

LETTERA TRIMESTRALE | EDIZIONE 41 | FEBBRAIO 2024

L'arte di costruire relazioni solide

Premessa

Con l'inizio di un nuovo anno è naturale riflettere sulle nostre speranze e aspirazioni per i 12 mesi che verranno.

Per molti questo è il momento di valutare quali obiettivi porsi per il prossimo anno. Che si tratti di un traguardo finanziario o personale tuttavia, è raro riuscire a raggiungerlo senza l'aiuto e il sostegno di chi ci sta accanto.

Amici, parenti, colleghi, soci d'affari: tutti noi possiamo contare su una rete di persone che ci aiutano a prendere decisioni migliori e, quando le cose non vanno come vorremmo, ci permettono di attingere alla loro esperienza.

Costruire relazioni solide però, non è affatto semplice. Bisogna investire del tempo per coltivarne di nuove e assicurarci di non trascurare quelle di lunga data, tanto nei periodi sereni come in quelli di difficoltà.

Ogni rapporto ha i suoi alti e bassi, ma quelli più forti e duraturi sopravvivono perché si reggono su solide basi: rispetto reciproco, comunicazione sincera e obiettivi condivisi.

Da Rothschild & Co sappiamo bene che la nostra attività dipende dalla solidità delle relazioni che instauriamo con i nostri clienti, la nostra rete di contatti e le società e i fondi in cui investiamo.

Poter contare su fondamenta ben salde è particolarmente importante durante i periodi turbolenti. E anche se non siamo sempre in grado di prevedere quale piega prenderà il mercato, quel che possiamo fare è investire nella costruzione di rapporti di fiducia: un investimento che garantisce quasi sempre rendimenti elevati.

In questa Lettera trimestrale vogliamo raccontarvi perché ci impegniamo per costruire relazioni solide, come lo facciamo e quale impatto positivo hanno sulla preservazione del vostro patrimonio.

Con l'occasione, vi auguro un felice anno nuovo e un 2024 pieno di successi.

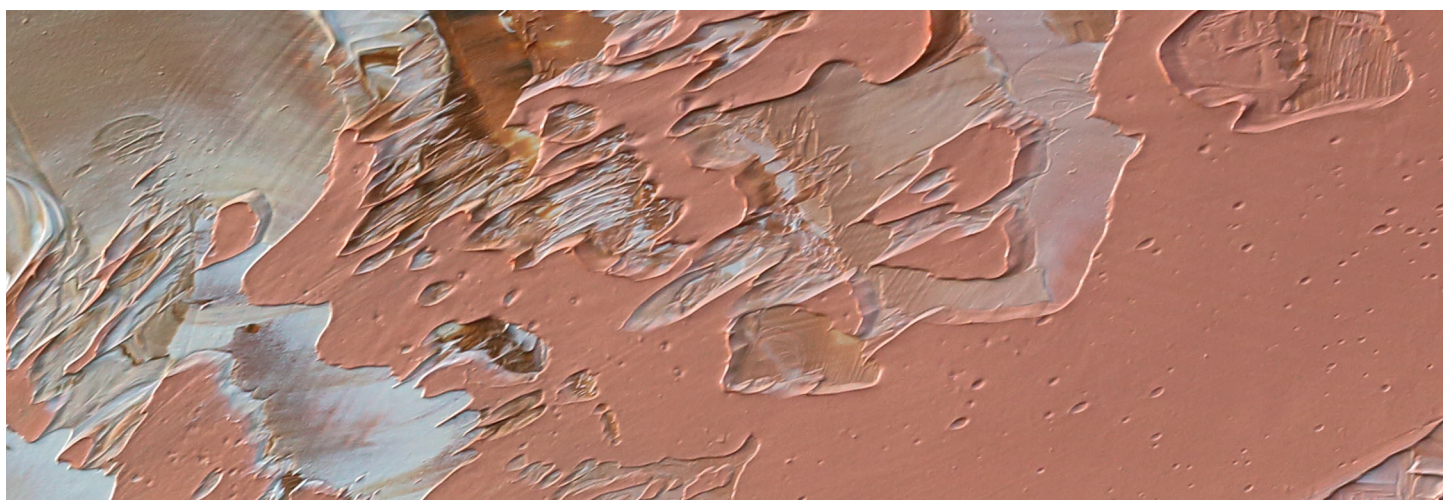


Helen Watson
CEO, Rothschild & Co Wealth Management UK

Immagine di copertina: sfondo marmorizzato © Getty Images

Rothschild & Co Wealth Management
New Court
St. Swithin's Lane
Londra
EC4N 8AL
+44 20 7280 5000
rothschildandco.com

© 2024 Rothschild & Co
Wealth Management
Data di pubblicazione: Febbraio 2024.
Validità: tutti i dati sono al 5 dicembre 2023.



