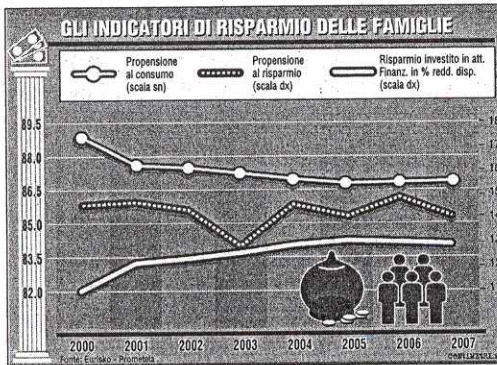


La banca del Terzo Millennio è ormai una realtà con il metodo praticato con successo da Banca Mediolanum

# Il Consulente Globale diventa banchiere

La formazione specifica e continua aiuta a risolvere tutti i problemi: bancari, finanziari e assicurativi

**D**a centri di costo a centri di ricavo e profitto. Dal collocare fondi e polizze, 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. In 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 risparmio da parte delle famiglie italiane, è cresciuta in modo consistente. E 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 del scorso anno (vedi 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 rendersi 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, dei telemarketing, della 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 anche psicologico, del consulente globale. Non è un caso del resto se anche le banche più tradizionali da qualche

tempo ricorrono alla figura del promotore e alla 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, il consulente globale. Tuttavia che fiducia si potrebbe riporre in un medico che si aggira poco o non si aggiornerà affatto? La stessa cosa accade nel rapporto tra la nostra Banca e la rete. Ecco

perché da sempre riteniamo fondamentale per le nostre risorse la formazione e il continuo aggiornamento. Se è vero che 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'innovazione 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 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. Infine 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 <Bloomberg Banca & Finanze> il 30 aprile scorso - rappresenta l'unica azienda che non rinuncia agli esordienti, reclutando, 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 reclutamento nella fase di decollo dell'attività. Fino a che, acquisendo le abilità per soddisfare a trecento sessanta gradi tutte le esigenze della clientela, dai servizi bancari e finanziari a quelli di tipo assicurativo, da consulenti diventeranno veri e propri banchieri.

Ennio Doris



perché da sempre riteniamo fondamentale per le nostre risorse la formazione e il continuo aggiornamento. Se è vero che 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

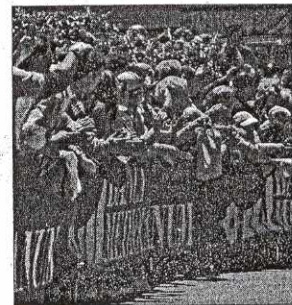
## E' TEMPO DI COSTRUIRE LA NOSTRA PENSIONE

### Vecchiaia serena coi risparmi di oggi

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 servono 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 arrivare a circa centosessant'anni di vita, quindi la popolazione invecchia sempre più. Dati alla mano, in Italia, oggi tra bambini e minorenni si arriva a poco più di otto milioni contro gli ultra sessantenni che invece sfiorano quota quindici milioni. E il conta che nel 2050 le

## Al termine di ogni tappa cene esclusive e incontri con i grandi campioni del ciclismo di ieri e di oggi I migliori clienti ospiti al "Giro"

**M**omenti di festa ma anche la possibilità di "godere" da vicino i propri campioni. 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 numeroso team di Pr e hostes, ha seguito, tappa dopo tappa, l'intero percorso della storica manifestazione ciclistica, fin dalla partenza in Calabria, il 7 maggio (il Giro d'Italia si chiude il 29 maggio a Milano, dopo un totale di ventisei tappe). 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, ovvero il conto corrente Reflex e la carta di credito ReflexCard. Come? Proponendo una serie di iniziative collegate all'evento, alcune già sperimentate nei due anni precedenti, altre del tutto nuove, che, tra l'altro, hanno potuto contare su quattro testimonial d'eccellenza: Francesco Moser, Gianni Motta, Maurizio Fondriest e Roberto Conti. "Banca Mediolanum è presente con il suo stand nel grande "villaggio" degli sponsor, allestito fin dalle prime ore del mattino presso ogni tappa del Giro, un'attività che ha reso possibile 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 "scalatori", indossando la maglia verde, fianco a fianco dei loro eroi del ciclismo". Attraverso poi l'accordo di comarketing con Volkswagen, Banca Mediolanum ha partecipato alla "carovana" pubblicitaria con sei auto, consentendo ai suoi clienti anche il lusso di seguire la gara lungo il tragitto. Ma non è tutto. Si è detto sport, ma anche appuntamenti di festa e divertimento. Con questa terza sponsorizzazione la Banca di Ennio Doris, organizzando i "Mediolanum party", ha portato a cena i migliori clienti della zona, nei ristoranti più esclusivi delle diverse località che di volta in volta ospitavano il 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.



