

## GESTITO CHE CAMBIA/1

# «Più dialogo col cliente»

Giuliani (Azimut): «È indispensabile avere promotori pronti ad ascoltare le esigenze»  
E solo l'innovazione di prodotto può garantire il rilancio dell'industria italiana dei fondi

GABRIELE PETRUCCIANI

**L**a crisi del gestito non fa più notizia. È un fatto conclamato. Ma limitare la crisi solo alle fabbriche prodotte è sbagliato. L'intera industria, nelle due componenti della gestione e della distribuzione, è in crisi. Sì, anche i canali commerciali. Basti pensare che oggi il 35% delle masse attribuibili alle reti è raccolta ordini, quindi *dossier* amministrato, dove i margini non sono eccezionali. E poi c'è stata la «sberla» economico-finanziaria del 2008, che ha portato molti promotori ad arroccarsi su prodotti prudenti. Morale? «I numeri 2009 di promotori finanziari e società di distribuzione non saranno particolarmente lieti - commenta a B&F Pietro Giuliani, presidente e amministratore delegato di Azimut Sgr - Certo, i pf stanno guadagnando terreno nei confronti delle reti bancarie. Ma sta di fatto che la massa complessiva in gestione non è cresciuta rispetto al passato. Quindi è evidente che anche il settore dei promotori sta attraversando un periodo di stagnazione». E in un'industria di questo tipo in molti stanno pensando di «passare la mano». Gli azionisti non sembrano credere più nel business del gestito e forse già a partire dal prossimo autunno ci sarà qualche nuovo *deal*. Ma accanto a chi lascia c'è anche chi ci crede, investendo nel prodotto e nella distribuzione. Come Azimut Sgr, che quest'anno è stata particolarmente attiva sia nel reclutamento di promotori finanziari sia nel lancio di nuovi fondi.

**Ing. Giuliani, quali sono gli elementi per riuscire a superare l'attuale momento di crisi?**

Uno su tutti: l'innovazione. Noi abbiamo investito ormai da parecchi anni sul team di gestione, cercando di prendere manager italiani che hanno lavorato all'estero con hedge fund. Questo ha portato all'interno della struttura tutte le nuove tecnologie che ci permettono di performare bene. Ma per riuscire ad avere successo non è sufficiente, sebbene necessario, avere manager capaci di gestire i fondi con tecniche innovative e all'avanguardia. È fondamentale ave-



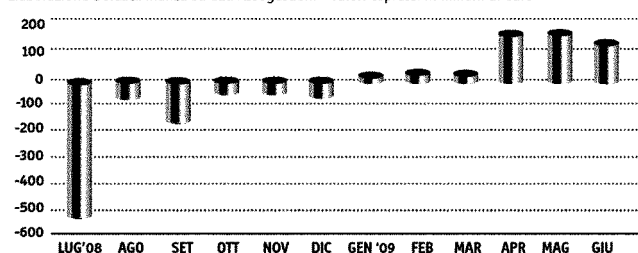
Pietro Giuliani è presidente e amministratore delegato di Azimut Sgr

re anche pf che sappiano dialogare con il cliente e trasmettere queste nuove opportunità che altri non hanno. E questo processo tra gestori capaci e promotori di qualità deve passare attraverso prodotti innovativi. Come l'ultimo nato in casa Azimut: l'Active Selection, che partito a giugno ha già raccolto 100 milioni di euro.

*continua a pagina 26*

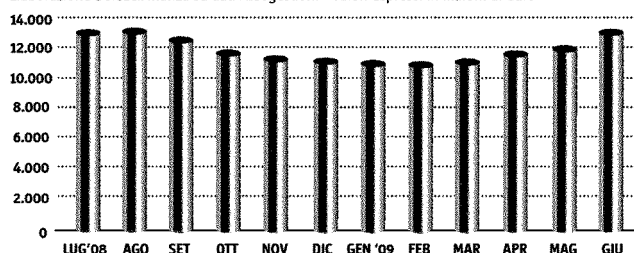
## Dodici mesi di raccolta netta...