L'arte di costruire relazioni solide

Per ben 85 anni, un gruppo di ricercatori di Boston si è occupato di osservare da vicino la vita di migliaia di americani, al fine di rispondere a una delle grandi domande della vita: "Qual è il segreto della felicità?".

Lanciato nel 1938, quando gli USA erano nel bel mezzo della Grande Depressione, l'Harvard Study of Adult Development contava un campione iniziale di 724 partecipanti.

Da allora, quasi tutti loro sono morti, ma lo studio si è ampliato fino a includere oltre 1.300 ulteriori soggetti di diverse generazioni, selezionati tra i loro cari e discendenti.

La ricerca è molto scrupolosa. Ogni due anni ai partecipanti viene inviato un lungo questionario che richiede risposte aperte e personali. Ogni cinque anni vengono raccolti gli storici delle loro cartelle cliniche e ogni 15 anni ricevono una visita di persona per discutere delle loro vite con i ricercatori.

Tutto viene analizzato nei minimi dettagli. Ai partecipanti viene chiesto di parlare delle loro speranze e desideri per il futuro, del lavoro, la famiglia, il loro credo politico e religioso. Quali sono i loro ricordi più cari? Come si sono sentiti nei momenti peggiori della loro vita? Chi chiamerebbero per primo se si trovasse in difficoltà? Quale candidato alla presidenza hanno votato?¹

Oltre a decenni di questionari e interviste, i ricercatori studiano le analisi del sangue, i campioni di DNA, gli esami clinici e le mappature cerebrali dei partecipanti, per apportare allo studio anche dati quantitativi.

Veniamo al punto: qual è il segreto della felicità? Secondo gli attuali direttori dello studio, Robert Waldinger e Marc Shultz, la risposta è piuttosto semplice e si può riassumere in due parole: buone relazioni.

"Se doveste fare una sola scelta, prendere un'unica decisione per assicurarvi salute e felicità, la scienza ci dice che la vostra scelta dovrebbe essere quella di coltivare delle buone relazioni umane," spiegano gli studiosi.²

Non potremmo essere più d'accordo, visto che nulla ci appassiona tanto quanto costruire solide relazioni: da oltre 200 anni, i rapporti personali sono il cuore pulsante dell'attività di Rothschild & Co.

Ma prima di spiegarvi in che modo questo ci permette di custodire al meglio il vostro patrimonio, vediamo un po' più nel dettaglio come mai le connessioni umane sono così importanti.

ESTRANEI SU UN TRENO

Se vi chiedessimo di descrivere il momento più felice della vostra vita, che cosa direste?

È probabile che, come la maggior parte delle persone, ricordereste un'occasione speciale che avete condiviso con i vostri cari. La gioia del vostro matrimonio magari, o la nascita di un figlio o nipote.

Ma abbiamo davvero bisogno della scienza, o di uno studio multigenerazionale, per capire che le relazioni sono importanti? Non dovrebbe bastare il buon senso?

Beh, siamo dell'idea che un piccolo promemoria di tanto in tanto non guasti. Viviamo in un mondo in cui la tecnologia ci ha resi molto più liberi sotto diversi aspetti, con il rischio però di isolarci dalle interazioni sociali che arricchiscono ogni giorno le nostre vite.

Proprio per questo, non sempre apprezziamo davvero il potere delle connessioni umane. Ve lo dimostriamo invitandovi a fare un rapido esperimento.

Immaginate di essere su un treno pieno di estranei. State viaggiando per conto vostro e volete che il tragitto sia il più piacevole possibile. Se aveste la possibilità di scegliere durante il viaggio, preferireste chiacchierare con un altro passeggero o starvene in disparte?

