

PRIVATE

MAGAZINE DEL PRIVATE BANKING

ALESSANDRO MARCHESIN

Sinergie vincenti
Così **Sella Sgr**
con visione gobale
è vicina ai clienti

07/08
LUG/AGO
2021

Italia 5,00 euro
Anno 7 - N° 7/8 - Lug/Ago 2021
Periodicità: mensile
Prima immissione: 30/7/2021

Mensile - Poste Italiane Spa - Spedizione in abbonamento postale
D. L. 353/2003 (conv in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/MI





INTERVIEW



Si vince con le sinergie

Sella Sgr punta sull'integrazione tra la fabbrica prodotto e la rete Marchesin (ad): "Vicinanza ai clienti fondamentale per allineare gli interessi"

DI LUIGI DELL'OLIO

“Oggi il mercato ha bisogno di risposte rapide, qualificate e precise. In questo scenario è necessario che l'offerta sia sempre innovativa e al passo coi tempi”.

Alessandro Marchesin, chief executive officer di Sella Sgr, parte da questa considerazione per inquadrare l'evoluzione in atto nel risparmio gestito, con ricadute dirette anche per il private banking.

Iniziamo dalle caratteristiche societarie: quali sono i vostri tratti distintivi?

Siamo una Sgr al 100% italiana, con una visione globale su tutti i mercati. Ci occupiamo di fondi di diritto italiano, fondi esteri, previdenza complementare, e advisory, così come di deleghe di gestione. In sostanza tutte le caratteristiche di una società di gestione con un approccio multimanager. La configurazione attuale di Sella Sgr deriva dalla svolta nel 2020: fino ad allora la società era detenuta al 95% da Banca Sella Holding. Il processo di riorganizzazione è partito prima con l'avvicendamento del top management e lo scorso anno si è

arrivati alla variazione dell'assetto societario. Oggi Sella Sgr fa capo per il 73% a Banca Patrimoni Sella & C., per il 20% a Banca Sella e il restante 7% è detenuto dalla holding e da soci terzi. La società rientra nella business line Wealth&Asset Management creata all'inizio di quest'anno con l'obiettivo di dare un unico coordinamento alla filiera dei servizi di investimento, di gestione del risparmio e di consulenza del gruppo. Quanto ai numeri, contiamo asset per 6,1 miliardi di euro, articolati in 3,1 miliardi in capo ai fondi comuni, 500 milioni di previdenza e 2,5 miliardi tra advisory e deleghe, soprattutto per i fondi assicurativi. Il 40% circa del patrimonio gestito fa riferimento al segmento del private banking.

Concretamente cosa è cambiato?

La recente riorganizzazione ci consente da una parte di essere più vicini ai clienti, anche fisicamente, grazie al rapporto diretto con i banker; dall'altra, di avere una visione globale del business, avendo portato sotto un'unica struttura le attività di asset management management e di wealth management.

La recente riorganizzazione ci consente da una parte di essere più vicini ai clienti, anche fisicamente, dall'altra di avere una visione globale



