

# DISTRIBUZIONE E INVESTMENT MANAGEMENT PER LA “NUOVA” GAM

Paola Sacerdote  
✉ @PaolaSacerdote

“GAM è una società con un grande valore intrinseco, un valore dovuto alla sua storia, alla sua esperienza, alla costanza dei suoi gestori, e ritengo che con la nuova gestione ci siano tutte le premesse perché il brand possa tornare ad essere protagonista nel panorama internazionale della gestione patrimoniale”. Così **Riccardo Cervellin**, amministratore delegato e direttore generale di **GAM (Italia) SGR**, commenta le ultime vicende societarie che hanno coinvolto la società di gestione svizzera, e illustra ad **ADVISOR** i progetti e le ambizioni del gruppo. “Ritengo sia molto importante distinguere tre momenti, il passato, il presente e il futuro. Un passato che per **GAM** è stato glorioso, anche se dopo quanto avvenuto nel 2018 (*la sospensione del direttore investimenti Tim Haywood, ndr*) ha avuto dei momenti di minor brillantezza; un presente complesso, a causa delle vicende legate al riassetto societario (*con l’offerta di acquisto di Lion-Trust non andata a buon fine a causa dell’intervento del gruppo di investitori di NewGAME, veicolo di investimento controllato da Rock Investment, che fa capo a NJJ, holding personale dell’imprenditore francese Xavier Niel, ndr*), e un futuro al quale si può guardare con grande ottimismo”.

Un futuro che dipenderà da numerosi aspetti, dalle capacità gestionali, alla solidità finanziaria dell’azienda, alla governance.

“Per quanto riguarda la governance abbiamo assistito a una trasformazione importante: da un lato il nuovo consiglio di amministrazione, che porta nuove idee, è stato eletto con una maggio-

ranza schiacciante, il 99,5% dei voti, a indicare che il nuovo board ha tutto il supporto, la stima e la fiducia degli azionisti; dall’altra abbiamo un group management board, composto da figure di grande esperienza che sono in **GAM** da tempo, che ha trovato una perfetta sintonia con il CdA appena nominato, e che rappresenta uno strumento efficace per implementare nel modo più rapido possibile, proprio in virtù della perfetta conoscenza della “macchina” le strategie che verranno discusse a livello di board”. Un tema sul quale Cervellin pone l’accento è quello della solidità finanziaria di **GAM**. In questo ambito “il cambiamento rispetto al passato è stato radicale, perché il nuovo anchor investor ha l’obiettivo di rafforzare il brand e ha garantito un prestito di 100 milioni di franchi svizzeri per proseguire nel progetto di ristrutturazione del gruppo. Le risorse messe a disposizione per la ristrutturazione verranno impiegate da una parte per una semplificazione, e dall’altra parte, per investire nella crescita dell’asset manager su due pilastri strategici: l’investment management e il comparto distribuzione”.

Lato gestione degli investimenti, nell’agosto scorso c’è stata l’uscita di Swetha Ramachandran, gestore di una delle strategie flagship di **GAM**, il **fondo GAM Luxury Brands**, ma come sottolinea Cervellin la sua posizione è stata ricoperta in tempi rapidissimi con l’assunzione di Flavio Cereda, che può vantare oltre 30 anni di esperienza di investimento nel settore del lusso, durante i quali ha maturato una conoscenza dei marchi della filiera produttiva, e che ha inoltre lavorato a numerose IPO del settore, tra cui Moncler, Brunello Cucinelli, MyTheresa e Ferragamo. “Non soltanto

A



Riccardo Cervellin  
GAM (ITALIA) SGR

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

## LA CRESCITA SI BASERÀ SU TRE PILASTRI: SVILUPPO DI PRODOTTI TRADIZIONALI; QUELLO DEL WEALTH MANAGEMENT, PREVALENTEMENTE IN SVIZZERA, E DEGLI INVESTIMENTI ALTERNATIVI

grazie all'ingresso di un manager davvero esperto come Cereda il GAM Luxury Brands, che è uno dei nostri fondi strategici sul mercato italiano, è gestito in questo momento da un team veramente solido, ma l'assunzione di Flavio è la dimostrazione che gli investimenti per rafforzare i team di gestione sono già stati messi al lavoro".