Se avete scelto la seconda, siete in buona compagnia. La maggior parte delle persone preferisce leggere un libro, lavorare o stare al cellulare, piuttosto che intrattenere una conversazione con uno sconosciuto.³

¹ John F. Kennedy fu uno dei partecipanti originali dello studio di Harvard. Chiaramente, aveva votato per sé stesso.

² Lezioni sulla felicità. Uno studio dell'Università di Harvard. Robert Waldinger e Marc Shultz, 2023.

Per comprenderne il motivo, i ricercatori dell'Università di Chicago hanno diviso i pendolari su un treno in due gruppi: quelli del primo gruppo avevano il compito di chiacchierare con una persona a caso durante il viaggio, mentre gli altri dovevano starsene seduti da soli.

La maggior parte dei partecipanti aveva previsto che parlare con un estraneo sarebbe stata un'esperienza sgradevole; quel che non immaginavano è che sarebbe accaduto esattamente il contrario. Alla fine dell'esperimento infatti il livello di gradimento del viaggio del primo gruppo è risultato di molto superiore rispetto a quello di chi se n'era stato per conto proprio.

Come evidenziano Waldinger e Shultz nel loro libro, a quanto pare, "siamo particolarmente scarsi quando si tratta di valutare il valore e i benefici delle relazioni umane".⁴

Come mai? Per colpa di un meccanismo tipico del nostro processo decisionale: quando ci troviamo di fronte a una scelta, tendiamo a dare maggiore peso ai potenziali svantaggi e a sottovalutare o ignorare gli eventuali benefici.⁵

Pur essendo consapevoli dei vantaggi dell'interazione umana, siamo restii a mettere in pratica la teoria: lo sa bene chiunque debba prendere i mezzi all'ora di punta e prega ogni volta che nessuno cerchi di attaccare bottone.

A volte abbiamo bisogno di un piccolo incoraggiamento per interagire con le persone intorno a noi. Eppure, quando lo facciamo, i benefici possono essere sensazionali: non soltanto per il nostro benessere e la nostra salute, ma anche per la nostra creatività.

PROGETTARE LA SERENDIPITÀ

"La creatività non è altro che mettere in connessione le cose."

– Steve Jobs

Lunatico. Asociale. Scontroso e aggressivo. Una persona spregevole.

Sono soltanto alcuni dei termini con cui Steve Jobs è stato definito nelle biografie sulla sua vita. E abbiamo evitato di riportare alcuni degli appellativi più coloriti con cui è stata descritta la volubile personalità del fondatore di Apple. Vi sembrerà strano quindi leggere proprio il suo nome quando stiamo sottolineando l'importanza di costruire relazioni solide e durature.

Quando parliamo di relazioni parliamo in primo luogo di persone e, per molti versi, non si può dire che Steve Jobs amasse le persone. Una cosa però è certa: le capiva. E, ancor più importante, era conscio del potere di metterle in connessione tra loro. L'iPhone è un esempio scontato di questa filosofia, ma crediamo che ce ne sia uno ancora migliore.

Nel 1999, Jobs era l'AD e uno dei principali azionisti dello studio di animazione Pixar. In quel periodo diede un enorme contributo nella progettazione e costruzione della sede centrale dello studio a Emeryville, in California.

I dirigenti della società cominciarono a riferirsi scherzosamente al progetto chiamandolo "il film di Steve": aveva un budget paragonabile a quello di un blockbuster della Pixar e ci volle più o meno lo stesso tempo per portarlo a termine. Jobs ne era di fatto il regista.⁶

Dopo un attento studio del progetto, Jobs volle che l'intera sede ruotasse intorno a un atrio centrale. Ogni cosa si trovava nell'atrio oppure era direttamente collegata a esso: dalle sale conferenza alle cassette della posta, dal teatro alla caffetteria, al negozio di souvenir. Persino gli unici bagni dell'edificio si trovavano lì.⁷

Perché? Pur essendo un pioniere della comunicazione digitale, Jobs credeva fermamente nell'importanza del faccia a faccia.

Voleva che i dipendenti Pixar – artisti, animatori, sceneggiatori o maghi del computer – si incrociassero regolarmente. In questo modo, per un po' si sarebbero allontanati dagli schermi, e da quegli incontri sarebbero nate idee e innovazioni.

