

## NICCHIE IN CRESCITA

CONSULENTI &  
RETI

# Alla conquista degli imprenditori

a cura di **Lorenzo Dilena**

**L'idea che il consulente finanziario abbia ormai conquistato un ruolo di tutto rispetto nel cuore (e nei portafogli) degli imprenditori italiani serpeggia da tempo. Ma finora era rimasta nulla più che una sensazione, sia pure sempre più forte con il passare degli anni. Del resto, il professionista del risparmio deve fare i conti con la contemporanea presenza di moltissimi referenti che gravitano intorno ai piccoli e medi titolari di imprese, dal direttore di banca al gestore corporate, dal commercialista all'avvocato e al notaio fino agli esperti di finanza aziendale. Certamente, un contesto sfidante, con molti operatori pronti a essere l'advisor che supporta a 360 gradi con le proprie competenze o indirizza verso gli specialisti giusti. E molte reti hanno cominciato a credere con forza che si stiano aprendo nuove grandi opportunità**

Un nuovo scenario è stato fotografato da una ricerca del centro studi **Finer**, presentata dall'economista **Nicola Ronchetti** durante l'evento **ConsulenTia 19**, organizzato dall'Anasf a Roma, dal 5 al 7 febbraio scorsi. L'indagine è stata condotta su un campione di 110 imprenditori (25 titolari di aziende con fatturato superiore a 200 milioni di euro, 37 con un giro d'affari compreso fra 50 e 200 milioni e 48 sotto 50 milioni), analizzati per tipo di referente prevalente. In questo contesto, affollato di figure professionali di ogni tipo, ha evidenziato la ricerca Finer, «il consulente finanziario si ritaglia un'ottima posizione sul podio della soddisfazione, dietro solo al commercialista, che molto spesso è il pivot della numerosa squadra che gravita intorno all'imprenditore». Dalla ricerca emerge che 110 titolari di azienda sono seguiti come società da un gestore corporate bancario, 65 sono consigliati per le proprie finanze personali da un private banker e 55 da un consulente finanziario, che li assiste sempre sul lato delle finanze personali.

Del resto, nota **Gianluca Serafini**, responsabile marketing, private wealth management (Pwm) e rete bancaria di **Fideuram Intesa Sanpaolo Private Banking**: «Le famiglie "private" rappresentano per il paese una piccola percentuale: sono circa 628 mila, che detengono una



**GIANLUCA SERAFINI**  
responsabile marketing,  
private wealth management (Pwm)  
e rete bancaria  
Fideuram Intesa Sanpaolo Private  
Banking

vasta ricchezza finanziaria, (983 miliardi di euro) e patrimoniale in genere. Di queste, il 60% circa, è rappresentato da imprenditori. È noto inoltre che il 98% delle aziende italiane è di piccola e media dimensione, spesso a gestione familiare, ed è molto sensibile al passaggio generazionale. Da questo contesto emergono esigenze profonde, strutturali, radicate nello stesso tessuto economico del nostro paese, che di passeggero nulla hanno. Penso ad esempio alla crescente necessità di preservare la ricchezza generata dall'impresa, nonché alle molteplici esigenze dettate dal concentrare in un'unica figura il ruolo di investitore finanziario e immobiliare, di membro di una famiglia che eredita parte della ricchezza, di investitore diretto nella società, di esponente apicale dell'azienda, di attore nei mercati del credito industriale e della finanza strutturata».

Per stessa ammissione degli imprenditori, si legge nella ricerca Finer, «la scelta di avere differenti interlocutori per le attività finanziarie personali e aziendali è quasi obbligata soprattutto se la società è grande, ma tra chi ha sperimentato il valore e la professionalità del consulente finanziario questa barriera diventa meno alta e netta». E ciò vuol dire che, dal punto di vista delle possibilità di sviluppo della professione del consulente finanziario, le Pmi italiane sono un campo certo difficile, ma potenzialmente interessante per il futuro. Tanto che si parla già di una nuova sfida. A condizione, ovviamente, di essere sostenuti dalle società mandanti.

