

Forbes

window

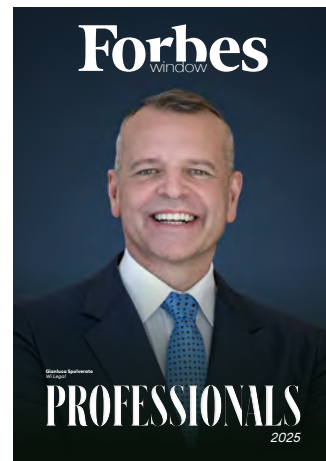


Gianluca Spolverato
Wi Legal

PROFESSIONALS

2025

Forbes^{window} PROFESSIONALS



Supplemento pubblicitario al volume 90, aprile 2025, di FORBES ITALIA
registrazione presso il Tribunale di Milano al n°260 del 7 settembre 2017
Copia non vendibile separatamente

Questo supplemento è composto da pubbliredazionali e pubblicità
ed è realizzato dalla divisione commerciale di BFC Media Spa

CASA EDITRICE

BFC Media Spa

Via Melchiorre Gioia, 55 - 20124 Milano
Tel. (+39) 02.30.32.11.1 - Fax (+39) 02.30.32.11.80
info@bfcmedia.com - redazione@bfcmedia.com

BFC MEDIA SPA editore

MAURIZIO MILAN Presidente

NICOLA FORMICHELLA Amministratore delegato

ALESSANDRO MAURO ROSSI Direttore responsabile

Testi a cura di Carola Desimio

Progetto grafico e impaginazione Beatrice Dalla Paola

Direttore commerciale Michele Belingheri - belingheri@bfcmedia.com

Direttore Marketing Andrea Agostini - agostini@bfcmedia.com

Special Projects Francesco Meloni - meloni@bfcmedia.com

Direttore Forbes Live Fabio Wilem Invidia - invidia@bfcmedia.com

Stampa Rotolito S.p.A. - S.p.A. - Via Bergamo 7/9 - 20063 Cernusco sul Naviglio (Milano)

Distribuzione Italia e estero Press - Di Distribuzione stampa e multimedia srl - via Bianca di Savoia, 12 - 20122 Milano

Gestione abbonamenti

Direct Channel Spa - via Mondadori, 1 - 20090 Segrate (Milano) - Tel. 02 49572012 abbonamenti.bfc@pressdi.it

Il costo di ciascun arretrato è di 8,00 euro

Servizio Arretrati a cura di Press-di Distribuzione Stampa e Multimedia S.r.l. - 200090 Segrate (MI). Per le Edicole

richieste tramite sito: <https://servizioarretrati.mondadori.it> - Per Privati collezionisti richieste tramite email:

collez@mondadori.it oppure tel.: 045.888.44.00 nei seguenti orari: lunedì-giovedì 9.00-12.15/13.45-17.00 venerdì

9.00-12.15/13.45-16.00 costo chiamata in base al proprio operatore, oppure fax a numero: 045.888.43.78

FORBES GLOBAL MEDIA HOLDINGS INC.

Steve Forbes chairman and editor-in-chief

Michael Federle president & ceo

Randall Lane chief content officer

Alicia Hallett-Chan design director

Katya Soldak editorial director, international editions

Peter C. Hung president, licensing and branded ventures

Matthew Muszala president, licensing & branded ventures

MariaRosa Cartolano general counsel

Nikki Koval vice president & assistant general counsel

È un'iniziativa



FORBES ITALIA is published by BFC Media S.p.A. under a license agreement with
Forbes Media LLC, 499 Washington Blvd. Jersey City, NJ 07310.
"FORBES" is a trademark used under license from FOR- BES LLC".

FORBES ITALIA (ISSN 2532-9588) è pubblicato da BFC Media S.p.A. con accordo
di licenza di Forbes Media LLC, 499 Washington Blvd. Jersey City, NJ 07310.
"FORBES" è un marchio su licenza di FORBES LLC".

Founded in 1917

B.C. Forbes, Editor-in-Chief (1917-54)

Malcolm S. Forbes, Editor-in-Chief (1954-90) James W. Michaels, Editor (1961-99) William Baldwin,
Editor (1999-2010)

Copyright©2022 Forbes Media LLC. All rights reserved.

Title is protected through a trademark regi- stered with the U.S. Patent & Trademark Office.

