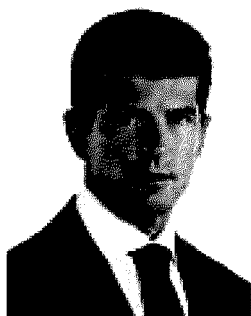


Contro l'effetto sboomerang

Il 2011 è stato un anno da dimenticare oppure l'occasione per rilanciare l'industria? Per far fronte a previsioni ancora sfavorevoli ci si attrezza per la partita 2012 con l'obiettivo di ribaltare la situazione. Ecco gli strumenti, le strategie e le proposte degli esponenti delle maggiori reti italiane

di **Stefania Ballauco**

Hanno trainato i prodotti del risparmio gestito, andando fino all'ultimo controcorrente rispetto al resto del sistema. Hanno assistito i risparmiatori, con ancora maggiore impegno e capacità di assistenza e consulenza. In un anno segnato dalle difficoltà di una crisi che continua ad abbattersi sul settore, i promotori finanziari hanno affermato ancora una volta il valore della loro professionalità. Ma come rilanciare nel 2012 il ruolo dei pf? Quali obiettivi attendono le reti di promozione finanziaria nel 2012? Cosa verrà fatto per le nuove leve? *PF* lo ha chiesto a **Giacomo Campora**, direttore generale di Allianz Italia e ceo di Allianz Bank; **Matteo Colafrancesco**, amministratore delegato di Banca Fideuram; **Armando Escalona**, amministratore delegato di Finanza & Futuro, rete dei promotori di Deutsche Bank; **Alessandro Foti**, amministratore delegato di FinecoBank; **Pietro Giuliani**, presidente e amministratore delegato del Gruppo Azimut; **Piermario Motta**, direttore generale di Banca Generali; **Nicola Onorati**, responsabile area mercati diretti di Banca Mps; **Stefano Volpato**, italian network manager di Banca Mediolanum.



Stefano Volpato

clientela, per evitare decisioni affrettate o basate sull'emotività, che si possano rivelare controproducenti.

Foti. Non possiamo negare che la crisi abbia messo a dura prova il lavoro dei Pf e generato una crisi di sfiducia nei risparmiatori. Il 2011 è stato un anno in cui alcuni prodotti più di altri hanno risentito della crisi. Per questo abbiamo cercato di proporre soluzioni che potessero in qualche modo contrastare la volatilità dei mercati, attraverso un'ampia diversificazione degli investimenti.

Giuliani. Ci siamo adoperati per potenziare le iniziative commerciali e per lanciare, nella seconda metà dell'anno, numerosi nuovi prodotti arricchendo la nostra offerta anche con soluzioni decorelate dall'andamento dei mercati finanziari.

Escalona. Il 2011 è stato senza dubbio un anno difficile a livello generale. Per quanto riguarda, però, Finanza & Futuro posso dire con orgoglio che l'anno appena trascorso è stato uno dei migliori nella storia della nostra società. Certamente il migliore degli ultimi dieci anni. Abbiamo raggiunto tutti gli obiettivi che ci eravamo prefissati sia

glio che l'anno appena trascorso è stato uno dei migliori nella storia della nostra società. Certamente il migliore degli ultimi dieci anni. Abbiamo raggiunto

tutti gli obiettivi che ci eravamo prefissati sia

Domanda. Quali effetti hanno avuto sulla sua rete la crisi in corso e il conseguente rovesciamento dei paradigmi della finanza e dell'economia? E sui risparmiatori cosa avete rilevato?

