

La banca del Terzo Millennio è ormai una realtà con il modello snello e moderno adottato con successo da Mediolanum, la banca senza sportelli

Tutti banchieri i Consulenti Globali

La formazione continua consente di risolvere tutti i problemi della clientela: bancari, finanziari e assicurativi

Ennio Doris

Da centri di costo a centri di ricavo e profitto. Dal collocare fondi e proffice, a guida del cliente nelle sue decisioni di investimento. Abbracciando tutti i servizi finanziari e bancari, la figura del promotore finanziario si è rinnovata, trasformandosi da impiegato presso un istituto di credito a imprenditore.

Il primo luogo perché il risparmio è un settore in costante crescita, in quanto ogni anno si aggiunge nuova ricchezza a quella già accantonata. Pertanto, ad entrare in crisi possono essere singoli e specifici utilizzi del risparmio, ma non di certo il mercato nel suo complesso. Tra l'altro, negli ultimi anni, la propensione al

no alla figura del promotore è alta. La consulenza. Ma il valore aggiunto di Banca Mediolanum, rispetto a tutti gli altri istituti di credito, sta nel fatto che la rete dei consulenti non rappresenta un segmento delle attività, ma il core business dell'azienda. Banca Mediolanum non ha sportelli, è il consulente globale.

Tuttavia che fiducia si potrebbe riporre in un medico che si aggiorna poco o non si aggiorna affatto?

La stessa cosa accade nel rapporto tra la nostra banca e il cliente. Ecco perché da sempre riteniamo fondamentale per le nostre risorse la formazione e il continuo aggiornamento. Se a volte un'altra banca potrebbe essere in grado di copiare la nostra formula dovrebbe però recuperare molti anni di cultura nella consulenza. Per svolgere al meglio questo mestiere bisogna infatti conoscere da vicino i prodotti, ma occorre anche che il professionista impari a gestire il cliente sotto il profilo emotivo: per questo si studiano e si applicano anche le teorie del Premio Nobel Kahneman. E questa è stata un'intuizione di Banca Mediolanum, che si è tradotta nel garantire un iter formativo e supporti anche dal punto di vista psicologico.

Un'altra carta vincente è stata in poi quella della "multimedialità" della comunicazione all'interno dell'azienda, rendendo possibile un flusso costante di informazioni dal vertice alla base. In particolare l'obiettivo è stato raggiunto tramite due canali comunicativi: la televisione aziendale e i corsi via web.

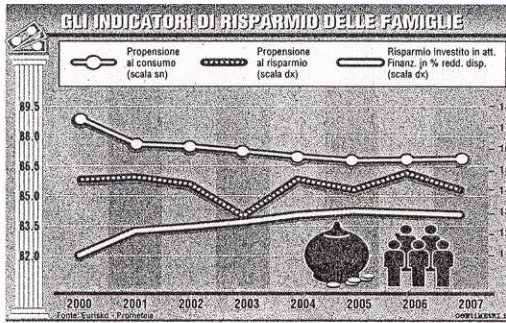
In fine per scegliere Banca Mediolanum basta dimostrare di avere motivazione ed entusiasmo, non è richiesto un periodo di pratica se non quella sul campo: si comincia da principio a collaborare nell'ambito di un team ma poi crescendo è offerta l'opportunità di diventare imprenditori di se stessi. Del resto, rispetto a tre anni fa gli obiettivi di reclutamento delle reti di promotori sono stati fortemente ridimensionati: se in tutti i business plan delle società di distribuzione si prevedeva l'inserimento di mille e più consulenti, oggi si guarda piuttosto a chi ha già esperienza e soprattutto un portafoglio clienti ben consolidato. Invece Banca Mediolanum - come riportava anche la testata il 30 aprile scorso - rappresenta l'unica azienda che non rinnuncia agli esordienti, recludendo, oltre a chi vanta già un background da professionista, anche giovani laureati molto motivati che abbiano già maturato qualche anno di esperienza lavorativa anche in altri settori, che pertanto andranno formati e preparati con tutti i costi in termini di rendimento nella fase di decollo dell'attività. Fino a che, acquisendo le abilità per soddisfare a trecentosessanta gradi tutte le esigenze della clientela, dai servizi bancari e finanziari a quelli di tipo assicurativo, da consulenti diventeranno veri e propri banchieri.