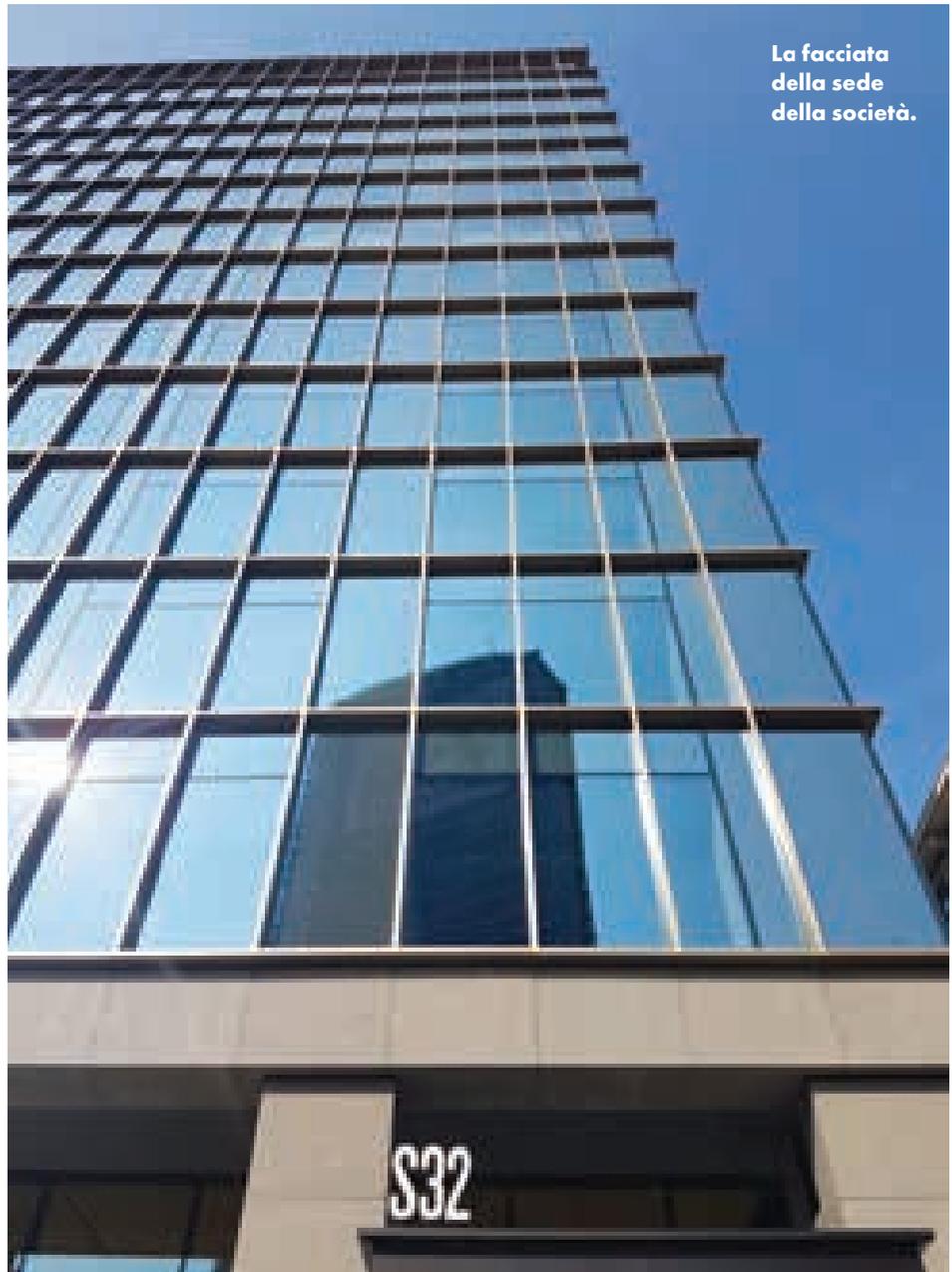
Questo ci permette di creare sinergie tra la fabbrica prodotti e il private banking, con la possibilità di uno scambio continuo di impressioni, competenze e conoscenze, a tutto vantaggio della qualità e della rapidità delle risposte fornite ai clienti.

Cambia qualcosa a livello di offerta?

Questo approccio rende più efficiente la selezione degli strumenti d'investimento da presentare ai clienti. Inoltre, avvicinando produzione e distribuzione si ha un maggiore controllo dei rischi. Altro elemento competitivo della strategia è la capacità di internalizzare i ricavi, un fattore non trascurabile in un'era caratterizzata da una progressiva contrazione dei margini. Oggi di fatto all'interno del gruppo la Sgr è il pivot della product governance del risparmio gestito attraverso il governo dell'architettura aperta.

A livello di offerta oggi la priorità non è tanto proporre soluzioni d'investimento per tutte le esigenze e i gusti, quanto piuttosto orientarsi nella miriade di opportunità offerte dal mercato per offrire un bouquet selezionato alla propria clientela. Come vi muovete in questo scenario?

Siamo tradizionalmente gestori attivi con particolare expertise relativamente all'azionario Italia e all'obbligazionario Europa ma spesso, su altri mercati o asset class, preferiamo operare come fund selector. La richiesta mercato oggi si



La facciata della sede della società.

focalizza soprattutto su soluzioni di investimento in grado di selezionare strategie di gestione per renderle più fruibili ai clienti, come ad esempio attraverso i fondi "step-in" o i fondi "a formula".

Così ci muoviamo andando a selezionare di volta in volta i fondi più interessanti in termini di specializzazioni, track record e costi e li proponiamo ai risparmiatori/investitori. I criteri di scelta

ovviamente sono anche legati all'evoluzione della domanda, che cerchiamo di anticipare. Per fare un esempio, la nostra prima esperienza nel campo della sostenibilità risale al 1999, quando il tema era davvero di nicchia. Nel 2015 siamo stati i primi in Italia a lanciare un fondo a impatto.

