

Borsa, la storia ci fa ben sperare

Un'attenta analisi dell'andamento delle borse parla chiaro: dai livelli minimi che sono stati toccati nel marzo del 2003 i mercati azionari, successivamente, hanno innestato la marcia di un veloce recupero. Tuttavia questa fase è esaurita nel corso degli ultimi sei mesi, mostrando gli indici borsistici ora positivi ora negativi con un andamento parallelo. La visione ottimistica che caratterizza Banca Mediolanum deriva da un approccio di lungo periodo con cui sosteniamo da sempre debba essere affrontato un investimento azionario nel mercato e sempre con la diversificazione prevista dalla strategia delle 5 D, diversificazione temporale, per tipologia di investimento, per ripartizione geografica, selezione di paesi che presentino un particolare potenziale di crescita ed investimenti in titoli rappresentativi di società innovative e dinamiche. Nonostante l'attuale momento di stallo dei mercati, seguito al lungo ribasso durato tre anni (dal 2000 al 2003), oggi ci troviamo in una fase che risulta assolutamente "in linea" rispetto al comportamento che le borse hanno già manifestato durante le passate crisi. Basta guardare infatti come si è mosso l'indice Dow



I dati sono evidenti: dai livelli minimi toccati nel marzo 2003, i mercati azionari hanno innestato la marcia di un veloce recupero

Jones nei mille giorni che hanno seguito le cinque grandi crisi dei mercati degli ultimi cinquant'anni, verificatesi rispettivamente nel 1962, 1970, 1974, 1978 e 1987. Ebbene, in tutti questi cinque periodi i mercati hanno recuperato. E se l'attuale fase di recupero si ininterrotta, ciò si deve soltanto al fatto che dopo il primo anno di crescita l'indice è salito molto più in alto che in passato. Tuttavia l'inversione della tendenza al rialzo ha rappresentato un punto critico per il "sentiment" dell'investitore. Lo stesso investitore, d'altra parte, il più delle volte "entra" sul mercato spesso con un notevole ritardo, perché non percepisce i cambiamenti quando avvengono e investe solo "di riflesso", in conseguenza di opinioni positive dei media e del pubblico. Secondo l'esperienza che ha portato Banca Mediolanum a essere un'azienda di successo, ci vogliono fino a dodici mesi di rialzi borsistici continui perché un investitore medio si accorga davvero del cambiamento in atto e cambi così il proprio approccio verso il mercato. Abe Lincoln ha osservato anni fa: "L'opinione pubblica è tutto. Con l'opinione pubblica niente può fallire. Ma senza, niente può succedere". La frase fotografa bene, l'attuale "sentiment" degli investitori. Infatti, i sei recenti mesi di discesa dei mercati finanziari non contribuiscono certamente a ristabilire la fiducia degli investitori: così vediamo la raccolta netta dei fondi comuni presentare in Italia una serie di segni negativi. A ciò si aggiunge che molti hanno ancora in portafoglio perdite da compensare e questo non aiuta il sentire comune.

Ennio Doris

Mercati instabili, bisogna resistere

La reazione positiva che si era messa in evidenza nella seconda metà del mese di agosto, è proseguita nelle settimane successive nonostante i mercati finanziari internazionali abbiano dovuto confrontarsi con tensioni di non poco conto. Pensiamo alle ripetute impennate del petrolio, ma anche alla recrudescenza degli fenomeni terroristici che hanno gettato nuove ombre sugli scenari di fondo dell'economia mondiale. Evidentemente i mercati azionari continuano a salire, ma con un certo distacco, cercando di tenere separata

I lievi segnali di rallentamento non sembrano minacciare le possibilità di crescita