Cresce la propensione al risparmio delle famiglie italiane e l'importanza di avere la banca in casa

risparmio da parte delle famiglie italiane, è cresciuta in modo consistente. È lo stesso trend, in atto ormai a partire dal 2000, è proseguito anche nel 2004. Basti pensare che, in base ai dati della Banca d'Italia, poi ripresi dalla consueta indagine Eurisko-Prometeia, già nei primi tre trimestri del 2004 il flusso destinato alle attività finanziarie era quasi raddoppiato rispetto allo stesso periodo del 2003, passando da 46 miliardi di euro del 2003 agli 86 dello scorso anno (si veda anche il grafico riportato a fianco).

Non va poi sottovalutato che in materia di risparmio non c'è il vincolo dei brevetti: per copiare un prodotto di un competitor ci si può impiegare anche meno di 24 ore. Ecco allora che, per evitare di restare soppiantati dall'innovazione, la soluzione sta nell'adottare un modello di banca snello e moderno che però possa fare affidamento sugli uomini giusti.

Banca Mediolanum, infatti, ha sostanzialmente puntato su due fronti. Innanzitutto ha cercato di rendere competitiva sul piano dei costi, sperimentando una formula e un metodo innovativo. Ha così investito sulle nuove tecnologie, sia per quanto riguarda l'organizzazione della struttura interna, sia, soprattutto, per la distribuzione dei servizi alla clientela. Risultato: il debutto della strategia della "multicanalità" grazie all'impiego di Internet, degli sms, del telex, del call center, una gamma di strumenti che consente al cliente di poter eseguire da qualunque luogo e a qualsiasi ora del giorno tutti i tipi di operazione. A ciò poi la Banca ha unito la relazione umana, il supporto psicologico, del consulente globale. Non è un caso del resto se anche le banche più tradizionali da qualche tempo ricorra-



PREVIDENZA

Un piccolo risparmio oggi per la pensione di domani

La cultura della pensione integrativa in Italia è ancora troppo poco radicata. Tuttavia, soprattutto i giovani lavoratori, dipendenti o professionisti che siano, è bene che prendano da subito l'abitudine di destinare una parte dei propri risparmi alle polizze previdenziali per alimentare, giorno dopo giorno, un'ulteriore rendita. Questi prodotti che serviranno a integrare le prestazioni messe a disposizione dalla previdenza statale, ossia quelle fornite dall'Inps e dagli altri enti pubblici previdenziali, rappresentano gli unici strumenti in grado di garantire la stabilità del proprio tenore di vita una volta raggiunta la terza età. Deve tenersi infatti presente che la vita media è quasi raddoppiata. A chi si è affacciato di recente al mondo del lavoro può sembrare strano assicurarsi contro il rischio positivo della longevità. Eppure per il futuro, per avere un certo margine di sicurezza, è bene provvedere al più presto

ad articolare con ulteriori supporti pensionistici il proprio futuro. Un rapporto dell'Onu ritiene che in questo nuovo secolo si potrebbe armare a circa centocossantenni anni di vita, quindi la popolazione invecchia sempre più. Dati alla mano, in Italia, oggi tra bambini e minorenziani si arriva a poco più di otto milioni contro gli oltre sessantenni che invece sfiorano quota quindici milioni. E si conta che nei 2050 le persone anziane saranno molte di più rispetto ai giovani. A ciò va aggiunto che sono cambiate esigenze ed abitudini sociali. I pensionati del futuro oggi sono abituati a fare viaggi e vacanze fuori stagione, ad andare a cena fuori, a teatro e al cinema, a vestirsi alla moda. Pertanto se durante la terza e quarta età, quando si avrà più tempo per se stessi, non si vorrà alterare il proprio stile di vita, è bene preoccuparsi fin da ora che l'entità della pensione sia proporzionata alle necessità personali. La pre-

