

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

BANCA  
MEDIOLANUM  
GRUPPO BANCARIO MEDIOLANUMUna banca  
moderna con  
il futuro nel Dna

di Ennio Doris\*

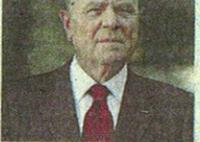
Era il 2 febbraio quando nacque Mediobanca. Considerai quel giorno di buon auspicio: faceva un gran freddo, ma il sole splendeva. E allora pensai: l'ambiente non è accogliente, ma ce la faremo.

E insieme con i nostri clienti ce l'abbiamo fatta.

Ma questi trent'anni sono una tappa. La prossima sarà diventare la prima banca "retail" in Italia, la prima banca a fianco di singoli e famiglie.

Se Mediobanca è molto cambiata negli strumenti di lavoro, non è cambiata affatto nei criteri e nei valori. L'ho voluta così, lo sapevo: una banca che avesse il cliente al centro dei suoi interessi e della sua organizzazione. E così continuerà a essere, perché è questo il segreto del suo, del nostro, vostro e mio, successo.

Una banca che prospera nella misura in cui prosperano i suoi clienti. Che aiuta i suoi clienti, anche a fondo perduto se necessario, ed è suc-



cesso. Tempo fa un giornalista mi chiese come è possibile fare il banchiere ed essere altruista con i propri clienti. Gli risposi che l'altruismo era il mio modo di essere egoista. Non c'è bisogno di scomodare il Vangelo: i fatti mi fanno dato ragione. Da quei "regali" fatti ai clienti la Banca ha guadagnato.

La crisi che stiamo attraversando ci trova solidi e saldi, con lucidità e vediamo le insidie ma anche le opportunità. Mantenendo la rotta nei nostri principi, senza sacrificare i nostri principi.

Una buona parte del nostro successo lo dobbiamo anche alla nostra lungimiranza: abbiamo sempre agito d'anticipo, nella formazione, nell'organizzazione, nelle applicazioni tecnologiche. In questo modo abbiamo sempre potuto far fronte agli imprevisti, ai momenti di difficoltà generali.

Lungo questa strada maestra Mediobanca continuerà a camminare. Ecco perché tre anni fa abbiamo compiuto un cambio della guardia. Un cambio che ha portato forze giovani, nuove energie, fresche curiosità e competenze. Dopo una lunga gavetta mio figlio Massimo è diventato Amministratore Delegato della Banca e vicepresidente del Gruppo. Conosce la "macchina" più di me. Con lui Mediobanca diventa New Mediobanca, con una ancor più spiccata propensione alla tecnologia. L'affiancamento doveva avvenire proprio in questo momento in cui l'azienda è forte e in salute. Io sono tuttora il Presidente della Banca e l'Amministratore Delegato del gruppo Mediobanca e lo sarò ancora a lungo.

Le crisi si evitano anche adottando cambiamenti quando sembra che non ce ne sia bisogno. Come in anticipo rispetto alla mentalità e alle esigenze di allora è stata pensata Banca Mediobanca, così in anticipo provvediamo al futuro della nostra Banca. Soltanto così i tempi, con tutti gli imprevisti e le sorprese, non ci aggrediranno alle spalle ma ci verranno, ancora una volta, con il successo in questi trent'anni, incontro. Come fa ancora, oggi come sempre, il sole di febbraio nelle sue giornate gelide magari, ma luminose.

\*Presidente di Banca Mediobanca

## Mediobanca, 30 anni di successi

Massimo Doris, A. D. di Banca Mediobanca, illustra presente e futuro dell'attività avviata dal padre Ennio nel 1982



Massimo Doris

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 Mediobanca, Massimo Doris aveva 15 anni. Frequentava 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 Mediobanca 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, Mediobanca 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 esercitare 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 pri-

mo 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 cliente ha bisogno e si aspetta dalla propria banca. Inoltre con l'aiuto del nostro centro di formazione permanente Mediobanca Corporate University siamo impegnati, e lo saremo sempre di più nei prossimi anni, in una articolata serie di iniziative volte a diffondere e ad arricchire 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».

Cosa intende in particolare?

«La nostra strategia di sviluppo continuerà a essere incentrata sulla centralità del Family Banker. Anche qui, a differenza di molte altre realtà del settore bancario e finanziario, il nostro "core-business", il no-

stro unico business, è tutto incentrato sulla nostra rete di professionisti finanziari. L'attenzione e il supporto del Gruppo Mediobanca, 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 Mediobanca».

Da sei lustri a fianco  
di Doris nell'impresa

Di seguito i nomi dei fondatori che dal 1982 sono con Ennio Doris nell'impresa:

Antonio Anati, Luciano Arcoloni, Rodolfo Barbieri, Giorgio Basso, Sergio Beghetto, Giancarlo Bergonzoni, Umberto Boscherini, Domenico Busato, Michele Calderaro, Sandro Maria Carloni, Massimo Cattoni, Renzo Chiesse, Angelino Cola, Vittorio Colussi, Franco Cova, Giovanni Cozzi, Silvio Cracco, Vittorio Crescenzi, Enrico Dal Lago, Flavio De Matteis, Antonio Di Battista, Maurizio Fama, Gianpiero Fasoli, Ignazio Ferran, Claudio Fontanini, Luigi Gentile, Claudio Giommi, Guido Lasciarrea, Luigi Longo, Loris Malagoli, Paolo Malmusi, Ermanno Mancastropoli, Gianfranco Mandelli, Bruno Mariani, Mario Repossi, Luigi Riccio, Paolo Soffritti, Angelo Tombolato, Loris Verzano.

Il punto sulla figura professionale che ha rivoluzionato la consulenza finanziaria per i risparmiatori e le famiglie

## Family Banker, la guida sicura per progredire sempre

Se è vero che Banca Mediobanca 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 di investimenti buoni per tutti non ce-

ne sono. Ci sono i buoni investimenti "tagliati" su misura per ciascun cliente. Da questa constatazione sono nati Banca Mediobanca 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 Mediobanca, ovvero il responsabile di tutta la rete presente sul territorio del nostro Paese. «Una struttura che ha portato di recente alla fondazione della Mediobanca Corporate University,



Stefano Volpato

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 stra-

tegie 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 qualcuno che faccia da contrappeso per non essere travolto dalle notizie e dal panico che queste fontomentano. Il Family Banker è preparato per aiutare il risparmiatore a riconoscere queste paure e a incanalarle in modo positivo, costruttivo».

L'ampliamento delle competenze dei 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 Mediobanca. 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.



Valerio Baldini

## Addio a Valerio, un vero 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 Mediobanca. 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 frequentazione. Trentacinque anni insieme. Dico 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 espe-

rienza da Programma Italia a Mediobanca. Laureatosi in legge, manager alla Upim, Rinascente, Edilnord, ha poi profuso intelligenza, generosità e passione nell'impresa Mediobanca fino all'ultimo. Un cuore grande, Valerio Baldini, come hanno ricordato su internet e nei necrologi 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 perdere d'animo e sapeva valorizzare le persone, trasferendo agli altri la sua capacità di farcela. Amava la vita e tutti i suoi doni. Massimo Doris: «Valerio è stato per me in azienda l'alter ego di mio papà».

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