## Iniziativa della Fondazione Mediolanum Una casa ai bimbi del Terzo Mondo

**L**a 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 cantautori italiani Lucio Dalla, Mimmo Locasciulli, Gianna Nannini, Gioi Paoli, Ornella Vanoni e Roberto Vecchioni rivisitare dal loro repertorio Primavera, Estate, Autunno e Inverno di Antonio Vivaldi, il tutto accompagnato da Alessandro Cerino e il "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 lotteria 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 Ottaviano Toscani a Renzo Piano a Ettore Mo. In particolare, il ricavato di questa serata musicale - il costo del biglietto è di 50 euro e si può acquistare online sul sito Internet www.ticketone.it - andrà a sostenere la costruzione di un sito Internet www.ticketone.it - andrà a sostenere la costruzione di una casa a Kibera, in Kenia, di una casa che ospiterà cinquanta bambini, ma anche di un Centro di Formazione per educatori, che sarà gestito dall'Associazione Koinonia di Nairobi, fondata da padre Kizito, in collaborazione con l'Associazione Educatori Senza Frontiere, fondata da Professor Giuseppe Vico e da don Antonio Mazzi. «La principale ragione che spinge la gioventù d'Africa a stare sulla strada è la povertà estrema - commenta padre Kizito - il problema è davvero allarmante 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 50mila 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 satellitare Mediolanum Channel oppure consultando il nostro sito Internet all'indirizzo www.bancamediolanum.it e cliccare sulla relativa sezione».

## Chi vince e chi perde nella battaglia tra banche italiane ed europee che si è scatenata nelle ultime settimane Che cosa porteranno gli investimenti miliardari di società straniere nel nostro paese

**N**on 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, e questo non si era proprio mai visto: un pioggia di miliardi di Euro è pronta a riversarsi nelle bisognose casse del bel paese e qui si sta a discutere sopra. Come se all'improvviso non fossimo più il posto dove le fabbriche sembrano montare su ruote che rotolano inesorabilmente verso Oriente, europeo o asiatico che sia, e dove perdessi partners internazionali di gruppi automobilistici o di linee aeree si esercitano coscientemente nell'arte di deflarsi agilmente per limitando i danni. Eppure tutto questo sta accadendo per delle banche. L'hanno chiamato rischio, ma forse il nome giusto è puzze, di quelli da tremare i pezzi. Tutto questo agguati per piantare la propria bandiera su obiettivi francamente non brillantissimi - senza

offesa - come storia di risultati economici e certamente senza l'appeal che ha accompagnato negli anni l'ascesa del "made in Italy", risulta, a ben pensarci, un tantino sorprendente. E' mai possibile che in giro per il mondo non ci siano, a certi prezzi, affari migliori da concludere? Senza la pretesa di incassare 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 prevalente, è stato e continua ad appoggiarsi da 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'in-

teresse generale. Federandosi a livello locale o nazionale, senza però la propria individualità, hanno dato luogo a dei grandi protagonisti dell'economia, forti per le loro dimensioni e, 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 invariabili i loro assetti di controllo. Non sempre è andato tutto bene, soprattutto nel controllo dei rischi, ma il posizionamento strategico è sostanzialmente riuscito. 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 settore vitale. Le banche d'affari - prevalentemente straniere - hanno fatto il loro mestiere, trovando in Italia l'insperato bengodi della committenza pubblica e piazzando senza troppa fatica le azioni delle banche e casse di risparmio italiane dove meglio capitava. Del resto, nessuno aveva chiesto loro di fare qualcosa di diverso. Molte banche italiane si sono così trovate ad avere come soci di maggior rilievo i loro maggior 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 aggreganti, capaci di organizzare le forze in un disegno strategico d'impatto nazionale. E' su questo magma che si schiarano 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. Breve notizia si preparerebbero, quindi, per l'occupazione diretta e per quella indotta del cosiddetto terziario avanzato. Così pure, probabilmente, per l'assi-

Walter Ottolenghi

Entra in Banca Mediolanum basta una telefonata  
**840-704-444**  
 www.bancamediolanum.it

Selezione e Reclutamento  
 tel. 02-9049.2778  
 Nuova Mediolanum s.p.a. c/o  
 Roberto Spina - via  
 Roberto Cippitelli Mediolanum 11