I servizi corporate sembrano perciò una prateria sterminata che si apre davanti ai consulenti finanziari. È quindi estremamente

*«I private banker devono avere la capacità di combinare i diversi servizi all'imprenditore e all'impresa, costruendo soluzioni tagliate su misura per portare la persona, l'imprenditore e l'azienda verso i rispettivi obiettivi, sempre interconnessi tra loro, a volte sinergici, a volte contrapposti»*

**GIANLUCA SERAFINI**

interessante capire qual è la visione di alcune tra le principali società mandanti e come intendono muoversi per cavalcare la tendenza emergente e supportare i consulenti.

**Mediolanum** non ha dubbi: «Il consulente finanziario deve essere in grado di gestire i bisogni del cliente a 360 gradi, anche quelli derivanti dalla sua attività imprenditoriale e dell'impresa stessa, situazioni molto spesso indivisibili l'una dall'altra», dichiara il direttore

generale **Gianluca Bosio**. «Crediamo fortemente in questo connubio e infatti, da fine 2018, ci siamo dotati della banca d'affari proprio per permettere ai consulenti finanziari di gestire a tutto tondo le necessità dei nostri numerosi clienti a capo di imprese che adesso possiamo servire anche sul fronte aziendale, in particolare per le operazioni di finanza straordinaria».

Una delle aree principali su cui le società hanno bisogno di ragionare oggi, continua Bosio, è il passaggio generazionale, che deve essere considerato un percorso non una semplice gestione dell'evento. «Accompagnare l'imprenditore a fare le scelte migliori sul tema vuole dire impostare una progettualità futura, compiere adesso le scelte per perseguire il business in modo efficace, guidando anche l'impostazione e la formazione di chi prenderà gradualmente il timone nel futuro». La presenza, dalla fine del 2018, di un'investment bank di casa permette poi «di avere un riferimento per tutte le operazioni di finanza straordinaria d'impresa», a cominciare dall'M&A.

La tendenza è tutt'altro che una moda passeggera assicurano gli addetti ai lavori. «È certamente un trend irreversibile, ma allo stesso tempo non un servizio così clamoroso





**GIANLUCA BOSIO**  
direttore generale  
Banca Mediolanum

*«Il consulente finanziario deve essere in grado di gestire i bisogni del cliente a 360 gradi, anche quelli derivanti dalla sua attività imprenditoriale e della società stessa, situazioni molto spesso indivisibili l'una dall'altra»*

**GIANLUCA BOSIO**

samente diverso da quanto siamo abituati a fornire», osserva **Gianluca Scelzo**, consigliere delegato di **Copernico Sim**. «Sono diversi i flussi finanziari, gli obiettivi di investimento e, per certi versi, anche le strategie, però sia per la parte del risparmio personale dell'imprenditore, sia per quella di risparmio aziendale (o comunque di gestione delle esigenze dell'impresa), le differenze sono davvero sottili e il servizio può essere persino integrato».

#### SERVIZI A 360 GRADI

La strada è promettente, assicura **Duccio Marconi**, direttore centrale consulenti finanziari di **CheBanca!** (gruppo **Medio-banca**): «Si tratta di sapere rispondere alle sempre nuove esigenze dei clienti. Per gli imprenditori, in particolare, ciò significa offrire soluzioni non solo nella gestione dei risparmi privati, ma anche per le esigenze finanziarie legate all'azienda, facendo leva sulle competenze interne al gruppo Mediolanum. Questo è un trend irreversibile che non deve essere sottovalutato, soprattutto