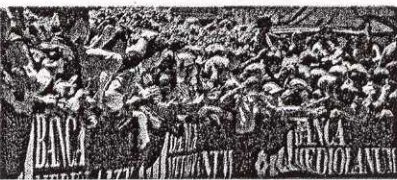
videnza si dovrebbe basare sui cosiddetti tre pilastri: la pensione pubblica, i fondi pensione e la previdenza privata. Ognuno di questi dovrebbe fornire almeno un terzo degli introiti. Come è accaduto in molti altri Paesi, in specie in quelli anglosassoni, anche in Italia le pensioni integrative sono destinate a diventare sempre più significative in termini economici di quelle pubbliche e da noi i fondi pensione, tranne qualche rara eccezione, stanno partendo solo ora. Può sembrare un paradosso ma con gli anni la pensione integrativa prenderà quasi il posto di quella pubblica che a sua volta verrà a infrangere la prima. Banca Mediolanum grazie alla rete dei suoi promotori, offre consulenza, accorgimenti, consigli. La prima condizione da rispettare però resta questa: la propria rendita va costruita passo dopo passo e in modo costante.

INIZIATIVE

I clienti Mediolanum al «Giro» Cene esclusive e pedalate con i campioni di ieri e di oggi

Cene esclusive e pedalate con i campioni di ieri e di oggi. Banca Mediolanum per il terzo anno consecutivo ha portato i suoi migliori clienti all'88° Giro d'Italia, sponsorizzando il «Gran premio della montagna», che premia con la maglia «Verde» il ciclista che realizza la performance migliore negli arrivi in salita.

La Banca, grazie al numero team di Pr e hostess, ha seguito, tappa dopo tappa, l'intero percorso della storica manifestazione ciclistica. L'Istituto di credito, anche nell'ambito di questa importante competizione sportiva, ha così portato e fatto conoscere il suo modello innovativo di fare banca e, in particolare, i due prodotti lanciati di recente: il conto corrente Riflex e la carta di credito Riflexcard. Come? Proponendo una serie di iniziative collegate all'evento, con quattro testimonial d'eccellenza: Francesco Moser, Gianni Motta, Maurizio Fondriest e Roberto Conti.



«Banca Mediolanum, presente con il suo stand nel grande «villaggio» degli sponsor, ha avuto così la possibilità di stare in mezzo alla gente e incontrare giorno dopo giorno i clienti di tutta Italia - spiega Francesco Minelli, direttore Marketing di Banca Mediolanum - inoltre, abbiamo dato alla nostra clientela l'opportunità di fare una pedalata sullo stesso circuito degli «scalonatori», indossando la maglia verde, fino a fianco del loro eroi del ciclismo».

Banca Mediolanum ha partecipato alla «carovana» pubblicitaria con sei auto, consentendo ai suoi clienti di seguire la gara lungo il tragitto.

Ma non è tutto. La Banca di Ennio Doris, organizzando il «Mediolanum party», ha portato a cena i migliori clienti della zona, nei ristoranti più esclusivi delle località toccate dal Giro, invitando, però, per la prima volta, anche gli amici e i parenti più stretti dei loro ospiti. Serate in location prestigiose all'insegna della musica e dell'entertainment.

