

Mediolanum Private Banking la qualità, le idee e i contenuti

La Divisione Private Banking di Banca Mediolanum continua a crescere, nei servizi finanziari per la clientela con patrimoni elevati, e nella sua rete capillare di professionisti specializzati presente in tutta Italia, con quattro uffici di riferimento sul territorio: a Milano, Roma, Padova e Bologna. Ecco chi sono, come lavorano, e perché raggiungono brillanti traguardi, tre professionisti finanziari dell'Emilia-Romagna che negli ultimi mesi hanno raggiunto la qualifica di Private Banker



LUIGI FEDELI

«Crescere nella carriera di professionista finanziario fino a raggiungere il ruolo di Private Banker è un obiettivo e un traguardo che suggerisco a tutti», sottolinea Luigi Fedeli, «è un percorso che vale la pena fare, e fare fino in fondo, perché ripaga gli sforzi compiuti e l'impegno richiesto con grandi soddisfazioni professionali, umane e anche economiche».

Fedeli è entrato in Banca Mediolanum nel 2000, dopo aver lavorato per 6 anni in una banca locale, ha svolto l'attività di Family Banker e, allo stesso tempo, anche quella di supervisore del lavoro di un 'team' di colleghi, per poi concentrarsi su un numero più limitato di clienti, con disponibilità patrimoniali elevate, fino a entrare a far parte della Divisione Private Banking nel dicembre scorso. Oggi si occupa delle attività di investimento di una clientela, composta in gran parte da imprenditori, professionisti, commercianti e famiglie facoltose, tra le province di Parma, Piacenza e Cremona. «Per svolgere questo lavoro con successo, affiancando nelle scelte finanziarie clienti esigenti e con situazioni patrimoniali a volte complesse da gestire» rileva, «è essenziale continuare a formarsi e continuare a sviluppare la propria professionalità, con gli strumenti e le risorse che Banca Mediolanum ci mette sempre a disposizione».



EMANUELE PAGNOTTARO

Dopo dieci anni di attività, e di crescita professionale, come Family Banker, «a un certo punto ho voluto compiere il passo successivo, qualificare ulteriormente il livello della clientela di alto profilo e l'entità dei Portafogli finanziari di cui mi occupo. E così da qualche mese sono passato all'interno della struttura di Private Banking» spiega Emanuele Pagnottaro,

«che mi consente di dare un'accezione ancora più ampia, e allo stesso tempo più specifica, ad un lavoro che amo molto. Una volta maturata una forte esperienza nell'assistenza finanziaria ai singoli rispar-

miatori e investitori, e alle loro famiglie, il fatto di rivolgermi sempre di più a una clientela con patrimoni elevati ha rappresentato un'evoluzione naturale, un modo per continuare a crescere e a sviluppare la mia attività, che posso gestire sempre in piena autonomia, come Banca Mediolanum ci permette di fare nel rapporto diretto, personale e di fiducia che abbiamo con ogni nostro cliente». «La cosa più importante, in sostanza, è la soddisfazione della clientela» sottolinea il Private Banker, «è l'unico elemento che guida e fa evolvere anche la nostra carriera. E per riuscirci sono fondamentali grande passione, correttezza e professionalità. Visto che, prima ancora della banca, è il nostro interlocutore a valutare sempre il nostro lavoro».



DANIELE ROSATI

«Una delle tappe fondamentali che mi ha permesso, nel corso del tempo, di sviluppare una clientela sempre più di alto profilo, è iniziata proprio nel 2008, con la crisi dei mercati internazionali e il crac di Lehman Brothers» osserva Daniele Rosati, «perché è nei momenti di difficoltà dei mercati, e da allora ce ne sono stati diversi, che il cliente ha più bisogno di assistenza, di un punto di riferimento adeguato e di fiducia. E in tutte queste occasioni abbiamo dimostrato, con i fatti, con azioni tangibili e concrete, di essere una banca diversa, di essere una banca e professionisti sempre vicini al cliente».

Rosati, entrato nel 1986 in Programma Italia, la piccola società finanziaria da cui si è poi sviluppato il Gruppo Mediolanum, ha vissuto dall'interno tutta l'evoluzione della Banca, fino al ruolo di responsabile della struttura commerciale sul territorio per la provincia di Rimini, e, dal novembre scorso, fa anche parte della Divisione Private Banking. «Le attività di marketing e comunicazione che la Banca realizza sempre, e con investimenti importanti, a livello nazionale, regionale e locale, sono per noi fondamentali per raggiungere nuovi clienti e sviluppare il mercato» osserva, «e con i numerosi eventi e iniziative che facciamo sul territorio, siamo in pratica l'unica banca che, oggi come oggi, riesce ancora a venire, con i suoi manager e top-manager, tra la gente».