"La teoria di Steve si rivelò azzeccata sin dal primo giorno," ricorda John Lasseter, cofondatore di Pixar.⁸ "Continuavo a incrociare persone che non vedevo da mesi. Non ho mai visto un edificio in grado di stimolare la collaborazione e la creatività a quel livello."

UNA CULTURA FAMILIARE

Da Rothschild & Co, crediamo che le migliori relazioni si costruiscano di persona e, proprio come Steve Jobs, vogliamo stimolare la creatività costruendo un ambiente di lavoro collaborativo, in cui le riunioni faccia a faccia siano la norma e non l'eccezione.

New Court ospita la sede londinese di Rothschild dal 1809 e, anche se con il tempo è cresciuta in maniera considerevole, non

³ Mistakenly Seeking Solitude, Journal of Experimental Psychology: General, Nicholas Epley e Juliana Schroeder, 2014.

⁴ Lezioni sulla felicità. Uno studio dell'Università di Harvard. Robert Waldinger e Marc Shultz, 2023.

⁵ Lettera trimestrale: Prendere migliori decisioni d'investimento, Rothschild & Co, ottobre 2023.

⁶ Steve Jobs: The Exclusive Biography, Walter Isaacson, 2015.

⁷ Alla fine Jobs dovette cedere alle lamentele del personale e aggiunse altri bagni in punti diversi.

⁸ The Real Leadership Lessons of Steve Jobs, Harvard Business Review, aprile 2012.

ha mai rinunciato all'atmosfera intima e personale tipica di un'attività a conduzione familiare. Una filosofia d'impresa che si estende anche ai nostri uffici di Birmingham, Leeds e Manchester.

Le nostre squadre lavorano fianco a fianco per far sì che le idee e le informazioni circolino liberamente. Se un cliente ha un dubbio o delle perplessità, è facile per i suoi consulenti fare un salto dai gestori del portafoglio e trovare una soluzione insieme.

La squadra di supporto al cliente e quella d'investimento hanno ruoli ben definiti, perché ciascuna possa focalizzarsi sulle proprie competenze. Tuttavia, lavorando a stretto contatto l'una con l'altra – non solo in senso figurato, ma letteralmente – si facilita la collaborazione tra i team, stimolando la nascita di idee innovative e nuovi spunti di ricerca incentivando un dibattito rigoroso, seppure amichevole.

Come i lettori più assidui della nostra Lettera trimestrale sapranno, in un settore in cui la longevità e la continuità del personale sono rare e scarsamente valorizzate, siamo fieri di avere un tasso di ricambio dei dipendenti estremamente basso.

Inoltre, li incoraggiamo in maniera attiva a conoscere i loro colleghi di altri uffici o sedi, non solo per trarne un beneficio personale, ma anche per garantire che i nostri clienti ricevano il supporto dell'intera rete di Rothschild.

Le relazioni solide e durature non sono soltanto un sottoprodotto del nostro approccio: sono una delle forze motrici che stanno dietro alla nostra filosofia d'investimento e sono fondamentali per salvaguardare il patrimonio che ci affidate.

INVESTIRE NELLE RELAZIONI

Per capire perché l'arte di costruire relazioni sia un aspetto così importante della nostra filosofia, è bene ricordare qual è il nostro approccio all'investimento.

Il nostro obiettivo è preservare e accrescere il valore reale del vostro patrimonio; per farlo, puntiamo a ottenere rendimenti superiori all'inflazione, evitando perdite consistenti nei periodi di volatilità del mercato.

Più nello specifico, abbiamo un approccio all'investimento dal basso verso l'alto, che si basa sulla selezione di società e fondi di alta qualità che diano ottimi risultati nel lungo periodo.⁹

Ma che cosa significa "di alta qualità"? Per noi, una società eccellente deve avere un modello d'impresa e delle pratiche aziendali resilienti, che includano vantaggi competitivi sostenibili, come un marchio riconosciuto, efficienza in termini di costi ed effetti di rete significativi.

E tuttavia, non è solo una questione di performance economica. Le persone che stanno dietro a un'attività sono altrettanto importanti. La squadra dirigente della società è solida? Da quanto tempo è in funzione? Ha una comprovata esperienza nell'allocazione del capitale?

Siamo convinti che la continuità sia un fattore fondamentale e ci rassicura vedere squadre manageriali con mandati pluriennali e con un piano di continuità ben definito in caso di dimissioni o pensionamento delle figure chiave.

