ennio Doris, è stato a sua volta promotore finanziario. Uno dei primi in Italia. «Sei in grado di auto gestirti, fai un bel lavoro di gruppo» ma sei in conflitto di interessi. «Devi vendere prodotti finanziari al tuo cliente che ti sono imposti dalla casa madre. Con strumenti forniti proprio da lei». E quindi prima di tutto devi trovare una soluzione che sia in grado di soddisfare l'azienda, e poi se sei bravo il cliente.

Il tutto inizia con la consegna del prospetto informativo del prodotto, fondo, assicurazione che sia. È il foglio che dovrebbe elencare tutti i costi. E così è. «Non tutti però leggono quello che c'è scritto. Un po' per i caratteri minuscoli, un po' per l'italiano tecnico, non digeribile da tutti». Per questo dovrebbe servire il promotore. Che avrebbe l'obbligo di sottolineare tutte le voci presenti. «Ma questo non si fa mai. Rischi di non vendere. Io la chiamo omertà comunicazionale». Che ap-

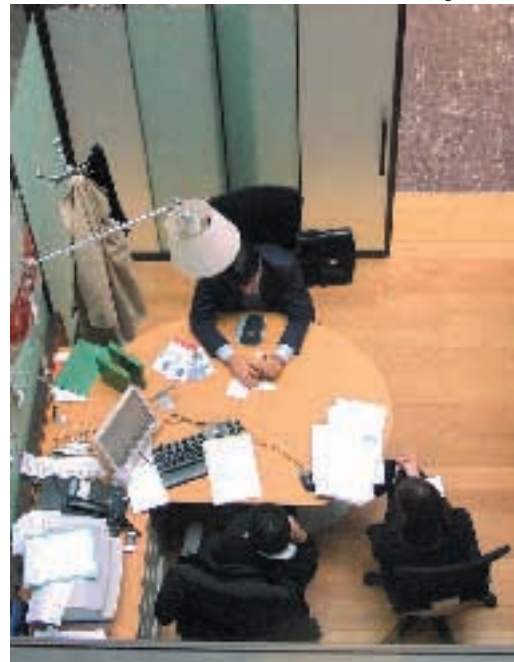
## «Omertà comunicazionale»

**Chi offre un contratto avrebbe l'obbligo di evidenziare tutte le voci presenti. Ma non lo fa**

partiene al codice genetico di ogni promotore finanziario. D'altronde anche i corsi di formazione e il costante aggiornamento che sim o banche, in questo caso Mediolanum, fanno è finalizzata «a evidenziare l'aspetto commerciale». Nel citato prospetto informativo sono ben segnalati, «come vuole la legge» i costi di ingresso e di uscita, «ma non quelli che vengono sottratti indirettamente dai fondi».

Anche Daniele, che pure aveva studiato economia, ci ha messo un po' di tempo per capirlo «cir-

Foto di M. Viegli/Emblema



Il promotore di una banca

ca due anni». Nel frattempo aveva allargato il suo raggio d'azione a 150 clienti, tra questi amici e parenti. «Ho convinto mia sorella e quelli che mi stavano accanto a sottoscrivere forme di previdenza complementare o polizze assicurative proprio perché ero io che per primo credevo nella bontà di quello che facevo». Prodotti però costosi. «Più sono cari per il cliente più sono remunerativi per il promotore». Come i piani di accumulo su polizze o fondi comuni e piani previdenziali. Le due parti viaggiano su binari paralleli. «L'illusione è che gli interessi di entrambi possano coincidere, ma non è così».

E quando «cominci a renderti conto che quello che vendi non è così buono, allora ti freni». E, anche se sei bravo, non vendi più come un tempo. Fino a quando non prendi la decisione finale. «È stato all'inizio del 2004. Decisi di vederci veramente chiaro» e di seguire un corso per consulenti finanziari indipendenti a Bergamo. Da allora si è messo in proprio. «Di clienti ne ho 25. Non sono ricchissimo ma non importa. Dormo sonni tranquilli. So di lavorare in maniera onesta».

RO.RO.