Lo scorso anno nel pieno dell'emergenza sanitaria internazionale abbiamo avviato una collaborazione con la Fondazione Umberto Veronesi, che ci ha avvicinato ai temi della salute, della ricerca e della tecnologia ad essa applicata. Lo scambio di esperienze è stato fondamentale per lanciare Top Funds Selection iCARE, un fondo di fondi che promuove investimenti socialmente responsabili in aziende che operano per lo sviluppo delle condizioni di vita migliori delle persone, dalla prevenzione alla cura, fino ai corretti stili di vita. Le società selezionate dal team di gestione di Sella Sgr a livello globale appartengono a settori come robotica, innovazione, pharma, biotech: aziende che sanno intercettare i cambiamenti sociali e culturali e che hanno in comune soluzioni per l'innovazione nella cura, l'ambiente, la ricerca e l'etica. In questo ragionamento siamo stati precursori anche nel cogliere l'opportunità di investimento nell'economia reale con l'offerta di tre fondi Pir – Investimenti Azionari Italia, Investimenti Bilanciati Italia e Bond Corporate Italia – i primi due già sul mercato dall'inizio del 2017.

Puntiamo su 3 leve per crescere: sviluppo del brand, evoluzione dell'offerta e tavoli prodotto che coinvolgono i private banker

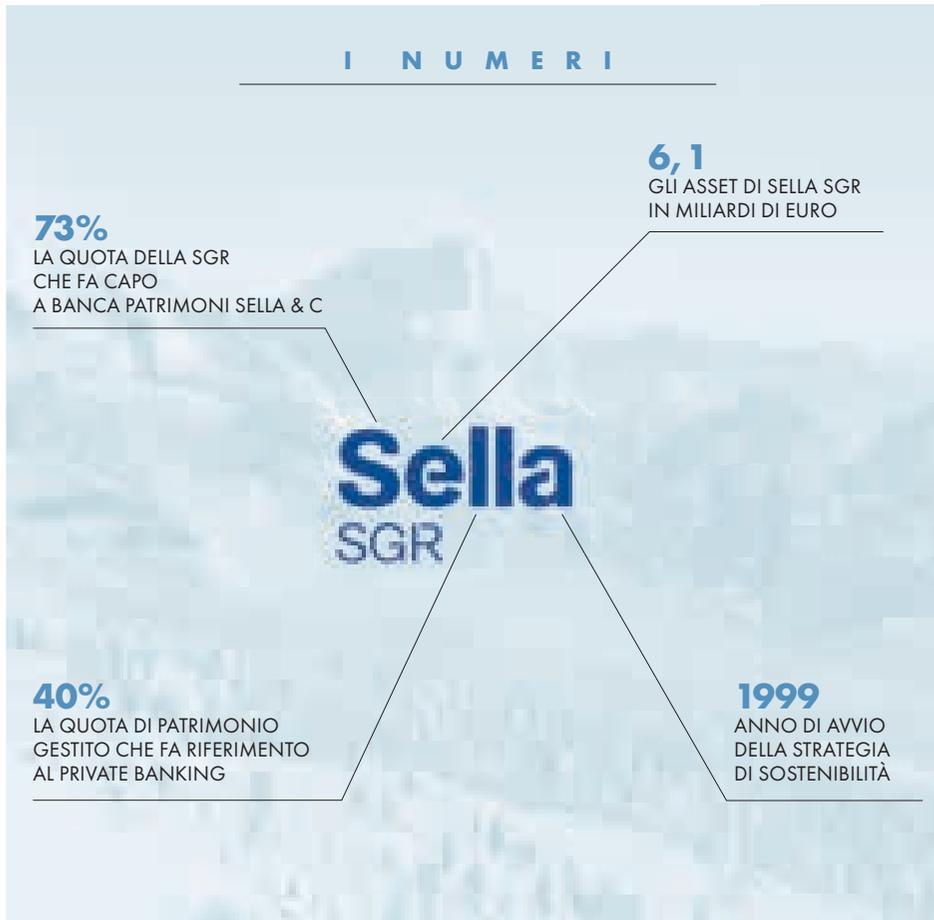
Al di là dei prodotti, quali sono le leve che oggi consentono a una Sgr di distinguersi in un mercato sempre più affollato?