Colafrancesco. In una situazione estremamente delicata, come quella attuale, i nostri private banker hanno proseguito senza sosta la loro attività di informazione ed assistenza ai propri clienti, consentendo loro di fare scelte di investimento consapevoli ed aggiornate ad ogni condizione di mercato. La crisi che stiamo attraversando rende ancora più importante l'attività di formazione e informazione verso la rete, per ottenere un costante presidio dei nuovi rischi finanziari, e di comunicazione verso la



in termini di raccolta sia di crescita della rete, con 200 nuovi ingressi, e una raccolta netta di circa 800 milioni di euro, di cui 650 di risparmio gestito. Dal lato del risparmiatore, abbiamo rilevato una maggiore richiesta di attenzione e consulenza, in particolar modo in ambito previdenziale, come è ovvio e corretto che avvenga nei momenti congiunturali di maggiore difficoltà.

Motta. In un contesto delicato come l'attuale la nostra rete ha saputo cogliere le opportunità garantite sia dalla solidità e dalla flessibilità della banca, sia dall'elevata esperienza dei professionisti. I numeri ne sono la conferma; negli ultimi 12 mesi quasi 10 mila nuovi clienti hanno scelto di farsi accompagnare da Banca Generali nella tutela e pianificazione finanziaria. La raccolta ha sfiorato il miliardo e 300 milioni e siamo stati in grado di sviluppare soluzioni che favorissero la diversificazione del rischio per i nostri consulenti. Quanto al rapporto con i risparmiatori, il lavoro pregresso



Matteo Colafrancesco

condotto dalla rete con un'attenta e prudente tutela dei patrimoni ha sicuramente contribuito ad attenuarne i timori.

Onorati. La crisi che stiamo attraversando ha riconfigurato i paradigmi del rischio dando adito a una diversa configurazione degli asset in portafoglio. I clienti, assumendo un profilo prudenziale, hanno preferito prodotti di liquidità nonché titoli di Stato.

Campora. Per il momento non abbiamo risentito in modo significativo del mutato scenario in termini di performance o di raccolta. La raccolta dell'anno è stata significativamente superiore al miliardo di euro. Anche gli ultimi tre mesi dell'anno hanno dato segnali positivi ma la crescita nel gestito è rallentata, mentre sono aumentati l'assicurativo tradizionale e il comparto bancario. Qualche segnale di crisi viene dal maggiore utilizzo degli affidamenti Lombard, che sono cresciuti del 3% anno su anno.

Volpato. C'è stata un'ulteriore presa di consapevolezza dell'importanza di avere accanto in periodi come l'attuale un professionista in grado di governare le reazioni emotive del cliente e mettere in sicurezza il patrimonio. La disponibilità dei principi della diversificazione del rischio e della pianificazione, come antidoti alla paura dei clienti, nelle mani del family banker è la vera risposta alla domanda di sicurezza dei risparmiatori, costituendo anche un'opportunità per riempire di valore la relazione con i propri clienti.

D. Tenuto conto del mutato scenario finanziario ed economico, rilancerete e in che modo il ruolo del promotore finanziario?

Motta. Per noi il ruolo del consulente finanziario resta prioritario nel servizio alla clientela. Le difficoltà dei mercati evidenziano le criticità di questo settore, ma si tratta di un paradigma - e non di un assioma - che abbiamo già contribuito a superare in virtù di un'accurata selezione e nella ricerca di elevate competenze. Alla nostra rete sono destinati non solo investimenti im-



portanti per una formazione continua, ma soprattutto lo sviluppo di soluzioni che possano garantire loro l'eccellenza nel livello di servizio.

Escalona. Il consulente è sempre stato al centro del nostro modello di business. Ed è proprio questo approccio che ci ha permesso di affrontare il 2011 con tutte le carte in regola. Sempre più, infatti, il promotore sta diventando una figura professionale fondamentale nel panorama della consulenza. I clienti hanno bisogno di un professionista preparato che possa affiancarli e consigliarli, offrendo un elevato servizio di consulenza finanziaria e previdenziale.

Giuliani. Pur partendo da promotori con solide competenze tecnico-finanziarie, riteniamo sia necessario supportare il loro ruolo attraverso investimenti che rafforzino ulteriormente le loro capacità e in iniziative di marketing. Il promotore deve riscoprire, in primis, l'importanza di mantenere e costruire relazioni con i clienti ricordandosi che il proprio ruolo è principalmente commerciale.

