



QUARTA EDIZIONE

***Indagine annuale sulla gestione dei patrimoni
previdenziali delle Casse privatizzate e dei Fondi
pensione complementare***

Gestori patrimoni previdenziali

A cura del Comitato Tecnico Scientifico di Itinerari Previdenziali

Itinerari Previdenziali, Milano, Novembre 2014

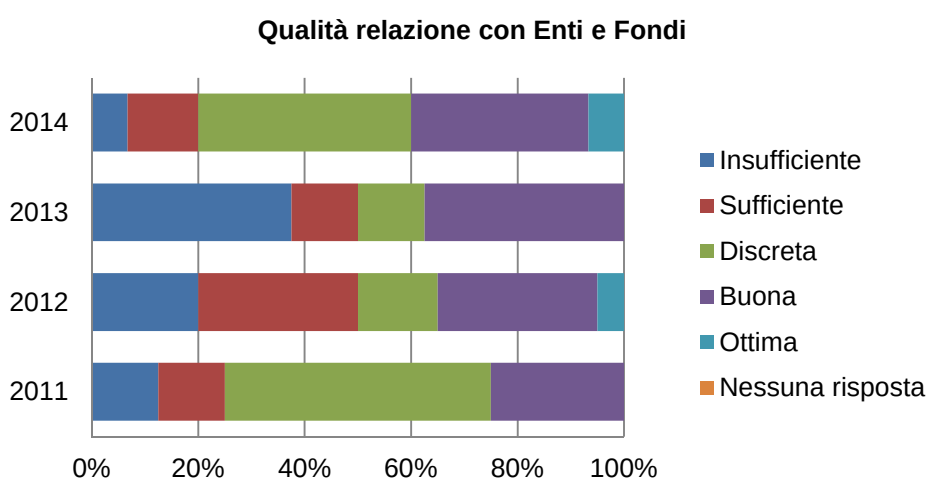
Premessa

Alla quarta indagine annuale 2014 condotta da **Itinerari Previdenziali** hanno partecipato, come per gli scorsi anni, un campione significativo di **Gestori di patrimoni previdenziali**; i dati sono stati rilevati dall'analisi delle "Schede Conoscitive" compilate dagli stessi. Di seguito i risultati dell'indagine 2014 comparati con quelli degli scorsi anni anche per valutarne e individuarne i trend.

Parte A. RELAZIONE CON ENTI E FONDI PREVIDENZIALI E ASSISTENZIALI

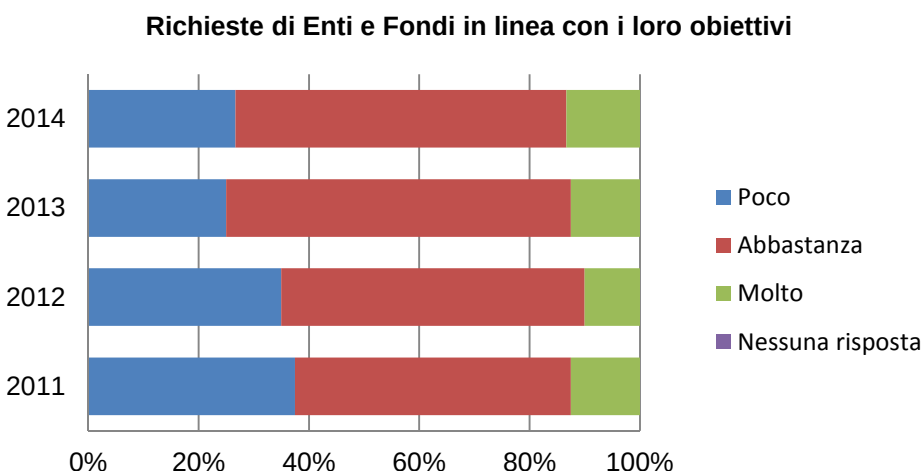
1) Com'è la relazione con gli Enti e i Fondi previdenziali e Assistenziali?

