

La Storia del Gruppo Mediolanum

- 1982 Ennio Doris, in partnership con il Gruppo Fininvest, fonda Programma Italia, la prima rete di vendita che nasce in Italia con il preciso obiettivo di fornire ai propri clienti una consulenza globale per tutti i problemi riguardanti il risparmio e la previdenza.
L'incontro tra l'esperienza ultradecennale di Ennio Doris nel settore ed il supporto imprenditoriale e logistico fornito dal Gruppo Fininvest, consentono all'azienda di qualificarsi fin da subito quale uno degli operatori più importanti nel mercato del risparmio nazionale.
- 1984 Il concetto di partenza della consulenza globale prevede che un solo Consulente sia il riferimento per la clientela per tutte le tipologie di prodotti finanziari e assicurativi. Per ampliare il carnet di prodotti, vengono acquistate le compagnie assicurative Mediolanum Vita e Mediolanum Assicurazione.
L'anno seguente, con la creazione di Gestione Fondi Fininvest, si realizza anche una società in grado di fornire fondi comuni di investimento, aumentando così il potenziale di sviluppo e l'offerta dei prodotti e servizi.
- 12 / 1995 In risposta a cambiamenti epocali quali la globalizzazione dei mercati, e l'avvento dell'Euro, nasce Mediolanum S.p.A., come holding di tutte le attività del settore, posseduta ancora dai due soci storici Doris e Fininvest. Questa riorganizzazione è indispensabile per poter quotare in Borsa l'anno seguente tutte le attività.
Tutte le società del gruppo danno dei risultati eccezionali.
- 06 / 1996 Mediolanum S.p.A. entra nel listino della Borsa di Milano. L'operazione ha un grande successo ed il titolo, già dalle prime contrattazioni, mostra un significativo aumento di valore.
- 1997 Il Gruppo Mediolanum, da sempre riconosciuto per la sua innovatività, anticipa le tendenze creando a Dublino Mediolanum International Funds, una società di gestione in grado di offrire fondi avanzati, non ancora contemplati dalla legislazione italiana.
- 11 / 1997 La novità dei servizi bancari viene aggiunta alla serie di prodotti forniti ai clienti Mediolanum. Programma Italia si trasforma così in Banca Mediolanum, che sarà la più innovativa banca telematica d'Italia e la prima a sfruttare le possibilità di interconnessione tra il telefono e il teletext del televisore di casa, senza l'impiego di decoder o di altre apparecchiature e ad offrire accanto alla tecnologia il contatto umano, grazie all'affiancamento del cliente da parte del Consulente Globale.
La tecnologia più evoluta diventa facile da usare. Un servizio sempre presente come, dove e quando lo richiede il cliente.
- 1998 Continua la valorizzazione del titolo, Mediolanum S.p.A. entra stabilmente nel MIB 30, l'indice delle 30 società più importanti della Borsa di Milano.

- 2000 Banca Mediolanum sbarca in rete! Si ampliano le possibilità di accesso per i clienti, con un importante sviluppo nella qualità del servizio e l'implementazione di servizi di trading sofisticati.
- 06 / 2000 I risultati economici dell'anno dimostrano la sorprendente crescita di Banca Mediolanum che approda in Spagna con l'acquisizione del Gruppo Bancario Fibanc, dando il via al processo di espansione all'estero.
In tema di alleanze strategiche si colloca l'acquisizione del 2% di Mediobanca da parte di Mediolanum, che ha permesso la sottoscrizione di nuove OPV direttamente in Internet, e con la quale nasce Banca Esperia, la joint-venture che ha l'obiettivo di diventare il nuovo punto di riferimento per clienti privati ed istituzionali nel private banking italiano.
- 2001 Con l'intenzione di replicare anche all'estero il modello vincente della multicanalità integrata e della consulenza globale, il Gruppo Mediolanum prosegue l'espansione in Europa nei mercati tedesco e austriaco con l'acquisto di Gamax Holding AG e di Bankhaus August Lenz & Co.
L'attuale struttura societaria del Gruppo Mediolanum prevede Mediolanum S.p.A. come società capogruppo, con partecipazioni dirette ed indirette, nelle varie società costituenti il Gruppo (italiane ed estere), ivi inclusa Banca Mediolanum, che dal settembre 2001 è capogruppo del Gruppo Bancario Mediolanum.
- 2002 Il Gruppo Mediolanum festeggia i vent'anni di successi, all'insegna di umanità, tecnologia, tradizione e futuro: i quattro cardini attorno ai quali si è sviluppato un progetto vincente che è diventato il punto di riferimento per il settore finanziario.
- 2003 Banca Mediolanum sponsorizza la Maglia Verde all'86° Giro d'Italia di ciclismo, titolo assegnato al ciclista vincitore della classifica per il migliore scalatore. E' una grande occasione di incontro con i clienti e i Consulenti Globali durante le diverse tappe della manifestazione con eventi, spettacoli e altre attività di comunicazione.
- 2004 Novità e trasmissioni sempre più interessanti lanciate da Mediolanum Channel, la televisione digitale del Gruppo Mediolanum disponibile al canale 803 della piattaforma SKY.
Mediolanum Channel rappresenta un'esperienza inedita nel settore finanziario, un nuovo modo di fare televisione nato dall'esigenza di una relazione e un dialogo continuativo tra azienda, clienti e rete di vendita.
Assume particolare rilievo i Navigatori del Tempo, una trasmissione che ripercorre importanti vicende storiche per trarne spunti che consentano di attuare una strategia aziendale vincente.
- 2005 Vengono lanciati nuovi prodotti di punta: il conto corrente Riflex e Riflexcard.
Riflex è il conto flessibile che si adatta alle esigenze e necessità del cliente.
Riflexcard è la carta di credito con la foto del titolare. Gli acquisti e i pagamenti così sono più sicuri. Oltre alle funzioni bancomat e carta di credito, Riflexcard dispone della modalità revolving per pagare gli acquisti a rate.
In occasione del lancio è stata promossa una campagna pubblicitaria "Riflex" focalizzata sulla nuova offerta di prodotti.