Ma lo studio di bilanci annuali, fogli di calcolo finanziari e altre informazioni di dominio pubblico può arrivare soltanto fino a un certo punto. A fare la differenza è il fatto di conoscere le persone.

Per questo, quando siamo nel cuore di un'analisi indipendente e stiamo svolgendo le nostre meticolose ricerche, passiamo più tempo possibile con le figure chiave e il personale di una società.

IL POTERE DELLA VICINANZA

Secondo uno studio della Harvard Medical School, i migliori risultati nell'ambito della ricerca si hanno quando le persone lavorano a meno di dieci metri di distanza l'una dall'altra. Gli articoli scritti da ricercatori che avevano lavorato fisicamente vicini infatti sono risultati di qualità molto più alta rispetto a quelli di coautori situati a un chilometro o più di distanza.

"Persino nell'era della Big Science, in cui i ricercatori passano così tanto tempo su Internet, continua a essere importante creare spazi d'intimità," sostiene l'autore dello studio, Isaac Kohane.¹⁰

⁹ Lettera trimestrale: Costruire dal basso verso l'alto, Rothschild & Co, aprile 2022.

¹⁰ Groupthink, Jonah Lehrer, The New Yorker, 22 gennaio 2012.

Le nostre squadre di ricerca conducono spesso visite in loco presso gli uffici, le fabbriche e gli impianti di aziende in tutto il mondo, per osservare dall'interno la cultura e i valori di ogni società. Inoltre, dialoghiamo con i dipendenti e i clienti attuali e passati dell'azienda, con i suoi fornitori, distributori e concorrenti per avere un quadro il più possibile completo di come l'azienda opera nella quotidianità.

Possiamo poi ricorrere all'ampia rete di contatti che abbiamo costruito negli anni – tra cui esperti in materia, ricercatori esterni e gestori di fondi terzi – per ottenere ulteriori informazioni che convalidino le nostre decisioni.

Visto che i nostri criteri d'investimento sono molto alti, non è raro che delle società che per molti versi sono generalmente ritenute ottime, non siano considerate all'altezza dei nostri standard. Tuttavia continuiamo a coltivare i rapporti che abbiamo stretto con il loro management per rimanere sempre informati su eventuali sviluppi che potrebbero farci cambiare idea.¹¹

Soltanto quando prendiamo la decisione di inserire un'azienda nei nostri portafogli però possiamo davvero dire che il sodalizio ha inizio: da quel momento, la nostra unione fa la forza.

RELAZIONI IN AZIONE

Quando investiamo, lo facciamo con l'intenzione di mantenere una partecipazione per diversi anni. Alcuni esempi sono Berkshire Hathaway, che è nei nostri portafogli dal 2010, o Ryanair e American Express, in cui abbiamo investito per più di un decennio.

Essendo proprietari di lungo periodo, le relazioni che stabiliamo con le nostre partecipate si rafforzano di anno in anno.

Comunichiamo attivamente con il loro management, in un dialogo che sviluppa la fiducia e la collaborazione reciproca e, alle volte, ci permette di apportare dei cambiamenti positivi all'interno della società. Cambiamenti che possono avere un impatto sul suo rendimento.

Un buon esempio di ciò è l'azienda di macchine agricole John Deere. Abbiamo cominciato a investire nel loro marchio nel 2014 e, con il tempo, abbiamo conosciuto sempre meglio le persone che ci lavorano.

Per molti versi, è un rapporto basato su valori condivisi. Proprio come noi infatti, Deere ha una lunga storia alle spalle. È stata fondata

in Illinois nel 1837: soltanto un anno prima, il figlio maggiore di Nathan Mayer Rothschild, Lionel, aveva preso in mano le redini di N M Rothschild & Sons a Londra.¹²

Inoltre sia la loro che la nostra attività guardano al futuro. Deere ha l'obiettivo di aiutare gli agricoltori a diventare più produttivi, proficui e sostenibili di generazione in generazione, proprio come noi desideriamo preservare e accrescere il patrimonio delle vostre famiglie nel lungo periodo.

Per via dello stretto rapporto con Deere, possiamo dialogare direttamente con la sua squadra dirigente, conoscere a fondo il modo in cui opera e ipotizzare soluzioni migliori per aiutarla a raggiungere i suoi obiettivi economici e di sostenibilità.