in un paese come il nostro, dove l'85% delle società è rappresentato da imprese familiari e molto spesso non c'è una netta distinzione tra la ricchezza personale dell'imprenditore e quella aziendale. In un momento storico complesso come questo, chi guida una struttura deve concentrarsi sull'innovazione e sulla competitività del suo business: ne deriva una serie di esigenze finanziarie sulle quali i nostri consulenti possono affiancarlo nel modo migliore». Grazie alle sinergie con i prodotti e le competenze sviluppate da Mediobanca in oltre 70 anni di lavoro per le imprese italiane, i servizi corporate offerti da CheBanca! rispondono, secondo la società, a tutte le esigenze di finanza ordinaria, come operazioni di leasing/factoring, e di finanza straordinaria, come il reperimento di capitali di rischio e di credito: «Abbiamo un'offerta completa che spazia dai servizi di advisory (ristrutturazioni del passivo, riorganizzazioni societarie, operazioni di finanza straordinaria quali fusioni e acquisizioni, dismissioni e scissioni, joint-venture e partnership) al debt arranging, destinato a supportare le necessità di finanziamento dell'azienda con strumenti innovativi, fino ad arrivare all'offerta nell'equity capital market», precisa Marconi.

«Per stare al passo con le esigenze dei nostri clienti imprenditori, abbiamo creato una linea di servizio dedicata, che abbiamo chiamato "Private wealth management" (in breve Pwm) con l'obiettivo di marcare l'ampiezza del servizio, che abbraccia la consulenza patrimoniale intesa nel senso più ampio», aggiunge Serafini. «Offriamo in tal modo ai nostri clienti soluzioni personalizzate, che nascono dal lavoro di squadra che il private banker, figura pivot nella relazione di fiducia con cliente, compie insieme a specialisti dedicati di Fideuram, a società del nostro gruppo e a selezionati partner esterni». I servizi offerti sono stati sviluppati per accompagnare i clienti durante tutto il ciclo di vita dell'impresa, pianificando e realizzando la strategia di valorizzazione più adatta alla singola realtà: dalla pianificazione strategica e di business planning, alla gestione della transizione aziendale e della exit, dalla consulenza in ambito legale e fiscale alla ristrutturazione aziendale fino all'accesso al credito.

Per **Marco Bernardi**, vicedirettore generale di **Banca Generali**, un campo promettente è rappresentato dalle «attività di corporate finance, come le due diligence aziendali in presenza di operazioni straordinarie, l'efficientamento e il benchmarking

del patrimonio societario. Inoltre, la volatilità dei mercati rende essenziali anche i servizi di copertura sui cambi o sulle materie prime in caso di import-export rilevante, e certamente le prospettive di apertura del mercato dei capitali al risparmio privato ampliano le opportunità di finanziamento e supporto strategico alle Pmi. Grazie alle partnership esclusive con realtà leader nel proprio segmento di riferimento e all'innovazione della nostra piattaforma informatica Bg Personal advisory in grado di mettere in correlazione la molteplicità di dati patrimoniali, riusciamo ad affiancarci all'imprenditore, alla sua famiglia e alla sua impresa su un'ampia gamma di servizi».

Analisi del valore aziendale, supporto nel passaggio generazionale e successorio, advisory nelle operazioni straordinarie o negli interventi sul capitale, consulenza nelle opportunità legate alla finanza agevolata e nelle dinamiche fiscali sono alcuni dei principali servizi offerti. «Stiamo poi dando il via», aggiunge Bernardi «a iniziative di investimento meno liquide, come club deal e operazioni di venture capital, che si rivolgono sia agli imprenditori in ambito di investimento, sia a realtà d'impresa all'avanguardia. Il lancio a



**GIANLUCA SCELZO**  
consigliere delegato  
Copernico Sim

*«È certamente un trend irreversibile, ma allo stesso tempo non un servizio così clamorosamente diverso da quanto siamo abituati a fornire»*

**GIANLUCA SCELZO**



**DUCCIO MARCONI**  
direttore centrale  
consulenti finanziari  
CheBanca! (Gruppo Mediobanca)

*«Il consulente deve essere capace di intercettare in anticipo le necessità e le opportunità dell'imprenditore, oltre a possedere le conoscenze necessarie a dare una risposta efficace alle esigenze dell'azienda, attivando di volta in volta le strutture più adeguate all'interno del nostro gruppo»*

**DUCCIO MARCONI**

breve della piattaforma Bg-Saxo favorirà poi i servizi di copertura dinamica molto utili per le società con interessi sui mercati esteri».

