



AI RAGAZZI INSEGNATE A

INVESTIRE



Dal conto economico personale fino alla scelta della professione, per il banchiere Gianni Bizzarri è molto importante che si cominci a contare sulle proprie forze fin da adolescenti. Per avere il coraggio, una volta adulti, di andare controcorrente. Guadagnandoci

DI UGO BERTONE - FOTO DI MATTEO BROGI

RECITA UN PROVERBIO ARABO: «Affida il tuo cammello alla Provvidenza di Dio, ma prima legalo all'albero». Già, ma gli alberi non crescono a ogni angolo di strada in questi tempi turbolenti, in cui la fiducia è spesso merce rara. Più preziosa di un albero nel deserto. Ne è consapevole Gianni Bizzarri, 53 anni, banchiere fiorentino in Ifigest, sede a due passi dal ponte Vecchio, a poche centinaia di metri da quella che fu la culla dei grandi banchieri del Medioevo fiorentino, quando una lettera di cambio dei Medici o degli Strozzi aveva valore di moneta sonante ai quattro angoli d'Europa. Allora come oggi il mestiere del private banker ha bisogno della fiducia come l'albero dell'acqua. «E la fiducia», ammonisce Bizzarri, «non si conquista da un giorno all'altro. O grazie a una campagna pubblicitaria o a uno sponsor. No, la fiducia in un banchiere è un processo che si consolida nel tempo, a poco a poco: è un rapporto che inizia con una cifra iniziale significativa ma non troppo. Poi, nel tempo, la relazione si allarga ad amici e parenti». Quel che conta è la fiducia, parente stretta dell'indipendenza, che in Ifigest viene assicurata da un azionariato diffuso, distribuito tra 149 soci.

A SINISTRA, IL BANCHIERE FIORENTINO GIANNI BIZZARRI, 53 ANNI, PRESIDENTE IFIGEST. SECONDO LUI, NELLA SCELTA DEI CAVALLI GIUSTI SU CUI PUNTARE NEI PROSSIMI MESI CONSIGLIA TITOLI DEL COMMERCIO ELETTRONICO COME GOOGLE, AMAZON OPPURE ALIBABA: «I TASSI DI CRESCITA STANNO FINALMENTE ACCELERANDO».

SOTTO I 35 ANNI, NESSUNO HA UNA LIRA. IN QUESTO PAESE, IL DENARO È APPANNAGGIO DEGLI ANZIANI



Nessuno di questi può, per statuto, possedere più del 5 per cento. Purché, particolare non da poco, si sia anche bravi come lascia intuire la crescita media, il 15 per cento, degli asset gestiti. Grazie ai prodotti altrui, frutto di accordi con 140-150 società internazionali, il Gotha della scienza dell'amministrazione del denaro. Ma anche ai prodotti propri, sviluppati all'attività di ricerca della squadra che Bizzarri ha costruito lì, nella Sgr che porta il nome di Soprarno in omaggio al fiume che scorre sotto i computer. Meraviglia delle tecnologie. Fino a pochi anni fa, per svolgere ricerche che richiedono visite alle società e dialogo con la comunità finanziaria, occorreva essere domiciliati tra Londra e New York, magari con una piccola filiale a Milano. «Oggi, grazie a Internet – spiega Bizzarri – si possono fare cose impossibili fino a pochi anni fa, e per giunta in tempi ridotti». Ma attenzione: la finanza d'oggi non è tanto fatta di prodotti, quanto di strategie. È lì che si misura il talento del gestore. Anzi, della sua squadra capace di tradurre le migliaia di informazioni (se non di più) in altrettanti pilastri strategici.

Compresi i piccoli segreti di sartoria che Bizzarri, una tantum, accetta di rivelare. «La nostra strategia – spiega – si sviluppa su più fronti. Si fanno scelte di portafoglio basate sulla componente quantitativa così come sull'attività di trading, con frequenza quasi quotidiana. Poi c'è lo stock picking». Ovvero la scelta dei cavalli giusti sui vari listini.

Quali sono i puledri di razza per la primavera? «La nostra scelta riguarda i titoli del commercio elettronico: Google, Amazon, Alibaba. Le ragioni? I tassi di crescita del settore, che oggi non occupa più del 3-5 per cento delle vendite globali, stanno finalmente accelerando. Intanto migliorano la logistica e la sicurezza nei confronti dei pagamenti, i talloni d'Achille che hanno frenato la crescita». Ma non in Italia. «Occhio alla combinazione Internet e televisione: Italia e Spagna possono essere i mercati più promettenti, in quest'ottica». Altra strategia? «Saper andare controcorrente, cioè fare il contrario, dà sempre grandi soddisfazioni. Quest'anno io punto su Nokia: finora è andato tutto male, cosa che ha schiacciato le quotazioni verso il basso. Difficile però che possa andar peggio, soprattutto dopo l'accordo con Microsoft che farà risparmiare almeno 3 miliardi. E poi c'è Cisco: sì, le cose non vanno benissimo ma il mercato si dimentica dei 40 miliardi che ha in cassa. Oppure dei 12 miliardi di buy back già deliberati». E poi ci sono le obbligazioni: «Meglio prender tanto rischio su una parte piccola del capitale, per esempio un'emissione perpetua oppure un coco bond che rende a due cifre e puntare su titoli tranquilli per il resto del patrimonio. La cosa peggiore, di questi tempi, sono le soluzioni mediane».