SOMMARIO

06	Cover Story Tenere Il Passo	54	Fimmanò Legal Nikenet
		55	J. Zaccara & Associates
15	CONSULTING FIRM	56	Studio LP Roma
16	Bain & Company	57	Studio Lupària
16	Boston Consulting Group	58	Studio Legale Marchionni Romagnoli
16	Bernoni Grant Thornton	59	Studio Legale Mennuni & Bufano
16	BIP	60	Studio Legale Rocco
17	Studio BNC	61	Santaniello e Associati
18	Studio Legale Cacciola-Carpentieri	62	Studio Legale Sica Associato
19	Studio Cafasso & Figli	63	Studio Legale Vesci
20	Daniele Pescara Consultancy	64	Studio Legale Vescovi
21	Deloitte	65	Studio Legale Vincenzo Randazzo
21	EY		
22	Studio Garbelli	67	ITALIAN LAW FIRM
23	Kon Group SB	68	Advant NCTM
24	Mckinsey & Company	68	BonelliErede
24	PwC	69	Studio Legale Borrelli
24	Roland Berger	70	Bruno & Associati
25	Studio Necchio	71	B - Società Tra Avvocati
		72	Chiomenti
27	FOREIGN LAW FIRM	72	Gatti Pavesi Bianchi Ludovici
28	Andersen	72	GOP
29	Baker Mckenzie	73	LCA Studio Legale
29	Bird & Bird	73	Legance
29	Clearie Gottlieb	74	MEPLaw
30	Clifford Chance	75	MFLaw
30	Curtis	76	Panetta Consulting Group
30	Dentons	77	Pavia e Ansaldo
31	Deloitte Legal	77	Pedersoligattai
32	DWF	78	Toffoletto De Luca Tamajo
33	Herbert Smith Freehills	78	Trifirò & Partners
34	Hogan Lovells	79	Wi Legal
34	Linklaters		
34	Latham & Watkins	81	TAX & LEGAL
35	Monx Legal	82	Andpartners
36	Orrick	82	Biscozzi Nobili & Partners
36	Osborne Clark	83	BCFM
36	Pluta	84	Studio Bifolco & Associati
37	Rödl & Partner	85	Bureau Plattner
38	Simmons & Simmons	86	Caravati Pagani
39	Withers	87	Studio Professionale Carrara
		88	Studio Corbello, Cardo, Gravantea & Raimo
41	ITALIAN BOUTIQUE	89	Della Rosa
42	A&A - Albè & Associati Studio Legale	90	Fivers
43	Studio Legale Angelo Melone	90	Maisto & Associati
44	Studio Legale Arrabito - Cusumano	90	MDA
45	Studio Legale Assuma	91	Marzo Associati
46	Studio Legale Basile & Partners	92	Studio Andrea Matera
47	BM Law Partners	93	Studio Pardini Commercialisti Associati
48	Cafiero Pezzali & Associati	94	Pirola Pennuto Zei & Associati
49	Studio Legale Cecatiello	94	Plusiders
50	Studio Legale Ciarrocchi	94	Savino & Partners
51	Studio Legale Corte	95	Studio Previtali
52	Studio Legale Dalla Verità	96	RLVT
53	Studio Legale Festa	97	Marco Scardeoni & Partners
		98	Trotter Studio Associato



TENERE IL PASSO

In Italia, solo il 45,6% della popolazione in età lavorativa possiede competenze informatiche di base. Gianluca Spolverato, managing partner dello studio legale Wi Legal: “La sfida è trasformare l’educazione digitale in una necessità, integrandola nel sistema formativo e nelle politiche aziendali”

di Lavinia Desi



Nuove tecnologie e intelligenza artificiale stanno trasformando il mondo del lavoro. In Italia, tuttavia, solo il 45,6% della popolazione in età lavorativa possiede le competenze digitali di base.

Molte professioni rischiano di scomparire. Le aziende, in particolare quelle che faticano a tenere il passo con l'accelerazione della digitalizzazione, potrebbero trovarsi in difficoltà, con il rischio di restare indietro rispetto ai concorrenti più innovativi. Ne abbiamo parlato con Gianluca Spolverato, esperto dei temi del lavoro, avvocato, managing partner dello studio legale Wi Legal.

Com'è nato Wi Legal e quali sono state le tappe principali della crescita dello studio?

Wi Legal nasce con una visione chiara: creare uno studio legale specializzato nel diritto del lavoro, capace di affiancare imprese e manager in un contesto normativo sempre più complesso e in continua evoluzione. L'idea fondante era coniugare un'elevata competenza tecnica con un approccio strategico, attento ai bisogni dei territori e dei settori, che hanno specificità che richiedono profonda conoscenza e radicamento.