L'emotività che può essere collegata a questi fenomeni. L'attenzione degli operatori si focalizza, infatti, sulla reale possibilità di crescita economica rilevata negli scorsi trimestri e sempre più si riflette sugli utili delle società quotate; i lievi segnali di rallentamento registrati recentemente non sembrano minacciare seriamente la possibilità di crescita. La reale situazione positiva dei dati economici di molte imprese, non appare sufficiente a scalfare l'incertezza che continua a dominare i mercati: un aspetto sicuramente rilevante è dato dall'imminenza dei risultati elettorali negli Stati Uniti ed alle possibili evoluzioni del quadro politico internazionale. Lo scenario d'autunno si propone quindi con un mercato notevolmente migliore di quanto è stato possibile solo sperare qualche mese fa, ma non è ancora possibile pensare che si possa delineare una forte e consistente tendenza positiva. Continua ad

essere importante evidenziare che, poiché i prezzi delle azioni si trovano a livelli storicamente molto bassi, in relazione alla redditività dei titoli obbligazionari, ci troviamo di fronte una borsa che mantiene una potenzialità maggiore da quella offerta dai comparti di investimenti alternativi alle azioni (obbligazioni, titoli di stato). Per il momento non si può far altro che continuare a definire il mercato ancora instabile, ma sicuramente degno di attenzione per buone strategie di investimento di lungo periodo supportate da un'attenta diversificazione.

Walter Ottolenghi

Clienti Top in PrimaFila



PrimaFila Banca Mediolanum è un progetto realizzato in partnership con American Express che per la prima volta partecipa ad un progetto così articolato con un altro istituto del settore finanziario e mette a disposizione dei clienti selezionati la sua Carta Oro. L'alleanza strategica con American Express, forte dell'esperienza costruita con più di 6 milioni di clienti, consente di attivare per i migliori clienti di Banca Mediolanum il primo sistema di loyalty integrato tra i più sofisticati ed innovativi in Europa. La società americana diretta in Italia da Giglio Dal Borgo, è stata la prima ad applicare la segmentazione del mercato seguendo una logica di categorie appartenenza, ottenendo così la leadership internazionale. L'essere titolari di una carta di credito preziosa garantisce in qualche modo la fruizione di un servizio migliore; Banca Mediolanum persegue l'obiettivo di crescita e di offrire ai servizi ed altri prodotti, ma con la stessa logica di segmentazione. Il cliente con una buona capacità di risparmio ha normalmente necessità di ottimizzare al meglio la gestione del proprio tempo, oltre a

rappresentare quasi sempre il segmento di mercato più attivo nell'utilizzo dei servizi bancari. Banca Mediolanum offre perciò un nuovo servizio riservato ad una clientela selezionata che riceve speciale assistenza su misura da parte di tutta la struttura, dimostrando ancora una volta quanto sia prioritaria l'attenzione alla qualità del servizio. Passando dalla valorizzazione della clientela di alto profilo alla fornitura di servizi dedicati non si può prescindere dalla realizzazione di una struttura di Consulenti Globali specializzati

nella gestione di patrimoni di livello superiore e formati per affrontare con altissima professionalità tutte le problematiche a essa connesse. Pertanto, contestualmente al lancio del programma PrimaFila con American Express, in Banca Mediolanum si è provveduto allo start up di una struttura di promotori guidata dal manager Paolo Suriano, esclusivamente dedicata alla clientela di fascia molto alta. Qual è il portafoglio minimo che il cliente deve avere per poter far parte di PrimaFila? Il portafoglio ideale per questo tipo di servizio esclusivo - risponde Paolo Suriano - è stato identificato per importi medi in gestione di 250.000 euro, benché, in un'ottica di supporto ad un target destinato a crescere sempre di più, sono ammessi anche clienti con portafogli inferiori che presentano un alto potenziale di crescita; ad oggi sono 38.000 i clienti di Banca Mediolanum che rientrano in questo segmento. Al momento sono stati selezionati i primi 50 Consulenti Globali Top che riceveranno una formazione mirata e un supporto tecnico maggiore per lo sviluppo di questo tipo di clientela. Quali sono i vantaggi del cliente selezionato per il programma PrimaFila Banca Mediolanum? I privilegi ed i servizi riservati ai possessori della Carta Oro Mediolanum American Express coprono gran parte delle esigenze di chi conduce una vita di lavoro, viaggi e tempo libero, con vantaggi rilevanti sia in termini economici sia in termini di efficienza. I migliori clienti ai quali viene proposto l'ingresso nel club sono selezionati in base all'entità del loro portafoglio. Tra le principali agevolazioni previste dal programma di PrimaFila, per quanto riguarda i

