

DAGLI ORDINI

## Patrimoni da pianificare: «regia» al commercialista

Sfruttare la conoscenza globale del patrimonio dei clienti per proporsi attivamente come consulenti per la pianificazione e la protezione dei beni. Guarda al “wealth planning”, ovvero la gestione del patrimonio familiare e aziendale, il documento varato dal Consiglio nazionale dei commercialisti e dottori contabili, con l’obiettivo di indicare agli iscritti uno dei più promettenti settori di sviluppo.

Un manuale disponibile da oggi che illustra passo dopo passo le scelte da fare e le conoscenze necessarie per proporsi come consulenti in questo campo. «Nessuno più del commercialista conosce in modo approfondito il patrimonio del cliente a tutto tondo, comprese le dinamiche familiari e aziendali» spiega Maurizio Grosso, consigliere Cndec.

Un vantaggio competitivo che l’Ordine consiglia di sfruttare per proporsi in modo attivo. «Non basta più incontrare i clienti per la dichiarazione dei redditi e gli altri adempimenti obbligatori - aggiunge Grosso - ora bisogna cercarlo, far emergere questi bisogni e assisterlo nei passaggi successivi».

Ma certo non da soli. L’idea è quella di fare rete con gli altri professionisti (notai, avvocati o private banker), ognuno per le proprie aree di competenza. Il commercialista può partire da una fotografia del patrimonio globale, individuare, insieme al cliente, obiettivi di medio-lungo periodo, e strumenti idonei per un piano di protezione o di passaggio generazionale del patrimonio stesso.

Tutti passaggi, questi, analizzati nel dettaglio dal documento sul “Wealth planning” redatto in collaborazione con l’Associazione italiana dei private banker (Aipb): si va dal “peso” (in genere alto) attribuito al servizio di consulenza da parte di famigli e imprenditori, alle possibili criticità da tenere presenti, fino a una panoramica degli strumenti di protezione o investimento disponibili con le loro variabili fiscali e di rendimento.

Il mercato è potenzialmente vasto: «Occorre guardare non soltanto agli imprenditori e ai redditi più alti - precisa Grosso - ampi spazi si possono trovare anche nella gestione dei piccoli patrimoni». E come per tutti i servizi di consulenza la redditività è maggiore rispetto ai business tradizionali, dove la concorrenza si gioca spesso al massimo ribasso. Ma il professionista deve dimostrarsi attivo e propositivo. «I clienti sono già seduti alla nostra scrivania quando compiliamo il loro 730 - conclude Grosso - ma dobbiamo far emergere queste necessità arrivando preparati, cioè avendo già consultato le banche dati e aver fatto le visure catastali».

— Valeria Uva



[www.cndcec.it](http://www.cndcec.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA