

Il rischio di sentirsi dei co***oni

“Ultimamente sono nervoso e non riesco più a dormire bene. Questo purtroppo non me lo spiego così facilmente perché, per fortuna, non è collegato a particolari problemi di salute. Dovrei invece vivere il mio tempo diversamente, provando sensazioni ed emozioni positive, perché sto mettendo grande impegno a divulgare e convincere ogni persona che incontro che questa sia l’approccio corretto. Mi accorgo però, che lungo questa strada, sono sempre troppe le distrazioni a cui le persone sono soggette che, ahimè, non mi consentono facilmente di guidarle al loro obiettivo. A volte mi fermo e penso che sia quasi come esser dentro una guerra contro un nemico spesso invincibile, capace spesso di accerchiarti e a volte di attaccarti vigliaccamente alle spalle, un nemico con risorse economiche mostruose. Sono sempre più convinto che la mia sia una missione di frontiera, una di quelle azioni dove il rischio è sempre altissimo, però sai, a me piace, piace tanto, mi dà la carica e l’adrenalina necessaria per essere sempre sul pezzo. Per contro, mi rendo conto che quando si lavora in queste condizioni, il rischio di sentirsi dei “coglioni” è sempre in agguato, lì dietro l’angolo...” ...

Vi ho appena riportato una confidenza che recentemente ho scambiato con un amico che come noi fa il consulente indipendente. Uno che come noi ha scelto di essere libero.

Recentemente mi è capitato di vedere in televisione Roberto Burioni, un medico ricercatore tra i massimi esperti nel campo relativo allo sviluppo di anticorpi monoclonali umani contro agenti infettivi. Ha acquisito notorietà con i suoi interventi contro la disinformazione sui social media in materia di vaccini. Argomento molto delicato e suscettibile di infinite polemiche. Non voglio però entrare nel merito della questione ma voglio solamente evidenziare un passaggio del suo ragionamento perché finanza e medicina hanno delle radici o meglio, dei cromosomi comuni.

Questo medico sostiene che non si può portare la discussione di determinati argomenti che presuppongono anni di approfonditi studi, gestendola su livelli che si conformano al massimo alla trattazione di argomenti inconsistenti quali per esempio il calcio o le vacanze. Ovviamente su questi, tutti possono dire la loro e tutti hanno torto o ragione (anche perché, in linea di massima, non esiste). Su questioni molto complesse invece, non si può discutere nei social media, nei blog, nei rotocalchi e credere che la sostenibilità delle argomentazioni sia pesata in base ai like che si acquisiscono.

Effettivamente non possiamo non concordare con questa osservazione perché ormai tante cose paiono funzionare con questi meccanismi. Mi piacerebbe chiedere al dott. Burioni se anche lui abbia mai corso il rischio di sentirsi un “coglione” quando si è trovato in ambienti in cui tutti pensavano di sapere tutto. Purtroppo, anche la divulgazione finanziaria ha preso una bruttissima piega. La gente è convinta che basti accedere ad uno dei tanti social network per poter trovare una spiegazione o una soluzione alle proprie necessità ma soprattutto è vero il contrario; si pensa che tutti possano capire tutto semplicemente postando un tutorial o un corso di 2 ore online.

Questo perverso meccanismo, che presuppone che tutti siano dotati sistematicamente di “intelligenza”, ha conseguenze disastrose nella gestione sia delle risorse economiche delle persone e sia nelle relazioni personali. Provate fare un esercizio così come ve lo propongo. Se avete delle conoscenze approfondite nel vostro mestiere o professione, provate a rivolgere una ricerca di informazioni attraverso il web su argomenti che conoscete bene e scoprirete una cosa sorprendente. La profondità delle notizie che acquisirete sarà tale da farvi sussultare sulla sedia. Vi accorgerete che i contenuti saranno di una superficialità tale che vi

chiederete se è possibile che le persone si fermino ad un livello così basso di conoscenza. D'altronde non possiamo esser tutti esperti su tutto, dirà più di qualcuno. L'importante però sarebbe esser coscienti che quando si va alla ricerca di contenuti attraverso questi mezzi, si arriva al massimo ad ottenere solo una infinitesimale conoscenza della materia. Personalmente ho impiegato 30 anni della mia vita per comprendere solo una parte dei criteri con i quali si devono gestire i rischi di un portafoglio, non trovando mai una risposta sul web che soddisfi la mia necessità di approfondimento e quando voglio andare oltre, devo comprarmi libri, spesso in inglese, per arrivare ad avere una risposta soddisfacente.