servizi tipicamente finanziari, è possibile ottenere l'aumento dei massimali dei prelievi bancomat, che possono arrivare fino a 1.500 euro al giorno e 5.000 euro al mese; la gestione prioritaria per il rilascio di carte aggiuntive, carte bancomat o rimborsazioni; la gestione prioritaria per la concessione di finanziamenti e mutui e comunque un canale preferenziale per ogni esigenza. Quali sono le principali convenzioni che avete attivato per fornire i servizi non tipicamente finanziari? Grazie ad accordi esclusivi, il titolare di Carta Oro Mediolanum American Express può prenotare voli aerei ed organizzare interi viaggi con una semplice telefonata alla Membership Travel Service, partecipare da vero protagonista ad eventi sportivi, culturali e musicali, beneficiando di trattamenti esclusivi, ricevere offerte riservate di Arval PIH per il noleggio a lungo termine di qualunque tipo di autovettura, senza preoccuparsi delle procedure burocratiche. Ogni caratteristica del programma del club è stata studiata con attenzione e curata per offrire la fascia di clientela più "coccolare" la fascia di clientela più

Una iniziativa di Banca Mediolanum in collaborazione con American Express per offrire ai migliori investitori agevolazioni e servizi personalizzati



Un progetto per una clientela selezionata



viduato il miglior partner per la creazione di un programma di Loyalty integrato da mettere a disposizione dei propri clienti. Banca Mediolanum, il meglio del meglio dei due mondi. Ci siamo quindi concentrati sulla realizzazione di un Programma che abbinasse alle migliori condizioni e servizi offerti da Banca Mediolanum, il meglio del meglio di Lifestyle e Rewarding che da sempre caratterizza e differenziano l'offerta di American Express nel mondo delle carte di pagamento. L'accesso a PrimaFila avviene esclusivamente "su invito" e la chiave d'accesso a PrimaFila è la Carta Oro Mediolanum American Express, il cui modulo di richiesta viene consegnato a mano al Cliente dal Consulente Globale, all'interno di uno speciale cofanetto di benvenuto personalizzato. Quali sono i vantaggi che il cliente potrà ottenere? I vantaggi e le facilitazioni of-

ferte ai Titolari di Carta Oro Mediolanum PrimaFila sono davvero tanti e ne riassumiamo qualcuno: un Team dedicato per agevolare l'accesso ai servizi di Banca Mediolanum, come preferenziali per il rilascio di mutui e crediti, agenzia viaggi personale, proposte commerciali esclusive ed anche eventi dedicati, come anteprime cinematografiche, spettacoli teatrali e concerti. Attraverso la Carta Oro Mediolanum American Express, i clienti Mediolanum verranno iscritti gratuitamente ed in modo automatico al Programma Membership Rewards PrimaFila, per trasformare tut-

te le spese effettuate con Carta - ogni Euro di spesa con Carta vale 1 Punto - in splendidi premi pensati da Banca Mediolanum e American Express. Inoltre, il programma prevede - e questa è una novità assoluta - la possibilità di accelerare il raggiungimento dei premi guadagnando punti aggiuntivi anche con l'operatività bancaria. Per esempio, ogni riga di estratto conto bancario farà guadagnare 1 punto, ogni utenza attivata sul conto corrente 20 punti, ogni nuovo prodotto finanziario sottoscritto 50 punti e si ottiene 1 punto per ogni 100 euro investiti con Banca Mediolanum. Esistono altre attenzioni che intendete riservare a chi entra in PrimaFila? Abbiamo pensato davvero a molte sorprese per chi entra in PrimaFila ed è difficile indicarle tutte. Inoltre, PrimaFila è un Programma modulare ed i servizi, le opportunità e le offerte saranno continuamente aggiornate e comunicate ai clienti attraverso una speciale Newsletter.

