

**Upadł mit doradców finansowych****Zbite okienka**

**Wraz z załamaniem na giełdach upada mit doradców finansowych – ludzi, którzy obiecywali, że łatwo i szybko pomnożą nasze pieniądze.**

Była taka scena w głośnym filmie Krzysztofa Krauzego „Plac Zbawiciela”. Młodzi bohaterowie poszli na imprezę do znajomych. Mieszkanie urządzone nowocześnie, ze skosami, z zaadaptowanym poddaszem. Widać, że nowo kupione i pewnie na kredyt. Leniwe rozmowy snują się wokół pieniędzy, inwestycji, zysków. Padają kwoty, kto, gdzie, jakie fundusze kupić i ile procent na tym zarabia. To było w czasach, kiedy w telewizji sieć doradców finansowych Expander reklamowała się hasłem „Tu można tylko zyskać”. Dziś okazuje się, że nie tylko i nie zawsze zyskać. Gdyby Krauze teraz nakręcił swój film, atmosfera imprezy nie byłaby już tak luźna. Nad kielichem sączyłyby się narzekania na doradców, którzy polecili inwestycje, akcje, kredyty we frankach. Padłyby kwoty, kto, ile, na czym umoczył. Lista wyrzutów jest długa.

Pokrzywdzeni czują się ci, którzy za namową doradców wiosną i latem 2007, tuż przed załamaniem giełd, zainwestowali swe pieniądze w fundusze związane z rynkiem akcji. Wielu trzyma je do dziś. Najpierw posłuchali porad, żeby zachować spokój, bo to tylko korekta, a dwucyfrowe zyski powrócą. Potem, gdy nie było już co zbierać, stwierdzili, że trudno, przecież kiedyś się odbije. W zależności od tego, jaki procent wpłaconej sumy miał być obracany na parkiecie, stracili do dziś 20–60 proc. oszczędności.

Niezadowoleni są też ci, którzy wiosną i latem 2008 r., kiedy złotówka była rekordowo silna, zaciągnęli kredyty hipoteczne we frankach (CHF). Od tamtej pory kurs szwajcarskiej waluty wzrósł o jedną trzecią. Tyle samo skoczyły raty – co jeszcze można by było przeboleć – ale, niestety, wzrosła również łączna kwota zadłużenia. Kto w lipcu 2008 r. pożyczył z banku na mieszkanie 350 tys. zł, dziś jest winien ponad pół miliona złotych. Zaś mieszkanie jest warte 10–15 proc. mniej. Choć uczciwie trzeba podkreślić, że wciąż jego kredyt ma atrakcyjne, niskie oprocentowanie.

**Toksyczne kredyty**

Osobne rachunki krzywd mają przedsiębiorcy namówieni na spekulowanie kursami walutowymi. Zarabiali na wzmocnieniu się polskiej waluty. Gdy jednak w pół roku straciła ona jedną trzecią swej wartości, straty poszły w miliony. Małe i średnie firmy, które najbardziej ucierpiały na nieostrożnych spekulacjach, składają dziś wnioski o upadłość, idą z bankami na sądową wojnę, proszą wicepremiera Waldemara Pawlaka o pomoc. O swe problemy obwiniają bankowych doradców, którzy przekonywali, że na opcjach walutowych nie można stracić, że to pewny interes bez ryzyka.

A jeszcze do niedawna młody, uśmiechnięty doradca finansowy (pracujący w banku lub niezależny) był synonimem sukcesu. Wszystko, czego się dotknął, zamieniał w zysk i złoto. Jednak trwający od połowy 2007 r. kryzys na rynkach finansowych zniszczył wiele legend globalnej finansjery, zaczynając od najwyższych szczebli. Alan Greenspan, były szef Fed, musiał się wytłumaczyć przed Kongresem z błędnej polityki pieniężnej, którą prowadził amerykański bank centralny. Bankierzy inwestycyjni z Wall Street i londyńskiego City, do niedawna złote dzieci finansowej hossy, musieli spakować swe rzeczy do kartonowych pudeł, gdy ich firmy zostały znacjonalizowane albo padły. Słusznie oberwało się również agencjom ratingowym, które zarabiają spore pieniądze na ocenianiu ryzyka. Uchodżyły za wyroczenie dla światowych rynków do momentu, gdy okazało się, że papiery ocenione na AAA+ (czyli bardzo bezpieczne) są tak naprawdę opakowaniem dla niespłacanych, toksycznych kredytów hipotecznych.

