



AVVICINAMENTI E NUOVI ARRIVI AI VERTICI DELL'ORGANIGRAMMA ORGANIZZATIVO DELLA RETE DI VENDITA

Informazione commerciale

# Il "fattore U" conquista i risparmiatori

Ennio Doris: "I cinquemila Consulenti veri artefici del successo ottenuto dal Conto Corrente Riflex"

Sul mercato da soli quattro mesi e i risultati non si sono fatti aspettare. Sono il conto corrente Riflex e la carta di credito Riflexcard, gli ultimi nati nella grande "famiglia" di Banca Mediolanum. Dati alla mano, si parla di oltre 4mila nuovi clienti al mese per più di mille alla settimana. Il "segreto" sta nel poter contare su personale preparato e competente. Un prodotto, infatti, se pur dalle grandi potenzialità, non potrebbe funzionare se alla base non ci fosse una rete di vendita capace di rinnovarsi. Ennio Doris, fondatore e presidente di Banca Mediolanum, spiega la rivoluzione in atto nell'ambito dell'istituto di credito.

**Da che cosa deriva la rivisitazione dell'organigramma della rete di vendita?**

Il conto corrente Riflex ha riscosso un grande successo principalmente per due ragioni. Innanzitutto perché è il prodotto della nostra gamma che meglio sintetizza la formula innovativa della "multicanalità" adottata dalla nostra Banca, che grazie al telefono, Internet e Telex consente al cliente di "entrare" in Banca per 24 ore su 24 e di svolgere con rapidità ogni operazione. Il valore aggiunto, tuttavia, non sta solo nella migliore qualità del canale tecnologico, ottenuta anche grazie all'impiego dello strumento telefonico che non è soltanto un supporto di quello telematico ma rappresenta un vero e proprio sportello virtuale. La forza del nostro istituto di credito, infatti, sta nel "canale" umano assolutamente integrato con gli altri, vale a dire la rete di vendita dei 5mila Consulenti Globali, che permettono alla Banca di arrivare fisicamente nelle case dei suoi clienti e che grazie al background professionale ad hoc sono di supporto e guida al cliente nelle sue scelte di investimento. Ecco allora che, in seguito al recente incremento della clientela e al conseguente ampliamento di business, si è reso necessario un ripensamento della struttura organizzativa di vertice in modo da essere ancora più competitivi.

**Come cambia il management di Banca Mediolanum?**

Premetto che la nostra Banca ha esportato il suo modello anche in Europa, in particolare è presente in Spagna e in Germania. Il cambiamento di "poltrone" più significativo è senz'altro quello che riguarda mio figlio Massimo, che dopo aver guidato per anni la rete di vendita made in Italy passa ora ad occuparsi di tutto il business spagnolo in qualità di amministratore delegato di Fibanc. Al suo posto ci sarà invece Giovanni Marchetta, che a sua volta cede il testimone come responsabile dell'espansione delle reti estere a Claudio Fontanini. A capo di tutte le reti resta invece Vittorio Colussi. Inoltre abbiamo avviato una serie di promozioni: Franco Cova da Regional dell'area Nord diventa il referente per la formazione, reclutamento e sviluppo della rete dei consulenti globali. Poi sono stati promossi Oliviero Giovita e Stefano Volpato,



La RiflexCard personalizzata

rispettivamente Regional Nord Ovest e Nord Est. Luciano Arcolini da Regional per il Sud passa ad occuparsi di qualità e al suo posto arriva Salvo La Porta. Mentre, per la sua straordinaria esperienza, per il Centro-Italia rimane Guido Lasciarrea.

**Si tratta di un "rimiscelamento" delle carte, ossia di promozioni e spostamenti nell'ambito dell'azienda di famiglia. Come mai tra i manager della sua Banca non figura in genere personale esterno?**

**Quattromila nuovi clienti al mese con il lancio dei nuovi prodotti**

Io sono solito dire che la nostra banca è una "fabbrica" di manager. Questo perché, in quanto istituto di credito leader sul mercato, periodicamente si parte con campagne di reclutamento per avviare nuove risorse alla professione di consulente globale. I selezionati, per essere poi qualificati a tutti gli effetti consulenti globali di Banca Mediolanum, dovranno seguire un iter formativo ad hoc oltre a superare l'esame di Stato, requisito necessario per

l'iscrizione all'Albo professionale dei promotori finanziari. Il nostro obiettivo, del resto, è quello di fare in modo che per ogni posizione interna manageriale e non, potenzialmente ci siano più persone in grado di occuparla, per capacità e conoscenze.

