



Lunedì 10 novembre 2014

## La formula tutto in uno: famiglia, azienda & patrimonio

Nel mondo dei servizi dedicati alla gestione dei grandi patrimoni, le due espressioni spesso si confondono. Ma tra gli operatori c'è chi ritiene il wealth management ontologicamente diverso rispetto al private banking. E contesta l'idea che sia una semplice variante lessicale. O, peggio, una (geniale) idea del marketing per migliorare la qualità percepita di un servizio, aumentandone il prestigio, a parità di contenuti.

«La differenza è sostanziale e duplice: riguarda l'ampiezza della gamma di servizi offerti e l'orizzonte temporale su cui è costruita l'attività di consulenza», chiarisce Franco Dentella, vice direttore generale di Banca Aletti.

CORRIERECONOMIA

### Definizione

Tradizionalmente, spiega, l'attività del private banking si esaurisce nel campo della gestione degli asset finanziari. Il wealth management, invece, abbraccia tre dimensioni: patrimonio, famiglia, azienda. E cerca di fornire una soluzione integrata alle esigenze che nascono dalla sovrapposizione di queste tre aree, in un percorso di pianificazione che deve tenere conto dell'intero ciclo di vita del cliente. Com'è strutturata la famiglia? Come si articola il patrimonio immobiliare? Qual è l'entità dei flussi di cassa che provengono dall'azienda? Come proteggere il patrimonio dai rischi connessi all'attività d'impresa, in vista del passaggio generazionale? Il wealth management, in definitiva, si propone trovare una sintesi tra tutte queste istanze.

«Prima di tutto, a differenza del private, affianchiamo alla gestione degli asset finanziari quella delle passività: credito, finanziamenti ipotecari, mutui di liquidità garantiti dall'immobile di proprietà o dallo stesso patrimonio detenuto presso la banca», precisa Stefano Vecchi, head of advisory sales market area per l'Italia di Credit Suisse. Poi, prosegue, c'è il tema dell'asset protection, la ricerca delle migliori soluzioni tecniche per tutelare i clienti dai rischi potenziali che gravano sul patrimonio imprenditoriale e personale: trust, polizze assicurative, mandati fiduciari, e così via.

Senza dimenticare i servizi che ruotano attorno alla vita dell'azienda: dalla gestione della tesoreria, ai servizi per l'internazionalizzazione, fino all'assistenza nelle fasi di dismissione dell'impresa di famiglia, fusione e acquisizione, reperimento di risorse sul mercato dei capitali. Opportunità spesso inaccessibili quando si bussa alle porte della divisione private di una banca commerciale; praticabili, invece, quando la private bank convive o ha un canale di cooperazione privilegiato con l'investment bank, come per Banca Aletti, Ubs, Credit Suisse e Banca Esperia.

Del resto, la necessità di far convivere le esigenze della famiglia con quelle dell'azienda è tipica della clientela che si avvale di servizi di wealth management: se tra i clienti private, gli imprenditori sono il 32%, come riporta una recente analisi dell'Aipb, la percentuale sale al 70% in Ubs, 75% in Banca Esperia e raggiunge quasi il 100% nel caso di Jp Morgan Private Bank. L'altra caratteristica di questo segmento è legata alla dimensione del patrimonio.

«I clienti cosiddetti High Net Worth ci affidano asset a partire da 5 milioni di euro», ricorda Riccardo Pironti di Campagna, responsabile di JP Morgan Private Bank per l'Italia. La soglia minima è inferiore, un milione di euro, per Banca Aletti e Credit Suisse. Ma il capitale in gestione resta, in media, più elevato rispetto all'industria private tradizionale.

### Passaggi

I clienti, però, non sempre percepiscono correttamente la ricchezza dei servizi disponibili: secondo un'indagine dell'Aipb, esempio, solo il 27% degli intervistati ritiene la consulenza sull'interno patrimonio del cliente un elemento distintivo rispetto al servizio bancario di base. È il 18% se si considera la tutela del patrimonio, il 15%, per la consulenza in tema di investimenti immobiliari, il 14% per i consigli di natura fiscale e legale o la trasmissione della ricchezza agli eredi.

Paradossalmente il problema del passaggio generazionale è invece uno tra i più sentiti da questa clientela, anche in ragione dell'età mediamente avanzata. «Dopo aver effettuato un check up della situazione imprenditoriale e familiare,

insieme si valuta la soluzione tecnica più adatta: da quella più semplice, la polizza vita, alle più complesse, i trust», conclude Vecchi. In quest'ottica, anche la liquidità e gli asset finanziari devono essere gestiti in modo integrato, guardando alle necessità della famiglia e dell'impresa: possono essere funzionali allo sviluppo dell'azienda ma anche ai passaggi generazionali. Per esempio — spiega Pironti — nel caso di risorse da destinare agli eredi che non sono coinvolti nella conduzione dell'azienda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

---