Il giudizio, rispetto a quello molto prudente del 2011 si è fatto più marcato e positivo; si riduce notevolmente l'area **dell'insufficienza** nel rapporto che passa dal 37,5% dell'anno precedente al 6,7% (il livello più basso finora registrato); aumenta l'area di chi giudica **"discreto"** tale rapporto (dal 12,5% al **40%** nel 2014); si riduce di poco la percentuale di chi ritiene il rapporto "buono" ma trasformando una parte dei giudizi in **"ottimo"** (per la prima volta al 6,7% dopo l'eccezione nel 2012 al 5%). In totale tra discreto e ottimo si arriva all'84% di soddisfazione.



2) A vostro giudizio le richieste che vi formulano Enti e Fondi sono in linea con i loro obiettivi di rendimento?

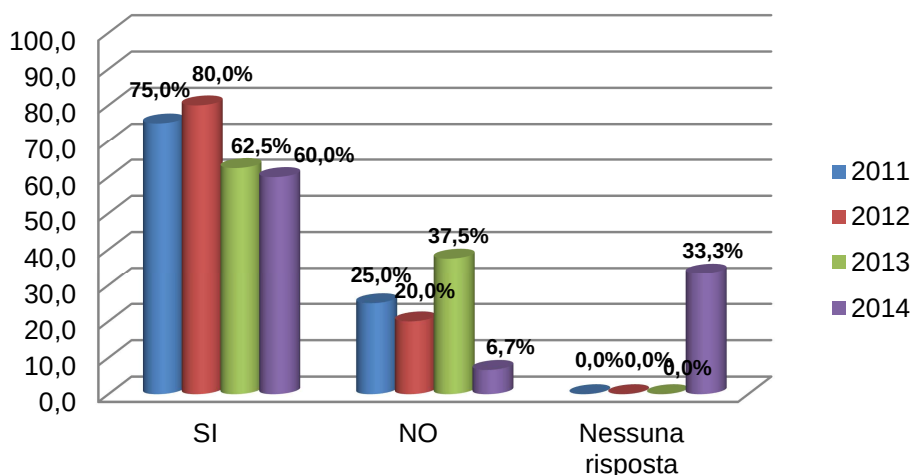
In generale le richieste di prodotti o servizi di gestione formulate dai responsabili dei patrimoni dei fondi pensione e casse previdenziali sono "abbastanza" in linea con gli obiettivi di rendimento tipici di questi soggetti istituzionali. Prevalgono comunque sempre i giudizi "poco in linea" (**26,7%**) rispetto a quelli "molto" (**13,3%**) che sono più stabili nel tempo.



2.1) Le richieste sono orientate verso prodotti semplici e comprensibili?

La scelta dei prodotti/servizi da parte degli enti previdenziali e dei fondi pensione si orienta prevalentemente verso “*prodotti semplici e comprensibili*” con una netta inversione rispetto agli anni ante crisi 2008. Tuttavia l'orientamento verso prodotti semplici e comprensibili, e il dato lascia qualche perplessità, si riduce di quasi 18 punti dal 2012 al 2013 fino ad arrivare al **60%** del 2014. Diminuisce anche dal 37,5% al 6,7% il numero di richieste per prodotti più sofisticati ma aumenta al 33,3% la percentuale di chi non ha dato alcuna risposta il che è poco comprensibile.

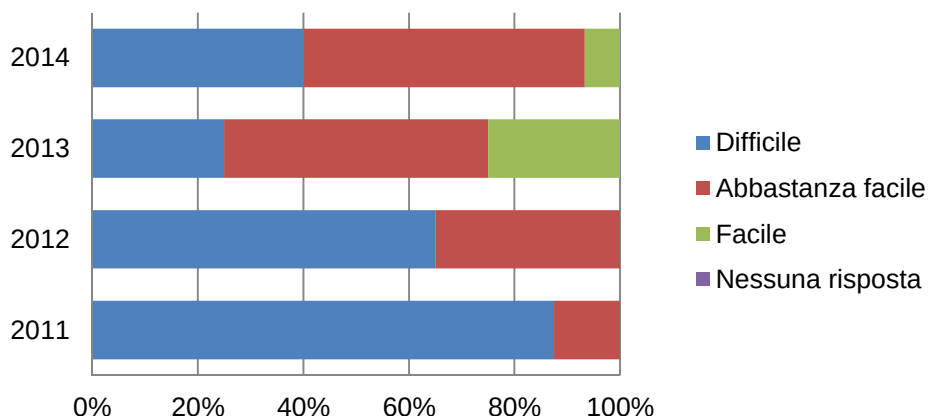
Scelta prodotti semplici e comprensibili



3) Incontrare Enti e Fondi per esporre le vostre proposte è.....?