FONDAZIONE MEDIOBANCA

Una casa ai bimbi del Terzo Mondo

La prima tappa è il Kenia, ma l'idea è di importare questa esperienza in tutti i Paesi in via di sviluppo in cui i più giovani soffrono e lottano ogni giorno per la sopravvivenza, a causa di malattie e malnutrizione. Si chiama «Operazione Piccolo Fratello» il grande progetto etico-sociale con cui la Fondazione Mediolanum vuole dare il proprio contributo per realizzare case di accoglienza per i bambini di strada dei Paesi meno fortunati. Si comincia con il concerto benefico «Quattro stagioni per l'Africa» in cui la Fondazione figura tra gli sponsor ufficiali.

L'appuntamento è per domani, 28 maggio, alle 21, al Teatro dal Verme di Milano che vedrà insieme i cantanti italiani Lucio Dalla, Mimmo Locascioli, Gianni Nannini, Gianna Nannini, Ornella Vanoni e Roberto Vecchioni rivisitare dal loro repertorio Primavera, Estate, Autunno e Inverno di Antonio Vivaldi, il tutto accompagnato da Alessandro Cerino e la «Crescendo Jazz Band» che interpreteranno in chiave jazz «Le quattro stagioni». La manifestazione, organizzata con il patrocinio del Comune e della Provincia di Milano, fa parte delle numerose iniziative promosse da Arnoldo Mosca Mondadori a favore dell'opera di Padre Renato Kizito Sesana e di don Antonio Mazzi. Tra le iniziative: una lettera d'arte curata dal critico Enzo Di Martino e il volume dal titolo «Quaderno Africano» che, edito da Frassinelli, raccoglie 120 contributi di scrittori, giornalisti, personalità della cultura e dell'arte, tutti ispirati all'Africa e ai bambini di Padre Kizito, da Ennio Morricone a Oliviero Toscani a Renzo Piano a Vitore Mo.

Il problema è davvero altamente in quanto si calcola che nel 2010 si conteranno circa 40 milioni di bambini di strada in tutto il continente africano, di cui ben 2 milioni in Kenia». Per l'occasione, la Fondazione Mediolanum ha già stanziato 50 mila euro ma questo intervento umanitario rappresenta soltanto il primo di una lunga serie. «Come Banca Mediolanum sceglie e mette a disposizione i migliori prodotti sulla base delle reali esigenze dei suoi clienti - afferma Francesco Minelli, direttore Marketing di Banca Mediolanum - così la Fondazione, grazie all'istituzione di un comitato ad hoc, selezionerà nei vari Paesi le associazioni a cui affidare i fondi per aiutare le iniziative sociali ritenute più meritevoli». Il tutto con un grande valore aggiunto in termini di concretezza. «Per mostrare e far toccare con mano in che modo il contributo del cliente andrà a supportare il progetto in Kenia - prosegue Minelli - sarà possibile verificare lo stato dei lavori di costruzione sintonizzandosi sul canale satellite Mediolanum Channel oppure consultando il nostro sito Internet all'indirizzo www.bancaemediolanum.it e cliccare sulla relativa sezione».



PUZZLE O RISIKO?

Chi vince e chi perde nella battaglia tra banche italiane ed europee

Walter Ottolenghi

Non succedeva da anni: tante grandi e importanti società straniere ansiose di investire in Italia. C'è di più: pur di poterlo fare, si dà battaglia senza esclusione di colpi giudiziari e mediatici. Anzi, è questo non si era proprio mai visto: un pioggia di miliardi (di Euro) è pronta a riversarsi nelle più disposte del Bel Paese e qui si sta discutendo sopra.

Tutto questo sta accadendo per delle banche. L'hanno chiamato rischio, ma forse il nome giusto è puzzle, di quelli da tremila pezzi. Senza la pretesa di incasturare tutte le tessere del gioco, un aiuto alla comprensione può venire dall'osservazione di come il modo di fare la banca sia cambiato, in Europa e in Italia, negli ultimi decenni. Il mestiere di raccogliere e prestare denaro si è, generalmente, polarizzato attorno a modelli abbastanza diversi tra loro.

