

# «Il segreto di Mediolanum? Trattare i clienti da Vip»

**Paolo Stefanato**

■ Il gruppo Mediolanum ha chiuso il 2009 con un utile netto di 217 milioni, in rialzo del 66% rispetto al 2008. Il cda proporrà all'assemblea la distribuzione di un dividendo di 0,15 euro per azione; considerato l'acconto di 0,085 euro per azione già distribuito nel novembre scorso, il saldo del dividendo sarà di 0,065 euro per azione. Le masse amministrative sono aumentate del 37%, a 40,394 miliardi, mentre la raccolta netta è balzata del 177%, a 6,928 miliardi.

Chiediamo a Ennio Doris, fondatore e amministratore delegato del gruppo: un balzo dell'utile così vistoso in un anno di crisi è davvero un risultato importante.

«Ha premiato il nostro busi-



**RACCOLTA**

**Siamo passati da 2 a 5,8 miliardi: è la nostra forza**

ness in termini di redditività. Poi lo scorso anno si sono combinati i tassi bassi e la ripresa dei mercati azionari: due leve sulle quali noi abbiamo creduto. Tuttavia c'è un fattore ancora più importante e di lungo termine».

**Quale?**

«La raccolta, che è il nostro mestiere. Per Banca Mediolanum è letteralmente esplosa: da 2 a 5,8 miliardi, distanziando ampiamente la concorrenza. Il contributo dello scudo fiscale è stato modesto, 600 milioni. Questo significa che il no-

stro risultato proviene da un utile normalizzato in forte crescita, non da poste straordinarie».

**A che cosa attribuisce questi successi?**

«Noi abbiamo cambiato il modo di fare banca. Avendo costruito la nostra banca negli ultimi dieci anni, siamo riusciti a cogliere il meglio del mercato in termini di tecnologie, grazie al telefono, al cellulare, a internet, alla tv. La banca entra nelle case come e quando vogliono i clienti. Inoltre ci sono a disposizione tutti gli stru-

menti tradizionali, assegni, carte di credito, bancomat».

**E il contatto umano?**

«C'è anche quello. Il concetto del "tutto intorno a te" comprende anche il fatto che chi svolge le funzioni di direttore della banca vada personalmente a casa del cliente».

**Quanti clienti avete?**

«1,1 milioni, piccoli, medi e grandi. Per i conti sopra i 15 mila euro diamo un tasso netto del 2% (2,73% lordo). Nel complesso, la media dei depositi è intorno ai 50 mila euro».

**I vostri clienti sono trasversali alle classi sociali.**

«Per vecchia consuetudine nelle banche chi ha più soldi ottiene di più, ma dipende da come sa trattare. Noi abbiamo cancellato queste pratiche. Ogni cliente ha le stesse condizioni, in un regime di traspa-

renza assoluta. Il nostro successo viene anche dall'essere un partner affidabile. La trasparenza è la nostra filosofia».

**Dopo risultati così importanti nel 2009, come sta andando il 2010?**

«I primi due mesi sono stati fortissimi. Tutto l'anno sarà così. È, naturalmente, difficile crescere ancora ma sicuramente confermeremo i risultati del 2009. In questo momento siamo concentrati sul reclutamento e sulla qualificazione del personale. Così come abbiamo cambiato il modo di fare banca, abbiamo anche trasformato le professionalità che lavorano con noi. L'impiegato di banca è diventato un banchiere. E abbiamo modificato anche le aspettative dei clienti: da noi ottengono tutti un'attenzione da Vip».