

XII Congresso nazionale Anasf

Lista 1

INSIEME PER CRESCERE

INSIEME



PER CRESCERE

Il nome della lista, **INSIEME PER CRESCERE**, rappresenta una idea, un principio al quale siamo fedeli, oggi come 4 anni fa. Essere **protagonisti del cambiamento** e della **evoluzione** della consulenza finanziaria con **coraggio, determinazione, spirito d'iniziativa, capacità di adattamento, orgoglio**: queste sono le caratteristiche di chi svolge la nostra professione, legata alle continue trasformazioni della propria materia, da attraversare quotidianamente.

Svolgiamo una professione che deve essere **ben rappresentata, tutelata e sviluppata definitivamente** per la sua **funzione sociale**, mediante il completamento del percorso iniziato nel 2020, attraverso la **passione** che metteremo nella realizzazione di questo programma, **per giungere allo storico traguardo dei 50 anni di Anasf (2027) con una Associazione moderna, strutturata, efficiente e pronta per le sfide future.**

1. Essere rappresentativi, perché

Abbiamo dato finalmente la forma alla sostanza: dal 30 maggio 2024 Anasf è diventata **Associazione riconosciuta**, entrando nell'Albo delle Fondazioni ed Associazioni riconosciute presso la Prefettura di Milano. Cambia la natura, così come le modalità amministrative e le opportunità date dal nuovo status, che consentiranno ad Anasf di crescere qualitativamente e quantitativamente, a favore innanzitutto dei suoi associati e della professione. Questo consentirà e stimolerà ulteriormente la sua rappresentatività nei confronti delle Istituzioni e degli altri *stakeholders*, con l'obiettivo di far sempre più valere la voce della nostra professione in tutti gli ambiti. Per questo, i temi non mancano:

- Andrà affrontato il complesso ambito di applicazione della normativa e regolamentazione inerente OCF e la **prestazione di consulenza finanziaria in Italia**, per fare così **chiarezza sul Futuro della professione**, oggi confusa in base allo sdoppiamento di commi contenuti nel TUF e l'assenza di un intervento in materia da parte di Consob;
- Il tema precedente sarà occasione per intensificare il **confronto costruttivo con gli Intermediari**, pensando anche agli sviluppi delle normative europee che andranno in revisione nei prossimi anni, con possibili **conseguenze sull'intero settore**, nell'**ambito contrattuale** e quindi nella **tutela della professione**;

- **Efpa Italia**, fondata da Anasf, dovrà seguire i percorsi di specializzazione professionale che potranno svilupparsi armonicamente nei prossimi anni, in collaborazione con l'Associazione, mantenendo la natura propositiva verso Efpa Europe e le sue affiliate, confermando il ruolo di stimolo a livello continentale. Per questo sarà importante mantenere anche nella realtà europea un peso politico rilevante, oggi assicurato dalla presidenza italiana (*prof. Emanuele Maria Carluccio*);
- Sempre a livello europeo, potrebbe assumere ulteriore importanza la posizione di Anasf nel **FECIF** (federazione delle associazioni rappresentative della professione nei vari Paesi), dato che la federazione potrebbe entrare a far parte del panel di partecipanti consultivi previsti dall'ultima stesura della **Retail Investment Strategy**. Ad oggi Anasf detiene la presidenza anche di quest'ente (*Vania Franceschelli*);
- In **Enasarco** sarà necessario adottare accordi politici che prevedano una maggiore presenza di Anasf nei vari ruoli della Fondazione, a partire dal CdA per arrivare ad incarichi strategici, nei quali far valere meglio il potenziale professionale della categoria nella amministrazione di risorse costituite, in parte significativa, dagli accantonamenti dei consulenti finanziari.

2. La professione che si evolve continuamente: realtà e prospettive

La nostra professione è uscita fortificata dal periodo Covid, con un maggiore riconoscimento da parte della realtà sociale italiana, oltre che dal mondo politico. Dobbiamo quindi puntare al riconoscimento definitivo dell'essenzialità del **nostro ruolo professionale**, a fianco delle persone, delle famiglie e delle imprese nella corretta gestione e pianificazione del loro patrimonio, partendo dalla attuale definizione dell'art. 31 c. 2) del TUF, con un approccio olistico per i vari cicli di vita, al di là e oltre le eventuali definizioni commerciali o varie terminologie parziali e/o derivate.

