

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

BANCA
MEDIOLANUM
GRUPPO BANCARIO MEDIOLANUM

Una banca moderna con il futuro nel Dna

di Ennio Doris

Era il 2 febbraio quando nacque Mediobanca. Considerai quel giorno di buon auspicio: faceva un gran freddo, ma il sole splendeva. E allora pensai: l'ambiente non è accogliente, ma ce la faremo.

E insieme con i nostri clienti ce l'abbiamo fatta.

Ma questi trent'anni sono una tappa. La prossima sarà diventare la prima banca "retail" in Italia, la prima banca a fianco di singoli e famiglie. Se Mediobanca è molto cambiata negli strumenti di lavoro, non è cambiata affatto nei criteri e nei valori. L'ho voluta così, lo sapete: una banca che avesse il cliente al centro dei suoi interessi o della sua organizzazione. E così continuerà a essere, perché è questo il segreto del suo, del nostro, vostro e mio, successo. Una banca che prospera nella misura in cui prosperano i suoi clienti. Che aiuta i suoi clienti, anche a fon-



do perduto se necessario, ed è successo. Tempo fa un giornalista mi chiese come è possibile fare il banchiere ed essere altruista con i propri clienti. Gli risposi che "altruismo" era il mio modo di essere egoista. Non c'è bisogno di scomodare il Vangelo: i fatti mi hanno dato ragione. Da quei "regali" fatti ai clienti la Banca ha guadagnato.

La crisi che stiamo attraversando ci trova solidi e saldi, con lucidità ma volentieri le insidie ma anche le opportunità. Mantenendo la rotta nei momenti senza specificare i nostri principi.

Una buona parte del nostro successo lo dobbiamo anche alla nostra lungimiranza: abbiamo sempre agito d'anticipo, nella formazione, nell'organizzazione, nelle applicazioni tecnologiche. In questo modo abbiamo sempre potuto far fronte agli imprevisti, ai momenti di difficoltà generali.

Lungo questa strada maestra Mediobanca continuerà a camminare. Ecco perché tre anni fa abbiamo compiuto un cambio della guardia. Un cambio che ha portato forze giovani, nuove energie, fresche curiosità e competenze. Dopo una lunga gavetta mio figlio Massimo è diventato Amministratore Delegato della Banca e vicepresidente del Gruppo. Conosce la "macchina" più di me. Con lui Mediobanca diventa New Mediobanca, con una ancor più spiccata propensione alla tecnologia. L'affiancamento doveva avvenire proprio in questo momento in cui l'azienda è forte e in salute. Io sono tuttora il Presidente della Banca e l'Amministratore Delegato del gruppo Mediobanca e lo sarò ancora a lungo.

Le crisi si evitano anche adottando cambiamenti quando sembra che non ce ne sia bisogno. Come in anticipo rispetto alla mentalità e alle esigenze di allora è stata pensata Banca Mediolanum, così in anticipo prevediamo al futuro della nostra Banca. Soltanto così i tempi, con tutti gli imprevisti e le sorprese, non ci aggrediranno alle spalle ma ci verranno, ancora una volta, com'è successo in questi trent'anni, incontro. Come fa ancora, oggi come sempre, il sole di febbraio nelle sue giornate gelide magari, ma luminose.

*Presidente di Banca Mediolanum

Massimo Doris, A. D. di Banca Mediolanum, illustra presente e futuro dell'attività avviata dal padre Ennio nel 1982

Mediolanum, 30 anni di successi



Massimo Doris

mo posto assoluto o ai primissimi posti tra le reti bancarie per raccolta netta, e puntiamo a crescere ancora con decisione».

Come si spiegano questi risultati, anche in periodi di crisi economica e dei mercati finanziari?

«Perché offriamo innovazione, convenienza, trasparenza insieme ad assistenza finanziaria di grande qualità e servizio personalizzato. In pratica, ciò che ogni cliente ha bisogno e si aspetta dalla propria banca. Inoltre con l'aiuto del nostro centro di formazione permanente Mediobanca Corporate University siamo impegnati, e lo saremo sempre di più nei prossimi anni, in una articolata serie di iniziative volte a diffondere e ad arricchire la cultura finanziaria. Per quanto riguarda le strategie d'investimento, non ci facciamo influenzare dalle previsioni di mercato del momento, che spesso vengono poi disattese, ma puntiamo sempre alla massima diversificazione, in

tutto il mondo e nelle varie soluzioni disponibili, e a una pianificazione finanziaria specifica per ogni cliente, in un'ottica di medio e lungo periodo. Questo tipo di approccio fa sì che le crisi economiche e finanziarie vengano affrontate al meglio. Non a caso, nei periodi di crisi noi guadagniamo quote di mercato. Sempre».