Kryzys sprawił, że padły bolesne pytania. Czy wiedza, którą dysponują bankierzy i finansiści, naprawdę jest adekwatna do ich wysokich przeciętnych zarobków? Czy można wierzyć w prognozy analityków i ekonomistów? I wreszcie – dla klienta sprawa kluczowa – na ile możemy zaufać pracownikowi, który obsługuje nas przy bankowym okienku?

**Kredyt jak batonik**

Nie tylko klienci są wściekli. W środowisku finansowym trwa poszukiwanie kozła ofiarnego. I wzajemne spychanie winy. – *Nie możemy odpowiadać za tysiące osób spoza branży, które wydrukowały sobie na wizytówce „doradca finansowy” i namawiały na inwestowanie. Proszę zauważyć, że odpowiedzialność ponoszą teraz banki i klienci, a tak zwani doradcy zainkasowali prowizję i umywają ręce* – mówi Krzysztof Pietraszkiewicz, prezes Związku Banków Polskich, który rozsyła do mediów listy z prośbami, aby nie ulegać modzie na antybankowość. Prezes przypomina, że to często doradcy finansowi podpowiadali klientom, jak omijać procedury bankowe (np. przemilczać wydatki rodziny), aby otrzymać maksymalnie wysoki kredyt, którego raty w czasach kryzysu zaczęły uwierzać.

Z kolei doradcy odpowiadają, że, owszem, ale cały proceder odbywał się za cichym przyzwoleniem bankowców, którym zależało na obsłudze jak największej liczby chętnych. – *Przez biura doradców przeszło w 2008 r. zaledwie 18 proc. wszystkich udzielonych kredytów hipotecznych, a jeśli chodzi o inwestycje w fundusze, mówimy o śladowych kilku procentach* – przekonuje Krzysztof Barembruch, prezes branżowego Związku Firm Doradztwa Finansowego (ZDFD), zrzeszającego największe firmy, m.in. Expander, Open Finance, Notus, Finamo, A-Z Finance.

Członkowie ZDFD przypominają, że są młodą branżą, która dopiero buduje swoje standardy, a załamanie na rynku finansowym jest bezprecedensowe. W tej sytuacji – apelują – powinno się raczej prowadzić dialog w interesie klientów, a nie zastanawiać, kogo obarczyć winą. Według danych Związku, doradcy pilotowali wnioski kredytowe na 12 mld zł, podczas gdy przy okienkach bankowych zaciągnięto kredyty na 56 mld zł.

Ale prawda leży gdzie indziej. – *W ostatnim dziesięcioleciu polski sektor bankowy przeszedł rewolucję. Kluczem do sukcesu było otwarcie się na klienta. O koncie, kredycie czy karcie zaczęto myśleć jak o towarze* – mówi Michał Macierzyński, analityk portalu Bankier.pl. Bankowcy weszli do innej ligi – zaczęli konkurować z producentami telewizorów, batoników i kremów pod oczy. I, tak jak oni, musieli postawić na rozwój tzw. sił sprzedażowych.

## W(y)ciskanie klienta

W ostatnich latach polskie banki przyjęły do pracy 40 tys. osób. Większość trafiła na linię frontu, do klientów. Ich stanowiska nazywano ładnie „osobisty doradca”, „opiekun klienta”, podczas gdy byli to po prostu sprzedawcy. Dziś szefowie banków uciekają od tych określeń, wołają neutralne: pracownik okienkowy.

Zmienił się też sposób wynagradzania sprzedawców. Zmniejszono udział stałych pensji, podwyższono zaś premie za realizację celów wyznaczanych przez zarządy banków. – *A że wszystko rosło, cele te były stale podwyższane. Z kwartału na kwartał mieliśmy wcisnąć klientom więcej pożyczek, kart kredytowych, inwestycji. Od tego wzrostu zależały premie. Nie sprzedajesz, nie zarabiasz, nie żyjesz* – mówi M., były pracownik jednego z dużych banków. Aby wyrobić normy, M. dzwonił, nagabywał, namawiał znajomych, wciskał na siłę. Według najnowszego raportu o wynagrodzeniach firmy Sedlak&Sedlak, udział premii w zarobkach jest w przypadku branży bankowej wyższy niż w logistyce, telekomunikacji, a nawet handlu. W skrajnych przypadkach bywało, że pracownik na etacie dostawał średnią pensję krajową (2,5 tys. zł) i 10 tys. zł premii.