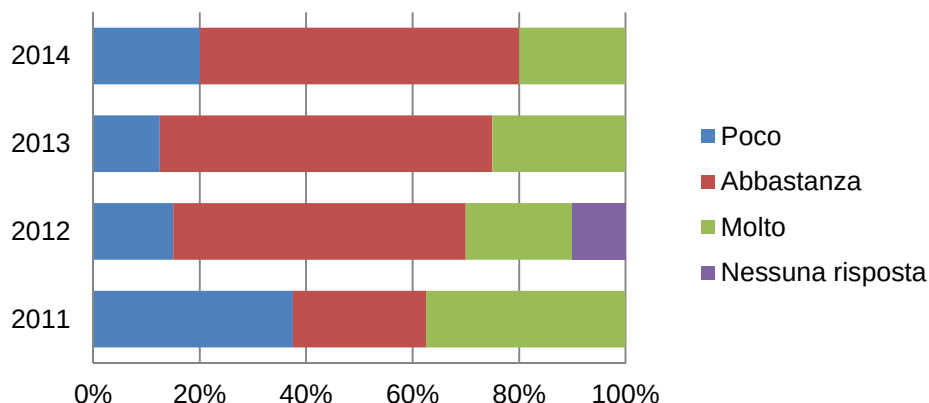
Difficile per il 40% degli intervistati con un nuovo aumento dell'area di difficoltà, pur senza tornare ai livelli dei primi anni (era l'87,5% nel 2011 e il 65% nel 2012); si riduce di conseguenza il dato di “**facilità**” nell'incontro (6,7%) e aumenta di poco “**l'abbastanza facile**” (dal 50% dell'anno scorso al 53,3%). Il dato è in linea con le risposte date dai responsabili di Enti e Fondi Pensioni alla domanda: “*come giudica la relazione tra voi e i gestori?*” con un giudizio positivo per il 68,7% degli intervistati. Ciò testimonia anche l'efficacia dei numerosi incontri e convegni annuali previsti nei nostri programmi.

Facilità di incontro con Enti e Fondi



4) Nella composizione del patrimonio di Enti e Fondi le vostre proposte sono ben identificabili?
 Il trend delle risposte denota che l'originalità o la specificità delle proposte sono sempre più identificabili (somma di "abbastanza" e "molto" da 62,5% del 2011 all' **80%**) il che significa una maggiore propensione dei Gestori a proporre soluzioni personalizzate.

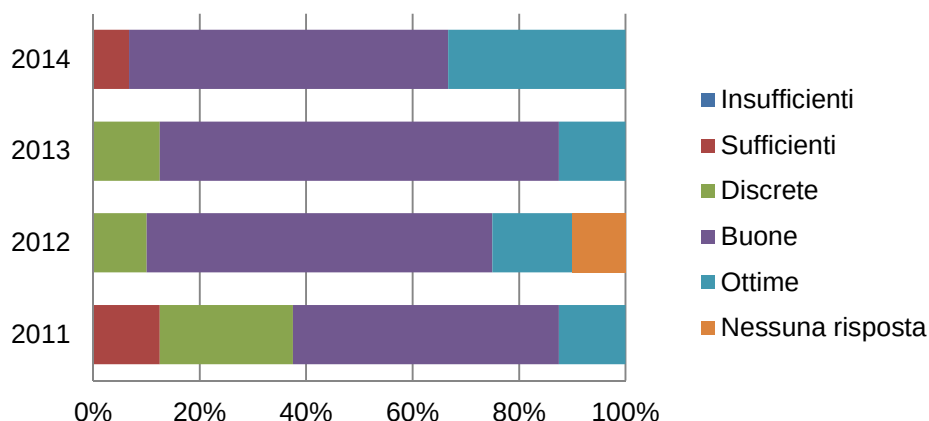
Proposte identificabili nel portafoglio



5) Come valutate le vostre performance?