Come sarà Banca Mediolanum del futuro?

«Si baserà sempre sui due pilastri che ne hanno determinato il successo fino a oggi: le tecnologie più innovative, comode e pratiche da utilizzare per tutti, e il fattore umano, rappresentato innanzitutto dai nostri Family Banker. Per continuare a raccogliere e rendere disponibili, in un'unica banca, tutti i vantaggi, i servizi e i punti di forza dei vari modelli di banca esistenti. Sarà sempre tecnologicamente molto avanzata, con notevoli investimenti dedicati. Siamo già all'avanguardia nelle applicazioni per il Mobile Ban-

king, quelle per iPhone, Blackberry, sistema operativo Android, sono già richiestissime e molto utilizzate. La formazione e la preparazione dei professionisti finanziari saranno poi sempre più essenziali, e anche in questo ambito rappresentiamo un caso di eccellenza, in Italia e in Europa, con la nostra Mediobanca Corporate University, l'università aziendale presso la sede di Milano. Evoluzione e aggiornamento continui, quindi. La strategia, invece, non cambierà».

Cosa intende in particolare?

«La nostra strategia di sviluppo continuerà a essere imperniata sulla centralità del Family Banker. Anche qui, a differenza di molte altre realtà del settore bancario e finanziario, il nostro "core-business", il no-

stro unico business, è tutto incentrato sulla nostra rete di professionisti finanziari. L'attenzione e il supporto del Gruppo Mediobanca, come organizzazione aziendale e come strategia verso il mercato, sono completamente rivolti alla grande squadra di Family Banker che garantiscono assistenza personale alla clientela. In passato come anche in futuro. Perché i nostri risultati indicano ciò che davvero chiedono i clienti, le famiglie, i risparmiatori e gli investitori privati: una banca completa, facile da utilizzare in ogni momento e da qualunque luogo, e professionisti finanziari di fiducia a cui potersi rivolgere sempre per le esigenze, le operazioni e le scelte più importanti. Questa è e sarà Banca Mediolanum».



Da sei lustri a fianco di Doris nell'impresa

Di seguito i nomi dei fondatori che dal 1982 sono con Ennio Doris nell'impresa:

Antonio Amati, Luciano Arcolini, Rodolfo Barbieri, Giorgio Basso, Sergio Beghetto, Giancarlo Bergonzoni, Umberto Boscherini, Domenico Busato, Michele Caldararo, Sandro Maria Carloni, Massimo Cattoni, Renzo Chilesse, Angelino Cola, Vittorio Colussi, Franco Cova, Giovanni Cozzi, Silvio Cracco, Vittorio Crescezzini, Enrico Dal Lago, Flavio De Matteis, Antonio Di Battista, Maurizio Fama, Gianpiero Fasoli, Ignazio Ferran, Claudio Fontanini, Luigi Gentilcore, Claudio Giommi, Guido Lasciarra, Luigi Longo, Loris Malagoli, Paolo Malnusi, Ermanno Mancastropo, Gianfranco Mandelli, Bruno Mariani, Mario Repposi, Luigi Riccio, Paolo Soffritti, Angelo Tombolato, Loris Verzaro.

Il punto sulla figura professionale che ha rivoluzionato la consulenza finanziaria per i risparmiatori e le famiglie

Family Banker, la guida sicura per progredire sempre

Se è vero che Banca Mediolanum è nata attorno al cliente, è vero anche che il Family Banker, l'idea di Banca Mediolanum e il Family Banker. O meglio: sono nati una banca e una struttura che trasformasse un consulente in un Family Banker, vero e proprio specialista del risparmio.