Sappiamo che le regole del gioco della nostra attività vengono dettate dalla Unione europea. Negli ultimi 2 anni abbiamo fronteggiato una ipotesi di revisione delle varie Direttive e Regolamenti vigenti mediante la **Retail Investment Strategy** che, tra i vari interventi, prevedeva nella prima versione il divieto alla retrocessione degli *inducements*. Ci siamo opposti con buonsenso, rimanendo disponibili a partecipare ad evolutive future in materia con tempi e metodi idonei al miglioramento della prestazione professionale e della soddisfazione dei risparmiatori. Ad oggi, la RIS, comunque depurata da questo tema, è diventata un atto di indirizzo per la Commissione che nascerà dopo le elezioni europee. Dalla *management fee* alla *fee on top*, per giungere probabilmente alla prestazione di consulenza su base indipendente (*fee only*), passando sempre attraverso la garanzia di un intermediario ai sensi dell'art. 31 c. 3 del TUF: i prossimi anni vedranno probabili, ulteriori evoluzioni della nostra professione dal punto di vista della remunerazione e della natura della prestazione. La **rappresentanza qualificata da parte di Anasf**, anche mediante il **Fecif**, attraverso la partecipazione ai vari tavoli legislativi e regolamentari, sarà fondamentale per consentire un corretto approccio, la salvaguardia dell'attività, anche attraverso diverse modalità di proposta sul mercato, e la gestione dei tempi di eventuale transizione verso modelli diversi, in modo da tutelare i consulenti finanziari e, al contempo, tutti i risparmiatori. In questa attività sarà opportuno il confronto e la collaborazione con gli *stakeholders*, in primo luogo gli intermediari, per salvaguardare l'intero settore.

3. Anasf oggi e domani

L'Anasf di oggi rappresenta già una evoluzione rispetto all'associazione voluta dai fondatori: è diventata associazione riconosciuta, mirando ad essere istituzione del settore sia dal punto di vista formale che sostanziale. Ha creato una propria società di servizi, **AS&F – Anasf Servizi&Formazione**, nata inizialmente per gestire Consulenti ed altre iniziative simili. Ha poi ridenominato l'Ufficio Studi in **Centro Studi&Ricerche**, ha dato vita alla sezione **Anasf Giovani**, dedicata ai CF under 41, ed ha creato il **Gruppo di Lavoro Silver**, partecipato da ex associati in pensione e da associati nella fase conclusiva della professione. Attraverso la **Commissione per la parità di Genere** ha realizzato diverse conferenze in giro per l'Italia e iniziative a favore delle donne consulenti finanziarie.

Ora si tratta di configurare il futuro associativo, sviluppandone innanzitutto le componenti attuali.

AS&F integrerà e gestirà il nuovo **Hub Formazione**, ormai prossimo al lancio, che è un contenitore dinamico destinato a raccogliere e far fruire webinar, percorsi formativi, collaborazioni con l'obiettivo di consentire ad

ogni associato di potersi costruire e mantenere una formazione personalizzata altamente professionalizzante e indipendente, sempre più riconosciuta anche dagli intermediari per il completamento dell'assolvimento degli obblighi formativi personali previsti dai Regolamenti vigenti.

Il **CS&R** potrà analogamente diventare entità indipendente, svolgendo anche ricerche autonome, fornibili al mercato e ai media, potendo diventare altresì partner di altre istituzioni, come Ministeri, Commissioni, Enti ed Università.

Anasf si propone verso il **Min. Istruzione ed il Merito** come protagonista nel portare l'educazione finanziaria nelle scuole, puntando a diventare ente certificato, attraverso il progetto **Economic@mente**, che verrà costantemente aggiornato nei contenuti con l'obiettivo di integrarlo nei programmi ministeriali, tenendo conto di un possibile ampliamento anche verso i livelli scolari primari. Verranno inoltre rafforzate le iniziative verso i risparmiatori, anche attraverso la collaborazione con Confesercenti ed altre rappresentanze categoriali, al fine di intervenire verso cittadini ed imprese.

4. Dialogo intergenerazionale, indifferenza di genere, organizzazione professionale

Il **dialogo intergenerazionale** è elemento necessario per superare limiti culturali e *bias* cognitivi, per poter proseguire l'evoluzione della professione e favorire lo sviluppo sociale. Il ricambio generazionale è un ciclo naturale, che vale per la popolazione, portatrice di interessi personali e sociali, quanto per le figure professionali che la assistono. Va condivisa con l'industria **una definizione professionale univoca**, quindi spiegabile e motivabile ai giovani e che, com'è noto, ha indifferenza di genere: il vero *brand* professionale. Questa andrà comunicata bene, con particolare attenzione all'ambito universitario, dove andranno potenziati le relazioni con il mondo universitario, anche attraverso il sostegno della creazione di corsi di laurea dedicati, e i *career days*, con la revisione dei loro contenuti, resi più diretti ed impattanti, con la partecipazione attiva dei componenti di **Anasf Giovani**, veri *trait d'union* con chi deve ancora decidere della propria vita. Dovrà emergere sempre di più quanto valga l'**indifferenza di genere** nella nostra professione, riequilibrando così la platea femminile.

