

STRATEGIE INNOVATIVE

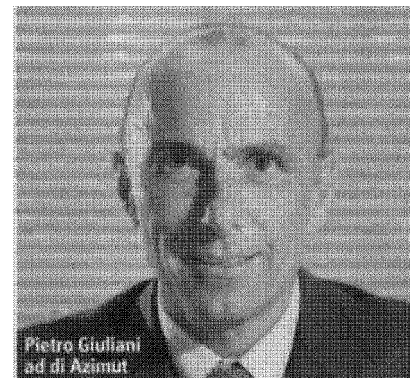
I nuovi progetti di Azimut Rotta su estero e private

L'ad Pietro Giuliani: «In Italia siamo sempre più orientati allo sviluppo di prodotti dedicati a servizi fiduciari e assicurativi». Alla ricerca di talenti sui mercati stranieri

FEDERICO TOFFOLI

Le turbolenze dei mercati di questi mesi, l'aumento dei tassi d'interesse e la crisi dei *subprime* non sono che esempi delle preoccupazioni che investitori e istituti finanziari stanno affrontando. In un momento così difficile quali consigli si possono dare? È l'amministratore delegato di Azimut, Pietro Giuliani, che risponde a questi interrogativi con la consueta schiettezza: «Penso che gli investitori italiani cerchino qualcuno che sia bravo a gestire bene i loro risparmi facendo coincidere obiettivi e risultati. Ciò ovviamente dipende anche dalle aspettative del cliente e dalla durata del suo investimento. È inutile attuare eccessive strategie di conservazione del patrimonio su clienti che hanno un orizzonte temporale di 10 anni, si corre solo il rischio di raggiungere con più difficoltà l'obiettivo finale. Un altro aspetto fondamentale - aggiunge Giuliani - è la qualità della distribuzione, cioè l'abilità dei promotori di offrire consulenza qualificata, personalizzata sulle reali esigenze e sul profilo di rischio-rendimento dei clienti. Per esempio, si può arrivare a un 6% all'anno con 12 risultati mensili positivi oppure attraverso singole e forti escursioni nei rendimenti. Alla fine il risultato è lo stesso ma il livello di soddisfazione del cliente può essere molto diverso. Per ogni cliente serve quindi il mix di prodotti giusti, posizionati su corretti e differenti orizzonti temporali. Non è semplice, ma il caso Azimut dimostra come sia possibile legare tutte queste esigenze». A questo proposito Giuliani sottolinea il buon andamento della società: «Il progetto Azimut è stato realizzato da un gruppo di manager e di promotori finanziari che hanno saputo creare un modello che non ha eguali nel panorama europeo. Questo progetto rappresenta la base per svilupparne un altro nel prossimo futuro che sarà ancora più ambizioso e importante, e che vedrà coinvolti tutti i nuovi colleghi, arrivati e che arriveranno, che desiderano partecipare a qualcosa di proprio e di nuovo». Novità in arrivo, dunque? «Le novità e i pro-

getti - commenta Giuliani - sono molto ambiziosi. Continueremo a crescere attraverso il reclutamento di nuovi professionisti e il lancio di nuove iniziative, anche strategiche, sia in Italia sia all'estero. In Italia siamo sempre più orientati al settore del private banking con lo sviluppo di prodotti e di servizi dedicati alla clientela di alto livello come, per esempio, servizi fiduciari e di private insurance, e nel settore degli hedge fund con il recente accordo siglato con In Alternative. All'estero invece vogliamo svilupparci in modo innovativo: L'idea è trovare in giro per il mondo i migliori talenti, nel campo sia della gestione sia della distribuzione, che desiderino mettersi in proprio con accanto un partner indipendente». Sembra chiaro che il focus sarà ancora una volta sulle persone: «Il segreto della società sono innanzitutto gli uomini che ci lavorano, dal presidente all'ultimo assunto, e che hanno deciso di puntare su qualcosa che va oltre i soldi e i riconoscimenti. Crediamo, e a oggi i risultati lo dimostrano con oltre 140mila clienti e 15 miliardi di gestito, di poter sviluppare una realtà diversa da tutte le altre, in cui gli interessi della rete e quelli dei clienti sono allineati in un orizzonte di lungo termine che vede, per i colleghi, piani di stock option che si liberano al compimento dei 65 anni di età».



Pietro Giuliani
ad di Azimut