

Nuovi strumenti, arriva il «personal profiling»

A disposizione della rete dei Family Banker per identificare il profilo del cliente e orientare la gestione del risparmio

Tutte le banche ormai 'fanno lo screening' ai propri clienti/investitori grazie alla profilatura, ossia la descrizione della propensione individuale ad investire. Una documentazione - da aggiornare periodicamente - che istituti bancari e operatori finanziari sono tenuti a predisporre e conservare, come prevede la legge. Ma c'è profilatura e profilatura. Solitamente, le banche ottengono informazioni sui comportamenti e le attitudini individuali con l'invio al domicilio dei clienti di moduli pre-stampati, che possono anche essere compilati al momento dell'accensione di un nuovo conto corrente o alla prima

Mediolanum, che da sempre ha la mission della consulenza, vuol darle un approccio ancora più personalizzato

occasione di incontro con il proprio funzionario di riferimento. In questo modo, tuttavia, l'operazione si risolve spesso nel mero disbrigo di procedure standardizzate. Banca Mediolanum, che da sempre ha come missione la consulenza, ha deciso di dare un approccio individualizzato a questa attività, grazie al «personal profiling». Se le esigenze normative hanno fornito lo spunto, la Banca è andata oltre, cogliendo l'opportunità per conoscere meglio la propria clientela. In concreto, il personal profiling è un kit a disposizione del Family Banker che serve a identificare il profilo di ciascun investitore. Comprende un questionario con otto domande a risposta multipla, una tabella per l'attribuzione del profilo (conservatore, equilibra-

to e intraprendente) a seconda del punteggio assegnato ad ogni risposta, una brochure che richiama le principali regole per investire.

La brochure, caratterizzata da una grafica semplice e di facile comprensione anche per i clienti meno esperti, consente di identificarsi con alcuni profili tipo (il dirigente, l'impiegato, la manager in carriera, il pensionato) utilizzando il metodo dei 'sospesi'. Tre sono i grandi temi affrontati: la definizione della tipologia dell'investitore, le cinque regole basilari sulla diversificazione (le cosiddette «5 D») e l'orizzonte temporale.

Il profilo del cliente e la sua verifica/aggiornamento sono alla base dell'attività di consulenza di Banca Mediolanum. Il questionario serve infatti a individuare le caratteristiche dell'investitore e i suoi obiettivi, consentendo di monitorare l'adeguatezza della strategia di investimento con quanto indicato dal cliente in termini di aspettative, orizzonte temporale, propensione al rischio, modalità dei versamenti, quota investita su risparmio totale e frequenza degli investimenti. Una conformità che il Family Banker può verificare in tempo reale, senza circoscrivere la libertà d'azione del cliente. Che, se vuole, può infatti scegliere un prodotto d'investimento abbastanza o molto difforme dal proprio profilo. In generale, il cliente può modificare il proprio profilo in ogni momento, attraverso il Banking Center di Mediolanum o Internet.

LA CARTA DEI VALORI DEL GRUPPO MEDIOLANUM

All'esordio il primo Bilancio Sociale

Un rapporto che rappresenta la cultura d'impresa e l'impegno della Fondazione

I valori aziendali, l'importanza delle persone e delle risorse umane, la cultura d'impresa. La qualità dei servizi e delle relazioni con la clientela, l'attenzione alla sicurezza e all'ambiente, le attività e l'impegno nel campo del sociale e della solidarietà. Con dati, resoconti e tabelle, raccolti in 170 pagine, suddivise in capitoli che vanno dall'Identità aziendale agli Indicatori economici e socio-ambientali, a Progetti e iniziative in fase di sviluppo. E con paragrafi e sezioni dedicati a 'Qualità e responsabilità sociale' e 'Crescita della persona', 'Codice etico' e 'Relazioni aziendali dipendenti', ma anche 'Impatti ambientali nei trasporti' e il 'Capitale sociale'.

C'è tutto questo e molto altro ancora nella prima edizione del Bilancio Sociale del Gruppo Mediolanum.

Sulla carta, una novità assoluta. Nel merito, il compendio dei risultati di anni di lavoro.