Jeszcze lepiej zarabiali doradcy zatrudnieni przez pośredników – w dobrych miesiącach, a tylko takie zdarzały się w latach 2006–2007, zarobki rzędu 15–20 tys. zł były normalne. Nic dziwnego, że ta branża przeżyła prawdziwy boom. Pierwszej firmie doradczej – założonemu w 2000 r. Expanderowi – wyrosła spora konkurencja. To w sumie prosty biznes, polegający na kontaktowaniu klienta z instytucją finansową. Usługa dla klienta jest bezpłatna, bo zarobek dla doradcy płaci bank. Doradztwo nie wymaga wielkich inwestycji, a zyski pojawiają się wraz z prowizją za pierwszy sprzedany kredyt. Dlatego w szczytowym okresie 2007 r. dziesięć sieci planowało rozwój w całym kraju (część już padła). Największe firmy doradcze zrzeszone w ZDFD w końcu 2008 r. miały 265 oddziałów, zatrudniając 2132 doradców. Do tego dochodzą tysiące miniprzedsiębiorców, prowadzących działalność gospodarczą lokalnie, na własną rękę.

Zdaniem Adama Niewińskiego, prezesa firmy doradczej Xelion (specjalizującej się w zarządzaniu majątkiem osób zamożnych), a kiedyś jednego z założycieli Expandera, większość polskich doradców finansowych nie jest jednak nastawiona na budowanie długotrwałej relacji z klientem. – *Są uzależnieni od ciągłego sprzedawania. Takie podejście – zdobyć klienta i zainkasować prowizję – świetnie się sprawdza w przypadku kredytów hipotecznych, ale już nie przy wieloletnim inwestowaniu* – mówi. Przy założeniu, że klient jest u pośrednika tylko raz, naturalnie chce się z niego wycisnąć wszystkie soki. Dlatego doradcy zaciągającym kredyt hipoteczny polecali zainwestowanie części pieniędzy w akcje albo namawiali na wieloletnie polisy połączone z funduszami inwestycyjnymi, z których wycofanie się przed czasem jest kosztowne.

W latach 2006–2007 rozwój branży finansowej był tak szybki, że nie starczało ludzi do pracy. Przyjmowano każdego po studiach, aby po 3,4-tygodniowym szkoleniu rzucić go na sprzedażowy front. Ci młodzi ludzie często nie pamiętali poprzedniego kryzysu finansowego z lat 2000–2003. Nie mieli doświadczenia, które jest niezbędne przy inwestowaniu. Krzysztof Pietraszkiewicz z ZBP zauważa, że młodzi mają znacznie większą skłonność do ponoszenia ryzyka i chętnie takie agresywne strategie inwestowania polecają klientom. – *Zwolniono zbyt wielu starszych pracowników, którzy stanowili pamięć tej branży* – mówi.

## Spredoradca

Ten brak doświadczenia z jednej strony okienka zderzył się z ignorancją po drugiej. Z badania, które zleciła Komisja Nadzoru Finansowego, wynika, że co piąty klient instytucji finansowej ma problem z wybraniem dla siebie właściwej oferty (w tym aż 37 proc. zaciągających kredyty hipoteczne). Podejmując decyzje klienci banków opierają się głównie na opiniach sprzedawców, zainteresowanych przecież szybkim załatwieniem sprawy. „Klienci aż za bardzo wierzą pracownikom banków. Wykazują się bezkrytycznym zaufaniem do tych instytucji” – piszą autorzy raportu KNF. Często po prostu nie czytamy, co podpisujemy (patrz ramka). I właśnie to połączenie niewiedzy, naiwności i chciwości dało w efekcie kryzysową mieszankę wybuchową.

