



RISULTATI Sopra, il quartier generale di Azimut, a Milano. A destra, Pietro Giuliani



«La forza di Azimut è l'indipendenza. Così creiamo valore»

«Siamo al vertice come rete di riferimento del mercato. Prima di tutto la gestione dei risparmi»

Nunzia Pagani

● «Il gruppo Azimut continua a crescere perché siamo riusciti a creare un modello diverso, che vede nell'indipendenza il suo punto di forza e che parte dai clienti, dai *private banker*, dai dipendenti e dal management»: il presidente e amministratore delegato di Azimut, Pietro Giuliani, riassume così la ricetta che ha permesso al gruppo di registrare una raccolta ininterrottamente positiva da oltre 5 anni differenziandosi da un mercato del risparmio gestito in forte crisi.

«Non ci sono "logiche di

potere», non ci sono interessi "diversi" da conciliare, non ci sono obiettivi di budget di breve termine da perseguire», prosegue Giuliani, sottolineando come a oggi il gruppo Azimut sia «la più grande realtà indipendente del settore in Italia senza alcun legame con gruppi bancari, assicurativi o industriali. Il nostro interesse primario è quello di creare valore per il cliente nel tempo. La nostra crescita è legata alla soddisfazione del cliente anche perché siamo fortemente focalizzati, ci occupiamo esclusivamente della gestione dei risparmi».

Dottor Giuliani, il tema delle performance per i clienti è sempre molto sentito e differenziante sul mercato. Molti dei vostri fondi sono ai vertici delle classifiche di rendimento: qual è il vostro segreto?

«Semplice, abbiamo tra i migliori gestori e i migliori promotori finanziari/*private banker* del mercato. Il risultato per il cliente è sempre frutto di due diverse anime che devono operare in sintonia, la gestione e la distribuzione. Questa ha il compito chiave di orientare e consigliare al meglio gli investitori nella definizione di portafogli adatti alle loro esigenze».



ze, mentre i gestori hanno il compito di creare valore attraverso una gestione attiva, di qualità. Il gruppo Azimut riesce a conciliare al meglio, grazie a un dialogo costante e continuo, queste due anime. E ancora una volta, non lo diciamo noi ma lo dicono i numeri. La performance media ponderata dei nostri prodotti negli ultimi 10 anni, al netto di costi e fisco, è di oltre il 4% superiore alla media dell'industria».

Il modello delle reti di promotori finanziari, secondo lei, è ancora valido oppure vedrà cambiamenti nei prossimi mesi o anni?

«Bisogna che gli azionisti credano fortemente in questo modello e oggi non mi sembra che sul mercato sia sempre così. Per quanto ci riguarda, tutto il nostro *business model* è basato sulla figura del promotore/imprenditore e, come dimostra anche una recente indagine condotta da Eurisko su oltre 1.720 promotori finanziari di tutto il mercato, siamo al primo posto in assoluto come rete di riferimento nel settore. Rappresentiamo oggi l'unica vera alternativa per promotori finanziari e *private banker* che desiderano svolgere la professione in un contesto indipendente, fuori da logiche di potere e in grado di creare valore reale per i clienti».

Parla Giuliani, presidente e ad del gruppo che da oltre 5 anni registra una raccolta positiva

INNOVAZIONE E DINAMISMO

Consulenza successoria, assicurativa e fiscale: grande sviluppo nel 2008

Luisa Parer

● Il gruppo Azimut è da sempre orientato all'innovazione e al dinamismo. Anche per il 2008 i progetti di crescita e sviluppo sono numerosi e importanti. Tra i principali, la partenza della *joint venture* con Tamburi nell'alto *private banking* e *family office*, lo sviluppo estero con l'apertura verso il mercato svizzero e l'ampliamento della gamma di offerta. La nuova iniziativa con Tamburi, che partirà in primavera, intende valorizzare le *expertise* dei due partner coniugando le capacità gestionali del gruppo Azimut, da sempre punto di riferimento per la qualità della gestione, con le competenze di Tamburi Investment Partners, nel comparto dell'*investment banking*. Attraverso questa iniziativa si punta a presidiare una nicchia di mercato, quella del *family office* e del *private banking* di alto livello, con forte attenzione anche verso le tematiche legate alla gestione di patrimoni dei clienti, della loro famiglia e delle imprese. La crescita sul mercato estero, invece, è trainata dall'estrema qualità dei prodotti gestiti, oggi sempre più richiesti anche da operatori e clienti internazionali.

Dopo Lussemburgo e Irlanda il processo di espansione si è appena allargato con la Svizzera dove è stato definito un accordo con un partner commerciale di elevato *standing*. L'obiettivo del gruppo Azimut è di essere presente nelle principali aree internazionali con professionisti esperti, valorizzando sempre di più il ruolo di operatore indipendente specializzato.