Dall'altra parte, il nuovo board ha assicurato che verranno fatti investimenti anche per rafforzare il comparto sales, distribuzione e marketing, con l'avvio di un processo di assunzione di nuove risorse sul mercato locale, "L'Italia è considerata, assieme ad altri paesi europei, come un mercato core, come dimostra una presenza continua sul nostro territorio da molti anni", chiarisce Cervellin.

Che ci sia da parte del nuovo azionista la volontà di far crescere l'azienda lo dimostra il fatto che gli azionisti di riferimento sono saliti al 27% della capitalizzazione del titolo, ma traspare anche dalle dichiarazioni del nuovo presidente Antoine Spillmann, che ha confermato l'impegno del nuovo board nella creazione di un futuro di successo per la società e di valore a lungo termine per tutti i clienti e gli altri stakeholder di GAM.

"I progetti di crescita - spiega ancora Cervellin - sono molto importanti, e verranno realizzati in due step. Il primo step sarà la stabilizzazione del business, perché, inutile negarlo, gli ultimi cinque anni per GAM sono stati complessi per non dire difficili. Dopo questa prima fase di stabilizzazione ci si concentrerà sulla crescita, che sarà perseguita su tre pilastri principali: un primo pilastro è lo sviluppo di prodotti tradizionali, ancorché con un tilt particolare come sono le strategie che caratterizzano GAM. Come è noto, GAM non ha un'offerta di prodotti "generalisti" e non cerca di competere su tutti i mercati ma è un gestore molto attivo, che investe in attività dove le competenze dei gestori possono fare la differenza nel generare valore, come i Cat Bond (le obbligazioni catastrofali) nell'ambito del reddito fisso, il lusso nel comparto azionario, o strategie global macro come il GAM Star Global Rates". Competenze che, tiene a sottolineare Cervellin, vengono costantemente confermate dai risultati. "Nonostante gli ultimi anni siano stati difficili, i nostri gestori hanno dimostrato una grande capacità di tenere la barra salda al centro. Come evidenziato dalla comunicazione dell'ultima rilevazione trimestrale, l'82% degli AuM dei nostri fondi sovraperforma il benchmark di riferimento su un orizzonte temporale di tre anni. E questo è un

dato che, sebbene ovviamente con qualche oscillazione, si ripete costantemente, e conferma che i nostri gestori non si sono lasciati distrarre dalle turbolenze legate alle vicende societarie, ma hanno saputo continuare a generare valore, dimostrando che la fiducia e la stima nei loro confronti da parte degli investitori è ben riposta". Tornando ai progetti di crescita, accanto allo sviluppo dei prodotti tradizionali si affiancheranno altri due pilastri: "uno sarà lo sviluppo del Wealth Management, prevalentemente in Svizzera, dove sulla scorta dei recenti cambiamenti normativi si assisterà a una concentrazione dei player, con attività di M&A che coinvolgeranno molte piccole boutique di gestione patrimoniale. L'altro obiettivo, che per certi aspetti può sembrare un po' nostalgico, ma che in realtà è molto attuale e prospettico, è quello di riportare GAM ai valori originali di investitore alternativo, farla tornare a brillare nell'ambito degli investimenti alternativi, come vengono intesi oggi in uno spettro abbastanza ampio, che va dal private equity, al private debt agli hedge fund puri e quelli Ucits".

Questi, dunque, gli obiettivi di crescita di lungo termine del gruppo. Ma più nel breve e focalizzandosi sul mercato italiano, quali sono le esigenze e le richieste della clientela in questa fase? "Le richieste sono di due tipi" chiarisce Cervellin. "Da una parte una più generica di servizi. Se un tempo si sceglieva una casa di investimento per i prodotti, oggi si sceglie anche per il livello di servizio che si è in grado di offrire, e da questo punto di vista la GAM Investment Academy, creata nel 2010, rappresenta un grandissimo valore che è ancora apprezzato, riconosciuto e richiesto dai consulenti finanziari e che ci distingue nel panorama più ampio dell'industria dell'asset management". La seconda richiesta è più contingente e legata ai mercati. "Il problema principale è la mis-allocation dei portafogli dei clienti, troppo concentrati sulla parte obbligazionaria. È quindi importante inserire strategie azionarie, che nel lungo termine hanno rendimenti decisamente più elevati, e qui ritorno sul fondo Luxury Brands, ma anche a strategie decorrelate, che siano in grado di minimizzare la volatilità e generare rendimenti in contesti di mercato anche avversi, come gli investimenti nei Cat Bond".