Onorati. Nel corso degli ultimi anni abbiamo investito molto nella formazione e nella crescita professionale dei nostri Personal Financial Banker. Al fine di sviluppare la consulenza a 360° abbiamo ritenuto indispensabile che i nostri professionisti non fossero soltanto promotori finanziari, ma dei veri e propri «Promotori Patrimoniali» che, grazie alla proattività sinergica verso le altre strutture della banca, fossero in grado di rispondere trasversalmente alle esigenze di ogni cliente, sia esso retail che corporate. Il Personal Financial Banker del Gruppo Montepaschi è un professionista competente e qualificato, con standard consulenziali di eccellenza raggiunti grazie a percorsi di formazione e programmi di aggiornamento personalizzati e molteplici supporti creati ad hoc dalla banca.

Campora. Il promotore finanziario è in Allianz Bank un Financial Advisor per la clientela mass affluent, affluent e private. Alla fine del 2011 abbiamo tolto il velo alla nuova Investitori sgr, che si occupa di clientela private e abbiamo

ammodernato la gamma prodotto, con una contrattualistica state of the art, una attenta revisione delle linee, una personalizzazione sartoriale e la creazione della figura professionale del Portfolio Officer al servizio dei Financial Advisors, mutuandola dalla best practice di Pimco.

Volpato. Ci sono tutte le condizioni per aumentare fortemente la nostra quota di mercato: è per questo che abbiamo incrementato, più che in ogni periodo della nostra storia, gli investimenti per rendere irresistibile la nostra offerta in termini di tasso, quelli nella tecnologia per garantire un accesso facile e immediato ai nostri servizi bancari, nella formazione e nel pay-out della rete. Il ruolo del family banker in questo contesto si conferma sempre più di riferimento per i clienti attuali e potenziali del suo territorio.

Foti. Oggi i player della distribuzione finanziaria dovranno cambiare radicalmente l'approccio commerciale, sviluppando in maniera significativa le competenze professionali dei promotori, così da consolidare e ampliare la base dei clienti con un servizio sempre più orientato alla consulenza. In questo quadro, la nuova direttiva europea, la Mifid II, tenderà a esaltare la professionalità e le capacità consulenziali del promotore. La direttiva, oltre a fare chiarezza sulle diverse tipologie di consulenza, anche in funzione dei conflitti di interesse, porterà inevitabilmente ad un impulso della professione. Fornire un servizio fee-only, che utilizza le migliori opportunità di investimento disponibili a livello mondiale e con sistemi di remunerazione che garantiscono la neutralità economica del promotore non può che rilanciare la figura del promotore.

Colafrancesco. Il nostro Gruppo ha mantenuto e, anzi, rafforzato la sua capacità di investimento a sostegno della figura professionale dei promotori: lo abbiamo dimostrato nel recente passato lanciando il nostro servizio di consulenza evoluta Sei e lo continuiamo a fare oggi, puntando sull'innovazione con il progetto Fideuram Mobile Solution, la nuova piattaforma di interazione

commerciale tra private banker e cliente. Qualità del servizio alla

clientela e modello relazionale, con tutto il potenziale delle nuove tecnologie, sono per noi le leve principali per la crescita dei promotori finanziari.

D. Come interpreta la frenata del risparmio gestito registrata dalle reti di pf da settembre 2011?

Escalona. L'80% della nostra raccolta netta nel 2011 è costituita dal risparmio gestito: 650 milioni di euro su un totale di circa 800 milioni. Per quanto riguarda Finanza & Futuro si tratta, quindi, di un andamento contrapposto a quello del mercato. La grande rappresentanza di prodotti di risparmio gestito nei portafogli dei nostri clienti rappresenta la reale value proposition di Finanza & Futuro che fa della consulenza il fulcro della propria attività.