**Poco tempo fa l'articolo riportato da un quotidiano economico-finanziario riferiva che Banca Mediolanum è l'unica azienda del settore del risparmio che ancora continua a formare i suoi uomini dal "basso". Come mai?**

La ragione è semplice. Noi vogliamo essere l'opportunità lavorativa e di crescita prima di tutto per le nostre risorse, sia per chi sceglie di crearsi un'agenzia con il suo team di collaboratori e un ampio portafoglio clienti, sia per chi invece decide di optare per la carriera manageriale. Ciò che ci differenzia dai nostri competitors è la "cultura" della consulenza, supportata e alimentata da sempre da una struttura adibita esclusivamente a tutti gli aspetti che attengono alla formazione e all'aggiornamento dei consulenti. E' per noi fonte di vanto e orgoglio che la media dei nostri giovani che superano con esito positivo l'esame di Stato sia del 50% superiore rispetto alla media delle altre reti.

**E per coloro che vantano un curriculum nel settore bancario-assicurativo senza però essere promotori finanziari ci sono chance di avanzamento di carriera in Banca Mediolanum?**

Sicuro. Grazie alla sua esperienza sarà davvero ben accetto. L'unico limite alla sua carriera sarà rappresentato dalle sue potenzialità e dalla sua volontà. Ma potrà tranquillamente aspirare anche alle cariche più di prestigio.

**Quindi tra i neo inseriti di oggi potrebbe anche esserci un Ennio Doris di domani? Certamente.**

Amministratore delegato di Fibanc in Spagna

## Una nuova sfida per Massimo Doris

Da sempre vive e lavora al servizio del colosso bancario creato dal padre. Massimo Doris, 37 anni, figlio di Ennio, fondatore di Banca Mediolanum, è pronto per affrontare l'ennesima sfida. Dopo aver contribuito a rafforzare ancora, a partire da ottobre 2003, la rete commerciale made in Italy, cuore pulsante dell'azienda, vola ora in Spagna dove sarà Amministratore Delegato di Fibanc, la banca acquistata cinque anni fa e che è la testa di ponte del gruppo di Barceleon.

"Questo nuovo incarico - afferma Massimo Doris - mi consentirà di acquisire maggiore consapevolezza del Gruppo ed ovviamente rappresenta un ulteriore step nell'ambito della mia crescita manageriale". Ma in merito ad esperienza nei vari comparti della Banca, Massimo ne ha da vendere, tanto da non poter essere di certo definito solo un "figlio d'arte". Ha cominciato dal basso, percorrendo passo dopo passo una lunga gavetta. Consegue la laurea in scienze politiche alla Statale di Milano, dopo di che, compiuti i primi passi nell'azienda di famiglia come componente della squadra che si occupa del controllo di gestione, decide di farsi le ossa a Londra, dove in poco più di un anno e mezzo esercita presso prestigiose banche d'affari: dalla Merrill Lynch, alla Ubs, alla Credit Suisse. Fa rientro quindi in sede e, una volta superato l'esame di stato di promotore finanziario, entra nel team del marketing su Internet della Banca, per poi diventare assistente del direttore generale Edoardo Lombardi e, quindi, nel 2002, assumere la carica di responsabile della formazione della rete dei Promotori Finanziari. Nel 2004 arriva la prova più dura: viene designato a capo della rete nazionale dei consulenti di Banca Mediolanum, una struttura che conta oltre 5mila persone, compito che ha svolto con carisma, professionalità e competenza.

Oggi la nuova avventura come Ad del circuito spagnolo creato ad immagine di quello italiano, che si fonda sulla formula innovativa della multicanalità e si avvale delle nuove tecnologie per rendere la banca più vicina alle esigenze della clientela.

"Si tratta di un'occasione fondamentale che mi consentirà di approfondire le tematiche legate al campo della finanza e controllo che conosco meno dell'area commerciale - prosegue Doris -; il tutto operando in una struttura dalle dimensioni più ridotte e per giunta con funzioni di responsabilità". Per il suo futuro incarico in un altro Stato membro dell'Unione europea, Doris junior ha già le idee ben chiare. "In Spagna, dove resterò senz'altro per due anni, si dovrà insistere sull'ampliamento dell'organico e delle risorse, incentivando la formazione in loco. Laggiù abbiamo creato la figura del promotore finanziario sul modello di quello italiano; ora si dovranno creare manager locali".



