

EDITORIAL

Frontiera impresa

Un anno e mezzo fa **Mediobanca**, nell'ambito del piano di sviluppo che punta anche sul wealth management, ha lanciato un "club deal" che ha messo attorno al tavolo di Piazzetta Cuccia alcune famiglie imprenditoriali. Molte note e alcune di esse già socie di Mediobanca, altre new entry. La formula del club deal, lanciata vent'anni fa con successo in Italia da un banchiere lungimirante come **Gianni Tamburi**, fa capire bene che se la gestione classica degli attivi è diventata una commodity ove alla fine l'unica differenza la farà il costo del servizio, il valore aggiunto della consulenza patrimoniale per il cliente **hnwi** o **uhnwi** risiede nella possibilità di fare "affari".

Un recente osservatorio di **Aipb** conferma la presenza, per le nostre piccole e medie imprese, di fonti di finanziamento poco diversificate, sbilanciate verso il credito bancario, bassa propensione a forme alternative di reperimento di capitale e ancora poca apertura del capitale ai terzi. Migliorabili appaiono anche i sistemi di governance aziendale con particolare riguardo ai processi relativi al ricambio generazionale. Su questo punto i passaggi generazionali sono ancora guidati da dinamiche emotive, più che dalla sostenibilità dell'impresa. Emergono infatti ritardi nelle scelte legate alla **successione**, per lo più a causa delle difficoltà nella gestione emotiva legata al cambiamento. Molti imprenditori sostengono di

averci pensato ma di non aver posto in essere azioni concrete. Solo il 19% degli imprenditori ha cominciato a trasferire il proprio patrimonio aziendale. Sale leggermente la percentuale (26%) quando si parla invece di patrimonio finanziario. A fronte di ciò l'imprenditore è pronto ad accogliere proposte di soluzioni che lo supportino nei **momenti di discontinuità** (il 68%, contro un 13% che pensa di poter gestire da soli le fasi critiche del ciclo di vita dell'azienda). Resta comunque ancora un 20% che dichiara di non avere ancora le idee chiare su competenze e soluzioni necessarie. In quest'ottica il private banking può giocare un ruolo importante. Forte della professionalità dei propri consulenti e della conoscenza diretta degli imprenditori, il private banking infatti sta affermandosi come punto di riferimento per i propri clienti nella definizione di **percorsi di crescita e di trasmissione dell'impresa**. Il 60% dei clienti private ha infatti dichiarato di essere propenso a chiedere supporto al proprio banker per la gestione di scelte complesse riguardanti la propria azienda. Un presupposto essenziale per essere il partner globale del cliente e svolgere un **ruolo da pivot** tra le diverse professionalità necessarie nei momenti di discontinuità. Comunque sempre al fianco dell'imprenditore quando si tratta di implementare investimenti e strategie di crescita di lungo periodo.

ANDREA
GIACOBINO