Per diversi anni Deere è stata in prima linea nel campo della sostenibilità agricola grazie all'agricoltura di precisione¹³, l'elettificazione delle macchine agricole e le soluzioni automatizzate. Ma eravamo dell'idea che ci fosse ancora un margine di miglioramento nel modo in cui l'azienda calcolava e comunicava l'ottimo lavoro che stava facendo.

Durante gli incontri con Deere, abbiamo suggerito loro come migliorare il bilancio di sostenibilità, per esempio, includendo parametri numerici più dettagliati, basati su dati, e informazioni chiare riguardo al target e alla *baseline* dell'azienda.

Oggi siamo felici di constatare che non solo Deere ha accolto volentieri i nostri suggerimenti, ma è diventata un esempio di eccellenza nella redazione dei bilanci di sostenibilità, il che ci rassicura ulteriormente sulla sua capacità di affrontare i rischi e le opportunità che verranno.

Sebbene ci siano dei limiti rispetto all'influenza che possiamo esercitare all'interno di certe aziende, questo non ci scoraggia nel cercare di rinvigorire continuamente il nostro rapporto e di comunicare con chiarezza le nostre aspettative.

Allo stesso modo, è importante fare un passo indietro per poter giudicare ogni relazione in maniera oggettiva. I nostri investimenti sono delle collaborazioni, non dei matrimoni: per questo li rivediamo sistematicamente, assicurandoci che mantenere vivo quel rapporto sia sempre nel miglior interesse dei nostri clienti.

UNA FIDUCIA BEN RIPOSTA

Siamo ben consapevoli di non essere le uniche persone talentuose al mondo. Sin

¹¹ Lettera trimestrale: Cambiare idea, Rothschild & Co, luglio 2022.

¹² Oggi Rothschild & Co è sotto la direzione della settima generazione di Rothschild, nella persona del nostro presidente esecutivo, Alexandre de Rothschild.

¹³ Scaling climate technology through strategic capital, Rothschild & Co, novembre 2023.

dall'inizio della nostra attività, abbiamo lavorato con un'ampia rete di collaboratori e partners che ci hanno aiutato a studiare i mercati e le aree geografiche in cui la nostra presenza, e dunque le nostre conoscenze locali, potevano essere limitate.

Questa rete è sempre stata una delle nostre risorse più importanti.¹⁴ Il rapporto con i nostri fondi terzi, per esempio, ci permette di estendere la nostra portata a nuove aree in cui potrebbero esserci interessanti opportunità d'investimento.

Vista la solidità e la durata della collaborazione con molti dei nostri gestori esterni, li consideriamo ormai molto più che fornitori. Potreste averci sentito parlare di loro come una vera e propria estensione delle nostre squadre d'investimento: i nostri occhi e le nostre orecchie (oltre che cervelli) in mercati regionali distanti da noi.

Inoltre, sono una cassa di risonanza estremamente importante quando realizziamo le nostre ricerche e analisi in loco.

Uno dei potenziali pericoli di avere una cultura aziendale omogenea è l'uniformazione a un pensiero di massa.¹⁵ Evitarlo è fondamentale, per questo invitiamo sempre i nostri team a mettersi in discussione a vicenda e chiediamo loro di valutare ogni scelta in maniera oggettiva, attraverso una prospettiva il più possibile neutra.

Tuttavia, la prospettiva offerta dai nostri fidati gestori terzi, che condividono i nostri valori e la nostra filosofia d'investimento ci offre sempre nuovi e stimolanti punti di vista.

IL NOSTRO RAPPORTO CON I CLIENTI

Infine, nessun discorso sull'importanza di costruire relazioni solide sarebbe completo senza sottolineare quanto valore abbia per noi il rapporto che abbiamo con voi, i nostri clienti.

Poco fa abbiamo evidenziato che il nostro obiettivo è quello di salvaguardare e accrescere il vostro patrimonio in termini reali. Ma non è l'unico obiettivo: cerchiamo anche di fornirvi sempre un servizio al cliente d'eccellenza.

Prima ancora che Rothschild & Co venisse fondata, Mayer Amschel Rothschild era noto per la capacità di mettere il cliente al centro della sua attività. Come banchiere, si era guadagnato il rispetto dei suoi clienti per l'onestà, la serietà e l'attendibilità con cui svolgeva il suo lavoro: delle virtù che tramandò senza indugio ai suoi cinque figli.

