

Stefano Volpato dice a BLUERATING: puntiamo al raddoppio in dieci anni

I family banker non bastano mai

Banca **Mediolanum** intende reclutare 300 professionisti entro fine 2012

Maria Paulucci

“Banca **Mediolanum** ha un obiettivo ambizioso: diventare la prima banca retail italiana. Puntiamo a raddoppiare la dimensione della rete nei prossimi dieci anni. E a chiudere quest’anno con 300 unità in più”. A fornire le indicazioni sui progetti della società è Stefano Volpato, direttore commerciale della banca dal gennaio del 2011, fresco vincitore del premio top manager dell’anno agli Oscar del Risparmio 2012 pari merito con Mauro Albanese di FinecoBank. Lo raggiungiamo al telefono durante la convention con i family banker a Roma. L’appuntamento, spiega Volpato a BLUERATING, si inserisce nel tour di quattro tappe iniziato il 22 maggio a Catania e terminato martedì 29 a Milano, dopo una giornata nella capitale mercoledì 23 e una a Padova lunedì 28. “Un giro d’Italia per spiegare alla nostra rete i piani che stiamo portando avanti”.

Volpato, li racconti anche a noi. Quali sono i vostri progetti?

Certo. Vede, noi riteniamo che in questo momento ci siano opportunità straordinarie, alla luce dell’evoluzione del mondo del risparmio. Noi partiamo dal presupposto che abbiamo un privilegio assoluto: ovvero, quello di operare in un mercato dalle dimensioni enormi. Possiamo contare su un bacino, in termini di risparmio delle famiglie, di 3.500 miliardi di euro. Questa è la dimensione del mercato nel quale vogliamo diventare un riferimento assoluto.

Però le rilevazioni dei vari istituti di statistica e non solo ci

dicono che la propensione al risparmio degli italiani è calata.

È vero, si dice questo. Ma bisogna evidenziare anche che il risparmio oggi corrisponde all’11% del reddito disponibile. I margini di crescita a questo punto ci sono e sono enormi. Altro che la Cina. Senza contare, sul versante degli operatori bancari, l’erogazione. A questa attività sono legati altri 1.000 miliardi in termini di giro d’affari. Siamo di fronte a grandi potenzialità.

Questo presuppone, da parte vostra, una visione molto positiva dell’attuale e tutt’altro che facile fase economica.

La nostra visione è entusiastica. Il mondo si sta accorgendo oggi di un meteorite che è precipitato dal cielo e ha scombinato tutto il quadro. Mi riferisco alla tecnologia, che ha cambiato l’approccio dei clienti alla banca. Lo scenario sta mutando, e chi si fa trovare pronto può offrire un servizio migliore, all’insegna della qualità e della convenienza, remunerando il cliente. Noi già da tempo non siamo più soltanto promotori finanziari. Siamo family banker, cioè professionisti che offrono il servizio tipico della banca insieme alla pianificazione finanziaria, che invece è propria dei pf.

Voi, dunque, volete crescere. A fine marzo avevate 4.466 family banker. A quali obiettivi puntate, adesso? E a chi è rivolta la vostra ricerca?

La nostra ricerca è indirizzata a tutta la popolazione bancaria, promotori finanziari ma non solamente, che ha esperienza di relazione. Invitiamo gli interessati a unirsi a noi nel nuovo

modo di fare banca, offrendo ai clienti molto più valore. Sottolineo: noi ci rivolgiamo

anche ai bancari. L’intero settore sta vivendo una situazione difficile, forse perché non è stato in grado di adeguarsi in tempo all’evoluzione del mercato. Lo vediamo dai diversi piani di ristrutturazione in corso. Il nostro è un modello diverso, si basa su un modo di fare attività che come dicevo prende l’abbrivio dalla formula della banca e va oltre. Voglio soffermarmi su qualche numero.

Ci dica.

I consulenti finanziari esistono da 50 anni, e oggi hanno il 7% appena del mercato totale. Il restante 93% lo controllano le banche. C’è qualcosa che non va. La ragione della vittoria schiacciante delle banche sta nel conto corrente, che è il fattore chiave nell’ottica del risparmio delle famiglie. Mi spiego meglio: è intorno al conto corrente che ruota il risparmio degli italiani. Questo prodotto consente di attivare una relazione esclusiva con il cliente. Noi, come banca, intendiamo mettere insieme il meglio del servizio bancario e delle altre voci del gestito, dove siamo leader per raccolta. Senza dimenticare che il servizio bancario contempla anche il conto deposito, in cui siamo leader del mercato.

La vostra ricerca di professionisti è su tutto il territorio nazionale, giusto?

Sì, esatto. Ed è aperta anche ai junior, con i piani di formazione e di inserimento. Chi vuole farsi avanti può inviare la propria candidatura tramite il portale web

www.familybanker.it. Ribadisco che noi vediamo il mondo con entusiasmo e ottimismo, e prevediamo uno sviluppo entusiasmante. I professionisti che entrano nella nostra rete potranno garantire un upgrade qualitativo ai loro clienti. Quello che

conta è l'esperienza professionale, l'atteggiamento nelle relazioni e l'immagine sul territorio. Quanto al trattamento economico posso dire che sarà adeguato all'esperienza di ciascuno oltre che alle caratteristiche personali e alle capacità professionali.

Tutto questo vuol dire più filiali e più uffici?

C'è da considerare che siamo già molto presenti sul territorio. L'intenzione adesso è puntare sulle tecnologie, un campo in cui stiamo investendo moltissimo.

CHI È STEFANO VOLPATO

Passo dopo passo, la carriera di un manager

Dopo una breve esperienza nel settore amministrativo dell'azienda petrolifera Noal Oil, nel 1986 Stefano Volpato entra in Programma Italia. Sei anni dopo diventa a tutti gli effetti promotore finanziario. Classe 1962, nel 1988 inizia l'attività supervisionale e alla fine del 2000 arriva a coordinare un gruppo di oltre 400 collaboratori nell'area del Triveneto. Con la qualifica di divisional manager, nel 2003 assume la responsabilità dell'Emilia Romagna. Al 2006, poi, risale la nomina a regional manager del nord est, area che comprende il Triveneto e l'Emilia Romagna, con oltre 1.500 family banker. Dal gennaio del 2011, è direttore commerciale di Banca **Mediolanum**.



LE TAPPE DELLA CONVENTION

Data	Città
22 maggio	Catania
23 maggio	Roma
28 maggio	Padova
29 maggio	Milano

I NUMERI DEL PRIMO TRIMESTRE*

Voce	Dato
Raccolta netta	916 milioni di euro
Promotori finanziari	4.466 unità
Clienti	1.050.300 unità
Conti correnti e di deposito	651.500 unità

*Dati riferiti a Banca **Mediolanum** aggiornati al 31 marzo 2012. Fonte: Gruppo **Mediolanum**



Stefano Volpato

“ Noi vediamo il mondo con entusiasmo e con ottimismo. E stiamo investendo nella tecnologia ”

Stefano Volpato,
dir. commerciale B. **Mediolanum**