

Informazione Pubblicitaria

BANCA
MEDIOLANUM
GRUPPO BANCARIO MEDIOLANUM

MASSIMO DORIS, AD DI BANCA MEDIOLANUM, ILLUSTRA PRESENTE E FUTURO DELL'ISTITUTO

Mediolanum, 30 anni di successi

«I motivi della nostra crescita? Grande attenzione al cliente e alla rete dei Family Banker». Una strategia vincente e che continuerà

Trent'anni di vita, e di successi, sono un traguardo importante per un'azienda. Quando, il 2 febbraio 1982, Ennio Doris fondò Programma Italia, la prima piccola società finanziaria da cui poi si è sviluppato il Gruppo Mediolanum, Massimo Doris aveva 15 anni. Frequentava il primo anno di ragioneria, a Cittadella, in provincia di Padova. E nel tempo libero amava andare in bicicletta con gli amici e in montagna a sciare, una passione che conserva ancora. Ora è Amministratore Delegato e Direttore Generale di Banca Mediolanum, e ha preso in mano le redini del colosso finanziario guidato per tanto tempo e con grande successo dal padre. In un trentennio, un periodo comunque piuttosto breve all'interno di uno scenario bancario in cui le più grandi realtà del settore sono il risultato di un'attività anche secolare, o si sono sviluppate per fusione o acquisizione di strutture precedenti, Mediolanum è cresciuta velocemente nei risultati e nei numeri che contano; è ormai una realtà di prima grandezza, con un patrimonio finanziario complessivo e una raccolta netta che continuano a raggiungere traguardi di assoluto rilievo. «Abbiamo continuato a crescere nel mercato anche in periodi difficili per lo scenario generale, come dopo la crisi finanziaria internazionale del 2008 e le turbolenze più recenti» sottolinea Massimo Doris, «da diversi anni, ad esempio, siamo sempre al primo 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



Massimo Doris



cliente ha bisogno e si aspetta dalla propria banca. Inoltre con l'aiuto del nostro centro di formazione permanente Mediolanum Corporate University siamo impegnati, e lo saremo sempre di più nei prossimi anni, in una articolata serie di iniziative volte a diffondere e ad accrescere 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 Banking, 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 Mediolanum 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 nostro unico business, è tutto incentrato sulla nostra rete di professionisti finanziari. L'attenzione e il supporto del Gruppo Mediolanum, 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».



Family Banker, la guida sicura per progredire sempre

L'Italian Network Manager fa il punto sulla figura professionale che ha rivoluzionato la consulenza finanziaria

Se è vero che Banca Mediolanum è nata attorno al cliente, è vero anche che il Family Banker, l'idea di Family Banker è nata prima della Banca. Ai tempi di Programma Italia, Ennio Doris era a capo di questa rete di consulenti finanziari e si era reso conto che la gente, le famiglie avevano bisogno di qualcuno, preparato e fidato, che li aiutasse a gestire e a pianificare il risparmio per proteggerlo dall'inflazione e dagli imprevisti e per raggiungere obiettivi non solo immediati ma anche in là nel tempo. Ciò significava avere a disposizione tutti gli strumenti e i servizi finanziari, e consulenti che non si limitassero a consigliare al cliente un investimento buono per tutti. Perché gli investimenti buoni per tutti non ce ne sono. Ci sono i



Stefano Volpato

buoni investimenti 'tagliati' su misura per ciascun cliente. Da questa constatazione 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 Mediolanum Corporate University, 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 strategie 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 qualcu-

no 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 inorgoglisce -, dopo aver gestito i risparmi di nonni e padri, sono oggi i Family Banker di figli e nipoti.

Addio a Valerio, un 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 Mediolanum, Ennio Doris: «Piango un amico. 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 fre-

quentazione. 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 esperienza da Programma Italia a Mediolanum. Laureatosi in legge, manager alla Upim, Rinascente, Edilnord, ha poi profuso

intelligenza, generosità e passione nell'impresa Mediolanum fino all'ultimo. Un cuore grande, Valerio Baldini, come hanno ricordato su internet e nei necrologi, i 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'arrivismo. «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.



Valerio Baldini

Massimo Doris: «Valerio è stato per me in azienda l'alter ego di mio papà».

Selezione e reclutamento
tel. 840.700.700
www.familybanker.it

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