



PREVIDENZA UNA CORRETTA GESTIONE DELLE RISORSE DEVE POTER ASSICURARE UN COSTANTE TENORE DI VITA

SALVIAMO OGGI IL RISPARMIO DI DOMANI

IL CONSULENTE GLOBALE DEVE ESSERE IN GRADO DI PREVENIRE LE DIFFICOLTÀ PER GARANTIRE AL RISPARMIATORE UN FUTURO SERENO

Il promotore finanziario rappresenta per il risparmiatore il punto di riferimento, colui che ne indirizza le scelte, soprattutto nei momenti difficili: una grande responsabilità che non può prescindere da una solida preparazione

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. È colui che esamina 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 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 paragono sanitario guardiamo cosa sta accadendo nelle aree colpite dal maremoto. 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 frenano la loro voglia 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 preciso: previdenza.

In campo medico la prevenzione è attuabile attraverso le vaccinazioni, però è impensabile potersi ricorrere per scongiurare ogni minimo rischio. Per il

rischio appendicite, 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 quanti 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, indirizzando 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 difeso oggi, va vaccinato oggi, perché domani possa essere il domani migliore.

VIVERE DI PIÙ E VIVERE MEGLIO

L'IMPORTANZA DI ASSICURARSI CONTRO IL "RISCHIO" LONGEVITÀ



Assicurati si vince. Si vince contro il rischio buono con cui siamo nati: convivere la longevità.

Nell'ultimo secolo, pur in mancanza di scoperte scientifiche che hanno guardato direttamente la longevità, la vita media è 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 averne di circa cento sessanta. Sembra un paradosso, ma è proprio così. Tuttavia, l'uomo fa fatica a confrontare il mondo in cui vive con i confronti con lo stesso e ad adeguarsi. Il rischio di longevità è sicuramente un rischio buono ma con-

tro, il quale bisogna assicurarsi. Lo spettacolo (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 supportabile. 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.

DUE NUOVE RUBRICHE DI MOTORI E CUCINA NEI PROGRAMMI DI MEDIOLANUM CHANNEL

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 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 Ennio 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 prestigiosi - ha sottoli-

neato Mascitelli - il primo per la trasmissione Navigator del Tempo, giudicato il miglior format televisivo dell'anno al Festival Filmomdo 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 televisiva appena cominciata. "Abbiamo deciso di confermare praticamente tutti i programmi già prodotti, che sono inseriti in tre fasce differenti: Life Style, Community e finanza. Ai programmi già prodotti se ne aggiungeranno altri di notevole spessore. My Way si occuperà di motori. Come 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: un 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".

NULLA È LASCIATO AL CASO

E' NATA NEL TRIVENETO L'ACCADEMIA PER I NUOVI PROFESSIONISTI DEL RISPARMIO

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 conferenza 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 facciamo già straordinariamente Banca Mediolanum, attraverso la formazione centrale, nel nostro gruppo, un gruppo di ben 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".



OLIVIERO GIOVIA

SI CERCANO ASPIRANTI CONSULENTI GLOBALI

Nelle prossime settimane sulle principali TV locali andranno in onda i nuovi spot di Banca Mediolanum. Una campagna pubblicitaria diretta a selezionare aspiranti Consulenti Globali.

Francesco Minelli, direttore Marketing di Banca Mediolanum, a tracciare le linee guida. "La nuova campagna intende promuovere la possibilità di intraprendere l'attività di Promotore Finanziario. In particolare quella di Consulente Globale. Si tratta, infatti, di due professioni diverse per alcune caratteristiche. Il Consulente Globale si differenzia dal Promotore Finanziario per la possibilità di soddisfare a 360°, con qualsiasi tipo di strumento finanziario, le esigenze della famiglia italiana. In particolare, come emerge da uno degli spot che andranno in onda, il Consulente Globale a differenza del Promotore Finanziario, non dipende dagli andamenti dei mercati finanziari per i propri guadagni e per la propria 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, della persona e delle cose. Banca Mediolanum mette a disposizione dei propri Consulenti Globali una gamma di prodotti in grado, con il giusto supporto formativo, di garantirli il massimo livello di pianificazione del risparmio di ogni singola famiglia.

