

E IL CLIENTE?

Succede anche questo sul nostro singolare mercato domestico dei prodotti di investimento. Una società estera indipendente, forte di alcuni fondi davvero straordinari per consistenza di rendimenti, deve aumentare i costi dei suoi prodotti per poterli vendere in Italia. Possibile? Non vale più la regola che se si abbassa il prezzo una merce si vende meglio? Invece è proprio così. Perché i fondi di quella società estera non solo rendono tanto, ma costano anche poco: l'1,5% al cliente, che per una gestione attiva di altissimo livello, azionaria o comunque con un buon contenuto azionario, da queste parti sembra lunare. E dentro quella commissione non ci sta la remunerazione dell'esosissima distribuzione italiana, si tratti di reti di promotori o di sportelli bancari. Così la società estera dovrà creare una nuova classe dei suoi fondi, in pratica gli stessi ma con costi più alti, per poter remunerare al livello che esse pretendono le banche italiane che ne saranno distributrici. Morale, a rimetterci sarà il cliente: che pagherà più commissioni, sia sottoscrivendo i fondi, sia se li ritroverà all'interno di gestioni o fondi di fondi. E' vero, come sostiene l'amministratore delegato di **Azimut** Pietro Giuliani (a pagina 52) che con i fondi l'obiettivo è guadagnare, e quindi per il cliente è sempre meglio un fondo più caro ma che gli rende molto di più. Perché le performance, alla fine, sono nette. Ma nel nostro caso il cliente italiano paga un di più per la distribuzione che i sottoscrittori esteri di quello stesso fondo non pagheranno mai. Da quando si parla, anche ai piani alti dei colossi bancari (a volte più nei convegni che nella pratica quotidiana) di centralità del cliente, di esigenze individuali da soddisfare, di consulenza e persino di ritorno assoluto, cioè di ricerca da parte dei gestori di un rendimento comunque, senza seguire una linea di investimento prefissata, la realtà - soprattutto per i prodotti finanziari di massa - non è molto cambiata. Si pensi anche all'onerosità di molti prodotti strutturati o assicurativi. Ma qualcosa le banche italiane dovranno fare, o inventare. La concorrenza delle case di investimento estere, grandi e piccole, è sempre più forte. Per le performance, certo; che però sono spesso accompagnate da costi più bassi.



Lionello Cadornin