Secondo Copernico Sim, «bisogna capire bene se i soldi che stiamo gestendo sono i risparmi dell'imprenditore o fondi dell'azienda. Nel primo caso solitamente deve esserci una gestione oculata e sostanzialmente priva di rischi (spesso è così) per soddisfare tutte le esigenze della sfera personale e familiare. Nel secondo, invece, bisogna analizzare tutte le possibili soluzioni: dalla gestione del Tfr dei dipendenti, all'utilizzo meno frequente del fido, dalla creazione di un cuscinetto per le emergenze, alla rinegoziazione di eventuali mutui o finanziamenti». E anche se per il momento i servizi dedicati alle cosiddette persone giuridiche incidono ancora poco, «nei prossimi anni ci sarà uno sviluppo comunque importante».

«L'approccio globale alla consulenza di Widi-

## ConsulenTia19, un futuro da protagonisti

Protagonisti della crescita. Era questo il titolo della VI edizione di ConsulenTia, l'evento ideato dall'Anasf dedicato al mondo della consulenza finanziaria e svoltosi all'Auditorium Parco della Musica di Roma dal 5 al 7 febbraio scorsi e che ha visto la partecipazione di oltre 3 mila visitatori. È stato lo stesso presidente dell'Anasf, **Maurizio Bufi**, durante la sua relazione introduttiva al convegno inaugurale della manifestazione, a spiegare che il termine crescita va inteso «come evoluzione della nostra professione, sia sotto il profilo della qualità e dell'utilità del servizio erogato, sia sotto quello dell'ulteriore diffusione della nostra figura tra i risparmiatori e gli investitori». Ma, ha proseguito Bufi, c'è anche «un'altra chiave di lettura, che ha a che fare con il contributo degli operatori qualificati alla crescita del nostro paese. E ciò, a sua volta, è correlato allo stato di salute dell'economia e alle sue prospettive di sviluppo. Affrontare questo doppio binario richiede la capacità di sapere ben interpretare il cambiamento in corso e quello che verrà».

Un cambiamento che avviene in un momento storico caratterizzato da incertezza e instabilità e dove l'impatto della tecnologia, l'evoluzione del contesto regolamentare e di mercato, la convergenza intersettoriale e i cambiamenti nelle abitudini di risparmio richiedono risposte efficaci e immediate. Questi temi sono stati al centro del convegno inaugurale, cui hanno partecipato i rappresentanti delle maggiori reti, perché, come ha sottolineato Bufi, «il futuro di questa professione è strettamente legato alla sostenibilità del settore della consulenza e dell'intermediazione finanziaria. Il nostro obiettivo è chiaro: la tutela e la qualità del servizio passano attraverso un operatore qualificato, che per essere tale deve investire sulla professione, essere artefice dell'integrità del mercato e avere una giusta remunerazione».

ConsulenTia è l'ulteriore prova che l'Anasf non vuole lasciare nulla di intentato sul versante del rapporto tra consulenti e società mandanti, come anche su quello del confronto con le autorità di mercato e con il governo, prendendo l'iniziativa e coinvolgendo i protagonisti del settore. «Questo è stato il nostro intento in questi anni, rimane il nostro obiettivo, è sicuramente il nostro impegno con tutti gli associati e con l'intera categoria dei consulenti finanziari», ha concluso Maurizio Bufi.

ba è una risposta che va incontro alle esigenze degli imprenditori perché contempla un processo evoluto di pianificazione finanziaria, economica e patrimoniale», esordisce **Nicola Viscanti**, head of advisors di **Banca Widiba**. «Oltre a ciò, ci avvaliamo delle sinergie corporate con le strutture specialistiche del gruppo per i servizi all'impresa e per la gestione finanziaria dell'imprenditore come finanziamenti corporate, finanza agevolata, operazioni di capital market, leasing & factoring, gestione della tesoreria, servizi fiduciari e per la gestione del passaggio generazionale, servizi di advisory specializzati, soluzioni assicurative per la tutela del patrimonio personale e aziendale».

