



## SCM guarda al futuro e punta su giovani e aziende italiane più promettenti

L'azienda fondata da Antonello Sanna si occupa di gestioni patrimoniali e consulenze finanziarie. Si differenzia per il modo alternativo di approcciarsi al cliente.

**C**apita spesso di pensare al futuro. A come raggiungere i propri obiettivi. Ma non è sempre facile riuscirci. Ancora di più in un periodo di incertezza economica come quello che si vive in Italia (e non solo). "In questo momento i classici bond non danno rendimenti interessanti" spiega Antonello Sanna, amministratore delegato di Solutions Capital Management (SCM), azienda da lui fondata nel 2009, "inoltre il mercato azionario offre opportunità solo a medio e lungo termine, ci sono però spazi alternativi". SCM è la prima società di intermediazione mobiliare quotata sul mercato AIM Italia, organizzato e gestito da Borsa Italiana, ed è specializzata nei servizi di private banking e wealth management, con oltre 1 miliardo di euro di asset amministrati e più di 30 consulenti finanziari. Offre prodotti per investire nel capitale delle aziende innovative italiane con più potenziale. Tutto questo, però, è fatto in modo differente: SCM ha intrapreso iniziative per assumere giovani neolaureati da formare. Saranno wealth manager, ovvero validi consulenti per gli investimenti e per la gestione del patrimonio, in grado di risolvere problemi spinosi come una successione aziendale, ma anche profondi conoscitori del cliente e delle sue priorità.

### **IL LIFE COACHING.**

SCM Sim si è specializzata nel cosiddetto life coaching. Significa che l'azienda prende sotto braccio il cliente, capisce quali possono essere i suoi obiettivi di medio e lungo termine e poi elabora insieme a lui un progetto di gestione del patrimonio per rendere possibile i suoi sogni. C'è chi vuole far studiare i figli, chi intende ritirarsi dal lavoro e

vivere di rendita, chi vuole predisporre un futuro sereno per la famiglia: ma se si vuole ottenere questi risultati, bisogna avere un comportamento di spesa coerente. «In Italia, forse per una questione che fa parte della nostra cultura», spiega Sanna, «non siamo portati a ragionare con prospettive più lunghe di un anno o due, se non quando compriamo una casa. Noi di SCM prima vogliamo comprendere gli obiettivi del cliente, poi facciamo un piano per realizzarli e quindi pensiamo agli investimenti. Abbiamo capito che il vero valore per il cliente è capire perché ha risparmiato, non tanto la possibilità di avere un rendimento».



**Antonello Sanna**

### **INVESTIMENTI NELLE IMPRESE ITALIANE.**

Quando si parla d'investimenti, SCM ha realizzato un prodotto per privati che somiglia molto a quelli riservati agli istituzionali. Si chiama "Italian Targets Approach": permette di investire nel capitale di medie e piccole aziende italiane con alto potenziale di crescita. «Organizziamo eventi tra imprenditori e clientela che ha sottoscritto l'investimento. Lo facciamo affinché possano vedere a cosa serve il loro denaro.

Selezioniamo imprese italiane innovative, che hanno la crescita nelle gambe e che hanno un modello di business convincente, ma magari faticano ad avere credito per realizzare i progetti. Del resto, se noi tutti avessimo investito in Microsoft una

trentina d'anni fa avremmo conseguito grandi guadagni». Il portafoglio prevede un investimento diversificato, su una trentina di aziende selezionate.

## **TRASFORMAZIONE DIGITALE.**

In un mondo economico che si arricchisce di incognite, una cosa è certa: l'imponente digitalizzazione in atto. In America ci sono le FAANG: acronimo che sta per Facebook, Amazon, Apple, Netflix e Google. Ma anche in Asia crescono colossi come Alibaba, per citarne uno. Per questo SCM si è inventata Chronos, prodotto che intende investire nelle grandi corporation americane e asiatiche: «L'idea di comprare queste aziende nasce dalla loro capacità economica di fare ricerca. Non tutti sanno che il colosso dell'e-commerce Amazon è anche leader del cloud insieme a Microsoft. E tanti altri segmenti continuano a evolvere. Abbiamo pensato a un prodotto di medio-lungo termine, perché la digitalizzazione non è certo finita». Anche in questo caso, l'obiettivo è anticipare il futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

