

## ASSOCONSULENZA

Fondata a Milano il 16 Dicembre A.D. 1996 e presente dal 2006 sull'Annuario ABI  
Prima ed Unica Associazione di Categoria Riconosciuta ed Accreditata Istituzionalmente in Italia



### CREDEM VARA FAI FINANCIAL ADVISORY IMPRESE

All'interno della propria divisione finanziaria, il Gruppo Credito Emiliano, quotato alla Borsa Valori di Milano e guidato dal direttore generale Adolfo Bizzocchi, ha costituito FAI Financial Advisory Imprese, la divisione dedicata alla consulenza alle aziende per quanto concerne la gestione dei rischi finanziari.

Il team preposto alla direzione della nuova struttura è guidato dai dirigenti Pietro Sgazerla e Rossano Zanichelli, il quale sarà responsabile della business unit. L'area Nord-Ovest, invece, è guidata da Roberto Waldbrunner, mentre quelle Nord-Est e Centro-Sud, rispettivamente da Rodolfo Baroni e da Giuseppe Marzano.

Obiettivo della unità FAI sarà quello di consigliare le imprese-clienti nell'analisi del proprio business, della propria area strategica, in modo da individuare quelli che possono essere i rischi di mercato maggiormente connessi alla propria attività: dal rischio di cambio sui finanziamenti in valuta, al rischio di prezzo nelle operazioni pronti contro termini, al rischio di tasso.

Nei prossimi tre anni la banca emiliana si pone il traguardo di raggiungere quota 2.500 imprese-clienti. "Nel campo della consulenza si stanno specializzando sempre più enti creditizi ed imprese finanziarie, area dalla quale Credem non poteva di certo sottrarsi al fine di ampliare la propria gamma di servizi offerti alle imprese" hanno dichiarato i vertici aziendali.

La nascita di questa nuova divisione finanziaria, tuttavia, non è una scelta fuor d'acqua: l'esperienza e la competenza di Credem nell'offerta di questi servizi al cliente è testimoniata dalla validazione del sistema interno di rating del Gruppo Credem stesso, secondo i criteri sanciti da Basilea2.

Il difficile momento dell'industria del risparmio gestito non sembra frenare il Gruppo Credem, negli ultimi mesi la struttura di promotori finanziari coordinata dal responsabile Stefano Bisi, con Carmelo Sarcia direttore commerciale, ha proseguito con forza la sua campagna di reclutamento.

Il piano di sviluppo del 2009 punta a offrire la consulenza in materia d'investimenti, infatti la direzione conferma che per il prossimo futuro si dovranno cercare nuove fonti di reddito allargando la gamma di prodotti e servizi offerti per poter gestire le necessità della clientela davvero a 360 gradi, facendo riferimento in particolare al lending, ai prodotti e servizi legati al banking tradizionale e alla consulenza a pagamento.

Per quanto riguarda la crisi attuale la direzione crede che ancora per qualche tempo sarà necessario poter contare su prodotti di liquidità che possano far riprendere fiducia alla clientela.

Per ciò che attiene i canali alternativi la direzione del Gruppo Credem considera che parte della clientela più evoluta possa utilizzare canali di distribuzione alternativi al rapporto con il promotore finanziario, ma è altresì convinta che mai come ora la clientela abbia bisogno di un interlocutore che la segua attivamente nella gestione di situazioni complesse come quella attuale. La trasparenza, il contatto costante con la clientela premiano sempre, in particolare in momenti come quello che stiamo vivendo.

La consulenza a pagamento, viene considerata uno strumento in più a disposizione dei promotori finanziari anche a seguito delle recenti novità normative, e la direzione conferma di avere in previsione l'introduzione a breve di tale servizio con lo scopo di rendere ancora più completa l'offerta alla propria clientela.

Infine a completamento dei servizi offerti dal promotore finanziario per affrontare al meglio l'anno appena iniziato esso dovrà essere dotato davvero di tutti i prodotti e servizi di cui avvalersi per gestire le esigenze della clientela su più fronti, con un'ulteriore fattore da tenere in considerazione e cioè che il cliente pretenderà sempre di più che ad offrirglielo sia un brand solido, il fattore immagine è tramontato, ora la clientela punta sulla solidità dell'istituto a cui affida i propri risparmi.