### COMPETENZE E FORMAZIONE

Come si deve attrezzare l'advisor per essere all'altezza della sfida? E che cosa ci si aspetta da lui? «Il consulente deve essere un attento osservatore, capace di intercettare in anticipo le necessità e le opportunità dell'im-

prenditore, oltre a possedere le conoscenze necessarie a dare una risposta efficace alle esigenze dell'azienda, attivando di volta in volta le strutture più adeguate all'interno del gruppo Mediobanca», risponde Marconi di CheBanca!. «Proprio per questo abbiamo avviato programmi formativi che mirano al rafforzamento delle competenze della nostra rete in ambito corporate. Offriamo di fatto ai nostri consulenti un'importante opportunità di crescita professionale e di business, alla luce anche dell'interessante componente commissionale prevista per la segnalazione di questo genere di operazioni».

Avere professionisti preparati è fondamentale. «Ci stiamo avvalendo di alcuni enti formatori esterni, oltre che dell'ausilio di alcune società e banche nostre partner, anche se alcuni nostri consulenti sono già specializzati e focalizzati su questi temi», commenta Scelzo. E aggiunge Viscanti: «Non è immaginabile che un advisor finanziario oggi possa sostituirsi tout court a un notaio, a un avvocato, a un



**MARCO BERNARDI**  
vicedirettore generale  
Banca Generali

*«Stiamo dando il via a iniziative di investimento meno liquide, come club deal e operazioni di venture capital»*

**MARCO BERNARDI**

fiscalista o a una società di corporate finance. Il consulente deve essere però in grado di interpretare i bisogni, anche inespressi, nella sfera del patrimonio personale e aziendale e servire il cliente a 360 gradi fornendo le soluzioni migliori. In quest'ottica le nostre attività formative sono incentrate prevalentemente sul rafforzamento delle competenze in materia di advisory fiscale, tributaria, passaggi generazionali, pianificazione successoria/asset protection e sulla gestione della relazione allo scopo di migliorare e omogeneizzare lo stile di approccio al mercato ed esaltare la valorizzazione del servizio di consulenza». All'interno del mondo Fideuram Intesa Sanpaolo Private Banking, sono tre le caratteristiche ritenute necessarie per sviluppare il segmento corporate, spiega Serafini: «Innanzitutto, la capacità di comprendere e interpretare gli obiettivi finanziari, patrimoniali e industriali del cliente imprenditore, di mettersi dunque dalla sua parte e di leggerne i bisogni, sia quelli espliciti e dichiarati, sia quelli latenti e inespressi. Occorre, inoltre, una solida conoscenza dei casi da trattare e la competenza per scegliere tra la vasta gamma delle soluzioni da dispiegare. Nei private banker non cerchiamo una conoscenza dettagliata delle soluzioni tecniche (questo è

il compito degli specialisti che li supportano), ma una presa di alto livello sugli snodi che diventano poi materia di decisione per i vertici dell'azienda e i membri della famiglia. Terzo, l'abilità a combinare i diversi servizi, costruendo soluzioni tagliate su misura per portare la persona, l'imprenditore e l'azienda verso i rispettivi obiettivi, sempre interconnessi tra loro, a volte sinergici, altre contrapposti e da contemperare». In ogni modo, tutti i nostri consulenti, sotto diverse forme, hanno la possibilità di accedere all'offerta Private wealth management e ciò vale sia per i banker di maggiore esperienza, da tempo attivi in questo ambito di offerta, sia per quelli che, in un proprio percorso di crescita professionale, vi si avvicinano progressivamente supportati spesso da professionisti interni ed esterni alla banca, attraverso la formazione che offriamo in modo continuativo e, non ultimo, dalla forza dell'offerta del gruppo bancario Intesa Sanpaolo».