Facciamo un salto in avanti fino a oggi, ed eccoci qui: dediti ora come allora a costruire legami personali e autentici con le persone per cui lavoriamo. I nostri consulenti investono molto tempo nel conoscervi il più possibile, per comprendere al meglio le priorità e le motivazioni che muovono voi e la vostra famiglia.

La maggior parte dei nostri clienti desidera proteggere il proprio patrimonio dall'erosione del tempo, ma sappiamo che molti di voi hanno ambizioni più profonde nel lungo periodo. In quanto gestori del patrimonio, la nostra responsabilità è aiutarvi a pianificare il futuro e capire come investire la vostra ricchezza in modo da raggiungere i vostri obiettivi.

Il rapporto tra cliente e consulente è estremamente importante, per questo lavoriamo sodo per trovare la persona più adatta a voi. Vogliamo che i nostri clienti possano contare sulla nostra onestà. A volte, questo significa che discorderemo con la vostra opinione o vi suggeriremo una linea d'azione diversa.

Ma lo faremo sempre e solo al fine di salvaguardare il vostro patrimonio per le generazioni future, perché crediamo fermamente che una comunicazione aperta e sincera sia alla base di qualsiasi rapporto duraturo.

Il rapporto tra cliente e consulente è estremamente importante, per questo poniamo molta attenzione nel trovare la persona più adatta a voi.



¹⁴ Lettera trimestrale: The power of networks, Rothschild & Co, ottobre 2020.

¹⁵ Uncovering behavioural biases when investing, Rothschild & Co, ottobre 2023.

Disclaimer

Note

Note In Rothschild & Co Wealth Management offriamo una prospettiva obiettiva a lungo termine sull'investimento, la strutturazione e la salvaguardia del patrimonio, per preservare e far crescere gli assets dei nostri clienti. Forniamo una gamma completa di servizi ad alcune delle famiglie, degli imprenditori, delle fondazioni e degli enti di beneficenza di maggior successo al mondo. In un ambiente in cui spesso domina il pensiero a breve termine, la nostra prospettiva a lungo termine ci distingue. Crediamo che la conservazione, prima di tutto, sia l'approccio corretto per la gestione del patrimonio.

Questo documento è prodotto da Rothschild & Co unicamente a titolo informativo e a uso esclusivo del destinatario dello stesso. Salvo quanto specificatamente concordato da Rothschild & Co per iscritto, questo documento non può essere copiato, riprodotto, distribuito o trasmesso, in tutto o in parte, a qualsiasi altra persona. Le informazioni sopra riportate hanno valore esemplificativo e non sono comunque complete circa le caratteristiche, la natura e i rischi dei prodotti finanziari menzionati e/o del relativo investimento, per cui si rinvia alla relativa documentazione informativa. In nessun caso le informazioni di cui sopra possono essere considerate un'offerta o una sollecitazione all'acquisto di strumenti finanziari né oggetto di raccomandazione personalizzata.

Il valore e il rendimento degli investimenti possono essere soggetti sia a diminuzioni che ad aumenti ed è possibile non recuperare l'importo dell'investimento iniziale. I rendimenti passati non rappresentano un indicatore dei possibili rendimenti futuri. Investire per ottenere un rendimento significa accettare del rischio: le aspettative sulla performance non sono e non possono essere garantite. Se un investimento comporta un'esposizione a una divisa estera, le variazioni relative al tasso di cambio possono causare diminuzioni o aumenti del valore e del rendimento dell'investimento.

Sebbene le informazioni e i dati qui presenti siano stati ottenuti da fonti ritenute attendibili, nessuna garanzia – implicita o esplicita – è o sarà fornita in merito alla loro completezza o esattezza e nessuna responsabilità è o sarà accettata da Rothschild & Co in merito o in relazione alla correttezza, accuratezza o completezza del presente documento o delle informazioni che costituiscono la base dello stesso o per qualsiasi affidamento fatto su questo documento da chiunque. In particolare, nessuna dichiarazione o garanzia è fornita in merito al raggiungimento o alla ragionevolezza di eventuali proiezioni future, obiettivi, stime o previsioni contenute in questo documento.