Particolare attenzione è stata riposta nella scelta delle emittenti e nella pianificazione della campagna: "È stata scelta una pianificazione di qualità", prosegue Minelli - basata su spazi coerenti con i valori del nostro brand, all'interno di break pubblicitari nazionali. Inoltre, il formato da 40 secondi che è stato scelto per lo spot, è del tutto adeguato al messaggio che vogliamo comunicare. Per quanto riguarda la copertura territoriale, quella assicurata dalle emittenti scelte è coerente con la distribuzione della rete commerciale e capace di fornire al brand piena visibilità". Sono tre gli spot che verranno presentati nel corso di questa campagna. I soggetti che vengono adottati sono legati a tre target di riferimento differenti", spiega Francesco Minelli. "Il primo spot, ambientato all'interno di un'aula, si rivolge a chi è già Promotore Finanziario, il secondo ambientato in una sala da tè, è incentrato sulla possibilità e sui vantaggi di intraprendere la libera professione per una persona che oggi svolge un'attività da dipendente; il terzo spot è quello più innovativo ed ha come riferimento il target femminile; è sbagliato, infatti, ritenere che il Consulente Globale sia ad oggi una professione esclusivamente maschile".

INIZIO D'ANNO GUARDINGO DEI RISPARMIATORI

L'ANDAMENTO DEL DOLLARO SEMBRA SPOSTARE L'INTERESSE VERSO LE BORSE EUROPEE

Inizio d'anno piuttosto sottotono sui mercati azionari. La partenza del 2005 ha visto in particolare Wall Street segnare una battuta d'arresto, prontamente echeggiata dal comportamento dei mercati asiatici. Meno coinvolta, invece, l'Europa, dove non sono mancati spunti di un certo interesse, pur in un quadro pretesentatosi complessivamente incerto. Molti dei movimenti registrati sono probabilmente dovuti ad operazioni di prese di beneficio tendenti a consolidare i risultati positivi conseguiti nel corso dell'anno passato o al riposizionamento dei portafogli su tematiche alternative a quelle che avevano dominato il 2004.

E' stata comunque rilevante la coincidenza di questi movimenti borsistici con un rimbalzo del valore del dollaro e con la ripresa dei prezzi delle fonti energetiche. Significativamente, questi eventi potrebbero aver favorito uno spostamento d'interesse dal mercato americano e dai mercati asiatici verso le borse europee, dove la correzione delle quotazioni valutarie renderebbe più appetibili i prezzi dei valori azionari.

Potrebbe anche aver giocato un ruolo, sul termine dell'anno, anche l'effetto di un certo tramonto della seconda "luna di miele" della presidenza americana, accompagnato da una politica monetaria che si sta gradualmente facendo più conservativa. Mentre gli operatori si sono quindi fatti più guardinghi, la tendenza di fondo attende probabilmente di essere confermata dalla comunicazione dei risultati societari del quarto

trimestre. Il quadro di riferimento generale appare infatti per il momento sostanzialmente immutato e l'approccio graduale adottato dalla politica monetaria americana, con incrementi cadenzati ma moderati dei tassi d'interesse, dovrebbe riuscire a ridimensionare progressivamente gli squilibri dei conti americani senza compromettere la potenzialità della crescita economica, in particolare se quest'azione sarà accompagnata dall'avvio delle riforme promesse durante la campagna presidenziale. Saranno questi ultimi i temi che accompagneranno il 2005 e che potrebbero farne un anno decisivo per il definitivo ripristino di una tendenza consolidata sui mercati azionari. Anche su questa sponda dell'Atlantico.

SERVIZIO CLIENTI
Numero Verde
800-107107
www.bancamediolanum.it
Nella Mediolanum
a cura di Roberto Scippa
roberto.scippa@mediolanum.it
Selezione e reclutamento
tel. 02-9042778