Campora. Interpreto la frenata come una reazione istintiva all'aumentare dell'incertezza e alla mutata e accresciuta copertura degli eventi da parte dei media.

Onorati. È una conseguenza derivante dal forte accorciamento del timing di investimento,

dall'orientamento alla liquidità ed anche da una certa disaffezione verso il prodotto gestito in relazione al rapporto costi/performance.

Colafrancesco. La frenata degli ultimi mesi non deve nascondere il grande lavoro svolto dalle reti a sostegno della raccolta gestita negli ultimi anni. Il risparmio gestito continua a offrire, per motivi strutturali, garanzie di diversificazione e trasparenza migliori di altre forme di risparmio e rappresenta tuttora la forma tecnica più adatta a chi ha obiettivi di investimento che si sviluppano nel medio-lungo periodo.

Foti. La crisi ha messo a dura prova tutto il settore del risparmio e sul fronte del risparmio gestito noi abbiamo lavorato con ottimi risultati, guidando i nostri clienti verso i servizi di consulenza «Fineco Advice e Fineco Core Series», dove abbiamo realizzato una raccolta di

circa 1,2 miliardi di euro.

Volpato. La nostra raccolta in fondi nel periodo settembre/dicembre 2011 è stata positiva per circa 180 milioni di euro, in controtendenza rispetto a gran parte del mercato. Se allarghiamo l'osservazione all'ultimo triennio la nostra raccolta è stata di circa 13 miliardi di euro; un fenomeno eccezionale se visto nel contesto del nostro mercato di riferimento.

Giuliani. I dati testimoniano il fatto che ci sia una scarsa volontà di investire sul risparmio gestito. Una tendenza in atto da tempo che può essere invertita se verrà ripensato l'ap-



Alessandro Foti



Giacomo Campora



Piermario Motta



Armando Escalona

proccio strategico del sistema. Noi siamo tra i pochi operatori che continuano a investire e a credere fortemente in questi strumenti, fornendo prodotti di qualità che rispondono alle esigenze della clientela. Servono, inoltre, reti ben preparate e orientate a creare valore per i clienti.

Motta. Le forti turbolenze dei mercati tradizionalmente indirizzano verso l'amministrato, ma non solo. Certamente l'eccezionale escalation di volatilità di luglio e agosto scorsi ha favorito la crescita di questi flussi nei mesi a seguire. Per quanto ci riguarda, l'impegno per lo sviluppo di soluzioni ad hoc per andare incontro alle esigenze della clientela ha consentito alla rete grande successo nella raccolta che nel periodo ha superato i 500 milioni.

D. Quale prevede sarà il trend di raccolta dei prossimi mesi?

Campora. In inglese c'è un termine che calza: «Muted». In sordina. La raccolta sarà in sordina mentre le performance saranno buone. Siamo positivi sulle prospettive di performance per il 2012 ma vedremo la reazione dei clienti nella seconda metà dell'anno. I nostri clienti non hanno disinvestito e quindi beneficeranno della ripresa.

Motta. Per il 2012 confidiamo nella qualità della nostra rete e nella gamma di prodotti per raggiungere altri obiettivi importanti, sempre intorno al miliardo di euro.

Foti. Nel 2011 abbiamo raggiunto un traguardo importante, oltre 2,1 miliardi di euro di raccolta, ponendoci ai vertici del mercato delle reti. Naturalmente, anche nei prossimi mesi ci aspettiamo un buon andamento della raccolta. Il trend di crescita sembra confermato.

Escalona. Stiamo lavorando con i nostri partner, interni ed esterni, per rafforzare ulteriormente l'offerta di prodotti e servizi per i

nostri consulenti finanziari e clienti e quindi per aumentare la nostra capacità di raccolta. In particolare, prevediamo di proseguire il trend positivo di crescita sul fronte del risparmio gestito e della raccolta assicurativa.