La risposta sul livello delle proprie performance (in pratica una "autovalutazione" del proprio lavoro) era certamente più equilibrata nella prima rilevazione; l'autovalutazione 2014 (93,3% tra buona e ottima) non è condivisa dai responsabili di Enti e Casse Previdenziali che giudicano le performance positive per il 71,9% degli intervistati e negative per il 15,6%.

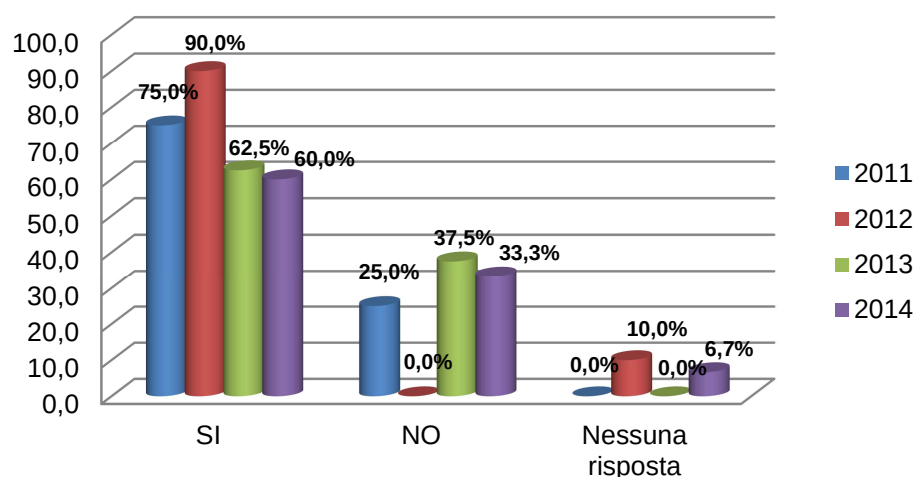
Valutazione delle performance



6) Pensate che il nome della casa d' investimento faccia premio?

Cosa sia successo tra il 2013 e l'anno precedente non è dato sapere giacché nel 2012 il "*nome delle maison*" incideva nella scelta del gestore in modo pesante (90%) mentre nel 2013 questa caratteristica crolla al **62,5%** con un **37,5%** che ritiene che il nome della casa non incide sulla scelta di ottenere mandati o quote di patrimonio da gestire. L'indagine 2014 rileva un'ulteriore riduzione del peso del nome della casa d'investimento sulla scelta del gestore: dal 62,5% al 60%. Alcune risposte indicano una propensione di alcuni soggetti istituzionali a preferire "case" straniere rispetto a quelle italiane.

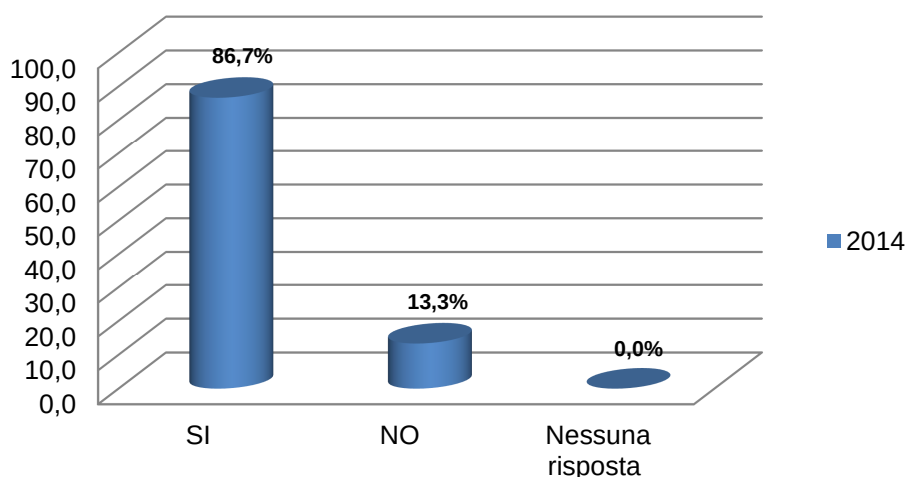
Il nome della casa di investimento fa premio



6.1) Fa premio anche il livello dimensionale degli asset under management (AUM)?