I MERCATI AZIONARI SOSTENUTI DALLA CRESCITA DELLE ECONOMIE ASIATICHE E DALLA LIQUIDITÀ PRESENTE NEI PORTAFOGLI

## Perché la Borsa sale nonostante i rincari petroliferi

Borse e petrolio insieme sui massimi. Due realtà tradizionalmente contrapposte nei loro andamenti (petrolio giù e borse su o viceversa) si sono trovate sorprendentemente appaiate nella loro rincorsa verso l'alto. E' vero che per il petrolio si tratta di massimi storici assoluti, mentre le borse hanno proseguito un cammino di riavvicinamento alle quotazioni di cinque anni fa, dalle quali siamo - a parte alcuni singoli titoli o settori - ancora mediamente piuttosto lontani. Il fenomeno della convergenza dei due andamenti è stato però abbastanza evidente, smentendo anche numerosi scenari previsionali che vedevano proprio nella tumultuosa crescita dei prezzi dei prodotti energetici l'elemento capace di interrompere bruscamente il rialzo dei mercati azionari.

Questo non è avvenuto, nemmeno quando l'oro nero è balzato oltre la

soglia dei 70 dollari a barile, un prezzo quasi triplicato rispetto ai 25 dollari di tre anni fa, e in un momento in cui i dati sull'economia reale, perlomeno in Europa, non apparivano particolarmente brillanti già per conto loro e prima di incorporare seriamente l'impatto della "bolletta petrolifera". Il vero shock deve ancora arrivare, si sente dire. Rimane però aperta la questione di come mai le borse, di solito così sensibili nello scattare immediatamente i bruschi cambiamenti del quadro di riferimento generale, siano rimaste insensibili davanti alle cupe prospettive di ripetizione degli scenari degli anni '70. I mercati azionari sembrano invece sostenuti da una serie di circostanze proprie del decennio che stiamo vivendo: forte crescita reale delle economie asiatiche, disponibilità di prodotti manufatti a basso prezzo, che calmeranno gli indici dei prezzi al con-

sumo e tassi di interesse ai minimi storici, solo per citare i fenomeni più evidenti. La domanda di petrolio è quindi trascinata dalla crescita economica e ne è una conseguenza. Il petrolio cresce perché l'industria nel mondo "tira" e riesce a produrre a costi così bassi da controbilanciare gli effetti del rincaro energetico sui prezzi finali. Alcuni impianti produttivi del mondo occidentale soffrono la pressione della concorrenza, ma i bilanci delle società quotate beneficiano del trend di crescita globale, grazie allo sviluppo dell'interscambio commerciale e alla dislocazione globalizzata della produzione. Ai positivi risultati economici delle società quotate aggiungiamo la scarsa attrattiva dei rendimenti obbligazionari e monetari e la liquidità tuttora presente sul mercato: sono tutti elementi che favoriscono la domanda di titoli azionari, ancora poco presenti nei por-

tafoli degli investitori finali.

La possibilità che i rincari petroliferi comincino prima o poi a "morde" seriamente sui consumi di beni e servizi e, quindi, sulle aspettative degli operatori economici, continua però ad esistere e ad essere tenuta in considerazione. Sotto questo profilo, l'eventualità di correzioni, anche consistenti, degli indici azionari, continuerà a costituire una minaccia sempre presente. Come sempre, la diversificazione dei propri investimenti tra mercati e strumenti diversi è una buona pianificazione nel tempo hanno permesso finora di ottenere buoni risultati anche in questo periodo complesso ed imparagonabile al passato. La stessa strategia consente di guardare con relativa tranquillità ad un futuro sempre più imprevedibile, ma certamente portatore di opportunità.

Walter Ottolenghi



VITTORIO COLUSSI SPIEGA IL NUOVO ORGANIGRAMMA E LA STRATEGIA DEL GRUPPO

Informazione commerciale

# Potenziata la rete di vendita

## Premiati i giovani che hanno dimostrato di saper gestire e realizzare le politiche dell'azienda

**V**ittorio Colussi col suo incarico di banking group - ovvero manager a capo di tutte le reti del Gruppo Mediolanum - è da sempre uno dei punti di riferimento dei consulenti di Banca Mediolanum. A lui si rifanno anche il circuito spagnolo di Fibanc e quello tedesco Bankhaus August Lenz e Gamax, ovvero i due modelli di banca multi-canale esportati sui mercati esteri. Di fatto, insomma, tutta la struttura commerciale in qualche modo dipende da lui. Pertanto, rappresenta l'uomo più adatto a spiegare il nuovo organigramma e la strategia intrapresa dal Gruppo.