Giuliani. A livello di industria, non credo ci siano i presupposti perché il trend si inverta nei prossimi mesi. Per quanto riguarda noi, invece, sono fiducioso che la raccolta prosegua positivamente, soprattutto se le condizioni dei mercati si stabilizzeranno.

Onorati. Bisognerà vedere se nei prossimi mesi i mercati, anticipando come sempre le fasi finali delle crisi, sapranno ristabilire nella clientela la fiducia necessaria verso posizionamenti finanziari di medio/lungo periodo. Dato che al momento sui mercati si registra un'abbondante liquidità, la nostra rete è in grado di offrire alla clientela soluzioni di investimento appropriate.

Colafrancesco. Lascio le previsioni a chi lo fa di mestiere, ma non c'è dubbio che la crescente importanza del fabbisogno previdenziale rappresenta una fortissima spinta a favore dell'industria. Il contributo delle reti alla crescita del risparmio gestito resterà vitale.

D. La sua rete ha obiettivi di crescita o di protezione nel 2012?

Giuliani. Azimut è una growth company e dunque, anche per il 2012, abbiamo obiettivi di crescita, attraverso innovazione di prodotto e di soluzioni che ci permettono di guadagnare posizioni sui clienti, anche i più importanti. La nostra forza in questo momento è di saper interpretare la crisi come un'opportunità, come dimostrano i risultati degli ultimi mesi.

Motta. I nostri obiettivi sono sempre rivolti alla crescita e al miglioramento. In termini di reclutamento ricerchiamo figure di grande esperienza provenienti dal settore bancario, o da strutture private. Non rincorriamo innesti per far numero, ma guardiamo potenzialmente a una cinquantina di profili di qualità in linea alla nostra rete.

Campora. Di crescita. Abbiamo protetto molto e molto bene nel 2011 e nel 2012 penso vedremo una crescita da performance,

raccolta e reclutamento. Sempre più promotori prendono in considerazione Allianz come porto di approdo. Sono i benvenuti, noi siamo costantemente alla ricerca di colleghi che ci aiutino a migliorare, a controbilanciare le uscite per quiescenza, per revoca o per cambio casacca (in ordine di rilevanza numerica).

Foti. Il nostro obiettivo è quello di continuare a crescere proponendo nuovi prodotti e servizi di qualità. Cercheremo di continuare questo percorso di crescita, mettendo al centro della relazione con il cliente un professionista altamente qualificato.

Onorati. I nostri obiettivi sono di assoluta crescita.

Colafrancesco. Intendiamo perseguire entrambi gli obiettivi con la massima determinazione: fidelizzazione della clientela esistente e crescita su nuovi clienti e promotori. Il nostro modello di servizio ha dimostrato la sua forza negli ultimi anni, con risultati costantemente positivi, e la complessità del contesto macroeconomico non smorza l'ambizione dei nostri piani di sviluppo.

Escalona. Il 2012 sarà per noi un altro anno di sviluppo e di crescita, in cui però ci focalizzeremo anche sul consolidamento, soprattutto con riferimento ai nuovi e numerosi ingressi avvenuti negli ultimi due anni. L'obiettivo del 2012 è, comunque, quello di raggiungere quota 1.600 promotori finanziari.

D. Cosa farete concretamente per i giovani? Avete previsto programmi di sostegno formativo/remunerativo per le nuove leve?

Foti. Abbiamo riservato, e riserveremo anche quest'anno, ottime opportunità anche per i giovani.



Pietro Giuliani

Da circa un anno abbiamo avviato un nuovo progetto «Becoming

PFA Fineco» con l'obiettivo di selezionare giovani talenti da formare e inserire all'interno della rete dei Personal Financial Adviser. È previsto un percorso formativo finalizzato al superamento dell'esame per l'iscrizione all'albo dei promotori finanziari. Una volta superato, i giovani verranno inseriti nella rete Fineco e affiancati a un Personal Adviser locale. È previsto un supporto economico per il primo anno di attività. L'obiettivo è inserire e formare 80/100 giovani, i cosiddetti «beginners», con un'adeguata cultura finanziaria e predisposizione all'attività.