Chiediamo al dottor Paolo Famigliani, vice presidente responsabile italiano marketing e vendite di American Express, le finalità di questa nuova partnership con Banca Mediolanum. Si tratta di un accordo unico a livello europeo; infatti è la prima volta in Europa che American Express sigla un accordo con un Istituto Finanziario che esce dalla classica logica di distribuzione dei propri prodotti, per entrare in una partnership basata sul valore aggiunto offerto al Cliente, attraverso la costruzione di un sistema integrato di Loyalty personalizzata per la Banca e mirata alla soddisfazione del cliente, accessibile attraverso la titolarità di una Carta di credito American Express. Ciò rappresenta per noi un'importante sfida ed un approccio strategico del tutto nuovo nei confronti del mondo Bancario. Da questo accordo, la nascita del Programma PrimaFila; può chiarirci di cosa si tratta? PrimaFila nasce dalla volontà di Banca Mediolanum di dedicare attenzioni speciali ai propri migliori clienti, attraverso una gamma di servizi e privilegi tali da rendere ancora più unico e personale il rapporto con la Banca stessa. Da qui l'idea di una collaborazione con American Express, Azienda nella quale Banca Mediolanum ha indi-

La copertina dell'ultimo numero di Espansione che regala una collezione di Dvd del programma «Navigatori del Tempo»

A destra, Milo Goj, direttore della rivista

«Espansione» distribuirà allo stesso prezzo di copertina la collezione di dvd del programma «Navigatori del tempo» che Edoardo Lombardi ha realizzato per Mediolanum Channel e che hanno riscosso un ottimo successo di audience. «Espansione» è l'unica rivista che da 40 anni offre un prodotto mirato a soddisfare le esigenze delle aziende e degli alti dirigenti: il lettore di «Espansione» ha una vocazione manageriale ed imprenditoriale per cui dedica par-

Il marketing vince con la strategia

tiolare interesse alle strategie e alla gestione delle risorse umane. «L'obiettivo è fornire uno strumento operativo che presenta alcune caratteristiche irripetibili» dichiara Milo Goj, direttore della testata - Lombardi interpreta infatti 14 eventi storici che sono la rappresentazione speculare di un libro pubblicato da Al Ries e Jack Trout nel 1986, intitolato «Marketing è guerra», in cui viene ben descritto come utilizzare la tattica bellica nelle attività di marketing. Vedere il proprio lavoro applicato in un altro ambito è un modo suggestivo, oltre che utile, per avere una chiara visione di come si deve agire sul lavoro stesso. Vi sono in ogni esempio di successo di si intersecano ed arricchiscono la cultura imprenditoriale, come ad esempio le lezioni di Julio Velasco all'Università Bocconi, da cui è emerso che lo sport ha qualcosa da insegnare anche in altri settori». Goj, in un libro intitolato «L'altro marketing» aveva espresso la sua visione dell'applicazione del marketing appunto nello sport, nella religione, nella cultura, nell'arte e nella politica. «Infatti - prosegue - ho accolto con molto entusiasmo l'idea di proporre qualcosa che si intrattiene con teorie e dati, quali credo da molto tempo e lo dimostra la cover story del giornale che prende spunto proprio dagli eventi descritti da Lombardi. Il filone storico è molto attuale nell'editoria, e tengo a precisare che precursore è stato proprio lo stesso editore di «Espansione» che con il quotidiano «Il Giornale» fu il primo a proporre le pubblicazioni

dei grandi del passato». L'iniziativa congiunta di «Espansione» e Mediolanum Channel non è finalizzata ad allargare il target dei lettori della rivista, ma sicuramente potrà catturare l'attenzione di utenti non abituali e appassionati di storia.

Il prossimo appuntamento con la pagina Mediolanum è per mercoledì 24 novembre

Notizie Mediolanum a cura di Roberto Scappa roberto.scappa@mediolanum.it

SERVIZIO CLIENTI NUMERO VERDE 800-070471

www.mediolanum.it SELEZIONE E RECLUTAMENTO TEL. 02.90492873