Il **team** è la struttura professionale da sviluppare ai fini di evolvere qualitativamente la professione stessa e farla crescere numericamente con l'accesso di giovani consulenti.

Nel primo caso si parla di **crescita verticale**, legata alla possibile specializzazione dei consulenti finanziari che, collaborando tra loro, potranno rispondere alla domanda sempre più qualificata e sofisticata da parte del mercato in modo più efficace.

Nel secondo caso si intende poter gestire la **crescita orizzontale** tramite giovani consulenti in un ambito già consistente professionalmente, fino alla loro maturazione professionale e di coloro che approcciano la nostra attività.

I due ambiti sono naturalmente integrabili tra loro, realizzando **gruppi di lavoro efficienti e funzionali**. Trattandosi di accordo tra le parti, va promosso uno studio tra i modelli contrattuali esistenti, con l'obiettivo di creare una documentazione che soddisfi e tuteli correttamente tutti i partecipanti, in modo da semplificare e favorire l'adesione a questo modello organizzativo. A sostegno di questi veicoli di crescita andranno intraprese iniziative legislative, di confronto e collaborazione con gli altri *stakeholders*, al fine di incentivarne lo sviluppo e poter quindi soddisfare meglio i bisogni dei cittadini.

5. Tra tecnologia, certificazioni e specializzazioni

Due aspetti dell'evoluzione della professione si sono ormai evidenziati e avranno un particolare focus nei prossimi anni: l'**evoluzione tecnologica**, con le sue possibili conseguenze nella professione, e la **certificazione delle competenze**, che comincia ad essere menzionata anche da Legislatore e Autorità.

La tecnologia, in particolare l'**Intelligenza Artificiale**, si sta gradualmente insinuando in ogni settore ed avrà sicuramente sviluppi rilevanti anche nella consulenza finanziaria e patrimoniale. Va quindi conosciuta e approfondita (*temere senza conoscere è superstizione*) per poterla trasformare in un catalizzatore di valore per tutte le applicazioni, sia tecniche che pratiche, attraverso le quali sarà possibile migliorare la qualità delle nostre prestazioni professionali, tanto quanto riuscire a migliorare la qualità della nostra vita, al pari di quella dei nostri clienti. Sappiamo bene quali siano i rischi che altrimenti lasceremmo a danno dei cittadini:

tecnologie sviluppate in oligopoli controllanti *big datas*, tese a controllare e influenzare massivamente, con diminuzione, anziché crescita, delle conoscenze e delle capacità di decisione. Dalla consapevolezza di queste alternative è nata l'idea della prima certificazione-pilota a livello europeo di **AI Advisor**, in collaborazione con Efpa Italia.

Da qui può ben partire il ragionamento sull'evoluzione delle certificazioni. La creazione dell'**Hub Formazione** precedentemente menzionato e una collaborazione sempre più stretta con Efpa, quale ente certificatore, porterà allo sviluppo di percorsi che soddisfino i bisogni di specializzazione ormai richiesti dal mercato, che abbiamo sottolineato essere una delle componenti possibili d'origine nella creazione dei **team**. Nel tempo, le certificazioni diventeranno effettivamente distintive e il compito di Anasf è quello di agevolare, per tutti i suoi associati, le varie possibilità di sviluppo che il singolo professionista desideri raggiungere, coprendo le varie nicchie di *know how* esistenti.

6. Governo associativo, territorio e dialogo

Il **Decentramento associativo** sul territorio mira a trasferire competenze e responsabilità dalla struttura centrale verso le 19 unità periferiche, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza e la vicinanza ai propri iscritti. Ha alcuni obiettivi fondamentali:

- **Migliorare l'Efficienza Operativa**, con maggiore tempestività di decisione e risposta agli associati;
- **Vicinanza agli iscritti**, per favorire approfondimenti su necessità e problematiche degli associati;
- **Adattabilità e flessibilità**, per consentire ai dirigenti di essere al passo con normative e mercati;
- **Coinvolgimento degli associati**, per aumentare il livello di partecipazione alle attività associative, favorendo anche l'impegno dei dirigenti territoriali per l'allargamento della base associativa.

Le sfide che ci poniamo per i prossimi anni partono da una comunicazione efficace tra sede e realtà territoriali, per garantire che procedure e politiche siano applicate uniformemente su tutto il territorio, gestendo correttamente i costi delle varie iniziative. I dirigenti territoriali saranno supportati attraverso il dialogo con i responsabili di area e dei collaboratori della sede.

Il Decentramento sarà rafforzato nella creazione di **competenze, formazione e consapevolezza dei dirigenti territoriali**, anche attraverso l'utilizzo di applicazioni di Intelligenza Artificiale, per poi poter essere meglio monitorato, assistito e premiato per l'attività svolta a favore della crescita associativa.