Colafrancesco. Abbiamo avviato l'anno scorso un importante piano di reclutamento per oltre 500 neolaureati nel triennio. Si tratta di un programma innovativo di inserimento in rete, che passa attraverso un'intensa attività formativa iniziale, un avvio alla professione progressivo, con affiancamento ad una figura di tutor, e meccanismi retributivi che aiutano i giovani a costruirsi una vera autonomia economica, strada facendo.

Motta. Non intendiamo nasconderci dietro facili slogan che cercano di allontanare dal problema del ricambio generazionale. Non è sicuramente semplice inserirsi per i giovani in questa professione, come in altre specializzate, dove è importante acquisire esperienze e competenze. Noi cerchiamo di individuare anche giovani provenienti da esperienze bancarie accompagnandoli in percorsi formativi costruttivi. Lo stesso avviene con i giovani consulenti presenti all'interno della rete che vengono accompagnati a

una crescita professionale tramite l'affiancamento di colleghi di consolidata esperienza e corsi in Università internazionali o seminari presso strutture specializzate negli Stati Uniti.

Volpato. Banca Mediolanum crede moltissimo nella formazione e per questo investe ogni anno som-

me importanti. Con l'obiettivo di formare i family banker del futuro, attraverso un percorso di studi di altissimo livello, dalla collaborazione tra il MIP, la Business School del Politecnico di Milano, e la nostra MCU, Mediolanum Corporate University, è nato il primo Master Universitario in family banker. Inoltre Banca Mediolanum aiuta i futuri family banker, fin dalla preparazione, per il superamento dell'esame per l'iscrizione all'albo e li sostiene durante tutte le fasi della carriera lavorativa attraverso strumenti formativi innovativi: aula tradizionale, aula virtuale, e-learning e poi la Tv aziendale, intranet, coaching on the job, perché ogni ciclo economico e finanziario richiede competenze specifiche, a maggior ragione in periodi di instabilità e turbamenti come questo.

Campora. Fino dal 2008 abbiamo attivato il progetto Pathfinders che si dedica alla crescita dei promotori finanziari under 45. Quest'anno poi i nostri cosiddetti «Accademici della Tripla A», pf che si sono distinti per continuità di risultati e disponibili a contribuire alla progettualità aziendale, hanno creato un'iniziativa straordinaria per generosità ed efficacia: «in rete per la rete». Chapeau! Non finisco mai di stupirmi dell'imprenditorialità dei nostri financial advisors.

Escalona. Da sempre i giovani rappresentano per noi un importante driver per la crescita. Per questo motivo, durante l'anno sono numerosi i percorsi di formazione che dedichiamo ai neofiti. I corsi vengono erogati direttamente da Finanza & Futuro, con l'aiuto di consulenti esterni.

Giuliani. Abbiamo avviato nel 2011 in Azimut Consulenza il progetto «New Generation», un percorso di formazione riservato ai figli dei financial partner. Inoltre, sta per prendere il via «Cantera», il progetto di AZ Investimenti riservato ai neolaureati e ai giovani promotori che costituiranno il vivaio dei professionisti del futuro.

Onorati. Attualmente non ci sono programmi particolari ma è un'esigenza oggettiva legata alla continua concentrazione che l'industria sta vivendo. Il rilancio del mondo della promozione finanziaria passa anche attraverso il rilancio della «professione» del promotore finanziario.

