

Il risparmio gestito è meno ricco? A giudicare dal patrimonio complessivo, pari a 2.151 miliardi di euro (dato Assogestioni al 31 maggio 2019), non si direbbe. Eppure, da un anno a questa parte l'industria fatica a racimolare masse. Dopo i record del 2015 (+141,7 miliardi) e del 2017 (+97,44), nel 2018 le Sgr sono riuscite a raccogliere solo 9,7 miliardi (-5,03 negli ultimi 9 mesi), mentre quest'anno, al netto dell'operazione straordinaria di Poste Italiane (ha conferito alla Sgr di gruppo un mandato istituzionale per la gestione di circa 53 miliardi), il bilancio è negativo per circa 7 miliardi (-5,9 miliardi il dato dei soli fondi aperti). Numeri che visti in superficie mostrano un settore in difficoltà. «Ma vanno contestualizzati — commenta Andrea Ghidoni, amministratore delegato e direttore generale di Pramerica Sgr —. E bisogna considerare che il 2018 è stato un anno complesso per i mercati, ricco di insidie e difficoltà. Ciò nonostante l'industria ha tenuto, dimostrando di essere resiliente. E questo non è per nulla scontato. Inoltre, veniamo da 6 anni continui di forte crescita, quindi è comprensibile che ci sia un periodo di stabilizzazione».

Le idee

Ghidoni fatica a non vedere elementi positivi per come sta andando il mercato, soprattutto considerando la situazione Italia, che non riesce a segui-

La richiesta di prodotti impegnati sui temi green è stata protagonista della raccolta negli ultimi mesi

I fondi sostenibili piacciono alle famiglie

di **Gabriele Petrucciani**



Pramerica Sgr
Andrea Ghidoni,
amministratore delegato
e direttore generale

re i ritmi di crescita economica del resto del mondo. «Le masse sono rimaste stabili, con un patrimonio in gestione che è al 124% circa del prodotto interno lordo», puntualizza l'ad di Pramerica Sgr, che fa notare come in casa siano riusciti a fare comunque raccolta positiva: «Nei primi 5 mesi dell'anno siamo in attivo di 424 milioni; un dato importante se si considera che nello stesso periodo di tempo l'industria, al netto dell'operazione di Poste Italiane, è in rosso di circa 7 miliardi. Stiamo guadagnando quote di mercato e vogliamo proseguire su questa strada. Dopo il cambio di brand (da Ubi Pramerica a Pramerica Sgr, ndr) ci stiamo aprendo a nuovi clienti. Stiamo allargando il ventaglio delle reti con cui lavoriamo. Questo ci permetterà di crescere ulteriormente».

Guardando alle scelte di investimen-

to, i prodotti apprezzati di più dalla clientela sono stati gli Absolute Return e gli strumenti Esg (Environmental, social e governance). «Questi ultimi, in particolare, hanno raccolto 86 milioni solo a maggio e 272 milioni da gennaio, cioè oltre il 60% del bilancio 2019. C'è una forte richiesta di prodotti sostenibili da parte degli investitori, istituzionali e non, e noi vogliamo cavalcare questo trend. L'anno scorso abbiamo lanciato uno dei primi prodotti in Italia sull'economia circolare e nei prossimi mesi lanceremo altri strumenti sostenibili. Rispetto a 15 anni fa c'è una sensibilità maggiore sul tema, anche a livello istituzionale, come testimonia l'ultima edizione del Salone del Risparmio (la decima edizione è stata lo scorso aprile ndr)». Entrando più nel dettaglio, Pramerica Sgr ha in pipeline due prodotti a stampo Esg: uno di tipo low carbon, che in-

vestirà quindi in aziende che si impegnano a ridurre le emissioni di carbonio nello sviluppo del proprio business, mentre l'altro è un clean water, che investirà in società attive nell'efficientamento della gestione dell'acqua.

Le tendenze

E parlando di sfide dell'industria, Ghidoni non vede, almeno per ora, una reale minaccia nella disintermediazione. «È un prodotto/servizio che per cultura, per educazione finanziaria, necessita ancora di un supporto — argomenta —. Il rischio di disintermediazione esiste, certamente, tuttavia ritengo che riguardi un segmento di mercato ancora limitato. I risparmiatori mediamente sanno che una gestione autonoma degli investimenti richiede tanta preparazione e tanto tempo, due requisiti ad oggi molto rari. A questo aggiungo una riflessione di natura più culturale: nel nostro mercato il rapporto con una persona di fiducia con cui potersi confrontare è un valore ancora molto forte, spesso imprescindibile, soprattutto quando si parla di risparmi. Per me la vera sfida si giocherà sulla qualità del servizio al cliente. Il tema vero per l'investitore è come fare la scelta. Da questo punto di vista vedo un futuro più favorevole per i robo4advisor, quelle piattaforme a supporto del consulente finanziario, piuttosto che per il cliente finale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA