

IL PUNTO

La storia delle Borse ci fa ben sperare

Dall'analisi delle 5 grandi crisi del passato, Ennio Doris trae buoni auspici per il futuro

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 si è esaurita nel corso degli ultimi sei mesi, mostrando gli indici borsistici ora positivi o negativi con un andamento parallelo.



Basta guardare infatti come si è mosso l'indice Dow 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 è interrotta, 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 fase storica ben 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 sentiment comune.

Tuttavia, proprio in tale difficile congiuntura, i Consulenti Globali di Banca Mediolanum sono stati capaci di muoversi in controtendenza rispetto al mercato perché si muovono seguendo una strategia di lungo termine che è stata studiata appositamente per proteggere il cliente dall'emotività che spinge a scelte sbagliate e sempre in controtendenza rispetto a ciò che si dovrebbe fare operando sui mercati. Questa strategia ha consentito ai Consulenti Globali di Banca Mediolanum di mantenere sempre positiva la raccolta di fondi comuni, anche nei periodi di maggiore crisi dei mercati, ipotizzando per i propri clienti (che hanno così comprato quasi in saldo) grandi soddisfazioni quando tutti i mercati riprenderanno con vigore duraturo.

ALLEANZE UNA INIZIATIVA DI BANCA MEDIOLANUM IN COLLABORAZIONE CON AMERICAN EXPRESS

I clienti Top siedono in "PrimaFila"

L'accordo tra le due società permetterà di offrire ai migliori investitori del Gruppo diretto da Doris una ampia gamma di servizi e agevolazioni e l'assistenza di Consulenti Globali specializzati

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 Ciglio Dal Borgo, è stata la prima ad applicare la segmentazione del mercato seguendo una logica di categorie di 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 con altri 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 a essa dedicata 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 Prima Fila?

Il portafoglio ideale per questo tipo di servizio esclusivo - risponde Paolo Suriano - è stato identificato per importi meno di 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 eu-

FINALITA' E VANTAGGI DEL NUOVO PROGETTO PIÙ VALORE ALLA FEDELTA' Chiediamo al dottor Paolo Famigliani, vice presidente responsabile italiano marketing e vendite di American Express, le finalità di questa nuova partnership con Banca Mediolanum... Quali sono i vantaggi che il cliente potrà ottenere? I vantaggi e le facilitazioni offerte al titolare di Carta Oro Mediolanum PrimaFila sono davvero tanti e ne riassumiamo qualcuno...

"Carta Oro" Mediolanum ai migliori investitori



LA "CARTA ORO" MEDIOLANUM (A SINISTRA) CHE VIENE CONSEGNATA AI CLIENTI INSERITI NEL PROGETTO "PRIMAFILA", A DESTRA IL LOGO



GLI OPERATORI GUARDANO ALLE POSSIBILITA' DI CRESCITA ECONOMICA

Mercato ancora instabile ma degno di attenzione

I risultati positivi di molte imprese prospettano uno scenario d'autunno confortante se affrontato con strategie di lungo periodo

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 dei fenomeni terroristici che hanno gettato nuove ombre sugli scenari di fondo dell'economia mondiale. Evidentemente i mercati azionari stanno valutando la situazione con un certo distacco, cercando di tenere separata 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 chiara 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.

UNA PROPOSTA EDITORIALE DI ESPANSIONE E MEDIOLANUM CHANNEL

Le strategie belliche applicate al marketing

I grandi eventi storici reinterpretati da Edoardo Lombardi vengono ora distribuiti in dvd gratis con la rivista

"Espansione" distribuirà allo stesso prezzo di copertina la collezione di dvd dei programmi 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 lettero di "Espansione" ha una vocazione manageriale ed imprenditoriale per cui dedica particolare 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 reinterpretati 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 am-

bito è un modo suggestivo, oltre che utile, per avere una chiara visione di come si deve agire sul lavoro stesso. Vi sono alcuni esempi in cui vari mondi 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 già 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



Milo Goj, direttore di Espansione. A sinistra la copertina del numero in edicola

Notizia Mediolanum a cura di Roberto Scippa roberto.scippa@mediolanum.it Selezione e reclutamento tel 02-90492778 SERVIZIO CLIENTI Numero Verde 800-107107 www.bancamediolanum.it