Lo studio è noto per essere specializzato in vari settori, come Gdo, retail, logistica e trasporto, sport e turismo, e innovazione digitale. Come riuscite a mantenere un alto livello di competenza in aree così diversificate?

La nostra forza risiede nella specializzazione verticale, che ci permette di affrontare con competenza e profondità le specificità di settori anche molto diversi tra loro. In Wi Legal non crediamo in un approccio generico: sappiamo che ogni settore ha dinamiche, normative e sfide peculiari, e per questo abbiamo scelto di focalizzarci esclusivamente sul diritto del lavoro, declinandolo nelle realtà in cui operano i nostri clienti. Investiamo molto in formazione, collaboriamo con istituzioni e associazioni di settore e monitoriamo costantemente le trasformazioni del mercato del lavoro.

“L’Ia generativa sta dimostrando di poter eseguire compiti che, fino a ieri, erano considerati esclusivamente umani: dalla produzione di contenuti all’analisi avanzata dei dati, fino alla scrittura di codici e alla gestione di processi decisionali standardizzati”



Quali sono i principali valori che promuovete all'interno dello studio?

Siamo convinti che il lavoro debba essere un luogo in cui le persone tornano volentieri, un ambiente in cui si sentono valorizzate, ascoltate e messe nelle condizioni di dare il meglio di sé. Un'azienda che si prende cura del benessere delle proprie persone non solo fa la cosa giusta, ma fa anche la cosa più intelligente: chi sta bene, lavora meglio. Per questo investiamo in iniziative di comunicazione interna e ascolto attivo. Sappiamo che il mondo del lavoro sta cambiando e che oggi più che mai è essenziale garantire flessibilità, favorendo un equilibrio sano tra vita professionale e personale.

Quale impatto avrà la trasformazione digitale, in particolare l'intelligenza artificiale generativa, sul mondo del lavoro?

Il primo impatto tangibile riguarda l'automazione delle mansioni ripetitive e a basso valore aggiunto. L'ia generativa sta dimostrando di poter eseguire compiti che, fino a ieri, erano considerati esclusivamente umani: dalla produzione di contenuti all'analisi avanzata dei dati, fino alla scrittura di codice e alla gestione di processi decisionali standardizzati. Questo significa che molte professioni tradizionali dovranno essere ripensate e che il valore aggiunto del lavoratore sarà sempre più legato alla creatività, al pensiero critico e alla capacità di



interazione complessa. Ma il vero punto critico è un altro: la regolamentazione del rapporto tra uomo e macchina. Perché se da un lato le imprese stanno cavalcando l'onda dell'innovazione con entusiasmo, dall'altro il diritto del lavoro e la contrattazione collettiva faticano a tenere il passo.

In Italia, solo il 45,6% della popolazione in età lavorativa possiede competenze digitali di base, molto al di sotto della media europea. Come colmare questo divario?

Il dato è preoccupante, ma non sorprendente. La verità è che l'Italia ha sempre faticato a recuperare terreno nelle competenze digitali, e il gap non si colma con semplici dichiarazioni

di intenti. La vera sfida è quella di trasformare l'educazione digitale da un'opzione a una necessità, integrandola nel sistema formativo e nelle politiche aziendali.

Quali competenze umanistiche ritiene che siano ancora cruciali in un mondo del lavoro sempre più dominato dalla tecnologia?

La tecnologia è potente, ma senza il tocco umano rischia di diventare sterile. Le capacità di comunicare in modo efficace, pensare criticamente, analizzare contesti complessi e risolvere problemi in modo creativo sono competenze che nessun algoritmo può replicare. In un'epoca di IA e automazione,

è proprio l'empatia, la capacità di adattarsi ai cambiamenti, e la leadership etica che faranno la differenza. Le aziende hanno bisogno di persone che sappiano utilizzare la tecnologia, ma anche di chi sappia creare connessioni, prendere decisioni ponderate e garantire che l'innovazione venga usata al servizio della collettività.

Come si potrebbe promuovere lo scambio intergenerazionale e quali benefici potrebbe portare questo confronto nel contesto lavorativo?

