

“Banca Mediolanum, crediti e polizze per diversificare i ricavi e battere Mifid 2”

INTERVISTA A GIANLUCA BOSISIO, DIRETTORE GENERALE DELL'ISTITUTO: “NON CI SPAVENTANO NÉ I RIFLESSI DELLA NUOVA NORMATIVA EUROPEA NÉ LA REVISIONE DELLE COMMISSIONI DI PERFORMANCE. I RISULTATI MIGLIORERANNO COMUNQUE”

Adriano Bonafede

Roma

«Il 2016 è stato l'anno del sorpasso del mobile banking sull'home banking, il 2018 sarà l'anno della sua definitiva consacrazione». Gianluca Bosisio, direttore generale di Banca Mediolanum spiega come l'istituto è riuscito a portare la maggior parte dei propri clienti sul web tramite lo smartphone e le tante novità in arrivo sul fronte digitale.

Dottor Bosisio, eravamo abituati a pensare che i clienti di Banca Mediolanum fossero fondamentalmente famiglie un po' tradizionali, lontane dalla tecnologia, e invece lei ci dice che ormai sono tutte diventate digitali. Com'è accaduto?

«Intanto guardiamo i dati: nel 2015 gli accessi alla banca da internet erano ancora più elevati, arrivavano a 23 milioni, contro i 18 dagli smartphone. Poi nel 2016 il sorpasso mentre i dati del 2017 ci dicono che a fronte di 21,5 milioni di contatti dal computer ci sono stati ben 36 milioni di accessi mobile. Nel primo trimestre 2018 il totale degli accessi alla banca è salito ul-

teriormente al 60%. Per spiegare questo trend inarrestabile occorre partire dal lontano 1997, quando Banca Mediolanum fece una scelta pionieristica per quei tempi: lanciare una banca senza sportelli. Una scelta difficile, non dimentichiamo che a quei tempi si compravano filiali bancarie a peso d'oro».

Così i vostri clienti si sono predisposti fin da subito a fare tutto senza andare nelle filiali?

«Sì, dapprima con l'aiuto dei nostri consulenti finanziari, poi con l'uso degli strumenti tecnologici. Quando poi è arrivato lo smartphone c'è stato il salto di qualità verso il mobile. Ciò dipende dal fatto che, come si sa, l'Italia è il paese dove ci sono più cellulari, e oggi lo smartphone è ormai alla portata di tutti. E tenga presente una cosa».

Che cosa?

«Noi non abbiamo usato il digitale per sostituire la carta ma abbiamo approfittato della tecnologia per rendere più semplice la procedura, l'esperienza del cliente. Oggi ci si può collegare in un istante alla app della banca tramite l'impronta digitale e, quando lo smartphone lo supporti, anche mediante il riconoscimento oculare. La parte del riconoscimento tramite impronta digitale è molto avanti, tanto che è possibile attivare il pagamento diretto con Apple Pay e Samsung Pay presso i Pos dei negozi, oppure confermare un bonifico».

State digitalizzando tutto, ma i vostri consulenti finanziari, o Family banker come li chiamate voi, che ruolo hanno in tutto questo? Non c'è il pericolo che vengano bypassati?

«No di certo. Anche i nostri Family banker utilizzano la strumentazione digitale: grazie alla tecnologia possono aprire istantaneamente conti correnti, dare aperture di credito, offrire prodotti d'investimento. E tutto questo possono farlo davanti al cliente e anche

mandandogli delle proposte personalizzate».

Una volta avevate una tv aziendale via cavo. I vostri clienti possono vederla?

«Abbiamo ancora la tv aziendale: è un canale che si raggiunge via internet con un codice di accesso. Serve all'aggiornamento professionale della nostra rete di vendita, quindi non è per gli utenti. È il modo migliore per spiegare ai nostri consulenti le varie tematiche finanziarie che si possono presentare».

Avete anche un Robo-advisor, il “5D Mediolanum Strategy”: consiglia ai clienti come allocare il loro risparmio?

