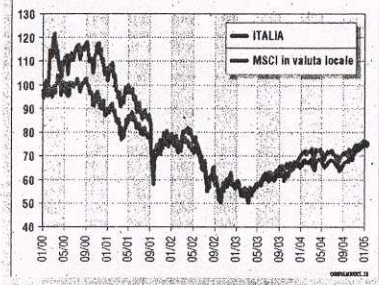
MA I RISPARMIATORI IGNORANO IL BOOM

Record in Borsa nel 2004 (+15%)

IL CONFRONTO



GIOVANNI BAGIOTTI

Una recente ricerca di SWG ha evidenziato come la maggior parte dei risparmiatori ritenga che la borsa italiana nel 2004 sia cresciuta molto di meno di quanto abbia in realtà fatto.

È una ricerca interessante che evidenzia come per la maggioranza dei risparmiatori il percepito sia molto differente dalla realtà.

Una prima considerazione è relativa ai dati di fatto: l'Italia nel 2004 è stato uno dei mercati sviluppati migliori di Europa (+15% cui si devono aggiungere i dividendi), ma tutti i mercati azionari hanno avuto un anno positivo, mettendo a segno un consistente rialzo.

L'indice globale Morgan Stanley è cresciuto in valuta locale del +13%, ma alcuni mercati minori si sono rivalutati di oltre il 100%. Gli Stati Uniti sono cresciuti del 10% circa, anche se per l'investitore europeo la maggior parte (8%) del rialzo è stato eroso dalla valuta.

Le ragioni del rialzo sono da attribuire alla continua crescita dell'economia mondiale e del lento ritorno delle valutazioni borsistiche verso livelli più "normali". E' interessante come il primo motore della ripresa, la crescita economica, sia proprio quello che, essendo debole in Italia (1.4%) rispetto al resto del mondo (oltre il 4%) è la probabile causa dell'errata percezione dei risparmiatori italiani.

Il problema che affligge i risparmiatori è noto da tempo ed è legato alla tendenza di ogni individuo a prestare particolare attenzione agli eventi recenti (ad esempio alla flessione dell'inizio millennio e non al trend di lungo periodo), e alle notizie che confermano l'opinione prevalente, non a quelle che, preannunciando cambiamenti di tendenza, non sono così affermate.

Se è insito nella natura umana essere influenzati dalle notizie più negative, è invece più interessante il suggerimento che spesso viene dato per combattere l'ignoranza sul reale andamento dei mercati finanziari. Spesso si suggerisce infatti di informarsi maggiormente nella convinzione che un maggiore numero di dati disponibili si traduca poi in maggiori informazioni con un reale valore per l'investitore.

Questo ci rende però vittime di un'altra debolezza: l'illusione della conoscenza.

Un investitore informato avrebbe visto che i mercati erano saliti, e quindi? Doveva investire nella speranza che il movimento rialzista continuasse o avrebbe dovuto non investire perché il rialzo c'era già stato (in fondo il mercato italiano si è raddoppiato rispetto al minimo del 2002). Una maggiore mole di dati sicuramente dà una maggiore impressione di conoscere, ma non risolve il problema alla base.

In realtà il problema è totalmente diverso: le informazioni utili sono quelle che permettono di raggiungere gli obbiettivi e questi obbiettivi per i risparmiatori, che non hanno desiderio di "fare da sé", perché hanno capito che è un'attività che richiede nervi saldi e un impegno rilevante e continuo, hanno poco a che vedere con quanto il mercato ha fatto nell'anno.

L'informazione chiave è "conoscere se stessi", le proprie necessità e i propri obbiettivi, e pianificare un piano di risparmio che permetta di raggiungere gli obbiettivi a scadenza; le variazioni di breve periodo sono il più delle volte irrilevanti o utili per fare l'opposto di quello che l'impulso suggerisce.

E' per questo che il pessimismo più delle volte paga, ma solo coloro che reagiscono e fanno l'opposto di quello che le emozioni dettano loro.

Costruiamo il futuro con il risparmio

L'investimento delle risorse finanziarie deve garantire un adeguato tenore di vita nella terza età

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. E' 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 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 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 preparalo, di formarlo e soprattutto di non abbandonarlo 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 impensabile potervi 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, 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 difeso oggi, va vaccinato oggi, perché domani possa essere il domani migliore.

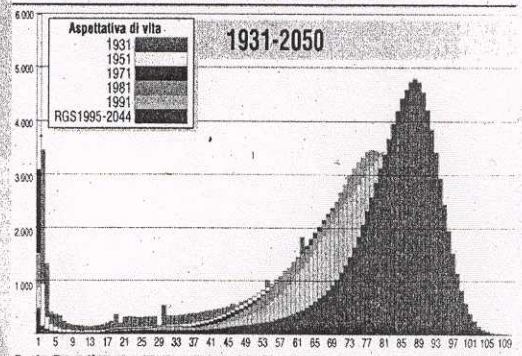
VIVERE PIÙ A LUNGO DOVRÀ ESSERE UN PIACERE NON UN PROBLEMA

Come evitare il «rischio» 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.

Evoluzione delle dinamiche di vita



Fonte: Progetica

NUOVE OPPORTUNITÀ DI LAVORO

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.

È Francesco Minelli, direttore Marketing di Banca Mediolanum, a tracciarne le linee guida. "La nuova campagna intende promuovere la possibilità di intraprendere l'attività di Promotore Finanziario e 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 ala 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 garantire 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. "E' 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 adoperati sono legati a tre target di riferimento differenti" - spiega Francesco Minelli. "Il primo spot, ambientato all'interno di un'auto, si rivolge a chi è già Promotore Finanziario; il secondo, ambientato in una sala da thè, 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 la Consulenza Globale sia ad oggi una professione esclusivamente maschile".

MERCATI

Aumenta l'interesse per le Borse europee

WALTER OTTOLENGHI

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 presentatosi 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.

POTENZIATI I PROGRAMMI DOPO I SUCCESSI DELLA PASSATA STAGIONE (+30% DI AUDIENCE)

Anche motori e cucina su 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 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 televisiva 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. 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: uno chef di fama internazionale avrà come allievo un aspirante 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".

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

SERVIZIO CLIENTI
Numero Verde 800-107.107
www.bancamediolanum.it

Pagina informativa per i clienti Mediolanum
a cura di Roberto Scippa
roberto.scippa@mediolanum.it

Selezione e reclutamento
02/90492778