Alla sfida occorre prepararsi bene, anche se per l'individuazione delle soluzioni concrete ci sono gli specialisti dei vari campi. «La formazione è centrale nel nostro modello di business per stimolare e rafforzare continuamente le competenze dei nostri banker», sottolinea Bernardi. «Siamo orientati all'open banking per un ecosistema digitale che mette in correlazione le migliori competenze e piattaforme di servizi in modo integrato. In questo modo alieniamo i conflitti di interesse e assicuriamo ai nostri professionisti il meglio delle opportunità per stare vicini alle esigenze dei clienti. Tutto ciò comporta ovviamente impegno e determinazione nell'aggiornamento». Pertanto, Banca Generali ha implementato una piattaforma informatica ad hoc per i corsi e i supporti e dalla fine dell'anno avrà a disposizione anche un vero e proprio centro dell'innovazione, un academy lab per i consulenti.

La formazione dei propri family banker è uno dei punti fermi della strategia di Mediolanum: «Dando per scontata un'ottima competenza tecnica, è fondamentale la componente relazionale e un continuo aggiornamento formativo. Basti pensare che il 10 marzo la Mediolanum corporate university compie 10 anni», ricorda il direttore generale Bosisio. «Nel 2018 abbiamo erogato oltre 500 mila ore di insegnamento, abbiamo stanziato per la formazione manageriale della nostra rete di vendita più di 9,6 milioni di euro per gli anni 2016-2020. Inoltre, abbiamo avviato progetti per l'inserimento di

neo-laureati nella nostra struttura sul territorio, offrendo formazione gratuita per il superamento dell'esame e un tirocinio presso le nostre strutture territoriali».

## STRUTTURE DI SUPPORTO

Per sostenere i consulenti le reti hanno comunque attivato team ad hoc o potenziato strutture già esistenti. «All'interno della direzione dei consulenti finanziari di CheBanca! abbiamo creato la funzione di wealth planning che ha la responsabilità di coordinare l'offerta e le richieste utilizzando, a seconda delle varie esigenze, i migliori specialisti di riferimento, siano essi all'interno del gruppo o esterni, con il coinvolgimento di professionisti di caratura internazionale. Ciò ci permette di offrire ai nostri clienti una consulenza patrimoniale a 360 gradi», racconta Marconi. E continua Serafini: «Vorrei sottolineare che non abbiamo voluto limitare l'accesso all'offerta, alla formazione e al supporto specialistico del Private wealth management, che



**NICOLA VISCANTI**  
head of advisors  
Banca Widiba

*«Negli ultimi due anni il peso dei servizi a disposizione della clientela corporate è diventato maggiore e siamo convinti che nei prossimi cinque il trend aumenterà in modo più che proporzionale»*

**NICOLA VISCANTI**



sono aperti in diverse forme a tutti i private banker che abbiano clienti imprenditori. La rete è supportata costantemente dalle strutture centrali in grado di fornire competenze e conoscenze ad ampio spettro. Ci avvaliamo anche di un network di partner specializzati e delle professionalità e dei servizi di tutto il gruppo Intesa Sanpaolo».

**Copernico Sim** ha scelto di potenziare il suo ufficio studi interno, rafforzato da numerose collaborazioni con professionisti esperti in ambito legale e aziendale. «Il servizio corporate non è strutturato tanto diversamente rispetto a quello private, se non altro perché, sebbene abbiano bisogno di strumenti completamente diversi, l'obiettivo rimane praticamente lo stesso: curare le esigenze del nostro cliente. Da noi non esiste la tragica differenziazione tra retail, private e corporate tipica del sistema bancario», spiega Scelzo. In casa Mediolanum esiste una consolidata struttura di wealth management a favore dei clienti Hnwi e degli imprenditori stessi per bisogni quali il passaggio generazionale, la consulenza non finanziaria (per esempio nel campo delle opere d'arte) e, a completare il quadro, una società fiduciaria. Forte di 35 wealth advisor e oltre 550 private banker, Mediolanum ha creato numerose strutture di supporto per soddisfare i bisogni della clientela corporate, che in futuro verranno ampliate a tutta la rete di vendita. «Inoltre, abbiamo anche una figura di relationship manager che affianca localmente il consulente per gestire appunto le attività di advisory più complesse», puntualizza Bosisio.