Anche il livello dimensionale (AUM) incide in maniera pesante sulla scelta del gestore (86,7%). Tuttavia, occorre considerare come si tratti di una valutazione meramente quantitativa.

2014 | Anche il livello dimensionale (AUM)

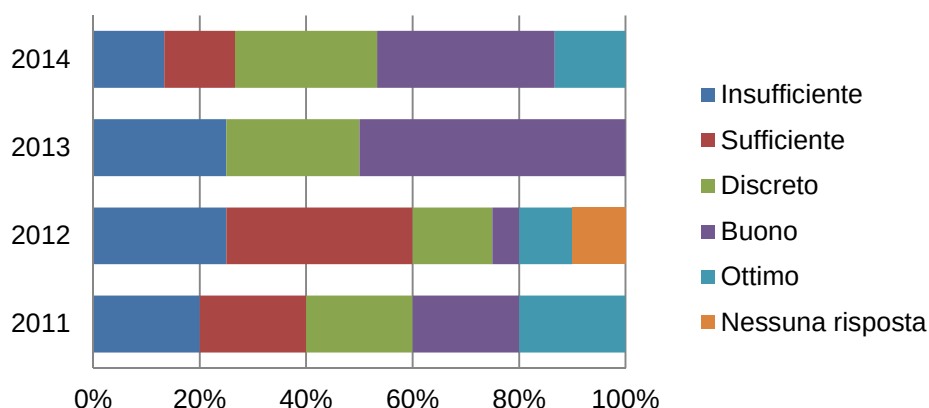


Parte B. RAPPORTO TRA FABBRICHE PRODOTTO E ADVISOR

1) Com'è il vostro rapporto con gli advisor?

Per il 26,6% degli intervistati il rapporto tra fabbriche prodotto (gestori) e advisor non è particolarmente brillante (13,3% insufficiente e 13,3% sufficiente) mentre oltre la metà dei gestori ritiene positivo tale rapporto (somma di "buono" e "ottimo"), in netta crescita rispetto ai primi due anni di indagine così come per il giudizio discreto che si attesta al 26,7%. Rispetto all'anno precedente il risultato è nettamente migliorato.

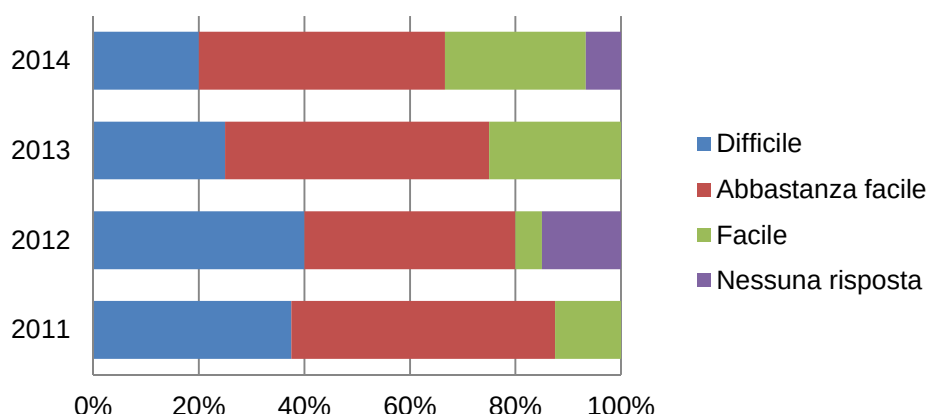
Rapporto con gli advisor



2) Incontrare gli advisor è.....?