«Non è un vero e proprio Robo-advisor utilizzabile dai clienti. Si tratta di una piattaforma informatica a disposizione dei nostri Family Banker, che li aiutano a fare una diagnosi integrata dei portafogli dei clienti, anche delle parti detenute presso altre banche. Il Robo-advisor invece sono degli strumenti che indicano come suddividere il proprio risparmio in modo automatico, sulla base essenzialmente di algoritmi. Il nostro è invece un simulatore che privilegia anzitutto i reali bisogni dei clienti, che soltanto i nostri Family banker possono raccogliere e valutare facendo uno screening personalizzato. È una bella differenza ed è questo il nostro valore aggiunto. Al 5D Mediolanum Strategy i clienti accedono soltanto insieme ai clienti».

Avete calcolato gli effetti della normativa europea Mifid 2 sui vostri guadagni?

«Vedremo nel tempo i reali effetti delle nuove norme sui nostri portafogli. Intanto abbiamo le previsioni recentemente presentate da McKinsey, secondo cui ci sarà una riduzione del 5-6 per cento dei margini delle banche reti. Ma lo stesso rapporto della società di consulenza ci dice che nascerà al contempo una grande esigenza di consulenza finanziaria. Inoltre,

un altro rapporto di E&Y, evidenzia che ci sarà un aumento dei volumi pari al 15-20% nei prossimi tre anni, che compenserà abbondantemente l'eventuale riduzione dei margini. Siamo tranquilli: la Mifid 2 esalta il concetto di consulenza, che non è esattamente improvvisazione ma quello che noi facciamo da sempre».

Voi avete, insieme ad altri asset manager, un problema di commissioni di performance calcolate su più periodi all'anno, mentre ormai le autorità europee si stanno da tempo indirizzando verso un'unica commissione annuale. Ci sarà un riflesso sui vostri margini?

«Le commissioni di performance stanno cambiando a livello europeo e anche noi ci

adeguemo. Stiamo lavorando sia con l'Irlanda (dove i nostri prodotti nascono) sia con la Banca d'Italia per mettere a punto le novità che arriveranno. Certo, sono tutte tematiche che vanno a incidere sui nostri margini. Ma va anche detto che si sta modificando la ripartizione dei nostri ricavi, per cui i riflessi di cambiamenti sulle commissioni avranno un impatto minore».

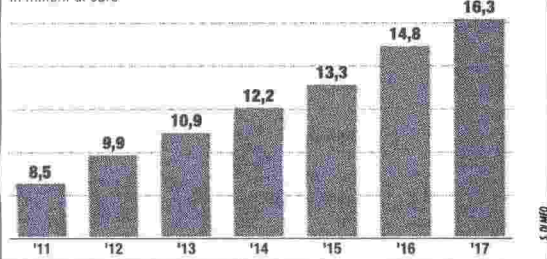
Cosa sta cambiando?

«C'è ad esempio un'esplosione del credito: di recente abbiamo comprato una società che fa cessioni del Quinto, la EuroCQS e il piano dell'erogato in questo segmento porterà ad uno stock di 1 miliardo di erogato nei prossimi tre anni. Inoltre stiamo sviluppando anche il concetto di “protezione” per i nostri clienti, con polizze assicurative ad hoc, un settore che è sempre stato nel nostro dna».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

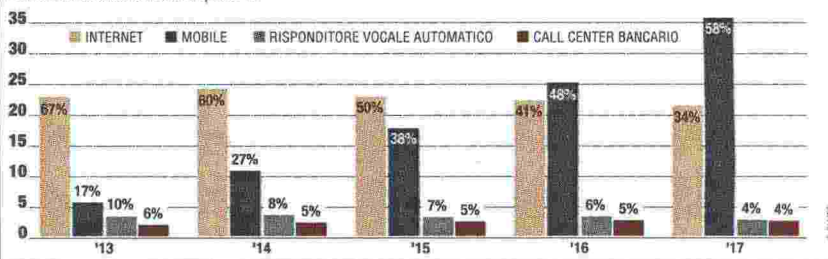
MEDIOLANUM, IL PORTAFOGLIO MEDIO DEI FAMILY BANKER

In milioni di euro



BANCA MEDIOLANUM, IL BOOM DEL MOBILE BANKING

Milioni di accessi e relativa quota %



II PROTAGONISTI



Il fondatore e presidente di Banca Mediolanum, **Ennio Doris** (1) e suo figlio **Massimo** (2), attuale amministratore delegato



Gianluca Bosio, direttore generale di Banca Mediolanum. A sinistra, la sede a Milano