Elaborazione Borsa&Finanza su dati Assogestioni - Valori espressi in milioni di euro



## ... e l'andamento del patrimonio di Azimut Sgr

Elaborazione Borsa&Finanza su dati Assogestioni - Valori espressi in milioni di euro



### Quali sono le caratteristiche principali dell'Active Selection?

È un fondo di tipo Long/Short che sfrutta tutte le opportunità di utilizzo di derivati offerte dalla Ucits III. Abbiamo fatto una cosa simile a inizio anno, lanciando il F1 Dynamic Trading: un fondo Market Neutral che combina tecniche di gestione micro e macro. Nei primi tre mesi di vita il Dynamic Trading ha raccolto oltre 600 milioni, segno evidente che l'innovazione è la strada maestra da seguire. E noi continueremo a innovare, lavorando in pool con i colleghi della gestione e sulla base degli input che ci arrivano dalla distribuzione. Il tutto sarà supportato da un rafforzamento della divisione di risk management.

### Insomma, fondi che utilizzano tecniche hedge. L'alternativo, dunque, diventerà sempre più tradizionale?

L'industria degli hedge ha perso circa il 50% del portafoglio a livello globale. È chiaramente in crisi. E oggi le capacità acquisite da un gestore hedge possono essere utilizzate anche da un fund manager normale. Ma il veicolo Ucits III non è un hedge vero è proprio. Diciamo che può beneficiare di alcune tecniche che fino a poco tempo fa sono state a esclusivo appannaggio dell'alternativo. Detto questo, personalmente ritengo che l'hedge rimarrà sempre lo strumento di investimento più efficiente e più efficace di un mutual fund, ma bisogna essere in grado di gestirlo e avere capacità di relazione con il cliente.

### Il fondo Ucits, quindi, non soppiantierà l'hedge.

Secondo me no. Sono prodotti diversi. Poi è chiaro che se gli stessi hedge cambiano strategia ci sarà un aumento di quota di mercato. Però mi ripeto, un conto è avere un fondo Ucits, un conto è avere un hedge.

### I nuovi prodotti che avete lanciato a che profilo di rischio si adattano?

Sono fondi unici nel loro genere in Italia. E sebbene siano decorrelati dal mercato,

rimangono sempre dei prodotti azionari e quindi si adattano ad alti profili di rischio.

### Avete in programma anche un restyling della gamma obbligazionaria. È corretto?

Sì, è corretto. Abbiamo avviato l'iter autorizzativo con Banca d'Italia per utilizzare anche sulla gamma obbligazionaria tecniche di gestione innovative, ma siamo in una fase embrionale. Stiamo cercando di capire come cogliere le opportunità Ucits.

### E i fondi più tradizionali? Che fine faranno?

È difficile che sopravvivano. Sono un po' come i motori di vecchia concezione.

### I nuovi prodotti sono tutti di diritto lussemburghese. Una Azimut sempre meno italiana...

L'Italia non ci permette di essere competitivi all'estero. Noi, invece, abbiamo ambizioni internazionali. Ed è per questo che stiamo sviluppando la nuova gamma in lussemburgo, per utilizzare il Gran Ducato come ponte verso il nostro sviluppo estero.

## Long/Short per tutti con l'Active Selection

**Partito a giugno, l'Active Selection è il nuovo comparto flessibile di Az Fund che sfrutta tutte le opportunità della Ucits III. «Una delle principali caratteristiche della gestione è il meticoloso processo di analisi e selezione dei titoli, basato inizialmente su una verifica che precede il primo investimento - spiega Paola Mungo, direttore generale di Azimut Sgr - e poi su un'attività continua di controllo per garantire il rispetto dei parametri qualitativi». La strategia di investimento prevede la presenza simultanea in portafoglio di azioni ritenute sottovalutate e sopravvalutate, con l'obiettivo di ridurre il rischio di mercato.**