

# PROMOTORI & CONSULENTI

FONDI&SICAV

Luglio 2014



**Professione**  
Prosegue il trend  
di consolidamento



**Professione/2**  
Donne, una  
piccola crescita



**Professione/3**  
I giovani  
non decollano



**Antonello Sanna, amministratore delegato  
di Solutions Capital Management Sim**

**«Piccoli, ma  
di fascia alta»**

# *Diversi per scelta*

a cura di Massimiliano D'Amico

**P**ersonalizzazione del servizio, consulenza a parcella, totale assenza di conflitti d'interesse e partecipazione dei promotori alla vita aziendale. Si potrebbe sintetizzare così in quattro punti il business model adottato da SOLUTIONS CAPITAL MANAGEMENT SIM. L'amministratore delegato, ANTONELLO SANNA, spiega quali armi utilizza la sua struttura per affrontare le corazzate dell'intermediazione e racconta i piani per espandersi all'estero.

*Come si è chiusa la prima parte dell'anno per Solutions Capital Management?*

«Nel primo semestre del 2014 abbiamo realizzato un risultato, in termini di nuova raccolta (56 milioni di euro) leggermente inferiore rispetto al medesimo periodo dello scorso anno, ma prevediamo di chiudere comunque i sei mesi conseguendo un ottimo risultato sul fronte della redditività. Nel contempo, le risorse inserite nella sim nello stesso periodo, professionisti dal portafoglio consolidato da oltre 100 milioni di euro, stanno dimostrando tutto il loro valore e dunque il lavoro svolto si rifletterà principalmente nella seconda parte

del 2014. Dati alla mano ci attendiamo un aumento del 40% degli asset under management, dagli attuali 530 milioni euro. Solutions Capital Management è destinata dunque a chiudere l'anno segnando i migliori risultati di sempre, sia dal punto di vista del reclutamento, sia del patrimonio in gestione. Sembra avviato una sorta di parallelismo: più a lungo operiamo sui mercati, più il nostro brand diventa appetibile, poiché riconosciuto e apprezzato per la serietà e la professionalità. Entrambi fattori che nella fase di reclutamento hanno avuto un peso determinante. Ma non ci fermiamo certo qui. Puntiamo infatti non solo a fidelizzare i rapporti in atto, ma abbiamo l'obiettivo di allargare ulteriormente la base della clientela. E i numeri lo confermano. Posso annunciare, giusto per fare un esempio, che nelle ultime settimane abbiamo siglato un accordo per offrire la nostra consulenza a un family office di una grande famiglia imprenditoriale italiana. Visto che il deal non è stato ancora formalizzato, preferisco, tuttavia, mantenere il massimo riserbo sull'operazione, che in ogni caso dovrebbe concludersi a breve. Questa partnership, così come altre, dimostra che Scm oltre ad avere un ottimo posizionamento sul

***Il numero uno della struttura che ha iniziato a operare nel 2010 è molto soddisfatto dei risultati raggiunti. La società da lui fondata è infatti destinata a chiudere l'anno segnando i migliori risultati di sempre, sia dal punto di vista del reclutamento, sia del patrimonio in gestione. L'obiettivo è differenziarsi dai big player puntando sulla personalizzazione del servizio, in linea con le esigenze della clientela di alto standing***

mercato, riesce già a distinguersi all'interno del mare magnum delle società che offrono consulenza finanziaria, in particolare presso la clientela di medio-alto profilo, sempre più alla ricerca di strutture in grado di fornire loro la massima personalizzazione».

*Solutions Capital Management ha avuto il via da Consob nel 2009 e ha iniziato a operare nel 2010. Per un manager come lei, con un passato in Banca Generali e in Banca Sara, è stato complicato trasformarsi in un vero e proprio imprenditore?*

«Si sente parlare spesso di semplificazione amministrativa, ma ho potuto toccare con mano che nel nostro paese la burocrazia rischia di intralciare il percorso delle aziende che vogliono debuttare sul mercato. Ovviamente per l'imprenditore gestire questi processi non è semplice, anche se garantiscono alcune imprescindibili tutele per il consumatore. Benché il percorso, specie nelle prime fasi, sia stato complicato, ritengo di esserne uscito più forte: ho imparato infatti molto di più in questi ultimi quattro anni di lavoro come imprenditore che nei precedenti 30 da manager. Al di là delle complessità, il nostro è stato un percorso assolutamente positivo e si sta rivelando una vera e propria storia di successo. Con un filo di orgoglio voglio ricordare che siamo partiti nel 2008 e in uno scenario non certo semplice Scm Sim è riuscita a muovere i primi passi, crescendo gradualmente ma costantemente e ponendo le basi per uno sviluppo duraturo. Basti pensare che attualmente lavorano nella nostra società una quarantina di professionisti: in un periodo in cui



«*Molti promotori propongono la loro candidatura a Scm Sim poiché vantano una base di clientela dalla grande disponibilità economica e hanno quindi esigenze di personalizzazione particolari*»

in Italia dilagava la disoccupazione, nel nostro piccolo abbiamo fatto la nostra parte».

