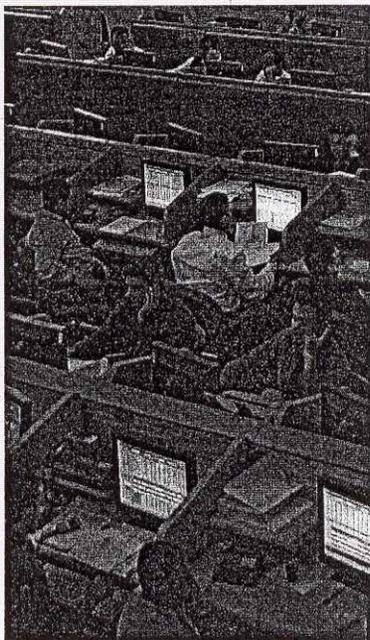


# La sfida: investire nel futuro

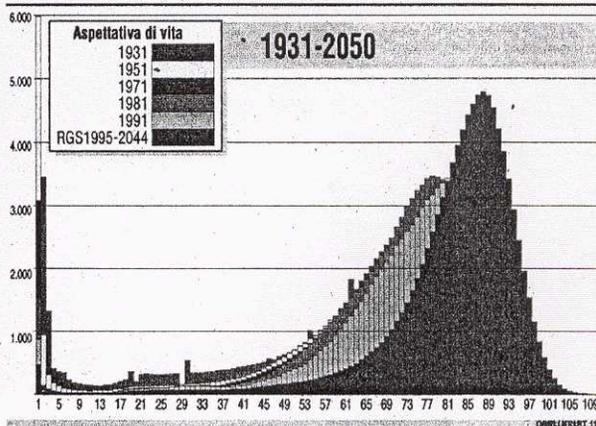
Il Consulente Finanziario, se si vuole semplificare e chiarire il suo ruolo e la sua figura, può essere opportunamente considerato il medico del risparmio. Non si tratta di un modo di dire. Il promotore finanziario rappresenta, per la famiglia, per il risparmiatore, un punto di riferimento importante, essenziale, determinante oltre che essenziale, la situazione economica, che analizza il quadro patrimoniale del proprio cliente, che ne identifica le necessità, che ne indirizza le scelte che devono coordinare bisogni e soluzioni agli stessi. Accade inevitabilmente che nei momenti più difficili si avverta la necessità di avere al proprio fianco una guida capace, professionalmente preparata: è una necessità imprescindibile. Per rimanere al paragone sanitario guardiamo cosa sta accadendo nelle aree che stiamo menzionando. Il lavoro dei medici assume un valore che supera il pur gravoso impegno della loro missione. L'emergenza li porta a dover gestire quello che in condizioni normali sarebbe anche solo difficile immaginare. Tuttavia la loro dedizione non viene meno. Non si arrendono. Neanche davanti a tante difficoltà, le loro voglie di aiutare chi è in situazioni di estrema difficoltà, sono consapevoli dell'importanza di quello che stanno facendo. Vale lo stesso per i consulenti finanziari. In un momento in cui il mercato è disorientato, ha subito scossoni e maremoti di ogni genere, per i risparmiatori diventa indispensabile poter avere un professionista del risparmio che sappia guidarli con sicurezza, un professionista che ha alle spalle un'azienda in grado di prepararli, di formarli e soprattutto di non abbandonarli nel mare in tempesta. Ci sono, però, delle priorità che non possono essere trascurate. Nel settore della corretta gestione del risparmio, oggi, tale priorità ha un nome ben preciso: previdenza. In campo medico la prevenzione è attuabile attraverso le vaccinazioni, però è impossibile ricorrere per scongiurare ogni minimo rischio. Per il rischio ap-



## previdenza

Il risparmio deve essere finalizzato a garantire un adeguato tenore di vita nella terza età. L'importante aiuto dei Consulenti Globali

## Evoluzione delle dinamiche di vita



### L'ANALISI

**In 100 anni la vita media è raddoppiata. Oggi è sempre più importante tutelarsi per «sopportare» la longevità**

Assicurati si vince. Si vince contro il rischio buono con cui l'uomo deve convivere: la longevità. Nell'ultimo secolo, pur in mancanza di scoperte scientifiche che hanno riguardato direttamente la longevità, la vita media è pressoché raddoppiata. Un rapporto dell'Onu conferma che in

questo nuovo secolo tale dato potrebbe raddoppiare ancora. Così, la stessa persona che, nata all'inizio del novecento, aveva un'attesa di vita di circa quarant'anni, nata in questo secolo potrebbe averla di circa centosessanta. Sembra un paradosso, ma è proprio così. Tuttavia, l'uomo fa fatica a comprendere il mondo in cui vive, a confrontarsi con lo stesso e ad adeguarsi. Il «rischio» di longevità è sicuramente un rischio buono, ma contro il quale bisogna assicurarsi. Lo spaccato Italia evidenzia come, già oggi, i bambini,

i minorenni, siano poco di più di otto milioni, contro i quasi quindici milioni di ultra sessantacinquenni. Di questo bisognerebbe prendere atto. Come bisogna tener conto che sempre più persone vivono più a lungo. Insomma, nel 2050 ci saranno molti più anziani che giovani. Così stando le cose, il rischio buono, quello della longevità, è sopportabile? Confrontandosi con tutti questi numeri ci si accorge di non poter più rimandare nel tempo le scelte previdenziali, se vogliamo garantirci nella vecchiaia una esistenza adeguata e tranquilla. Assicurati si vince, assicurati contro il rischio buono della longevità, perché vivere a lungo non debba diventare un problema.

