

PIETRO GIULIANI

68

Perché Azimut punta sulla formazione dei pf

ADVISOR DOSSIER

LA CAPACITÀ DI ALLINEAMENTO

Far coincidere gli interessi dei clienti con quelli della rete distributiva.
Giuliani: Azimut punta sulla formazione.

di F. D.

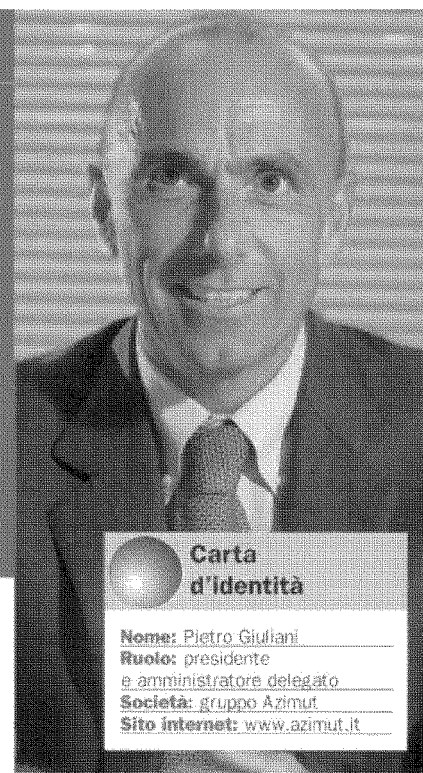
Formazione professionale, supporti tecnologici e *seniority* dei promotori finanziari. Sono questi i fattori chiave delle reti distributive del **gruppo Azimut**, Azimut Consulenza e Az Investimenti, che non teme l'arrivo della MiFID. Anzi. **Pietro Giuliani**, presidente e amministratore delegato del gruppo, lancia un messaggio chiaro ai *competitor*: «vogliamo confermare il nostro ruolo in Italia» sia sul fronte delle reti distributive, sia per quanto riguarda «la qualità di gestione».

Qual è il primo passo da compiere per

creare un modello di distribuzione efficace?

La capacità di allineare gli interessi della rete distributiva a quella dei clienti è sicuramente il primo passo per creare un modello vincente. Il caso Azimut mostra una costante capacità nel creare valore per il cliente attraverso un'estrema qualità delle *performance* e una forte capacità nell'assisterlo nella pianificazione del risparmio sui diversi orizzonti temporali.

Il servizio è fondamentale ma alla base della soddisfazione dei clienti si pone la qualità della gestione e soprattutto la capacità di trovare il prodotto giusto per l'esigenza giusta.



Carta
d'identità

Nome: Pietro Giuliani
Ruolo: presidente
e amministratore delegato
Società: gruppo Azimut
Sito internet: www.azimut.it

Osservazione che può sembrare banale, ma non lo è visti i rendimenti e il livello di soddisfazione medio della clientela italiana: la *performance* media ponderata di tutto il nostro portafoglio al netto delle commissioni è di oltre il 21% a 3 anni (2004-2006) e di quasi il 5,5% solo nel 2006, con una media del mercato italiano dell'11,7% nel periodo 2004-2006 e del 3% nel 2006.

Spesso si sottolinea l'importanza della formazione per i singoli promotori finanziari. Qual è il suo parere a riguardo?

La formazione è da sempre uno dei punti di forza della nostra struttura, passaggio chiave per uno sviluppo aziendale che vuole seguire l'evoluzione della professione nel tempo e le esigenze della clientela. Proprio per questo motivo, per i promotori delle due reti del gruppo, Azimut Consulenza e AZ Investimenti, abbiamo impostato percorsi di formazione e aggiornamento continui diversificati per anzianità professionale e obiettivi di crescita, ma sempre con un fattore comune: quello di un approccio Azimut fortemente concreto e differenziante sul mercato.

La capacità di analizzare il risparmio dei clienti sulla base delle diverse esigenze temporali e l'approfondimento di tematiche quali la fiscalità e il passaggio generazionale, sono alcuni dei temi toccati più di recente.

Quanto è importante, invece, il confronto diretto con i singoli promotori finanziari?

La consultazione con i promotori finanziari per avere un polso del mercato è preziosa. In Azimut l'opinione dei promotori finanziari è ancora più importante che in altre realtà in quanto, oltre a essere il punto di contatto con la clientela, i promotori sono anche l'azionista di maggioranza del gruppo (sono infatti la parte più consistente del patto di sindacato tra dipendenti, *manager*, gestori, che con il 23% costituisce l'azionista di riferimento).

I nostri promotori sono i primi ad aver capito che, volendo operare sul mercato nel tempo, occorre per prima cosa creare valore reale per i clienti ed evitare di proporre soluzioni di investimento poco chiare e spesso troppo costose quali, ad esempio, i prodotti strutturati.

Su quali fattori punterete per i prossimi mesi, anche in vista della MiFID, per

migliore la strategia della rete distributiva?

Azimut vuole confermare sempre di più il suo ruolo di punto di riferimento in Italia per qualità della gestione e delle reti distributive.

Nei prossimi mesi continueremo, come sempre, a innovare fortemente la gamma prodotti rafforzando anche i *team* di gestione. Per quanto concerne la MiFID valuteremo alla luce dei regolamenti di attuazione quale posizione assumere sul tema della consulenza.

Oltre alla formazione puntate anche su supporti di tipo informatico?

Puntiamo, come detto, soprattutto sulla formazione. Abbiamo poi strumenti informatici di analisi e presentazione del portafoglio della clientela costantemente in fase evolutiva.

Il vero valore però è dato dalla qualità e dalla *seniority* dei nostri promotori, è lì che facciamo la differenza. ☒