Si dovrà comunque partire da una analisi dettagliata delle peculiarità ed esigenze delle diverse aree geografiche, considerando la complessità del nostro Paese. Andrà quindi fatta una chiara pianificazione di incontri telematici con i coordinatori territoriali, con applicazioni tecnologiche che facilitino la diffusione della comunicazione, consentendo una razionale gestione del tempo.

Tutti gli associati dovranno essere costantemente sensibilizzati e coinvolti nelle varie iniziative associative nazionali e locali, assieme ai dirigenti dei Comitati territoriali.

Il **Decentramento associativo è essenziale** per giungere ad una maggiore efficacia delle attività svolte dalla Associazione, per consentirne e consolidarne la crescita futura, per la rappresentanza e la tutela della professione di consulente finanziario.

7. Marketing associativo

Anasf continuerà a rafforzare il posizionamento di marketing strategico adottato negli ultimi anni attraverso la riconoscibilità istituzionale (pietra angolare di partenza), per consolidare la sua funzione di **stakeholder fondamentale del settore finanziario**, rafforzata dal recente riconoscimento della personalità giuridica, giunto a seguito del Congresso straordinario del 21 marzo 2024.

I prossimi passi porteranno ad un *rebranding* dell'Associazione, delle partecipazioni e delle controllate attuali e future. Tale attività assume valore strategico, consentendo una maggiore riconoscibilità dell'Associazione, dopo gli sviluppi degli ultimi anni, un *player* oramai divenuto esso stesso Istituzione, capace di creare sinergie e partenariato con le Istituzioni Politiche, Industriali e di Settore.

L'attività di *rebranding* verrà gestita attraverso la collaborazione con l'agenzia creativa specificamente individuata e sarà oggetto di una campagna pubblicitaria su TV e Stampa, al fine di diffondere e far conoscere sempre di più **la mission e la natura stessa di Anasf**. Ciò consentirà anche il rafforzamento della Comunicazione Istituzionale tramite *media partner* e stampa generalista per rafforzare l'immagine della Professione di Consulente Finanziario. In questa ottica saranno intraprese tutte le azioni possibili con **OCF**,

come già sperimentato in passato, al fine di promuovere congiuntamente la diffusione al pubblico (famiglie e imprese) del ruolo della nostra professione.

Per quanto riguarda la **Comunicazione** verso i Soci, dopo aver rinnovato completamente il sito web e l'APP associativa, i futuri investimenti introdurranno l'uso dell'**Intelligenza Artificiale** applicata al miglioramento dei servizi ai soci, attraverso una piattaforma che crescerà seguendo l'evoluzione della professione e del ciclo di vita del Consulente Finanziario. Proseguiranno inoltre le iniziative specializzate, come gli spot nazionali realizzati per la campagna promozionale di **ConsulenTia 2024**.

Il **marketing territoriale**, dopo i successi degli Eventi che hanno coinvolto tutti i Coordinamenti Territoriali negli ultimi 4 anni ed ottenuto un risultato superiore ai 2.000 iscritti, punterà ancor di più su simili iniziative, rivelatesi snelle ed efficaci, con l'aumento del budget ad esse dedicato e allo snellimento organizzativo. Per questo sarà costituita nell'area riservata del sito web una **suite dedicata esclusivamente ai Coordinatori territoriali** dove, in maniera semplice, veloce e completa si potrà disporre dei dati di sviluppo necessari, implementati dalla AI, per poter progettare le strategie più idonee al proprio territorio, ivi compresi eventi, convenzioni, incontri presso sedi istituzionali.

Si continuerà a rafforzare l'area dei Servizi ai Soci, dopo la profonda riorganizzazione avvenuta negli anni scorsi, introducendo tra le altre cose una **piattaforma di Welfare** all'avanguardia tramite convenzioni con le migliori Compagnie Assicuratrici.

Sempre nell'area degli Eventi, si dovrà supportare in maniera diretta e indiretta il percorso di crescita di **ConsulenTia, l'appuntamento più importante dei Consulenti Finanziari**. Il successo delle ultime edizioni post-pandemia, che hanno superato le 3.000 presenze uniche e le 70.000 in *streaming*, traccia la strada per i prossimi sviluppi, basati su scelte innovative e vincenti di marketing e comunicazione.

Infine, dopo la progettualità iniziata nell'ultimo mandato, si realizzerà finalmente la **docu-serie sul Consulente Finanziario**. L'idea originale del Marketing Anasf, lanciata nel programma elettorale di 4 anni fa, è stata imitata ed apprezzata anche dagli Intermediari. In questo caso, saranno i consulenti a parlare di sé stessi al grande pubblico.