D. Se fosse ministro per un giorno, qual è la prima cosa che farebbe per incentivare la previdenza complementare?**Onorati.** Prevederei un ulteriore abbattimento dell'aliquota fiscale.**Volpato.** Avvierei una forte campagna di informazione e di educazione sulla previdenza. I temi come la longevità, la demografia, la sostenibilità del proprio tenore di vita hanno bisogno di un'importante opera di sensibilizzazione se vogliamo che entrino nella dialettica quotidiana delle famiglie e nelle loro decisioni di risparmio, viceversa il costo sociale sarebbe insostenibile per chiunque. Potrebbero accompagnare queste iniziative anche l'apertura di una nuova finestra per la destinazione del tfr per i lavoratori dipendenti, ad esempio, o l'innalzamento del limite deducibile per i versamenti destinati alla previdenza complementare.**Campora.** Detassazione aggressiva (3% di aliquota flat) fino a 36 mila euro annui di risparmio previdenziale per ogni cittadino che dichiara almeno 36 mila euro di reddito imponibile.**Foti.** Creerei uno strumento fiscalmente agevolato, tipo i cosiddetti 401K, presenti negli Stati Uniti. Mi sto riferendo ai nostri PIR (piani individuali di risparmio), che ci auguriamo diventino presto qualcosa di concreto.**D. Quando prevede e quale sarà il segnale che farà pensare alla fine della crisi?****Campora.** La crisi finirà nel 2013, quando i tassi di interesse tedeschi a 10 anni si attesteranno a oltre il 3.5%.**Onorati.** Quando assisteremo a una normalizzazione del rapporto della curva dei tassi tra Paesi euro/Usa e del rapporto tra crescita dell'economia reale e credito.**Volpato.** Ci siamo accorti di aver costruito una «casa» Europa senza le fondamenta e ora si sta correndo ai ripari per costruire l'impalcatura politica. Per il bene di tutti, è auspicabile un coordinamento tra le maggiori rappresentanti, Germania, Francia e Italia, per avere un'unica politica economica e fiscale. Senon può esistere un'autorità unica europea politica, un governo europeo, che ne esista almeno una che abbia i poteri di uniformare i rispettivi criteri di produzione, distribuzione e impiego delle ricchezze. Quando questo sarà fatto ci saranno le condizioni per una nuova e vigorosa fase espansiva.
Colafrancesco. Chi dirige un'azienda, a maggiore ragione quando è leader di mercato, non può permettersi di attendere segnali esogeni, che non può controllare, ma deve compiere scelte che consentano all'azienda di affrontare con serenità condizioni di mercato anche sfavorevoli. Non voglio, quindi, lanciarmi in esercizi previsionali, ma preferisco concentrarmi sul da farsi ora per superare al meglio questa fase delicata.

fare questo passo, però, bisogna crederci ed essere disposti a mettersi in discussione, investendo molte risorse sia sulla gestione che sulla distribuzione. Al momento tuttavia, esclusi pochi soggetti tra cui noi, non mi sembra che l'industria sia in grado di farsi carico di tali impegni.



Nicola Onorati

D. Completati la frase: Nell'industria del risparmio cambierei...**Volpato.** ... la mappa degli incentivi fiscali in relazione alla durata degli investimenti, incentivando ad esempio l'adozione di investimenti pluriennali.**Escalona.** In un momento di innovazione e modernizzazione del Paese come questo, le varie componenti dell'industria dovrebbero aprire un grande tavolo di discussione che possa generare proposte concrete. È necessario ripensare il modello, rivedere la normativa e consentire un accesso alla professione più adatto ai giovani, rilanciando la figura del praticante.**Campora.** ... l'orizzonte temporale delle decisioni di investimento. Si dà troppa importanza al breve termine e così si perdono i benefici del tasso di interesse composto, che sono straordinari.**Motta.** ... il conflitto di interesse di molte strutture legate a doppio filo ad interessi e logiche commerciali estranee alle priorità della clientela che resta perlopiù banco-centrica. Questo squalifica l'importanza e il valore della consulenza che, come appare in numerose realtà estere, dovrebbe invece rappresentare un punto di riferimento nelle necessità familiari.**Giuliani.** ... la maggior parte delle persone di vertice e l'approccio. Dovremmo rivedere l'impianto strutturale, il modello che i numeri di oggi bocciano. Per