

Risparmio gestito. I piani di Azimut da qui al 2013

## «La crescita? Per ora è in Italia, in futuro sarà negli emergenti»

### Prossimi a siglare accordi con partner in Turchia, Francia ed Est Europa

Il mercato italiano continua a voltare le spalle al risparmio gestito (da inizio anno il saldo è negativo per oltre 53 miliardi) e la Borsa al titolo **Azimut** (da inizio 2008 perde il 39%, anche se dall'Ipo a un prezzo di 4 euro, registra un +35,45%). Ma difficilmente, come qualcuno vorrebbe, Azimut finirà nella mani di un altro fondo di private equity (grazie ad **Apax Partners** nel 2002 la società ha conquistato l'autonomia da **Bipop-Carire** e a crescere) per atterrare su un facile delisting.

Pietro Giuliani, amministratore delegato e presidente del gruppo, crede fermamente in questo business (è al timone da 18 anni e di cose ne ha viste parecchie) e a quasi quattro anni dall'esordio a Piazza Affari (si è quotata il 7 luglio 2004), forte di aver rispettato gli impegni con gli investitori rilancia la sua sfida: «entro il 2013 ci sarà il raddoppio delle masse (dai 14,5 miliardi ai 30) e dei promotori (dai 1.250 a circa 2.500)».

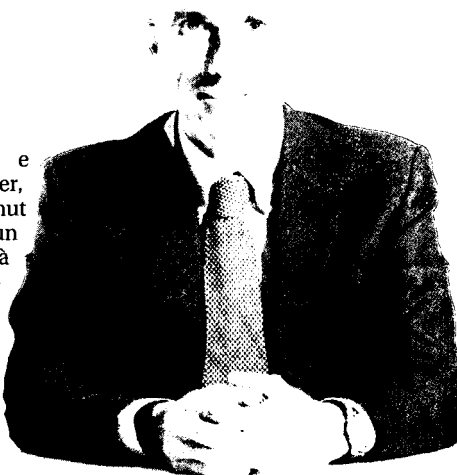
Qualche numero gli dà ragione. Intanto da inizio 2008, a fronte di un mercato in agonia, Azimut è l'unica che va contro tendenza (10 milioni di raccolta netta solo nel mese di giugno e 65 milioni da inizio anno) ma soprattutto si deve guardare alle promesse fatte al mercato. Dal 2003 al 2007 le masse sono passate da 6 a 14,5 miliardi e i promotori da 700 a 1.250, i gestori da 10 a 29 con la creazione ex novo di tre nuovi team, tra cui uno a Lussemburgo. Senza trascurare una nuova rete di promotori Az Sim che, partita nel 2005, procede nella crescita. E poi ci sono i clienti: «in un decennio in cui si è distrutto valore - aggiunge Giuliani - noi lo abbiamo creato, visto che la performance media ponderata del cliente Azimut è il rendimento del BoT decennale + 1,7%».

Il focus è e sarà tutto sull'indipendenza della società e su quello delle rete piatta (unico caso in Italia) e che insieme ai dipendenti partecipa attivamente all'azionariato con piani di stock option a lungo termine (fino a 65 anni).

Se l'Italia resta il Paese dove da qui al 2013 si realizzerà la crescita principale, grazie a una politica di reclutamento mirata e a nuove partnership come quella siglata a marzo con Cattolica Sim e dalle cui ceneri è nata **Apogeo Consulting** (50,1% Cattolica Assicurazioni, 35%

management e private banker, 14,9% Azimut Holding), un buon 3% verrà dallo sviluppo del mercato estero. In particolare in quei Paesi emergenti dove il business del private banking inizia a muovere i primi passi, ma dove ha forti potenzialità. «In questi cinque anni creeremo le basi per lo sviluppo futuro - aggiunge Giuliani - sempre dando priorità alla qualità del business».

Giuliani non ha intenzione di creare strutture o reti di promotori all'estero: sa bene quanto sia difficile e soprattutto quanto scarse siano le possibilità di successo. Si punta soprattutto a delle partnership



Pietro Giuliani, ad Azimut Holding

NUMERO DI GRUPPO

143 milioni

Patrimonio totale a giugno

10 milioni

la raccolta netta solo nel mese di giugno; da inizio anno è pari a 65 milioni

nella gestione (Azimut apporta la sua specializzazione sull'Italia e non solo) e possibilmente con soggetti specializzati che si muovono sul mercato come boutique finanziarie. Quindi, a stretto contatto con clientela di alto livello. Il potenziale per stringere accordi di questo tipo c'è in Turchia, Russia, Europa dell'Est, in Francia e in Cina e la firma di un accordo potrebbe arrivare a sorpresa anche prima del previsto. Anche in questi casi si procederà realizzando quelle che gli analisti chiamano opzioni, vale a dire operazioni che, pur impiegando capitali contenuti, possono dare ritorni elevati perché caratterizzate dall'alto potenziale.

Sul fronte interno un'altra operazione alla quale è agganciata la crescita è l'outsourcing. Attraverso un accordo **Sec Servizi, Modafin Srl e Lynx Spa** sono state esternalizzate tutte le funzioni di It e dei servizi operativi. Questo consente di essere flessibili in presenza di picchi di attività, avere una struttura di costi variabili per sostenere l'espansione all'estero, ottimizzare i costi nel medio termine e concentrare gli investimenti su gestione e distribuzione.