Le aziende devono promuovere politiche che incoraggiano questo scambio, come mentorship reciproche, formazione condivisa e progetti intergenerazionali. I benefici sono enormi: l'innovazione nasce spesso dalla contaminazione di idee, mentre l'esperienza aiuta a evitare errori e a garantire una visione più solida. Lo scambio generazionale non è solo una questione di formazione, ma anche di equilibrio culturale.

Ci sono settori o professioni tradizionali che, secondo lei, potrebbero essere fortemente ridotti o addirittura scomparire a causa della tecnologia?

Sì, alcuni settori tradizionali sono già sulla via dell'automazione, e non c'è dubbio che la tecnologia accelererà questa tendenza. Professioni legate a compiti ripetitivi e a basso va-

lore aggiunto, come lavori manuali in alcune filiere produttive o attività burocratiche in ambito amministrativo, saranno progressivamente sostituite da algoritmi, robot o software avanzati. Ma la vera domanda non è se queste professioni scompariranno, ma come risponderanno i lavoratori e le imprese a questo cambiamento.

Come vede il futuro del lavoro in Italia, considerando i dati relativi alla formazione digitale e alla domanda di competenze avanzate?

Il futuro del lavoro in Italia è una sfida che non possiamo più rimandare. Con solo il 45,6% della popolazione in età lavorativa che possiede competenze digitali di base, siamo decisamente in ritardo rispetto alla media europea. Ma questo gap non è solo un problema: è una grande opportunità per chi saprà coglierla. Se non investiamo nella formazione digitale ora, rischiamo di rimanere tagliati fuori dal mercato globale, ma se lo facciamo, possiamo diventare un modello di innovazione e adattamento.

Il futuro del lavoro sarà caratterizzato dalla domanda crescente di competenze avanzate in tecnologia, data analysis, Ia e cybersecurity. Le aziende italiane che sapranno formare i propri dipendenti e promuovere un'agenda digitale saranno quelle che domineranno i mercati del futuro.

Il futuro del lavoro richiederà competenze avanzate in tecnologia, data analysis, Ia e cybersecurity. Le aziende italiane che investiranno in formazione e in un'agenda digitale saranno quelle che domineranno i mercati del futuro

Secondo lei, quali politiche o iniziative potrebbero essere adottate per favorire una crescita equilibrata delle competenze digitali nel nostro Paese?

Se vogliamo davvero fare il salto, dobbiamo partire dall'educazione primaria e arrivare fino ai lavoratori più maturi, che rischiano di essere esclusi dalla rivoluzione digitale se non vengono supportati. Ma non basta. Le aziende devono fare la loro parte, senza delegare tutto allo Stato. Perché è facile parlare di "skills gap" quando non si investe davvero nella propria forza lavoro. Sostegno a start-up e imprese innovative? Sì, ma anche con incentivi concreti per chi investe in formazione continua e in sviluppo tecnologico.

In che modo le aziende possono contribuire attivamente alla formazione continua dei propri dipendenti, in particolare in ambito digitale?

Le mentorship interne possono diventare il cuore pulsante di una crescita continua, dove i più esperti non solo trasmettono conoscenza, ma creano spazi di confronto e scambio

di esperienze che vanno oltre la teoria. Invece di limitarsi a formazioni generiche, le aziende potrebbero spingere su esperienze pratiche come hackathon o progetti reali, dove i dipendenti non solo acquisiscono competenze, ma si misurano anche in situazioni concrete. E non sottovalutiamo il potere della gamification: una strategia che, lontana dall'essere una moda, è un modo efficace per tenere alta la motivazione e far sì che l'apprendimento non diventi un dovere, ma un'opportunità che si vive ogni giorno.

Quanto conta, oltre ai classici benefit, una comunicazione interna efficace per far sentire i dipendenti coinvolti e valorizzati?

Conta moltissimo. Le aziende spesso investono in benefit, formazione e sviluppo, ma se questi strumenti non vengono comunicati in modo chiaro e coinvolgente, rischiano di rimanere lettera morta. La comunicazione interna non è solo un canale informativo, ma una leva strategica di engagement: quando i dipendenti percepiscono trasparenza, ascolto



e dialogo, si sentono parte di un progetto e non semplici ingranaggi di un meccanismo. Proprio per questo, con laborability, abbiamo messo a punto un servizio dedicato alla comunicazione interna, con l'obiettivo di aiutare le aziende a trasformare informazioni e iniziative in leve concrete di coinvolgimento. Perché un'azienda che comunica in modo efficace non solo trattiene i talenti, ma li trasforma nei suoi primi ambasciatori.

