

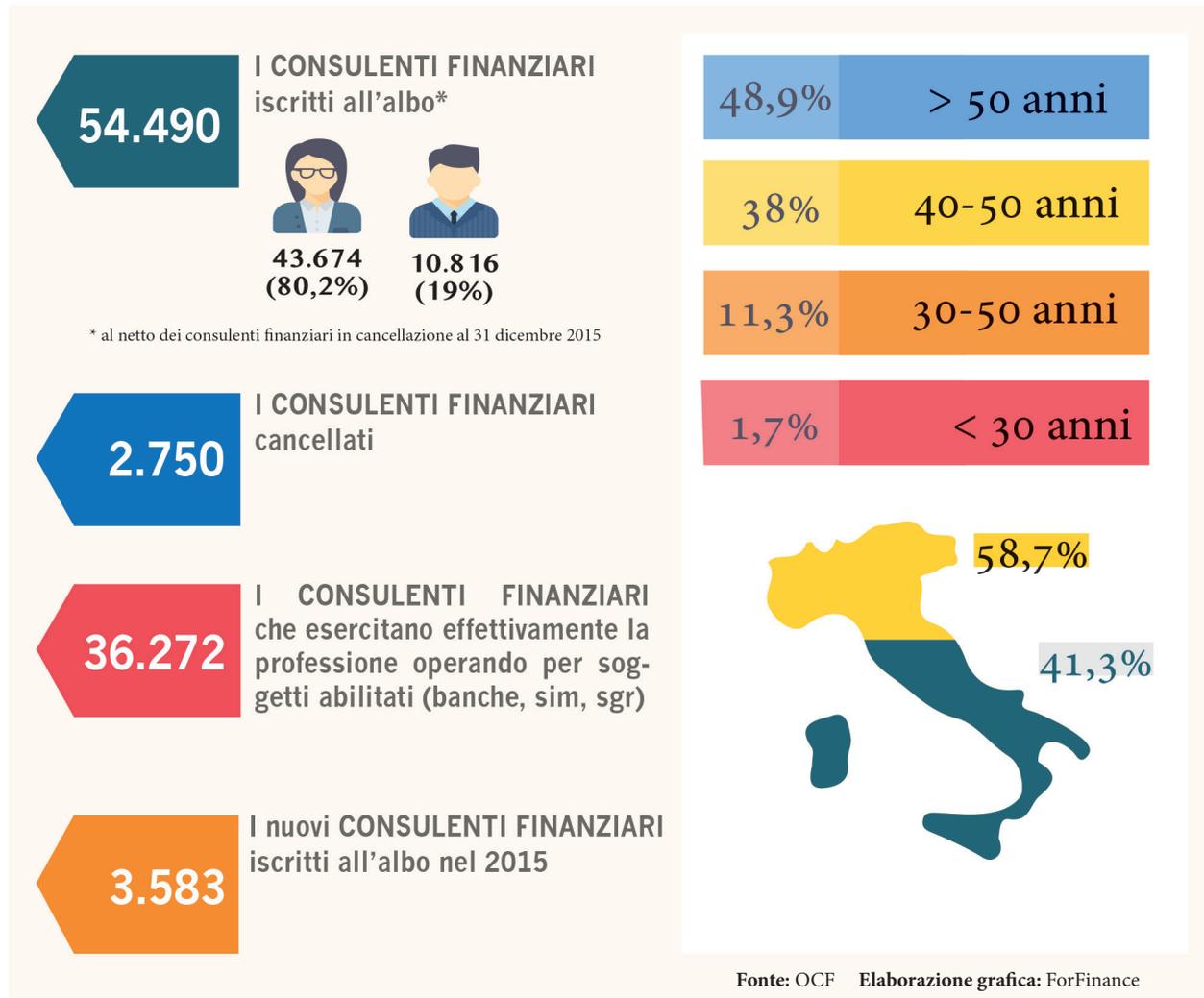


E se a passare il testimone fosse proprio **IL CONSULENTE FINANZIARIO?**

Hannes Pardeller racconta a Patrimonia & Consulenza la sua storia. Prima di un viaggio in Australia decide di cambiare rotta e rimettersi in gioco: da imprenditore informatico a consulente finanziario. Seguendo le orme paterne.

■ di redazione Patrimonia & Consulenza

I numeri dell'albo - sintesi al 31 dicembre 2015



Secondo gli ultimi dati disponibili (Organismo di vigilanza e tenuta dall'albo unico del Consulenti Finanziari, 31 dicembre 2015) solo il 5,6% dei consulenti finanziari ha oltre 56 anni, ma ben il 48,9% supera i 50 anni. Giovani sì, ma non giovanissimi.

E se cominciassimo a discutere del passaggio generazionale tra consulenti finanziari?

La letteratura accademica e gli eventi formativi parlano sempre più spesso di imprenditori impegnati a gestire il passaggio della propria azienda e del ruolo chiave del consulente finanziario.

Quasi nessuno fino ad ora si è occupato, invece, del passaggio del portafoglio clienti da padre a figlio: una questione delicata non solo in famiglia ma soprattutto per i clienti che vedono le loro posizioni affidate ad un nuovo professionista.

Il passaggio

«È avvenuto tutto in maniera molto graduale e, anche a distanza di anni, credo sia stata la scelta migliore. Il nostro lavoro, infatti, incorpora una serie di competenze tecniche ed umane che non possono essere acquisite in brevissimo tempo» racconta Hannes Pardeller. Pur essendo figlio di consulente finanziario ha cominciato da zero, incrementando un piccolo, ma personale, portafoglio clienti, con un approccio assai simile a quello di uno studio associato di un commercialista o di un avvocato.