Per quanto ci riguarda abbiamo individuato tre leve strategiche, a partire dal brand, con l'impegno ad accrescere la percezione della Sgr sul mercato. Sappiamo di poter contare sulle eccellenze del gruppo nel campo delle piattaforme e dei sistemi di pagamento; analogamente l'obiettivo della Sgr è quello di diventare un punto di riferimento nella produzione di strumenti di risparmio gestito. Il secondo focus è sulla capacità di far evolvere l'offerta secondo le esigenze di rete e clienti, un approccio che ci vede al centro delle attività di asset Management del gruppo: così ad esempio abbiamo puntato su soluzioni che consentono di passare dall'obbligazionario all'azionario in modo disciplinato e sui fondi a scadenza, che si stanno orientando sempre di più verso strategie bilanciate o flessibili, che integrano e asset class sostenibili. La terza direzione riguarda i rapporti con la rete, attraverso l'organizzazione di tavoli prodotto nei quali vengono coinvolti sia i private banker sia

gli advisor della fascia affluente per condividere esigenze e know how e individuare insieme nuove soluzioni. Trasversalmente a questi tre filoni abbiamo inoltre innovato nella comunicazione, formando i nostri professionisti per migliorare il dialogo con il mercato.

A proposito di comunicazione, oggi tutti parlano di Esg, tanto che il rischio vero per l'investitore è faticare a distinguere tra iniziative davvero sostenibili e semplice marketing green. Ritieni che i recenti passi in avanti compiuti dall'Ue per delimitare i confini degli investimenti sostenibili siano sufficienti?

Sicuramente il Regolamento Ue Sfdi va nella giusta direzione, ma non basta. Occorre soprattutto agire sul fronte della comunicazione per far sì che le scelte d'investimento siano sempre più consapevoli. Per altro il concetto di Esg è in rapida evoluzione: fino a poco tempo fa l'attenzione dei prodotti d'investimento era quasi esclusivamente focalizzata sugli aspetti ambientali, oggi abbraccia sempre più spesso anche le dimensioni dell'inclusione sociale



e della governance. La spinta che arriva dal risparmio gestito può aiutare il mondo delle imprese ad evolvere, ma anche su questo fronte è fondamentale che si percepisca l'evoluzione come un'opportunità e non un vincolo esterno.

A cosa si riferisce?

Ad esempio, l'inserimento delle donne nei consigli d'amministrazione non dovrebbe essere visto come un vincolo, ma come una strategia utile ad avere una visione più globale del business, sensibilità differenti, e quindi come

un'opportunità per fare scelte migliori per la crescita dell'azienda.

Quanto alla tecnologia, è ancora percepita come una minaccia dai professionisti?

Personalmente l'ho sempre considerata di grande supporto per i private banker. Penso ai robo for advisor e al ruolo che possono svolgere per liberare tempo da dedicare alla consulenza. Dal lato dei gestori, poi, il contributo della tecnologia per migliorare le scelte d'investimento e minimizzare i rischi è fuor di dubbio. Dal machine

learning ai big data, sono tanti gli strumenti che aiutano a migliorare le performance grazie alla capacità di analizzare una grande quantità di informazioni in tempo reale e fornire al gestore un valido supporto per la sua attività di selezione.

Chiudiamo con qualche nota personale: qual è il suo stile di leadership?

La mia storia professionale è iniziata nel settore manifatturiero, passata per la carriera in banca commerciale, poi come manager di rete. Ambiti così diversi mi hanno convinto di quanto sia importante saper delegare: serve al manager per concentrarsi sulle decisioni strategiche e all'organizzazione nel suo insieme perché aiuta a motivare le persone. Senza l'agenda e la mente sufficientemente libere non è possibile immaginare il futuro, non lo si può fare se si è troppo immersi nel quotidiano. Prendiamo il tema dell'innovazione: se sei focalizzato sull'execution perdi di vista l'orizzonte, la capacità di definire dove dovrà essere l'azienda da qui a tre anni.

Quali sono i suoi hobby e come incidono sul lavoro quotidiano?

Ho molte passioni: la lettura, soprattutto autori americani; la collezione di vecchi vinili; il tennis, che ho praticato fino all'insorgere di alcuni acciacchi fisici; infine il mare. Mi piace andare in barca e più in generale cercare un buon equilibrio tra lavoro e vita privata. ▶