Come una migliore comunicazione interna può rendere il welfare aziendale un vero elemento di engagement?

Il welfare non è solo un insieme di misure di supporto, ma un vero e proprio strumento di valorizzazione del capitale umano. Il problema non è tanto nella disponibilità di questi strumenti, quanto nella loro percezione e accessibilità. Se il dipendente non sa che esiste un fondo per la formazione, un supporto psicologico o un piano di conciliazione vita-lavoro, questi strumenti restano inutilizzati e l'azienda perde un'occasione strategica.

Quali strategie possono adottare le aziende per garantire che il welfare venga percepito come un reale valore aggiunto dai dipendenti?

L'errore più comune delle aziende è pensare che il welfare si esaurisca nella sua introduzione.

In realtà, il valore di qualsiasi misura di benessere aziendale dipende dalla sua effettiva fruizione.

La parola chiave è accessibilità: se un benefit esiste ma il dipendente non lo conosce, o lo percepisce come troppo complesso da ottenere, di fatto è come se non esistesse. Le aziende devono adottare un approccio "user-friendly" al welfare, semplificando le modalità di accesso e comunicando in modo chiaro e continuo.

Creare un welfare coach aziendale, una figura interna o un tool digitale che aiuti i dipendenti a comprendere e utilizzare le risorse a disposizione, può essere una strategia vincente. Inoltre, serve una misurazione costante: analizzare quali benefit vengono più utilizzati e raccogliere feedback diretti permette di adattare l'offerta alle reali esigenze. ●



STAMPA SICURA E PRIVACY COMPLIANT

Le soluzioni di gestione documentale di Brother per gestire con la massima sicurezza i dati dei clienti

In un mondo ridisegnato dall'innovazione e dalla spinta a una maggiore personalizzazione dell'offerta, sono moltissimi i professionisti che si trovano ad affrontare le sfide della trasformazione digitale. Che si tratti di studi professionali, avvocati, commercialisti o studi di consulenza, una delle necessità principali è quella di tutelare i propri clienti, in particolare sul fronte della privacy. All'interno di questi ambienti lavorativi la documentazione cartacea ha assunto negli ultimi anni una nuova posizione, perché deve allinearsi alle esigenze dei flussi documentali in conformità con la dematerializzazione dei dati. I documenti cartacei, infatti, vanno a ricoprire il ruolo di supporto materiale per la realtà digitale ancorata alle normative europee di protezione dei dati personali del cliente.

In questo scenario non privo di complessità, Brother ha sviluppato soluzioni di stampa e gestione documentale che consentono una gestione sicura e "privacy compliant" dei dati. Come tutti sappiamo, un passaggio fondamentale sul fronte della tutela dei dati personali è arrivato sette anni fa, il 25 maggio 2018, quando anche l'Italia ha applicato il regolamento generale sulla privacy.

Un acronimo diventato di uso comune, il cui impianto normativo ha determinato un cambiamento profondo nella gestione delle informazioni degli utenti. I punti centrali del gdpr riguardano: la definizione di dato personale, ossia qualsiasi informazione consenta di "identificare una persona", dal codice fiscale, alla sua immagine; il trattamento, cioè le operazioni che riguardano raccolta, registrazione e archiviazione dei dati ma anche la loro estrazione o consultazione, e la cancellazione; l'identificazione del titolare del trattamento, il soggetto che "determina le finalità e i mezzi del trattamento di dati personali", e del responsabile del trattamento, colui che tratta i dati per conto del titolare. Alla mole di lavoro già esistente, da quel momento in poi studi professionali, avvocati, commercialisti e studi di consulenza hanno dovuto fare i conti con nuove complessità, in particolare quella di gestire grandi quantità di documenti sui quali sono riportati i dati sensibili dei clienti, e la compliance con le norme stabilite dal gdpr non è determinata soltanto dalla riservatezza del personale, ma anche dalla strumentazione utilizzata: dai software interni ai dispositivi come computer, stampanti e scanner.

Per rispondere a queste esigenze Brother offre soluzioni innovative legate alla stampa e alla digitalizzazione; tra queste troviamo il Pull Printing, che risponde non solo alle necessità di stampare in modo sicuro ed efficiente, ma garantisce anche protezione dei dati e dei documenti attraverso specifici protocolli di crittografia. Il Pull Printing crea una “coda virtuale” dei documenti inviati alla stampa, garantendo il controllo da remoto e il ritiro soltanto quando l’utente è in prossimità del dispositivo, perciò in grado di autenticarsi “fisicamente”.

Per impedire la fuoriuscita di informazioni sensibili dai documenti stampati, Brother ha sviluppato anche il software Secure Print+ e ha dotato le proprie macchine di lettori di

card nfc integrati. In questo modo i dati vengono inviati da remoto e in forma criptata al dispositivo e la stampa parte soltanto nel momento in cui chi ha effettuato l’invio (o chi è autorizzato al ritiro) è in grado di autenticarsi accostando al lettore la propria card nfc.

Non solo: la sicurezza a fronte di eventuali violazioni informatiche è garantita dall’assenza di dischi fissi nelle periferiche (in questo modo si evita l’hackeraggio dei documenti memorizzati negli hard disk); mentre, per impedire fughe di dati, le macchine laser di fascia alta sono tutte dotate delle funzionalità di sicurezza dei protocolli crittografici tls/ssl e di filtraggio degli indirizzi Ip.

La somma della tecnologia Secure Print+ e del lettore di



card nfc risponde a una doppia esigenza: la prima impedisce che la stampante venga hackerata e i dati sottratti in forma digitale; la card nfc, invece, impedisce che le informazioni sensibili possano fuoriuscire dai loro canali ufficiali una volta stampate. In questo modo è possibile rispondere in maniera efficiente non soltanto alle richieste del cliente in termini di trasparenza, ma anche a quelle del gdpr in termini di protezione dei dati personali.

A questo si aggiunge l’impostazione del timing dei documenti, che possono restare in “coda virtuale” entro un tempo massimo stabilito. Così facendo, non soltanto si garantisce la sicurezza di stampa ma si evitano eventuali sprechi di energia o sovraccarichi ai dispositivi. Il fattore timing si estende anche alla durata del salvataggio dei dati nella stampante, funzione anche questa a norma di GDPR. ●

TAX & LEGAL





TAX & LEGAL

CARAVATI PAGANI

Guidato dai partner Edoardo Caravati, Piero Pagani e Filippo Caravati, da oltre 35 anni lo Studio Caravati Pagani opera nei diversi ambiti della consulenza tributaria, societaria, aziendale e contabile, con uffici sia a Milano sia in provincia di Novara, ad Arona e Gozzano. Lo studio assiste clienti italiani e internazionali che operano nei principali settori merceologici, dalla media impresa alla multinazionale, dalla startup innovativa ai grandi gruppi e alle persone fisiche (HNWI) in materia di fiscalità di grandi patrimoni. L'eccellenza dei servizi offerti è garantita anche in virtù del rispetto della normativa vigente e dell'aderenza ai massimi standard etici descritti nel codice etico dello studio, citato nella guida internazionale World Tax, nonché finalista di prestigiosi premi di settore e presente in numerosi ranking tra i migliori studi di consulenza italiani. La presenza di un organico di oltre 65 persone consente allo studio di essere strutturato in aree di specializzazione e di avvalersi di professionisti in grado di gestire in modo efficiente un grande numero di pratiche corrispondenti ad un altrettanto elevato numero di casistiche. L'uso esteso della tecnologia è parte integrante del modo di operare dello Studio Caravati Pagani: tra le prime strutture italiane a fornire consulenza sulla fatturazione elettronica e conservazione sostitutiva a norma, è da sempre all'avanguardia nelle infrastrutture informatiche (Intelligenza Artificiale, cloud, servizi di archiviazione, virtual data-room, file sharing evoluto, videoconferenze, telelavoro).

Contatti

Piazza De Filippi, 7
Arona (NO)
0322245858
Via Giosué Carducci, 31
Milano (MI)
0286915076
Via Beltrami, 47
Gozzano (NO)
032294055
reception@caravatipagani.it
caravatipagani.it

CARAVATI PAGANI
DOTTORI COMMERCIALISTI ASSOCIATI



Filippo Caravati

Filippo Caravati, dottore commercialista e revisore legale è socio dello Studio Caravati – Dottori Commercialisti Associati. Si occupa di operazioni straordinarie, gruppi societari, holding, intermediari finanziari e trust. Sindaco e revisore legale in numerose società, anche quotate, nei settori Industriale, finanziario, immobiliare, è anche amministratore delegato di società di cartolarizzazione e componente dell'advisory board di un fondo di private equity italiano. Docente e relatore in numerosi convegni tra cui SAF, SDA Bocconi, Politecnico Milano, DRE Lombardia, è anche autore di pubblicazioni.