

L'annuncio del presidente Ennio Doris durante una convention a Milano

# Mediolanum diventa europea

**I**l Gruppo Mediolanum viaggia come nell'alta velocità: 9mila clienti al mese acquisita, grazie ad una forza di vendita che si irrobustisce costantemente e che viene formata secondo i criteri del family banker, un promotore che punta sul cliente globale che a Mediolanum chiede di assicurarsi un futuro migliore attraverso i fondi e le assicurazioni sulla vita.

Un mix che questa banca, proiettata con determinazione verso il terzo millennio, ha assunto a mission, a strategia, a filosofia aziendale e, ovviamente, a business che stravolge tutti gli schemi classici di un settore che non si è ancora evoluto compiutamente facendosi superare, in termini di modernità e innovazione, dalle banche tecnologiche che, dopo la lunga sperimentazione della monocalità (Internet, telefonia) sono pervenute – come ha fatto Mediolanum – alla multicanalità integrata che riesce a contemperare le varie esigenze del cliente del terzo millennio.

Banca integrata, sostiene l'A.D. Antonio Maria Penna, è la banca che, vendendo prodotti maturi, quali sono indubbiamente assicurazioni, fondi e conti correnti bancari, riesce a fare interagire il cliente, il consulente (family banker) e il customer contact center (sono 300 gli addetti in Mediolanum) con un trend di assoluto rilievo (+75% rispetto al 2005).

«Sono cambiate le modalità per entrare in banca – sostiene Pinna – poiché oggi ognuno ha la possibilità, con noi, di aprire un c/c on line, inserire i suoi codici, stabilire il timing degli estratti conto, fare prelievi con la card credit che dà il riscontro su

sms».

Ma c'è di più – secondo il responsabile dello sviluppo dei prodotti, Edoardo Fontanarava. «Sotto l'etichetta Riflex offriamo un conto corrente (5 euro al mese)

che consente l'accesso a tutti i canali, offre bancomat gratuito e assegni a casa. Quindi c'è la Riflex card (con foto) e la Riflex cash, carta prepagata con ricarica automatica. Infine, il mutuo Riflex che presenta una costruzione personalizzata anche tenendo conto del fattore tempo. Insomma, la massima flessibilità che segue le disponibilità finanziarie del cliente».

Tutto ciò fa dire all'entusiasta presidente Ennio Doris che «siamo in una fase di grande trasformazione, proprio mentre in Italia arrivano gli stranieri che, certo, daranno filo da torcere al sistema bancario tradizionale, ma noi abbiamo il vantaggio di avere utilizzato, nel tempo, tutte le tecnologie per essere al servizio dei clienti a costi bassi. Il nostro pricing è il migliore in Europa, non solo, ma noi forniamo prestazioni impensabili per altri istituti, come l'accordo con le poste italiane e spagnole per il bancomat, la disponibilità illimitata del family banker e, appunto, la multicanalità integrata».

Insomma, il mercato italiano comincia a stare stretto per Doris e la sua Mediolanum?

«Un po' sì. Stiamo già lavorando per lo sbarco in Francia e in Germania».

E poi?

«La Cina. Perché no?». (v. raim.)

Entro due anni  
filiali in Francia  
e in Germania  
Con un occhio  
sino alla Cina



Ennio Doris