Bankowcy przyznają niechętnie, że rzeczywiście doszło do zbyt dużego zlania się znaczeń słów „sprzedawca” i „doradca”. Branża przechodzi jednak do ofensywy. – *To psychologia kryzysu. Gdy wszystko szło do góry i wszyscy zyskiwali, nikt nie zadawał kłopotliwych pytań. Jak zaczęło spadać, to się szuka odpowiedzialnych* – mówi Wojciech Kaczorowski, rzecznik Millennium Banku. Krzysztof Pietraszkiewicz zwraca uwagę, że wielu klientów wpędziło się w kłopoty na własne życzenie. – *Dziś nikt z nich nie pamięta już, że przed załamaniem giełd wręcz domagali się funduszy akcji. Gdy lokata dawała 2–3 proc. rocznie, a sąsiad zarabiał na giełdzie 30 proc., nikt nie chciał słuchać o ograniczaniu ryzyka. Ani o kredytach w złotówkach, skoro wszyscy brali franki. Zadziałała psychologia tłumu* – mówi prezes ZBP. A skoro był popyt, został zaspokojony.

Problem jest jednak poważny. – *Branża finansowa przechodzi wizerunkowy kryzys, a większość szefów instytucji schowała głowy w piasek* – mówi Sławomir Żurek, specjalista public relations z agencji ComPress PR. Spadki na giełdach kiedyś się skończą, ale niesmak klientów po kontaktach z doradcami-sprzedawcami pozostanie dłużej. Jak odbudować zaufanie? Zdaniem Adriana Gawlikowskiego, prezesa agencji Core PR, słowo „doradca” było nadużywane i jest już spalone. – *Nie wystarczy kampania reklamowa, aby pomóc. Instytucje finansowe powinny pokazać, że są z klientami na dobre i na złe, nie tylko w czasie hossy, ale i bessy* – mówi. Jego zdaniem powinny powstać punkty porad kryzysowych. Pracujący tam doradcy, zamiast sprzedawać produkty finansowe, powinni rzetelnie prześwietlić sytuację finansową klientów i podpowiedzieć, jak przetrwać trudne czasy.

Zmiana modelu biznesowego doradców – tak, aby ich usługi były odpłatne, nie wchodzi w grę. Z badań wynika, że to się nie przyjmie (nawet w zamożnej Wielkiej Brytanii odpłatne usługi doradztwa finansowego stanowią 9 proc. rynku). Pomoże za to zmiana sposobu wynagradzania – już nie jednorazowa prowizja, a przyszłe udziały w opłacie, którą pobierać będzie firma zarządzająca powierzonym majątkiem. W ten sposób doradcy będą zależeć na sukcesie finansowym proponowanych inwestycji.

## Oko na doradców

Pojawił się pomysł, aby wprowadzić licencje dla doradców. Nad zmianą przepisów pracuje Komisja Nadzoru Finansowego. – *Na razie prowadzimy konsultacje. Nie chcemy zamykać dostępu do zawodu. Raczej skłaniamy się do tego, aby objąć nadzorem firmy doradztwa finansowego. A te będą już musiały mieć oko na swych pracownikach, pod rygorem utraty licencji* – mówi Katarzyna Biela z KNF. Sceptycy wskazują jednak, że przecież KNF nadzoruje banki, co w żaden sposób nie przeszkodziło zatrudnionym tam sprzedawcom postępować nieetycznie.

Doraźnie sytuację powinien poprawić wprowadzenie w Polsce tzw. unijnej dyrektywy MIFID, która m.in. wymusza na sprzedawcach dokładniejszą ocenę sytuacji finansowej klientów. Co więcej, znacznie utrudnia sprzedawanie ryzykownych produktów finansowych tym, którzy nie powinni ich kupić. Ustawa wprowadzająca MIFID jednak nie działa, bo Lech Kaczyński skierował ją do Trybunału Konstytucyjnego (są tam przepisy ograniczające władzę NBP). Bankowcy narzekają, że polski klient jest niewydukuwany finansowo, a w swych decyzjach często podąża za modą i tłumem. Ale banki, towarzystwa funduszy inwestycyjnych i doradcy finansowi w czasach prosperity nie mieli czasu ani chęci, żeby tę edukację prowadzić. Byli zbyt zajęci

zarabianiem pieniędzy. Kryzys to dobry czas na pracę u podstaw. – *Na reputację pracuje się wiele lat, a można ją stracić w pięć minut* – mówi Krzysztof Barembruch.

Wykonanie Javatech | Prawa autorskie © S.P. Polityka

**POLITYKA.PL**