**Il processo di costruzione dei portafogli modello a supporto del**

**nuovo servizio di consulenza della SIM**

**Premessa:** quando si avvia il processo di costruzione dei portafogli modello strategici - che fungano da supporto per il servizio di consulenza evoluta e/o del servizio di consulenza resa su base indipendente - ci sono tutta una serie di decisioni da assumere che non possono non essere condivise con i principali attori del processo, ossia con i consulenti della SIM. Proprio prendendo le mosse da questa considerazione, quindi, sia nell’ambito del gruppo di lavoro deputato a questi sviluppi, sia nell’ambito della prima riunione operativa del comitato investimenti, tenutosi lo scorso 23 luglio, si è deciso di predisporre il presente questionario che ha la finalità di raccogliere, prima, e di discutere, poi, gli input che i consulenti vorranno fornirci interpretando i desiderata ed i bisogni della loro clientela.

1. **in considerazione della dimensione media dei portafogli degli attuali clienti della SIM si è ritenuto opportuno giungere alla costruzione di 3 diverse famiglie di portafogli modello strategici destinati a servire/supportare 3 diversi cluster di clientela:**

- la clientela **retail**, caratterizzata da portafogli di dimensione inferiore ai 100.000 euro;

- la clientela **affluent**, caratterizzata da portafogli di dimensione compresa tra i 100.000 euro e i 250.000 euro;

- la clientela **private**, caratterizzata da portafogli di dimensione superiore ai 250.000 euro.

**Condividete questa logica di determinazione dei 3 target di clientela da servire o sareste più favorevoli ad un numero diverso di segmenti e/o a segmenti con soglie dimensionali dei portafogli diverse da quelle proposte?**

1. **in funzione della risposta fornita al quesito precedente e partendo dal presupposto che solo all’aumentare delle masse sotto advisory è possibile fare ricorso ad un numero via via crescente di asset class - al tempo stesso via via più specialistiche - con cui costruire i portafogli modello strategici, quante e quali asset class considerate necessarie/sufficienti per le diverse famiglie di portafogli modello destinati alla clientela retail, affluent e private?**
2. **in funzione della tipologia di prodotti oggi maggiormente presenti nei portafogli della Vostra clientela, quali asset class non possono, a Vostro avviso, assolutamente mancare nei portafogli modello che andremo a breve a predisporre? A tale riguardo, a mero titolo di esempio, abbiano notato che, nonostante l’andamento decisamente negativo fatto registrare dai fondi flessibili nel corso del 2018 (che pure avrebbe dovuto costituire il periodo di mercato ideale per far emergere le loro caratteristiche distintive rispetto ai fondi direzionali), questi prodotti risultano molto presenti non solo nel catalogo della SIM ma anche, e soprattutto, nei portafogli della clientela. Ne consegue, pertanto, che almeno per i portafogli della clientela mass e, in parte, per i portafogli della clientela affluent si renda opportuno inserire l’asset class fondi flessibili (magari distinguendo quelli a bassa volatilità rispetto a quelli a medio-alta volatilità) sia per avere dei “cassettini” ai quali ricondurre i prodotti già presenti nei portafogli, sia per avviare un processo disciplinato di revisione di questa componente dei portafogli riducendone gradatamente il peso e distinguendo, ove possibile, i veri fondi flessibili di qualità (pochi ma ci sono) dai prodotti che sono classificati come tali ma che come tali non si comportano. Concordate con quanto appena sostenuto?**
3. **La presenza di prodotti assicurativi di ramo I potrebbe suggerire teoricamente un'asset class a loro dedicata. Analizzando, però, il tasso tecnico che caratterizza questi prodotti (nella maggioranza dei casi con sola garanzia del capitale e non anche di un rendimento minimo) risulta possibile effettuare un’operazione di riconduzione delle polizze in parte al mercato monetario €uro e, in parte, all’obbligazionario governativo €uro a medio-lungo termine. Si tratterà di gestire il maggior rischio di mercato delle asset class prescelte rispetto alla maggiore stabilità dei prodotti assicurativi ma, al tempo stesso, andrà riconosciuto il maggior rischio di credito insito nelle polizze (tipicamente molto investite nel governativo Italia) rispetto alle asset class prescelte (che coprono il governativo dell’intera area Euro). Saresti propenso a ricondurre questa tipologia di prodotti a queste asset class?**
4. **Relativamente ai prodotti bilanciati, che pure sono presenti in volumi importanti nei portafogli della Vostra clientela, ritenete che possano, a regime, caratterizzare i portafogli della sola clientela retail o pensate che possano/debbano caratterizzare anche i portafogli della clientela affluent e private? Il fatto che possano/debbano risultare particolarmente adatti alla clientela retail deriva dal fatto che, essendo i portafogli modello di questo cluster di clientela caratterizzati da un numero ridotto di asset class a disposizione, si debba inevitabilmente puntare su asset class generalistiche tra cui, appunto, quella dei prodotti bilanciati. Nei portafogli della clientela affluent e private, invece, avendo a disposizione un numero maggiore di asset class, ci si può permettere il lusso di abbandonare le asset class generalistiche per puntare su asset class via via più specialistiche/mirate. Laddove, quindi, si decidesse, almeno per la clientela retail, di utilizzare i prodotti bilanciati, preferiste che l’ufficio studi individui un modo per “spachettare” questi prodotti sui relativi mercati di riferimento (azionario europa, azionario internazionale, obbligazionario governativo, obbligazionario corporate, etc.) oppure, non potendoli spacchettare (perché il nostro info-providers non li mappa in questo modo), preferireste classificarli come bilanciati inserendo nei portafogli modello delle vere e proprie asset class bilanciati 25-75; bilanciati 50-50; bilanciati 75-25?**
5. **La tendenza in atto sul mercato è tale, secondo voi, da spingerci a dover considerare, almeno per la clientela private/professionale, anche un possibile spazio per soluzioni di investimento quali il private equity, il private debt e i prodotti illiquidi? Se si, con quale spazio?**
6. **Per la manutenzione tattica di questi portafogli modello strategici, in considerazione della impossibilità operativa di muovere tatticamente portafogli di dimensione modesta, ritenete che una soluzione come quella di seguito presentata possa costituire un ragionevole compromesso?**

**- per i portafogli della clientela retail, delegare ai prodotti bilanciati/flessibili la movimentazione tattica dei portafogli;**

**- per i portafogli della clientela affluent e private, delegare al comitato investimenti l’onere di esplicitare periodicamente (su base trimestrale) delle views di mercato di breve termine per individuare, conseguentemente, delle manovre tattiche da apportare ai portafogli stessi. La clientela si aspetta, a nostro avviso, questo servizio che, quindi, la Sim deve mettere a disposizione dei loro consulenti. Laddove non concordaste con la soluzione indicata, avete qualche suggerimento da fornire?**