Parlando dei Paesi di maggior peso dell'Europa continentale, Francia e Germania, il tessuto produttivo locale, quello di interesse prevalentemente nazionale o regionale, ha continuato ad appoggiarsi ad una rete molto fitta di banche

di carattere cooperativo o espresse dalla società civile di un ambito territoriale specifico, spesso con finalità mutualistiche o comunque d'interesse generale. Federandosi a livello locale o nazionale, senza perdere la propria individualità, hanno dato luogo a dei grandi protagonisti dell'economia, forti per le loro dimensioni, in genere, per la grande diversificazione dei rischi di credito. Nello stesso tempo sono inattaccabili sotto il profilo degli assetti proprietari, originati da istituzioni spesso pubbliche non scalabili. Altre banche invece, più strutturate per servire le imprese di carattere multinazionale o per inserirsi da protagonisti nel circuito delle operazioni finanziarie di importanza mondiale, forti di una struttura proprietaria incrociata con le altre grandi istituzioni finanziarie dei loro Paesi, sono cresciute anche grazie a strategie di acquisizioni e fusioni, che le hanno rese sempre più grandi mantenendo sostanzialmente invulnerabili i loro assetti di controllo. In Italia la situazione è diversa: negli Anni '90 il controllo pubblico delle banche, statale o locale, è stato smantellato, senza che nessuno mostrasse di aver bene in mente quale assetto dovesse assumere questo setto-

vitalità. Le banche d'affari - prevalentemente straniere - hanno fatto il loro mestiere, trovando in Italia l'insperato benedico della committenza pubblica e piazzando senza troppe fatiche le azioni delle banche e casse di risparmio italiane dove meglio capitava. Molte banche italiane si sono così trovate ad avere come soci di maggior rilievo i loro maggiori concorrenti. Certamente, anche le grandi banche italiane hanno operato acquisizioni ed aggregazioni, senza però che questo cambiasse gli assetti dell'azionariato. Col risultato di trovarsi bloccate su due fronti: quello dell'espansione sui mercati internazionali, dove non possono sovrapporsi a quello che già fanno i loro grandi azionisti, e le istituzioni, e quello delle aggregazioni e fusioni di grandi dimensioni, perché non potranno mai mettere d'accordo azionisti che hanno obiettivi e interessi divergenti.

Tutto questo mentre la galassia delle piccole banche locali non trova punti di riferimento aggregati, capaci di organizzarle le forze in un disegno strategico d'impatto nazionale.

E' su questo magma che si schierano ora le diverse forze in campo. Obiettivo neanche tanto nascosto di molte banche

straniere: acquisire quote di mercato, soprattutto nella raccolta del risparmio, e fare efficienza nei costi, accentrando le unità operative a livello europeo per compattare le forze e darsi battaglia nella conquista delle grandi operazioni finanziarie internazionali, incluso il vasto settore del risparmio gestito. Brutto notizie si preparano, quindi, per l'occasione diretta e per quella indotta del cosiddetto terziario avanzato. Così pure, probabilmente, per l'assistenza alle imprese locali, che diventerebbero strategicamente meno importanti.

Potrebbero invece sentirsi più a loro agio i clienti privati, invogliati a versare i loro risparmi per alimentare col loro rivoli i serbatoi di liquidità necessari per le grandi operazioni internazionali. Sarà vera gara? O risulteranno tutti le Alpi con carri e mazzette? E riuscirà l'establishment italiano a reagire non solo a questa emergenza, ma anche ritrovando il bandolo di una strategia finanziaria per il sistema Paese?

Per ora i veri vincitori sono gli azionisti di minoranza delle banche in odore di Opa, che hanno visto schizzare in modo insperato i prezzi delle loro azioni e passano, ringraziando, alla cassa.

Entra in Banca Mediolanum
Basta una telefonata
840-704-444
www.bancaemediolanum.it

Pagina informativa per i clienti Mediolanum a cura di ROBERTO SCIPPA
roberto.scippa@mediolanum.it
Selezione e reclutamento
02/90492778