Ma per costruire non basta avere un'idea: bisogna investire. E così fu fatto. «Subito si investì molto nella formazione e nell'aggiornamento costante» ricorda Stefano Volpato, Italian Network Manager di Banca Mediolanum, ovvero il responsabile di tutta la rete presente sul territorio del nostro Paese. «Una struttura che ha portato di recente alla fondazione della Mediobanca Corporate University,

ne sono. Ci sono i buoni investimenti "tagliati" su misura per ciascun cliente. Da questa concezione sono nati Banca Mediolanum e il Family Banker. O meglio: sono nati una banca e una struttura che trasformasse un consulente in un Family Banker, vero e proprio specialista del risparmio.

Ma per costruire non basta avere un'idea: bisogna investire. E così fu fatto. «Subito si investì molto nella formazione e nell'aggiornamento costante» ricorda Stefano Volpato, Italian Network Manager di Banca Mediolanum, ovvero il responsabile di tutta la rete presente sul territorio del nostro Paese. «Una struttura che ha portato di recente alla fondazione della Mediobanca Corporate University,



Stefano Volpato

istituzione unica nel suo genere in Italia, che fornisce una preparazione ai massimi livelli nel campo della consulenza finanziaria globale».

Consulenza globale significa anche capacità di gestire risparmi e patrimoni adattando le stra-

tegie ai tempi, ai cambiamenti socio-economici che avvengono via via negli anni. Un esempio: la previdenza complementare. Non era un'esigenza degli anni Ottanta o Novanta, lo è diventata da una decina d'anni a questa parte, e richiede una pianificazione del risparmio nel tempo, secondo precisi criteri.

Altro esempio: le crisi che ciclicamente investono il mercato borsistico. «Il risparmiatore in balia delle proprie paure» spiega Volpato, «ha bisogno di qualcuno che faccia da contrappeso per non essere travolto dalle notizie e dal panico che queste fomentano. Il Family Banker è preparato per aiutare il risparmiatore a riconoscere queste paure e a incanalarle in modo positivo, costruttivo».

L'ampliamento delle competenze del Family Banker ha comportato un carico sempre maggiore di lavoro per ciascuno di essi: e un conseguente aumento numerico. Oggi sono più di 4.500 i Family Banker di Banca Mediolanum. In tre anni di crisi, dal 2009 al 2011, hanno fatto una raccolta netta di 13 miliardi di euro, contro i 5 fatti dal secondo istituto in classifica. Chi proviene da un altro istituto, una volta qui non se ne va più. Alcuni, tuttora attivi e ai posti di comando, c'erano già quando Family Banker era ancora soltanto un'idea. E molti - e questa è la "medaglia" che giustamente li inorgogliesce - dopo aver gestito i risparmi di nonni e padri, sono oggi i Family Banker di figli e nipoti.



Valerio Baldini

Addio Valerio, grande amico

Si è spento il 14 gennaio, in una clinica della sua amata Bologna, Valerio Baldini, 71 anni, direttore generale delle reti di vendita del Gruppo Mediobanca. Un dolore immenso. Con lui se ne va per sempre una parte di me, una persona alla quale mi legava un profondo affetto e una lunga frequentazione. Trentacinque anni insieme. Dicono che negli affari non esiste l'amicizia. L'amicizia che ci ha legati ne è la smentita. Valerio Baldini con Ennio Doris aveva creato e poi traghettato professionisti ed espe-

rienza da Programma Italia a Mediobanca. Laureatosi in legge, manager alla Upim, Rinascite, Edilnord, ha poi profuso intelligenza, generosità e passione nell'impresa Mediobanca fino all'ultimo. Un cuore grande, Valerio Baldini, come hanno ricordato su internet e nei neologismi tanti Family Banker. Un cuore grande che si è logorato nel suo darsi agli altri senza misura. Uomo di grande successo, non sapeva cosa fosse il cinismo e l'artrivismo. «Era troppo buono» hanno detto i suoi uomini di lui. Per dire che sapeva dimenticare i suoi

interessi personali a favore dei suoi collaboratori, aiutava anche l'ultimo arrivato. Affrontava anche le situazioni più gravi senza perdersi d'animo e sapeva valorizzare le persone, trasferendo agli altri la sua capacità di farcela. Amava la vita e tutti i suoi doni. Massimo Doris: «Valerio è stato per me in azienda l'alter ego di mio papà».

Questa è una pagina di informazione aziendale il cui contenuto non rappresenta una forma di consulenza né un suggerimento per investimenti