

FINANZA

VENETA

Ennio Doris, nato a Tombolo (Padova) il 3 luglio 1940, è fondatore e amministratore delegato di Mediolanum.



PAOLO TRE/A3/CONTRASTO

INVESTIMENTI/4 | INTERVISTA A ENNIO DORIS, AMMINISTRATORE DELEGATO DI MEDIOLANUM

PER COPIARLI SERVE TESTA

Non importa avere grandi quantità di denaro. Perché, per replicare i risultati dei guru, quello che conta è pensare come loro. Senza farsi mai spaventare dalle correzioni.

di ROBERTA CAFFARATTI

Banchiere, arringatore di promotori finanziari, self made man e anche psicologo. Nessuno può negare che Ennio Doris, classe 1940, fondatore e amministratore delegato di **Mediolanum**, sia il più ottimista tra i grandi investitori italiani. Perché anche quando le cose vanno male, sui mercati s'intende, non smette mai di incitare i suoi usando anche l'autoironia.

Come quella volta che nel bel mezzo di una convention della sue rete tirò fuori un naso da clown e da novello Patch Adams, il medico portato al successo dal film di Robin Williams, sciorinò la cura alla crisi delle Borse. Quel «pezzo» è ormai diventato un *cult* per il popolo dei navigatori internet, che sono abituati a cliccare su youtube.it a caccia di filmati curiosi.

La sua ricetta, ironia a parte, è molto semplice, anzi quasi banale. «Bisogna avere la forza di eccitarsi quando il mercato scende, e non quando sale» dice a *Economy*. «Non bisogna smettere di ave-

re fiducia. Fare soldi è tutta questione di testa e di pazienza». Ottimista e anche psicologo, dunque, il banchiere che con la sua Mediolanum ha appena «prenotato» un ulteriore 1,5% del capitale di Mediobanca. In questi anni ha messo via un patrimonio, secondo i calcoli della rivista *Forbes*, di oltre 2,5 miliardi di dollari, entrando al 369° posto nella classifica degli uomini più ricchi del globo, che vale l'11° posto in Italia.

Stando alla sua ricetta, copiare i grandi investitori come Warren Buffett e Vincent Bolloré è possibile. Basta appunto usare la testa. «Replicare le loro strategie da un punto di vista tecnico è più semplice di quanto si possa pensare» dice. «Il difficile è avere il loro approccio psicologico al mercato».

Vuol dire che è tutta questione di mentalità?

Direi che gioca un ruolo fondamentale, anche più del momento, quello che in gergo viene definito *timing* di ingresso nel mercato. ▶