Per quanto riguarda la gamma di offerta il gruppo Azimut continuerà a focalizzarsi sui fondi flessibili e sui fondi *hedge*. Azimut vanta, infatti, una delle migliori scuole gestionali italiane sostenuta da oltre 15 anni di performance nettamente superiori alla media del mercato, che consentono di avere nella gestione attiva uno dei suoi principali punti di forza. Inoltre, proprio grazie alla qualità della sua scuola gestionale, Azimut è uno dei pochi operatori italiani ad aver lanciato un fondo *hedge* puro, Aliseo, che continua a ottenere ottimi rendimenti e si posiziona al vertice delle classifiche di rendimento e di masse gestite.

Nel 2008, per esempio, seguendo la volontà di concentrarsi sui clienti importanti, avranno un forte sviluppo anche i servizi di ottimizzazione del patrimonio: consulenza fiscale, assicurativa e successoria.

**L'importanza dell'accordo con Tamburi
Apertura verso la Svizzera**

MODELLO DI BUSINESS

Il management sposa gli interessi della clientela

Ennio Montagnani

● È uno dei pochi gruppi di *asset management* indipendenti italiani quotati in Borsa. Con un modello di *business* in cui il *management* e i promotori sposano gli interessi dei clienti. In pratica, dare valore aggiunto alle gestioni dei sottoscrittori sia nei singoli prodotti gestiti (fondi comuni e sicav estere autorizzate al collocamento in Italia) e sia nelle gestioni patrimoniali. Ecco il principio ispiratore del gruppo Azimut che lavora da sempre su due aree spesso interdipendenti tra loro: quella della qualità della gestione del fondo; la costruzione di un'*asset allocation* su misura rispetto alle esigenze del cliente. Sui fondi, Azimut ha maturato esperienza nei «flessibili», caratterizzati però da un obiettivo di rendimento assoluto. Azimut è stata la prima società in Italia a lanciare, nel '93, i fondi flessibili. Prodotti liberi di ricercare un risultato positivo spostandosi in libertà tra mercati, aree geografiche e tipologie di titoli.

Azimut trend, il primo «flessibile» italiano, che può assumere posizioni da 0 a 100% in Borsa e viceversa nei titoli a reddito fisso a seconda delle aspettative dei mercati, ha fruttato il 360,64% in poco meno di 15 anni (da febbraio '93 a novembre 2007, fonte: *Bloomberg*) che equivale a dire il 10,9% netto su base annua (contro il 6,8% dell'indice Msci world in euro delle Borse mondiali). Allo stesso modo, il fondo Azimut trend Italia, focalizzato invece sulla Borsa italiana (ma con ampia discrezionalità di scelta da parte del gestore sia per quanto attiene l'esposizione complessiva di portafoglio in Borsa che per ciò che riguarda i settori e i titoli) ha fruttato in poco più di 12 anni il 337,4% (da ottobre '95 a novembre 2007, fonte: *Bloomberg*) e cioè il 12,98% netto medio all'anno che si confronta con il 10,1% dell'indice Mibtel.

RECLUTAMENTO DI PROFESSIONISTI

E per i promotori coinvolgimento nei piani aziendali

Guglielmo Restelli

● L'industria della distribuzione perde promotori finanziari (meno 3,6% nell'ultimo anno), ma il gruppo Azimut, in netta controtendenza rispetto al settore, continua a reclutare in modo molto attivo ed è al primo posto (più 7%) con una forte fidelizzazione dei promotori e il tasso di *turnover* più basso sul mercato. Il gruppo Azimut rappresenta un'importante realtà in forte crescita per promotori finanziari/*private banker* che credono in un modello basato su indipendenza, assenza di conflitti di interesse e imprenditorialità. L'attività di reclutamento è stata anche nel 2007 molto forte e ha visto negli ultimi mesi nuovi ingressi. Sono infatti entrati oltre 130 professionisti di elevato *standing* da inizio anno nelle due reti Azimut Consulenza e Az Investimenti, portando il totale a circa 1.200 *private banker*/promotori finanziari per oltre 15 miliardi di patrimonio gestito e 145mila clienti. Le caratteristiche principali dei *financial partner* Azimut sono riassunte in poche semplici definizioni: competenze, entusiasmo, capacità e un solo obiettivo: offrire valore concreto al cliente.

I *financial partner* Azimut vantano un'esperienza unica sul mercato e rappresentano l'asse portante del progetto Azimut. Sono coinvolti direttamente nell'azionariato del gruppo e da sempre ne sono carattere distintivo. Ogni *financial partner* Azimut è un'impresa individuale che opera anche attraverso il supporto di una struttura caratterizzata da un unico scopo: facilitarlo nell'offrire risultati di valore al cliente. La politica di reclutamento nel 2008 sarà coerente con quella degli ultimi anni: coinvolgimento diretto dei promotori nei progetti che riguardano l'azienda, valorizzazione delle diverse figure professionali e investimento sull'immagine.