

# SELECTING THE RIGHT PRODUCT

When it comes to choosing the right products and managers, it is often hard not to look at past performance. But performance isn't everything, and it is just as important to understand how the fund is managed, writes Elisa Trovato

## LUCK OR JUDGEMENT

If a fund ranks top according to the quantitative model but we don't understand why the fund is better than the rest, we do not recommend it, he says. Understanding why a manager has performed well in fact means understanding whether "this is a function of good luck or function of good work."

"That's the sense of qualitative research, to accept that there are different styles and different methods and then you go pick up what you believe is the best. You can't compare one with another, you have to research into it and understand whether that is a sales story or a true story."

So transparency, good communication and being able to respond with quick and deep information when it is needed is paramount, according to Mr Wiedenbrig.

Overall financial stability of the manager, performance and flexibility are the top three selection criteria for Banco Poste Fondi (BPF), the fund management firm part of the Poste Italiane group, explains Massimo Sarmi, CEO, Poste Italiane.

Flexibility means that the manager selected - and large fund companies offering a wide range of products are favoured - has to guarantee a constant flow of information to the specialists of Banco Poste Fondi .

"When we select a manager we reserve the right to intervene and often we exercise it, when it is necessary to take important decisions on operations to do on the market. Therefore the manager has to inform us in real time of the initiatives they take, which is what enable us to take some essential decisions together," says Mr Sarmi.

The firm employs Pioneer Investments and CAAM to run, with different degree of delegation powers, the totality of its €3.27bn in mutual funds, which are offered to clients through only a few thousands of the 14,000 Italian postal offices. The plan is to extend technology support and progressively train personnel to make it possible to offer these types of advice based products to all offices, explains Mr Sarmi.

## TRUST IN THE BRAND

These funds are created exclusively for BPF and the brand of the external manager is not important. What counts is Poste Italiane brand, says Mr Sarmi. "Italian savers trust Poste Italiane brand, they know they can expect security and simplicity from us when investing in our products."



**'When we select a manager we reserve the right to intervene and often we exercise it, when it is necessary to take important decisions on operations to do on the market'**

Massimo Sarmi, Poste Italiane

The great majority of Poste Italiane clients invested in funds go for bond or balanced funds, says Mr Sarmi, but unlike some other Italian banks that claim to be looking to implement strategies to migrate the very risk averse Italian investors versus a riskier or more efficient allocation, Mr Sarmi says that that is not the case at Poste Italiane.

"We are more prudent, we are considered as a safe form for savings. If our client loses money, he thinks that is due to bad management, and not to the equity market going badly," he explains.

At Poste Italiane, assets in managed savings, including mutual funds and some form of insurance products are over €21.7bn - and insurance products take the lion share with almost €18bn. This total figure represent less than 10 per cent of the total savings and investment products offered by Poste Italiane, including structured bonds, postal savings certificates and postal savings books.

"Today, we still have €75bn in traditional postal saving books," says Mr Sarmi.

## SCEGLIERE IL PRODOTTO GIUSTO

Di Elisa Trovato

**Quando si tratta di scegliere il prodotto e il gestore appropriato, spesso è difficile non tener conto della performance passata. Anche se la performance non è tutto: altrettanto importante è comprendere come viene gestito il fondo.**

### FORTUNA O GIUDIZIO CONSAPEVOLE

Capire perché un gestore ha ottenuto delle performance positive significa in effetti comprendere se è stato per caso o se perché ha lavorato bene.

Il senso della ricerca qualitativa è questo: accettare che esistono stili e metodi di investimento diversi, e che quindi la scelta ricade su quella che si ritiene sia la migliore. Non si possono confrontare i fondi fra loro, è piuttosto necessario analizzare il caso e comprendere se si tratta di un fenomeno collegato alle vendite. O se è una realtà di fatto.

Secondo Wiedenbrig la trasparenza, la capacità di saper comunicare e quella di fornire all'occorrenza informazioni rapide ed approfondite sono di fondamentale importanza.

**Massimo Sarmi**, Amministratore Delegato di Poste Italiane spiega che i tre principali criteri di selezione adottati da Banco Posta Fondi (BPF), la società di gestione del risparmio del gruppo Poste Italiane, sono la solidità finanziaria complessiva del gestore, la performance e la flessibilità.

Flessibilità significa che il gestore scelto (e in questo sono favorite le società che offrono una vasta gamma di prodotti) deve garantire agli specialisti di Banco Posta Fondi un flusso di informazioni costante.

Sarmi afferma: "Quando scegliamo un gestore ci riserviamo la facoltà di intervenire, come spesso facciamo, quando è necessario prendere decisioni importanti in merito alle operazioni da effettuare sul mercato. Il gestore ci deve quindi informare in tempo reale delle proprie iniziative; in questo modo possiamo prendere assieme alcune decisioni essenziali.

Per gestire i 3,27 miliardi di euro della totalità dei fondi comuni di investimento offerti ai propri clienti tramite solo alcune migliaia dei 14.000 uffici postali italiani, l'azienda si avvale, con differenti livelli di delega, di Pioneer Investments e di CAAM. Sarmi spiega che il piano prevede un ampliamento del supporto tecnologico e la progressiva formazione del personale, rendendo così possibile offrire in tutti gli uffici un prodotto di tipo consulenziale.

### FIDUCIA NEL MARCHIO

I fondi vengono creati in esclusiva per BPF; il marchio del gestore esterno non ha importanza. Quello che conta, dichiara Sarmi, è il marchio Poste Italiane.

"I risparmiatori italiani si fidano di Poste Italiane; sanno che quando investono nei nostri prodotti, da noi possono aspettarsi sicurezza e semplicità".

Secondo Sarmi la grande maggioranza dei clienti di Poste Italiane che investe in fondi preferisce gli obbligazionari o i bilanciati; Poste Italiane non segue la medesima linea delle altre banche italiane, le quali dichiarano di voler attuare delle strategie per orientare gli investitori italiani (particolarmente avversi al rischio) verso scelte di investimento più rischiose o efficienti.

"Noi siamo più prudenti, spiega Sarmi; siamo considerati una forma di risparmio sicura. Se il nostro cliente perde soldi pensa che sia dovuto a una cattiva gestione, non all'andamento negativo del mercato azionario".

In Poste Italiane il risparmio gestito, fra cui i fondi comuni di investimento e alcune tipologie di prodotti assicurativi, supera i 21,7 miliardi di euro; di questi, la fetta più consistente è rappresentata dai quasi 18 miliardi di euro di prodotti assicurativi. Una cifra che rappresenta complessivamente meno del 10 per cento del totale dei prodotti di risparmio e di investimento offerti da Poste Italiane, fra cui le obbligazioni strutturate, i buoni fruttiferi postali e i libretti di risparmio postale.

"Oggi, afferma Sarmi, abbiamo ancora 75 miliardi di euro sotto forma di libretti di risparmio postale tradizionali".

**"Quando scegliamo un gestore ci riserviamo la facoltà di intervenire, come spesso accade, quando è necessario prendere decisioni importanti in merito alle operazioni da effettuare sul mercato" [M.Sarmi, Ad Poste Italiane]**