Un rapporto dettagliato, disponibile in consultazione anche presso tutti i Punti Mediolanum e sul sito web aziendale (www.mediolanum.it), per dare visibilità alle svariate attività realizzate all'interno del Gruppo, monitorare lo stato di salute etico dell'azienda, descriverne i trend e i percorsi in atto. E per far capire ancora meglio, con uno strumento articolato ma di facile consultazione, che in un Gruppo come Mediolanum, oltre ai servizi finanziari e alle tecnologie innovative, a nuove strategie di mercato e ai servizi di qualità alla clientela, oltre a capitali, risparmi e investimenti, c'è molto altro ancora. «L'importanza della persona e la valorizzazione delle risorse umane, l'attenzione alle esigenze e ai servizi nei confronti della clientela, l'impegno nel sociale, sono tutti elementi che hanno da sempre contraddistinto la nostra cultura d'impresa, le nostre attività e la nostra visione nel creare valore», spiega Sara Doris, responsabile degli Asset intangibili del Gruppo Mediolanum. «Adesso, in questa prima edizione del Bilancio Sociale, abbiamo riunito e riportato, dato forma e visibilità a tutto ciò, a tutte le iniziative e attività nei confronti della clientela, degli stakeholder, del personale interno e di realtà esterne, che realizziamo e portiamo avanti già da tempo».

Nel documento vengono analizzati i rapporti e le interazioni con tutti gli stakeholder, i portatori di interessi coinvolti a vario titolo nelle attività d'impresa, descrivendo l'impatto che queste attività hanno nei loro confronti, nell'ottica e secondo il principio di fare business portando vantaggi e creando valore per tutte le controparti interessate.

Tra i vari temi e capitoli, una parte è dedicata in particolare alla Fondazione Mediolanum, istituzione privata creata nel 2002 e rivolta a promuovere attività e iniziative nel campo del sociale, dell'assistenza e della solidarietà, della ricerca e della cultura. Tra questi, l'iniziativa denominata 'Il Faro', un centro di formazione gratuita già avviato da diversi anni, dove immigrati extracomunitari in regola con il permesso di soggiorno possono imparare mestieri e specializzarsi in attività artigianali. C'è poi, tra gli altri possibili esempi, il Centro di accoglienza di Nairobi, in Kenya, inaugurato nel dicembre scorso, che offre ospitalità e assistenza per 40 bambini disagiati o con problemi famigliari e mette a disposizione anche una scuola di formazione dedicata ai formatori, per creare sul posto personale pre-



Sara Doris, responsabile degli Asset intangibili del Gruppo Mediolanum



Missione Haiti per Piccolo Fratello

Dopo l'esperienza in Africa, dove Piccolo Fratello ha realizzato una casa famiglia a Nairobi per 40 bambini di strada, l'iniziativa di solidarietà promossa da Fondazione Mediolanum e Banca Mediolanum punta sull'istruzione. Il prossimo obiettivo è aprire 4 scuole di strada in tre anni a Port au Prince, capitale di Haiti. L'iniziativa, condotta in collaborazione

con la Fondazione Francesca Rava, vuole offrire a 1.800 bambini la possibilità di studiare ma anche un luogo dove crescere insieme.

per garantire l'autofinanziamento delle scuole e allo stesso tempo integrare i ragazzi nella società, si è scelto di coinvolgerli in micro-imprese: in questo modo si darà loro



Fondazione Mediolanum

DALLA PARTE DEI BAMBINI

un'occupazione in grado di generare risorse per sostenere le loro famiglie e le scuole stesse. Il primo progetto prevede l'acquisto di un

camion destinato alla distribuzione dell'acqua.

Un mese di scuola per un bambino haitiano costa appena 15 euro. Chi vuole può effettuare una donazione al conto corrente 860000 ABI 03062 CAB 34210 intestato a Fondazione Francesca Rava N.P.H. Italia Onlus - causale Piccolo Fratello Haiti.

L'andamento del progetto sarà seguito dalla trasmissione «Piccolo Fratello» su Mediolanum Channel a partire da ottobre 2007 e sul sito www.piccolo.fratello.it.

Selezione e Reclutamento
tel. 840 700 700
www.familybanker.it

Notizie Mediolanum
A cura di Roberto Scippa
roberto.scippa@mediolanum.it

Entra in Banca Mediolanum
Basta una telefonata
840 704 444
www.bancamediolanum.it