pendicite, ad esempio, basta la consapevolezza che con un semplice intervento chirurgico il problema si risolve. Diverso è il caso di altre malattie anche più importanti, per le quali la vaccinazione è addirittura obbligatoria, contro le quali bisogna tutelarsi in anticipo. Anche nella gestione del proprio risparmio bisognerebbe adottare lo stesso principio: saper individuare quali sono le priorità da non trascurare, quali sono le malattie contro cui vaccinarsi. La situazione del sistema previdenziale, in particolare in Italia, è allarmante. Tante le riforme già fatte, tante quelle che dovranno ancora essere fatte. Del resto si è visto quanto siano stati i provvedimenti presi in tal senso dai vari governi nel corso degli ultimi anni. Come dovrebbe comportarsi in questo contesto un promotore finanziario? Un consulente del risparmio? Un promotore finanziario non può obbligare una famiglia a vaccinarsi contro quello che rischia di diventare un problema sociale: l'incapacità di mantenere nel tempo il proprio tenore di vita. Tuttavia il compito di ciascuno di loro, di ogni medico del risparmio, è proprio quello di farsi carico del destino dei propri clienti. Si tratta di un dovere professionale oltre che di un dovere morale. La vaccinazione obbligatoria, in questo caso la previdenza pubblica, non è più sufficiente, non dà più garanzie. Chi ha la consapevolezza di tutto ciò, non può non intervenire. Un medico del risparmio deve essere in grado di guidare le scelte dei propri clienti, indirizzandone le risorse verso quelle priorità per le quali il tempo di intervento è davvero molto limitato nel tempo. Bisogna essere consapevoli che commettere un errore di valutazione nel campo previdenziale non fornisce spazio a possibili soluzioni alternative. Un errore oggi non può essere corretto domani. Una famiglia, ogni suo singolo componente, va aiutata a prendere le giuste decisioni, perché domani possa essere il domani migliore.

## Nuove opportunità di lavoro

Nelle prossime settimane le tv nazionali e locali presenteranno i nuovi spot di Banca Mediolanum. Una campagna di reclutamento indirizzata principalmente al reclutamento di nuovi Consulenti Globali. E' Francesco Minelli, direttore marketing di Banca Mediolanum, a tracciare le linee guida. «La nuova campagna di reclutamento televisiva intende promuovere la possibilità di intraprendere l'attività di Promotore Finanziario e in particolare quella di Consulente Globale. Le due professioni sembrerebbero simili, ma in realtà sono molto diverse. Il Consulente Globale si differenzia dal Promotore Finanziario per la possibilità di curare a 360°, con qualsiasi tipo di strumento finanziario, tutte le esigenze della famiglia italiana. In particolare, uno degli spot mette in

evidenza il fatto che il Consulente Globale, rispetto al Promotore Finanziario, non debba legare agli andamenti dei mercati finanziari guadagni e realizzazione professionale. Dalla previdenza, problema molto sentito nel nostro paese, agli investimenti; dai prodotti legati all'erogazione (mutui, carte di credito, conti correnti), a quelli dedicati alla protezione della famiglia, delle cose e della persona: Banca Mediolanum mette a disposizione dei propri Consulenti Globali una gamma di prodotti in grado, con il

giusto supporto formativo, di garantire davvero la massima pianificazione nella gestione del risparmio di ogni singola famiglia». Sono tre gli spot che verranno presentati nel corso di questa campagna: «I soggetti che vengono adoperati sono legati a tre target di riferimento differenti», spiega Francesco Minelli. «Il primo, ambientato all'interno di un'auto, si rivolge a chi è già Promotore Finanziario per mettere in luce le caratteristiche specifiche della Consulenza Globale rispetto a quella tradizionale. Il secondo, ambientato in una sala da tè, è incentrato sulla capacità di avere una completa realizzazione professionale svolgendo un ruolo centrale e di riferimento per la famiglia che si trova ad affrontare problemi relativi alla gestione del risparmio. Il terzo è quello più innovativo ed ha come riferimento il target femminile per sfatare il mito di una professione esclusivamente maschile».