«Nella sede di Milano di Widiba è operativo il team di advisory: una struttura dedicata a supportare i consulenti non soltanto per la pianificazione finanziaria dei grandi patri-

moni, ma anche per raccogliere le esigenze della clientela imprenditrice per individuare soluzioni più adeguate: servizi di corporate advisory, prodotti bancari dedicati, soluzioni di tutela del patrimonio studiate e customizzate», rivela Viscanti.

#### RILEVANZA SUL BUSINESS

Mentre i progetti di crescita sui servizi corporate e all'imprenditore crescono, qual è la rilevanza attuale di questo segmento? Mediolanum è agli inizi: «Sono progettualità che richiedono un medio termine per andare a regime, sia internamente, sia nei confronti del mercato esterno, molto competitivo. Tre-cinque anni potrebbe essere l'orizzonte temporale corretto», dice la società.

In casa Banca Generali, «la consulenza evoluta di Bg Personal Advisory ha già raggiunto 2,3 miliardi di masse e le attività di wealth management arrivano a numeri importanti, nell'ordine di un paio di miliardi sulle valutazioni di impresa e oltre 4 miliardi sugli immobili. Nel piano industriale a tre anni ci aspettiamo un contributo sempre maggiore di questi servizi a valore aggiunto con un obiettivo di consulenza evoluta a 6 miliardi. Ma soprattutto si tratta di servizi in grado di fare crescere i portafogli dei nostri private banker. Il nostro track record di sviluppo mostra che anche in un anno difficile come il 2018 il portafoglio medio è risultato in controtendenza rispetto al settore, crescendo a 29 milioni pro capite», afferma Bernardi.

Il Private wealth management di Fideuram Intesa Sanpaolo Private Banking «assume un peso sempre più rilevante nel nostro modello di business e nell'evoluzione del ruolo dei nostri private banker, nonché nelle di-

namiche del contesto imprenditoriale ed economico che contraddistinguono il mercato private». A rafforzare questo processo evolutivo della consulenza, entrano in gioco anche i profondi cambiamenti del contesto normativo e regolamentare che metteranno progressivamente sotto pressione gli standard consolidati della consulenza più tradizionale che si ancora principalmente alle scelte in ambito finanziario. «Guardando ai prossimi cinque anni», conclude Serafini, «posso certamente confermare che continueremo a investire energie importanti per ampliare e sviluppare una consulenza onnicomprensiva ai clienti imprenditori, con l'obiettivo di fornire un servizio sempre più personalizzato ed evoluto, che crei valore per i nostri clienti nella gestione complessiva e integrata dei loro patrimoni».

E chiosa Viscanti: «Negli ultimi due anni il peso dei servizi a disposizione della clientela corporate è diventato maggiore e siamo convinti che nei prossimi cinque il trend aumenterà in modo più che proporzionale a causa della naturale inclinazione dei nostri consulenti finanziari a offrire servizi tailor made anche sulla clientela corporate».

Nel complesso il quadro che emerge è dunque molto promettente. Come ha sottolineato Ronchetti, durante il convegno Consulenti 19, «certamente quella del commercialista è la figura per antonomasia che assiste l'imprenditore e la sua creatura dalla nascita, passando per lo sviluppo fino al passaggio generazionale o alla cessione». Ma, come conclude il ricercatore, anche in questo contesto il consulente sembra avere un ruolo non secondario nelle prime fasi di nascita dell'azienda e in quella delicatissima del passaggio generazionale:».