*Quali leve utilizza Scm per differenziarsi dai grandi player che, in sintesi, si ritagliano il 90% del mercato?*

«Sappiamo bene che il settore della consulenza è dominato in Italia da sette grandi player, il cui potere di mercato è cresciuto molto negli ultimi anni, con effetti non proprio vantaggiosi per gli investitori finali. Non credo esistano strumenti buoni o cattivi in sé, ma sono convinto che una

struttura come la nostra, diversamente dai player "della grande distribuzione", sia realmente in grado di calibrare prodotti che rispondano alle esigenze della clientela. Inoltre ritengo che questo mercato abbia grandi potenzialità, in gran parte inesprese. I dati della Banca d'Italia sulla ricchezza delle famiglie evidenziano infatti che gli asset mobiliari nel nostro paese ammontano a circa 3.800 miliardi di euro, un dato che in Europa ha una rilevanza straordinaria. Tralasciando per un attimo i luoghi comuni, va sottolineato che vivia-

mo ancora in un'area ricchissima e, all'interno del Vecchio continente, siamo tra le nazioni più benestanti. Attualmente, tuttavia, la percentuale di italiani che sottoscrivono i prodotti di risparmio gestito si aggira attorno al 7%, una quota marginale rispetto alle statistiche evidenziate dai nostri vicini europei. A parte il boom del 2000, nei dieci anni successivi questa industria non ha saputo più crescere. Nel 2013 e durante l'inizio di quest'anno, invece, abbiamo assistito probabilmente a un deciso cambio di trend e ottimisticamente il mondo dei fondi potrebbe raggiungere una quota del 12%-14%. In ogni caso, se analizziamo con attenzione il report di Bankitalia, notiamo subito che l'86% degli investimenti è in mano alle banche. Viviamo in una sorta di paradosso: gli italiani sono benestanti, gestiscono con accortezza il loro patrimonio e poi scelgono un canale, come gli istituti di credito, dove la personalizzazione non è certo una priorità. Sono convinto, dunque, che ci sia lo spazio per competere con queste realtà, a patto di adottare una strategia differente e le caratteristiche di Scm Sim, va da sé, sono evidentemente diverse dai big player. Da noi la personalizzazione

del servizio non è solo importante, ma è fondamentale. Al contrario per un'azienda dalle grandi dimensioni è pressoché impossibile rispondere a questa esigenza».

### **Quali leve utilizzate per convincere i professionisti a venire a lavorare da voi?**

«Puntiamo a inserire nella nostra struttura solo quei professionisti che siano alla ricerca di qualcosa di diverso rispetto alle reti tradizionali. Molti promotori, ad esempio, propongono la loro candidatura a Scm Sim poiché vantano una base di clientela dalla grande disponibilità economica e hanno quindi esigenze di personalizzazione particolari che una big difficilmente riesce a garantire per le ovvie necessità di standardizzazione del servizio. Il secondo elemento che rende Scm Sim una struttura dal grande appeal è che da noi c'è realmente la possibilità di diventare imprenditori di se stessi. Grazie alla presenza dei promotori, sia nel capitale azionario, sia nel consiglio di amministrazione, riusciamo meglio di altri player ad allineare i loro interessi con quelli della società, rafforzando al tempo stesso il senso di appartenenza e la fidelizzazione, senza contare che le risorse sono incentivate a partecipare attivamente alla vita aziendale. Dal punto di vista dell'identità è molto importante: il promotore che diventa socio, banalmente, spegne la luce quando esce dall'ufficio, perché percepisce Scm come un bene proprio. In un'ottica di lungo periodo la possibilità, una volta andati in pensione, di lasciare le proprie quote ai figli, responsabilizza ancora di più i professionisti».

### **Com'è composto il capitale sociale di Solutions Capital Management?**

«Solutions Capital Management fa capo a un socio unico, Holding Partecipazioni Societarie, che conta su un capitale di 3,085 milioni di euro e comprende un nucleo di azionisti privati, tra cui alcune importanti famiglie imprenditoriali e tutti i promotori e i dirigenti che lavorano nella società».