Edoardo Lombardi e Mosca Mondadori nello studio dei «Navigatori del Tempo»

## sul satellite

Mediolanum Channel potenzia il palinsesto con nuovi programmi

Un 2004 all'insegna del successo e della notorietà, un 2005 che nasce sotto auspici ancor più favorevoli. Il segreto del successo di Mediolanum Channel sta nelle parole di Giuseppe Mascitelli, amministratore delegato di Mediolanum Comunicazione: «Sono convinto che il pubblico ci abbia premiato per l'attenzione che abbiamo dimostrato soprattutto alle persone, prima di tutto l'attenzione

## Motori e cucina in «Tv»

per il nostro pubblico, al quale abbiamo voluto trasferire la nostra filosofia di vita, quella di Mediolanum che non è per nulla limitata al mondo dell'economia. Mediolanum Channel è lo specchio di Banca Mediolanum, si rispecchia nei valori con i quali opera anche il gruppo guidato da Emilio Doris». I dati di ascolto confermano che il canale satellitare di Banca Mediolanum sta imponendosi con sempre maggior attenzione agli occhi di un pubblico televisivo, e satellitare in particolare, sempre più esigente e selettivo. La notorietà di Mediolanum Channel ha avuto un incremento dell'11% rispetto allo scorso anno, ma l'aumento del 30% dell'audience conferma ancor più la bontà delle trasmissioni prodotte. «Abbiamo ricevuto tre premi presti-

giosi - ha sottolineato Mascitelli - il primo per la trasmissione Navigatori del Tempo, giudicato il miglior format televisivo dell'anno al Festival Filmondo 2004. Gente di mare, invece, ha ricevuto un premio speciale della giuria in occasione della stessa manifestazione. Ma quello che ci gratifica ancora di più è il riconoscimento assegnatoci da Mille Canali». La prestigiosa rivista di settore, in occasione del proprio trentennale ha premiato Mediolanum Channel tra le tv digitali in chiaro con questa motivazione: «per la raffinatezza soprattutto di alcune sue produzioni che qualificano l'emittente come una realtà di ottimo livello nell'intero mondo televisivo italiano». Tante conferme, ma anche importanti novità per la nuova stagione

televisionaria



appena cominciata. «Abbiamo deciso di confermare praticamente tutti i programmi già prodotti, che sono inseriti in tre fasce differenti: Life Style, Community Mediolanum ed Economia e finanza. Ai programmi già prodotti se ne aggiungeranno altri di notevole spessore. My Way si occuperà di motori. Co-

me sempre lo faremo in maniera differente dal solito spiega Mascitelli - si tratterà di racconti di viaggio con mezzi che si spostano a motore. DVD EXTRA sposterà l'attenzione sui contenuti extra dei Dvd, quelli che spesso raccolgono segreti di regia, tecniche e contributi speciali inerenti i contenuti del film. Avremo anche una trasmissione legata alla cucina: uno chef di fama internazionale avrà come allievo un capitano d'industria, un imprenditore che si cimenterà nell'arte culinaria. Non mancheranno, naturalmente, tutte le trasmissioni legate al settore economico, quelle che ci permetteranno di seguire da vicino e con la filosofia di Mediolanum, il mondo del risparmio».

## nel Triveneto Accademia per Consulenti Globali

«La nostra attività non ci permette di lasciare nulla al caso. Oliviero Giovia, responsabile della divisione Triveneto di Banca Mediolanum esordisce così nel corso di una convention in cui ha riunito tutto il suo gruppo. «Professionisti che si occupano di guidare i propri clienti, i risparmiatori nel difficile e complicato mondo della gestione del risparmio, non possono prescindere da un ottimo livello di preparazione. E' per questo che, al di là di quanto faccia già straordinariamente Banca Mediolanum, attraverso la formazione centrale, nel nostro gruppo, un gruppo di oltre 700 professionisti, abbiamo già da un anno e mezzo deciso di istituire un'accademia che possa implementare la formazione di ognuno dei nostri collaboratori. In particolare cerchiamo di fornire un supporto quanto mai essenziale sia a coloro che da pochi mesi hanno cominciato a lavorare nel nostro settore, sia a chi già in possesso di un buon bagaglio professionale, ha volontà di accrescere le proprie competenze e capacità. I risultati sono estremamente soddisfacenti e ci forniscono importanti conferme sulla bontà del lavoro sin qui svolto. Abbiamo creato una scuola, un ambiente di lavoro in cui chi entra a far parte del nostro gruppo può attingere dall'esperienza dei migliori per metterla fin da subito a disposizione della propria clientela. Non basta. L'attività della nostra accademia, non solo ci ha consentito di aumentare la professionalità dei nostri consulenti globali, ma, dato ancor più importante, ci ha permesso di ridurre notevolmente le difficoltà che gli stessi incontrano dal punto di vista professionale garantendone quindi il successo anche dal punto di vista personale. Un motivo in più per scegliere Banca Mediolanum».

Il prossimo appuntamento con la pagina Mediolanum è per mercoledì 23 febbraio

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

SERVIZIO CLIENTI 800-107-1077

www.mediolanum.it SELEZIONE E RECLUTAMENTO TEL. 02-90492873