Infine, un piccolo shock alla Stranamore: un'assicurazione contro le catastrofi di un'età calamitosa. «Le incertezze sono tante, inutile negarlo. Come evolverà, ad esempio, la situazione nel Mediterraneo? Gli sbarchi a Lampedusa sono un segnale inquietante. È saggio parcheggiare una certa cifra in emissioni che possono andare benissimo solo se tutto dovesse andare malissimo»: collasso dell'euro, tracollo della finanza pubblica dei Pa-

si più indebitati, insurrezioni nelle aree più sensibili per le commodities, petrolio in testa e così. Cari catastrofisti, non temete: per voi c'è Soprarno Global Macro. Insomma, in tempi così turbolenti, almeno un banchiere può essere, per dirla con Battiato, un «centro di gravità permanente» a prova di catastrofe. Ma anche un punto di osservazione privilegiato per ansie e paure, piuttosto che desideri dell'Italia che guarda al risparmio come alla risorsa estrema, l'ultimo baluardo del benessere e dell'ottimismo che fu.

«Oggi», commenta Bizzarri, «la preoccupazione dominante riguarda il futuro dei figli». Vale per la gente comune: il posto fisso, comunque malpagato, è una chimera; la consulenza spesso nasconde soltanto precarietà. L'alternativa? «Bisogna insegnare ai ragazzi a muoversi come imprenditori di se stessi. A costruirsi un conto economico personale, insomma. Fin da subito: io ho due figli di 15 e 16 anni. E li martello per benino». Difficile che questa sia una preoccupazione da ricchi. O no? «Anzi, più consistente è il patrimonio, più si sente la necessità di dare questa impronta imprenditoriale ai ragazzi perché sappiano muoversi in un mondo difficile. Soprattutto per loro». Anche perché, è la diagnosi del banker, «c'è una linea di demarcazione inquietante, tacita ma invalicabile: chi è nato dopo la metà degli anni 60, salvo rare eccezioni, non ha accumulato fortune. Anzi, diciamolo: sotto i 35 anni nessuno ha una lira in questo Paese. Senza tener conto, beninteso, della fortuna dei genitori». Il denaro, insomma, è appannaggio degli anziani. A differenza di quel che capita negli Usa o in altre società giovani ed emergenti, in Asia o in America Latina.

Che sorpresa. Vai a visitare una boutique del denaro, rassegnato a discutere di tassi di interesse oppure parametri di Maastricht, e invece ti trovi a trattare dei giovani e dei loro problemi, di un Paese che invecchia di testa prima ancora che all'anagrafe. Ma non solo, anche delle immense opportunità che offre la tecnologia che Bizzarri frequenta da sempre, fin da quando ha dato vita a Fundstore, il primo supermarket online dei fondi di investimento dove si compra e si vende senza alcuna commissioni. E il futuro che ha un'altra profondità quando ti specchi nell'Arno e, da lontano, vedi gli Uffizi. Facile immaginare che Lorenzo de' Medici, ai giorni nostri, avrebbe scommesso i suoi capitali su Steve Jobs, uno che, per far pubblicità all'iPhone sulle strade della California, ha scelto di fare ricorso alla città ideale di Leon Battista Alberti. E chissà, forse avrebbe posteggiato pure qualche fiorino presso la bottega di Sir Bizzarri.

Può partire dunque da qui il viaggio nel pianeta di Ifigest, la boutique finanziaria fiorentina che, in un quarto di secolo, ha saputo mettere radici solide nel mondo della finanza: prima fiduciaria poi, dal 2001, riconosciuta come banca. Promotrice, anno 2006, della Sgr Soprarno cui si è aggiunta, nel 2009, l'acquisizione della milanese Omnia Sim. Passo dopo passo, la boutique si è trasformato in una griffe a tutto campo, capace di combinare l'amministrazione di masse ragguardevoli (1,7 miliardi a fine 2010) con le esigenze di più di 5 mila clienti privati e un parterre di clienti istituzionali (enti, fondazioni, onlus) dalle esigenze ben mirate.