Dopo aver collaborato dal 2008 fianco a fianco sviluppando così un portafoglio clienti personale in linea con la media di mercato nel 2014, anno di pensionamento del padre, ha inglobato anche i clienti paterni.

Se la formazione è durata a lungo, la formale intestazione delle singole posizioni è avvenuta in blocco: «la

società mandante ha convocato i clienti di mio padre» continua Pardeller «informandoli del passaggio, a cui è seguita la riassegnazione dei singoli mandati, come avverrebbe tra due promotori finanziari non legati da vincoli di parentela».

Certo è stato un periodo impegnativo, ma i clienti hanno risposto positivamente al passaggio e questo grazie alla fiducia che è stata costruita nel tempo dalla figura paterna. Anzi hanno ottenuto un duplice vantaggio: stabilità e nello stesso tempo novità nella gestione dei loro portafogli.

La formazione

Dopo il brillante percorso universitario, Pardeller ha dovuto sostenere l'esame da promotore e successivamente ha conseguito la certificazione Efa (European Financial Advisory), oltre a diversi corsi di formazione. «Da mio padre ho potuto invece apprendere tutto

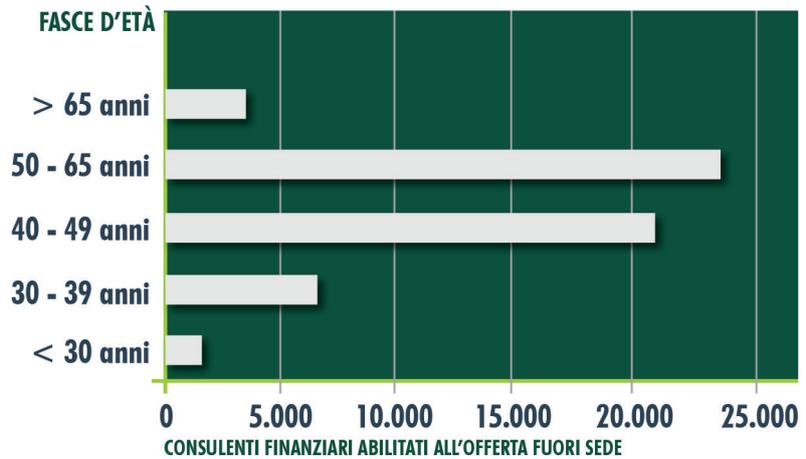
quello che sui libri e nei corsi non viene insegnato: è stata un'esperienza insostituibile. Mio padre mi è stato molto vicino ma entrambi siamo convinti che il vero percorso professionale, come nella vita, vada fatto in solitudine. Certo devo ammettere di essere stato fortunato: ho cominciato questa professione a 26 anni e avevo già 26 anni di esperienza alle spalle grazie a mio padre! Quello che sicuramente ammiro in mio padre e in generale nella nostra professione, è l'approccio con il cliente che può riassumersi nell'acronimo W.I.G.A.I., what is good about it. È il mantra che mio padre mi ha passato per l'approccio al lavoro dove il focus è orientato alla ricerca di soluzioni e agli aspetti positivi", conclude Pardeller.

Genitori e figli: tra competizione e crescita

«Sarò più bravo di mio padre?» Probabilmente è questa la domanda che si è ripetuto ogni figlio subentrato al padre.

Quanto la competizione può essere deleteria? «Deve esistere lo spazio per la competizione, sempre che sia pura e finalizzata alla crescita personale e professionale. Ma è necessario che rimanga tale e questo dipende solo dalle persone. Poi si sa: i figli danno sempre torto ai propri genitori, qualche volta anche sbagliando. Ogni figlio deve essere in

DETTAGLIO SULLA POPOLAZIONE DEGLI ISCRITTI ALL'ALBO AL 31 DICEMBRE 2015 DISTINTI PER FASCE D'ETÀ



Fonte: OCF Elaborazione grafica: ForFinance

grado di camminare sulle proprie gambe consapevole del sostegno genitoriale ma deve poter sbagliare. Solo così riuscirà a comprendere e apprezzare la professione e a realizzare i propri obiettivi.

Le differenze tra le generazioni ci sono ma i valori che animano me e mio padre sono gli stessi » continua Pardeller.

La vera e sostanziale differenza è un'altra: il cliente oggi è più informato e il consulente che lo affianca ha maggiori responsabilità e un crescente obbligo di informazione e aggiornamento. A cui va aggiunta l'organizzazione.

Fino a qualche anno fa il consulente era un one man show: dalla segreteria alle attività operative, era solo lui a compierle. Oggi non è

più così. È necessario infatti un'organizzazione molto più strutturata e nello stesso tempo flessibile alle esigenze del cliente.

Proprio per questo abbiamo sfruttato il passaggio del portafoglio per dotarci di un collaboratore in aggiunta alla segretaria.

Futuro e passione

Il passaggio da senior a junior potrebbe replicarsi anche per la successiva generazione.

«Sarei felice se un domani i miei figli proseguissero la mia carriera ma non li costringerò o forzerò in alcun modo ma cercherò di impartire loro i valori della nostra famiglia» conclude Hannes Pardeller.

Bisogna, infatti, svolgere il proprio lavoro con passione. «La mia è stata una scelta maturata in maniera del tutto autonoma.

Nel 2008, poco prima di partire per una lunga vacanza in Australia con la mia attuale moglie avevo espresso a mio padre la scelta di voler fare il consulente finanziario perché mi permetteva di coniugare due aspetti: quello più tecnico e quello più umano, legato al contatto con le persone.

Ho semplicemente sentito che quella della consulenza era la mia strada: una questione di feeling.

Quello che sicuramente più mi appassiona è l'aspetto dinamico di questa professione: non finiamo mai di conoscere nuove persone e nuovi orizzonti. Il mercato, i prodotti e i clienti sono in continua evoluzione. E io con loro».