Capisco allora che uno possa correre il rischio di sentirsi un "coglione", perché quando ti trovi di fronte ad una popolazione in cui tutti sono considerati "intelligenti a prescindere", anche su temi che presuppongono anni di approfonditi studi, l'asticella della discussione si abbassa drasticamente. E questo lo comprendo anche quando lo si declina all'ambito della finanza. Perché i nostri risparmiatori, quelli italiani intendo, sono invece persone principalmente poco informate, che apprendono dal web o dalle loro banche attraverso i loro mandatari, che consulenti lo sono solo di nome. Solo per menzionare una delle tante, secondo una ricerca di Swg, pubblicata su il Corriere Economia ad aprile, il 70% delle persone preferisce gestire personalmente i propri investimenti e tra chi possiede almeno un prodotto, il 64% non si avvale della consulenza di un professionista del settore. Quattro intervistati su dieci invece si confrontano con l'avvocato o il notaio, più o meno regolarmente, per avere qualche suggerimento a proposito di questioni finanziarie.

Il sistema poi, è riuscito incessantemente a posizionare l'asticella sempre più aderente al pavimento. Lo dimostrano i fatti. L'attenzione si è spostata su questioni che non hanno nulla a che fare con una corretta ed efficiente gestione di portafoglio come per esempio: la periodica celebrazione dei dati di raccolta di denaro sui prodotti di casa fatta dei principali Brand, (prodotti che tra l'altro sono troppo spesso di scarsa efficacia); lo sfoggio da parte di manager senza alcuna preparazione tecnica che, grazie a politiche di incentivazione, premi e budget, vantano viaggi in località lussuose pubblicandoli senza alcun scrupolo nei vari canali web; l'organizzazione di convention dove i contenuti sono l'autocelebrazione del brand con sfarzi hollywoodiani; ecc...

Non si parla mai di risultati per il cliente ma solamente di quelli dell'azienda! E la cosa più spettacolare di tutto questo è che il cliente è così "intelligente" che sembra godere di questo!!! Non c'è nulla di più paradossale di questa situazione. Se solo potesse capire che tutto questo è pagato da lui (al quale rimangono sempre le briciole e a volte le ceneri), forse inizierebbe a sentirsi offeso dal modo in cui il sistema agisce. Recentemente sono stato al teatro comunale di Treviso in occasione di uno spettacolo satirico. Sponsor della serata un noto brand. Un esercito di gessati in blue con tanto di spilletta di riconoscimento che accoglievano le persone. Hostess molto graziose che consegnavano depliant sui loro prodotti. Dietro a me, un signore, loro cliente, con a fianco il suo consulente.

Si lamentava perché la banca non gli aveva regalato ancora la bicicletta. Il consulente prontamente gli ha risposto che aveva già ricevuto un AppleWatch per avergli presentato un primario e che per la bici, avrebbe dovuto investire in un programma di investimento ben definito (fondi di casa...). Ecco, questa è una fattispecie molto comune del risparmiatore Italiano, che è così "intelligente" da non accorgersi che se si comprasse da solo la bicicletta risparmierebbe 3 volte tanto che non farsi abbindolare dal consulente che, a 360°, gira attorno a lui. Poi periodicamente capita di leggere ancora notizie come queste: a Portogruaro, pochi giorni fa, circa 4.500 clienti sono stati truffati per un controvalore di circa 75 milioni di euro da una società che prometteva tassi di interesse al 10% al mese!!!!

Caro amico mio, che sei consulente indipendente, che hai scelto di studiare anni, di rischiare in proprio, di approfondire, di fare ricerca per raggiungere un buon livello di preparazione da riversare al tuo cliente, mi spiace confermarti che si corre sempre il rischio di sentirsi dei "coglioni" ma credimi, non farti la testa per nulla, perché se ci pensi bene, il "c.....ne" non sei tu. Perché in Italia paga di più promettere bici, viaggi, premi, sogni e rendimenti impossibili che parlare delle verità nascoste. Chissà se Mifid2 che obbliga gli intermediari a pubblicare ante e post i costi dei servizi finanziari, contribuirà all'evoluzione della specie. Stai sereno e guarda avanti che le cose cambiano nel tempo.