

Argomento: AIPB: Si parla di Noi

Il private banking al servizio di piccoli e medi imprenditori

Strumenti finanziari

Andrea Ragaini

Ho letto con molto interesse la sintesi del discorso di apertura della presentazione dei percorsi di educazione finanziaria per le Pmi, progettati da Banca d'Italia dal vicedirettore generale Paolo Angelini. Un progetto che avvicina gli imprenditori alla finanza con benefici attesi sullo sviluppo dimensionale, sulla competitività e sulla conoscenza degli impatti generati dai rapidi cambiamenti dello scenario economico finanziario. Il miglioramento della cultura finanziaria degli imprenditori rappresenta per Banca d'Italia uno strumento per stimolare scelte sempre più consapevoli da parte della clientela dei servizi finanziari e va a beneficio anche degli operatori, come quelli del *private banking*, che fanno della consulenza professionale sui patrimoni personali, inclusi quelli di impresa, il fulcro della loro attività. Oltre il 20% della clientela del settore è rappresentata da imprenditori, di cui l'85% occupa fino a 20 addetti, fascia a cui si rivolgono i percorsi della Banca d'Italia. Il *private banking* può assumere un ruolo chiave per aiutarli a compiere scelte consapevoli, facendo leva sulla capillarità della presenza dei consulenti, sull'abitudine all'ascolto e al dialogo. Le sperimentazioni sull'educazione finanziaria condotte da Consob e Banca d'Italia hanno «evidenziato quanto sia difficile ingaggiare gli adulti e quanto la governance del processo sia fondamentale». In questo quadro, il servizio *private* può fare leva sulla centralità del rapporto con il consulente, figura che è riuscita a conquistare un elevato grado di fiducia della clientela su temi che non si esauriscono

I CONSULENTI SUI PATRIMONI PERSONALI SONO 15MILA E IN MEDIA INCONTRANO IL CLIENTE 13 VOLTE L'ANNO

con le *performance* del portafoglio finanziario. Il settore può contare su 15 mila consulenti e *banker* che incontrano mediamente 13 volte l'anno il cliente e che possono fare leva sulla conoscenza e reputazione guadagnata presso i propri clienti-imprenditori, per sensibilizzarli sull'importanza della conoscenza delle basi di finanza, ma anche sui temi della protezione e della continuità di impresa. Questa attività in molti casi è già la prassi, ma le occasioni possono essere ampliate, e Aipb può agire in sinergia, attraverso i propri associati, con le

associazioni di categoria in collaborazione con Banca d'Italia. Ai percorsi di educazione finanziaria per piccoli e medi imprenditori sviluppati da quest'ultima se ne possono aggiungere altri sulla continuità d'impresa tramite la pianificazione del passaggio generazionale, sugli strumenti di finanza alternativa per la diversificazione delle fonti di finanziamento e sulle nuove opportunità generate dall'Esg e dal FinTech. Un primo esempio riguarda l'importanza della continuità aziendale. Un imprenditore è chiamato a pensare al "dopo di noi" a qualsiasi età. Dal nostro osservatorio emerge come questi abbiano una maggiore propensione ad assicurarsi rispetto ad altre categorie, ma solo il 36% di loro si dichiara tranquillo riguardo alla propria successione, avendola del tutto pianificata.

La diversificazione delle fonti di finanziamento rappresenta il secondo elemento "critico" per affrontare sfide di crescita e competitività, perché sono ancora pochi gli imprenditori che dichiarano di far ricorso a forme innovative. Il 71% preferisce reinvestire gli utili e il 35% affidarsi ai finanziamenti bancari, mentre solo il 16% si rivolge al capitale di rischio e il 2% ha pensato ai prestiti obbligazionari.

In merito alle opportunità offerte dall'Esg, gli imprenditori sono investitori caratterizzati da un orizzonte temporale più lungo, molto convinti (63%) che ogni scelta d'investimento debba essere coerente con il proprio impianto valoriale. Quando, però, si fa riferimento ai potenziali benefici per l'impresa, solo il 18% è pienamente consapevole che l'attenzione e la comunicazione delle pratiche aziendali coerenti con i dettami Esg porti vantaggi sulle condizioni di finanziamento, sulla maggiore attrattività verso investitori terzi e sulla competitività. Alla luce di quanto descritto, ricordando che l'incontro tra cliente e *banker* può essere l'occasione per parlare di impresa, risulta evidente l'apporto che il *private banking* può fornire nel moltiplicare i benefici del progetto dedicato al miglioramento della capacità dei piccoli e medi imprenditori di utilizzare la finanza per lo sviluppo delle proprie attività, con effetti positivi sull'intera economia del Paese.

Presidente AIPB (Associazione italiana private banking)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