### **Dal punto di vista del reclutamento, qual è il bilancio della prima parte dell'anno?**

«Nel 2013 abbiamo inserito sei banker che vantavano, ciascuno, un portafoglio consolidato di circa 60 milioni. Entro la fine dell'anno pensiamo di dare il benvenuto ad altri quattro o cinque professionisti. Proprio in questi giorni, come anticipato, stiamo definendo il passaggio in Scm di tre banker che apporteranno asset totali per circa 400 milioni totali. Nel 2014, in sintesi, abbiamo preferito incrementare le masse piuttosto che focalizzarci sulla crescita dimensionale. Il nostro lavoro è diverso da quello di una big cap e inserire 20 o 30 professionisti rischierebbe di mettere sotto pressione la struttura. Meglio focalizzarsi su pochi promotori, di qualità elevata, che sono pronti a lavorare giorno dopo giorno alla crescita di Scm, anziché inserire un gran numero di consulenti che hanno solo l'obiettivo di cambiare casacca e girare il portafoglio ogni due-tre anni».

### **Tra i suoi servizi Scm offre anche la consulenza Mifid. Il mercato sta rispondendo bene?**

«La prima buona notizia è che il cliente, differentemente da quanto sostenuto da altri player, è disposto a



pagare per ottenere una consulenza qualificata. Il nodo vero e la spiegazione del mancato successo dell'advisory a pagamento nel nostro paese si trova nei business plan della maggior parte delle banche e delle reti, che vivono in uno stato di perenne conflitto d'interessi e sono consapevoli che la consulenza a parcella ha una redditività più bassa rispetto ai prodotti del risparmio gestito. Per Scm, al contrario, questo modello di servizio rappresenta una straordinaria opportunità di crescita. E i numeri ci danno ragione. Attualmente gli asset under advisory ammontano già a 400 milioni circa. Un fattore che facilita enormemente l'avvicinamento degli investitori a un tipo di consulenza ancora sconosciuta ai più è rappresentato dal fatto che il cliente può tranquillamente continuare a mantenere il rapporto con la banca o l'intermediario di fiducia senza spostare il proprio denaro. L'accordo che sigliamo con l'investitore garantisce un servizio che i vari istituti di credito non sono in grado di offrirgli, poiché sono impegnati per i noti problemi di capitalizzazione a convincerlo a sottoscrivere le proprie obbligazioni, che non offrono mediamente grandi soddisfazioni. Inoltre la consulenza ha un altro importante punto di forza. Fondandosi su una serie di procedure perlopiù sistematiche, il servizio è meno costoso, specie dal punto di vista delle procedure amministrative, rispetto alla semplice distribuzione degli strumenti. Un limite dell'advisory a pagamento, emerso nella pratica quotidiana, invece, è che non tutti gli intermediari vantano un'ampia gamma di prodotti tra cui scegliere: così quando vogliamo investire in un



particolare settore o area geografica risolviamo questo problema utilizzando gli Etf».

***Come è strutturata la vostra fee di consulenza?***

«I clienti pagano una fee mensile. Il motivo risiede nel fatto che il contratto di consulenza a parcella comporta qualche onere amministrativo in più per Scm Sim; inoltre non mi piace l'idea che i banker vengano remunerati su base trimestrale. Le commissioni sono completamente sganciate dal profilo di rischio del cliente e sono semplicemente commisurate al patrimonio sotto advisory. Anche in questo caso puntiamo molto sulla personalizzazione del rapporto. I nostri banker calibrano la fee studiando soluzioni su misura per le specifiche esigenze del cliente. L'entità del patrimonio, ovviamente, è una variabile importante per determinare la parcella: più è rilevante, minore sarà la percentuale da applicare».

***Ha fatto riferimento diverse volte al conflitto d'interessi. Scm come opera per non avere problemi in questo senso?***

«Fin dal nostro debutto sul mercato possiamo contare sulla partnership con Ubs Italia che è la nostra banca depositaria e mette a disposizione

dei banker e della clientela la piattaforma web Ubs connect per la compravendita dei fondi e dei titoli. Inoltre, proprio per allineare i nostri interessi ai loro, utilizziamo l'high water mark senza reset periodico».

***Qual è il cliente tipo di Scm Sim?***

«Essenzialmente abbiamo due tipi di clienti: gli imprenditori (o ex che stanno passando il testimone ai figli), e la seconda generazione dei capitani d'impresa, che vantano patrimoni importanti e puntano più che altro a preservarli nel tempo al fine di assicurare un futuro più che decoroso alle generazioni che verranno. Abbiamo mediamente una clientela colta e con un'attenzione spasmodica alla volatilità, una peculiarità che accomuna un po' tutti gli investitori italiani».

***Quali novità avete in rampa di lancio?***

«Stiamo ragionando su alcune partnership, collaborazioni o fusioni con strutture simili alla nostra. Ma non solo. Abbiamo l'obiettivo di svilupparci all'estero e stiamo lavorando in questo senso. Nell'arco dei prossimi sei-dodici mesi vorremmo infatti aprire prima una branch a Londra e poi, a seguire, una in Svizzera». ■