**Perché un cambiamento di questo tipo?**

L'impostazione della rete, in verità, resta la stessa, in quanto non cambia il modo di rapportarsi fra il Centro e le nuove strutture: lo dimostra il fatto che i livelli manageriali non sono né diminuiti né aumentati. Tuttavia si è deciso di puntare a una maggiore copertura della Banca sul territorio, aumentando la presenza a livello re-

gionale. Inoltre si sono voluti premiare con promozioni quei giovani che hanno dimostrato di saper gestire e realizzare le politiche dell'azienda sul piano locale. Si tratta di **Stefano Volpato** che ora è alla guida dell'area Nord Est, ossia Emilia Romagna e Triveneto, mentre **Oliviero Giovita** è stato pro-

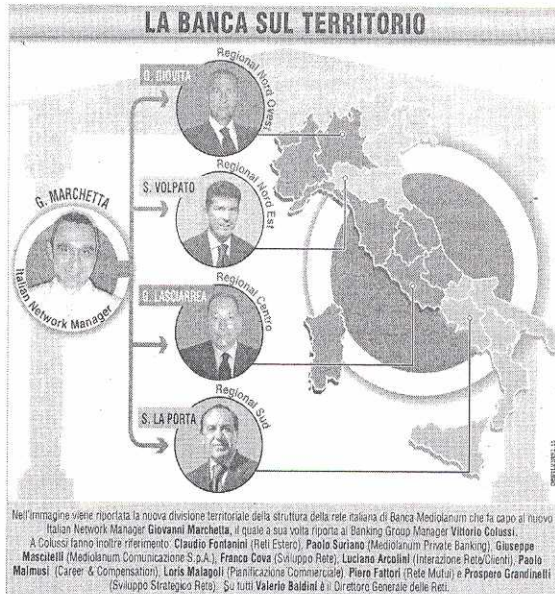
**È stato deciso di aumentare la presenza della Banca sul territorio a livello regionale**

mosso a Regional manager del Nord Ovest, che comprende Lombardia, Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta. Di fatto tutta l'area Nord, che era la più estesa, per un'azione più capillare, è stata spezzata in due grandi zone. Nel Sud arriva **Salvo La Porta** che, dopo es-

ersi occupato di qualità del servizio in sede, passa a seguire Campania, Molise, Basilicata, Calabria, Puglia e Sicilia. Mentre per il Centro-Italia resta un manager di lunga data: **Guido Lasciarrea**, che sarà anche colui che avvierà alla professione i nuovi Regionali.

**E coloro che lasciano questi incarichi di che cosa si occuperanno?** **Franco Cova**, che è stato per lungo tempo Regional manager del Nord, andrà ad occuparsi di formazione, crescita e sviluppo della rete dei consulenti globali. Mentre **Luciano Arcolini**, da Regional del Sud va a gestire l'interazione, il flusso informativo fra rete e sede centrale della Banca, vale a dire l'informatizzazione della rete e la qualità del servizio.

**Ma qual è l'obiettivo di fondo?** Ovviamente l'espansione della rete italiana così come di quelle estere. Obiettivo che, se da un lato richiede un maggior impiego di manager, dall'altro lato fa sì che per le stesse risorse "interne" ci sia ancora maggiore spazio di crescita professionale e carriera.



### CINQUE REGOLE PER DIFFERENZIARE I PROPRI INVESTIMENTI

## La strategia delle "5D" ti assicura i risparmi

**C**ome evitare delusioni ed errori nell'amministrare i propri risparmi? Abbandonando qualsiasi forma di gestione "fai da te" e passando a una guida affidabile e consapevole. Banca Mediolanum mette a disposizione la sua esperienza ventennale nel campo della consulenza finanziaria e una strategia ormai collaudata che permette di affrontare razionalmente le decisioni di investimento. Si tratta della strategia delle 5D, sintesi del pensiero di alcuni dei più illustri premi Nobel. Questa legge prevede cinque regole di differenziazione dei propri impieghi finanziari.

La prima delle cinque "D" prevede di diversificare in base all'asse temporale, suddividendo la propria disponibilità economica tra il breve periodo - ossia due o tre anni, al quale riservare la liquidità di cui si può avere necessità in qualunque momento - medio e lungo periodo (oltre i sette anni). Se poi l'orizzonte supera i dieci anni, allora, investire in Borsa si dimostra in genere l'investimento più redditizio. La seconda regola si rifà a quello che in gergo finanziario viene chiamato il classico "giardinetto", ossia riguarda la diversificazione fra i titoli: più sono di numero, maggiori sono le prospettive di investimento. In particolare, lo strumento che meglio soddisfa queste esigenze è rappresentato dai fondi comuni di investimento. La terza D parte dalla premessa che, di solito, l'economia mondiale viaggia a diverse velocità nelle differenti zone geografiche. Differenziando perciò anche secondo un'ottica geografica, e suddividendo i propri risparmi su una rosa di Paesi, grazie ancora allo strumento dei fondi, è possibile cogliere que-

ste chance di investimento. Mancano all'appello ancora la quarta e la quinta "D". La prima, è quella riservata alle forme di risparmio su cui è possibile speculare un po' di più, ovvero la linea di diversificazione che guarda al miglior risultato

nel medio e lungo periodo con investimenti sui settori emergenti dell'economia. La strategia si completa, infine, con la regola che punta sugli strumenti innovativi di ultima generazione, come ad esempio le nuove polizze index linked.