Per il **73,4%** degli intervistati incontrare gli *advisor* non è più un problema; **facile** per il **26,7%** e **abbastanza facile** per il **46,7%**. Si riduce ulteriormente la percentuale di chi dichiara difficoltà nell'incontrare dli *advisor* (20%) segno anche qui dell'importanza di potersi confrontare anche nei nostri incontri periodici.

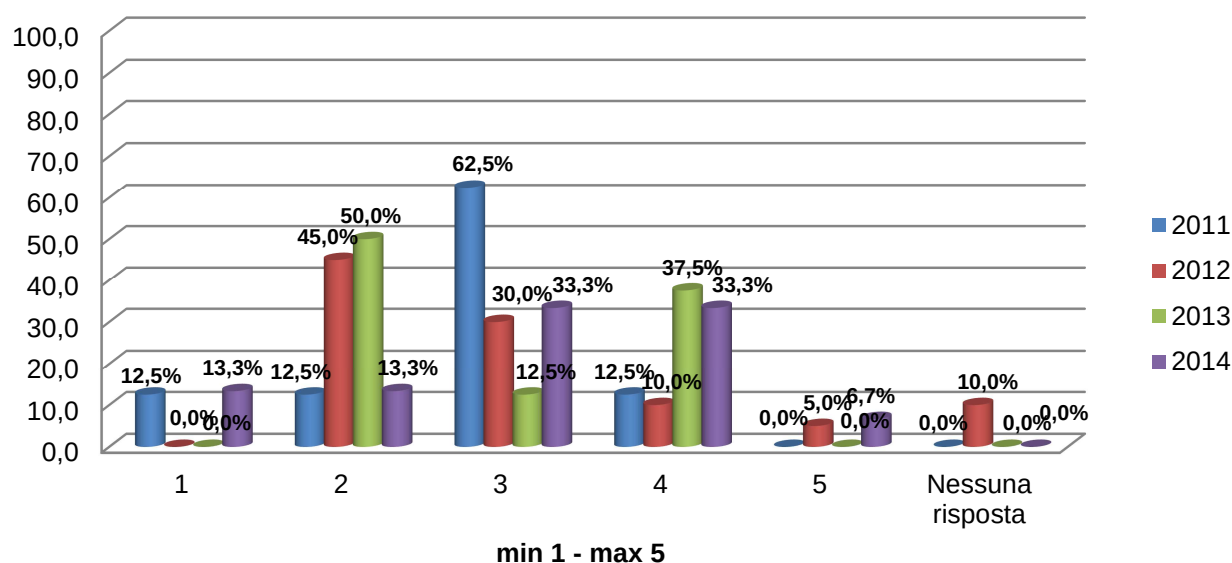
Incontro con gli advisor



3) Ritenete che le selezioni in una scala da 1 (minimo) a 5 (massimo) siano fatte correttamente?

Mentre nel 2011 la maggioranza (**62,5%**) si attestava su un punteggio pari a 3, quindi riteneva **discreta** la correttezza dei soggetti istituzionali nella selezione dei gestori, nell'ultima rilevazione le risposte si polarizzano su un valore 3 per un **33,3%** degli intervistati e sul 4 per un **33,3%** (un **buono**); per la prima volta il valore 5 supera la soglia del 5% mentre solo il 13,3% giudica insufficiente e appena sufficiente questa procedura.

Correttezza selezioni



PARTE C. OFFERTA

1) La vostra offerta è valutata per il prezzo, la qualità o il nome della casa o altro?

Il **66,7%** afferma che l'offerta di servizi di gestione della propria fabbrica prodotto è valutata sulla base della qualità mentre il **46,7%** per il prezzo. Nell'indagine di quest'anno la voce "mix" è stata sostituita dalla voce "nome della casa d'investimento", che ottiene il 6,7% delle risposte così come la voce "altro". Quindi qualità e prezzo sono il binomio vincente ed è molto significativo che si propenda più per la qualità (che spesso significa anche buone performance) che per il prezzo.

Parametri valutazione offerta