- 2006 Dopo l'intuizione avuta con la figura del Consulente Globale, pronto a soddisfare tutte le esigenze del cliente, entra in campo il Family Banker. Un cambiamento necessario data la rilevanza assunta dalla banca nel modello di business di Mediolanum. Il Family Banker è l'uomo di fiducia, il professionista che "porta la banca" a casa del cliente e che lo aiuta nell'uso di tutti gli strumenti a sua disposizione. Una figura professionale nuova e completa, il professionista di riferimento delle famiglie e dei clienti. E' il volto umano della banca. Parte una grande campagna pubblicitaria: TV, stampa, radio, internet. Un obiettivo importante: lanciare e formare la figura del Family Banker ed ampliare notevolmente la rete di vendita del Gruppo Mediolanum.
- 2007 Il Gruppo Mediolanum festeggia il 25° anniversario e Banca Mediolanum compie 10 anni: una realtà distintiva sul mercato, che ha superato il milione di clienti e continua a crescere a ritmi altamente competitivi, tenendo ben saldi la mission e i valori che, da sempre, la caratterizzano. Il 5° anno della Fondazione Mediolanum si chiude con ottimi risultati e nuovi obiettivi. La nuova campagna di comunicazione mette in scena la customer satisfaction, con i veri clienti "al centro" della relazione e del modello bancario. Nell'anno in cui l'Italia si apre a una nuova normativa nella previdenza complementare, Mediolanum è leader, con circa un terzo del mercato nel 2007.
- 2008 Viene consolidata un'interessante iniziativa di dialogo e formazione rivolta alla comunità finanziaria, grazie all'istituzione del Mediolanum Market Forum, un convegno finanziario in grado di dialogare con Clienti, investitori, giornalisti ed esperti del settore, al fine di trasferire al mercato la visione di Mediolanum sull'andamento dei mercati finanziari.
- Banca Mediolanum sigla un importante accordo con le più rinomate società di gestione del panorama finanziario internazionale, da cui nasce Mediolanum Best Brands.
- 2009 Mediolanum Corporate University diventa una realtà operativa del Gruppo Mediolanum: un centro di formazione di primaria rilevanza, combinazione di tecnologia, elevata capacità formativa, accurato trasferimento dei valori e delle esperienze umane e professionali che in oltre 25 anni di attività hanno arricchito la cultura aziendale.
- L'offerta di prodotti bancari di nuova generazione, per soddisfare le esigenze di libertà e di rendimento dei clienti, si arricchisce del nuovo servizio di conto corrente Freedom.
- 2010 L'offerta Mediolanum Best Brands si amplia con nuovi prodotti nati dalle alleanze con partner internazionali scelti tra le più importanti società di gestione del risparmio del mondo.
- Nell'autunno viene rilanciata l'offerta del conto corrente Freedom dove Banca Mediolanum S.p.A. ha previsto per ogni nuovo conto corrente aperto il sostegno alle spese scolastiche per un bambino ad Haiti.