**DONA UNA CASA A CHI HA SOLO LA STRADA.**

Piccolo Fratello, il Progetto di solidarietà promosso da Fondazione Mediolanum e Banca Mediolanum per dare una casa accoglienza a 40 bambini di strada di Nairobi.

Contribuisci per aiutare i bambini di strada. Basta un bonifico sul conto corrente di appoggio di Banca Mediolanum dedicato a "Piccolo Fratello" e intestato a Associazione AMANI Onlus - c/c 636363 - ABI 03062 - CAB 3421/0.

Per saperne di più collegati al sito [www.piccolofratello.it](http://www.piccolofratello.it) oppure vai su [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it)

BANCA MEDIOLANUM  
CUSTODITA INFORMATO A TI

Selezione e reclutamento  
tel. 02-90492778

Notizie Mediolanum  
a cura di Roberto Scippa  
[roberto.scippa@mediolanum.it](mailto:roberto.scippa@mediolanum.it)

**Entra in Banca Mediolanum**  
Basta una telefonata  
**840 704 444**  
[www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it)

## Marchetta: "La nostra forza è nella capacità degli uomini"

**T**ipico esempio di crescita manageriale realizzata anche all'estero è rappresentato dal profilo professionale di **Giovanni Marchetta**. Da responsabile dell'area Sud di Banca Mediolanum diventata, prima, protagonista della fase di start up e sviluppo di Fibanc in Spagna, per poi guidare le reti estere, è ora fare ritorno in Italia per potenziare ulteriormente la rete principale della Banca.

Una delle caratteristiche che accomuna tutte le reti estere di Banca Mediolanum, infatti, è di essere guidate da uomini che abbiano maturato una rilevante esperienza e siano profondamente radicati nel circuito italiano. Marchetta arriva a capo della rete made in Italy in un momento di effervescenza. Dopo aver superato in modo straordinario gli anni più bui - durante i quali, grazie all'opera di Massimo Doris, l'organico non è stato ridotto e si è continuata a registrare raccolta positiva - il recente lancio del nuovo conto corrente Reflex e le relative attività collaterali, hanno rinvirgato l'entusiasmo e la voglia di fare dei consulenti. Quanto ha inciso la sua lunga esperienza in Banca Mediolanum sul lancio e il successo della nuova rete spagnola?

Ho lavorato in tutte le parti d'Italia e ho ricoperto tutte le funzioni possibili nella rete nazionale della Banca: da promotore a supervisor a manager, fino a diventare responsabile di un'area regionale, poi un ruolo nella sede centrale dove sono stato chiamato per occuparmi di qualità del servizio. In Spagna, come Direttore Commerciale a partire dal

2000, mi è stata offerta l'opportunità di avviare una realtà completamente nuova. Ho quindi gli strumenti per comprendere e valutare tutte le necessità e le esigenze delle reti. Il coordinamento dei circuiti d'oltralpe, invece, ha rappresentato tanto un'esperienza di sede, quanto di territorio, dal momento che ero titolare di un ruolo trasversale tra la struttura di sede italiana e quelle di sede estere, a cui si aggiungeva l'interazione con le divisioni commerciali sul territorio. Uno sviluppo insomma assai articolato.

**Forte del suo background, qual è il valore aggiunto di Banca Mediolanum?**

Anche la nostra Banca si propone come scopo lo sviluppo delle reti, ma con una differenza: se l'espansione degli altri istituti di credito si misura con l'apertura di nuovi sportelli, per noi ciò avviene con l'inserimento di nuove risorse, grazie ad una struttura ad hoc che si dedica esclusivamente alla formazione dei promotori finanziari. Il valore aggiunto sta cioè nella cultura della consulenza. Banca Mediolanum è l'unica che continua a sfornare e a creare dall'interno professionisti, mentre gli istituti concorrenti hanno raggiunto numeri analoghi in termini quantitativi ricorrendo ad acquisizioni societarie. Ciò accade in quanto l'attenzione del mercato mira soprattutto all'asset. Per Banca Mediolanum accade esattamente il contrario: in prima battuta viene la formazione, e il business è solo una conseguenza. I nostri competitor "comprano" portafogli, noi uomini capaci.