

Parte il nuovo conto targato Mediolanum

MILANO ■ Una campagna pubblicitaria da 30 milioni di euro. Tanto spenderà Banca Mediolanum per il lancio del nuovo conto corrente Riflex e della carta di credito Reflexcard. Una comunicazione a 360 gradi che interesserà tutti i mezzi, dalle televisioni generaliste, alle satellitari, passando per quotidiani, periodici, radio, Internet e maxi affissioni. Ecco in sintesi le caratteristiche delle nuove proposte. Il conto corrente Riflex prevede costi che arrivano al massimo a 5 euro al mese, ma se sul conto sono depositati mediamente 6mila euro non è prevista alcuna spesa. È possibile operare via telefono, Internet e tv 24ore su 24 e con questo nuovo conto si possono effettuare tutte le normali operazioni bancarie (prelievo bancomat presso 15mila sportelli convenzionati, emissione di assegni, bonifici, pagamenti) gratuitamente.

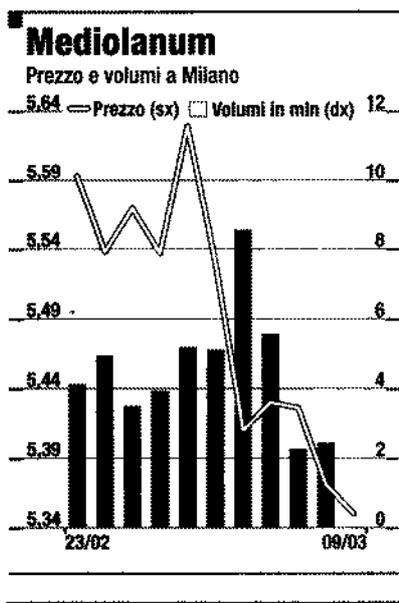
Non sono previsti costi anche se il cliente deposita in media meno di 6mila euro ma ha altri investimenti nel gruppo. «Possiamo offrire queste condizioni perché abbiamo molti meno oneri rispetto a una banca tradizionale. Avremo i primi numeri già a partire da aprile e io mi aspetto qualche migliaio di clienti alla settimana. È possibile che per il primo anno ci rimetteremo, ma con questa iniziativa la nostra azienda crescerà più degli anni scorsi». Lo ha detto Ennio Doris, presidente di Banca Mediolanum, nel corso della conferenza stampa che si è tenuta ieri a Milano per la presentazione dei nuovi prodotti. Reflexcard, invece, è una carta di credito che sarà resa disponibile a partire da aprile e ha tre caratteristiche: la foto del titolare (su richiesta); può essere utilizzata, oltre che come carta di credito, anche come

bancomat o come carta revolving; permette di effettuare acquisti su Internet in maniera sicura. Prima di realizzare un'operazione, infatti, il cliente potrà chiamare il call center che fornirà un numero (che non è quello della carta) utilizzabile una volta sola.

Iniziativa, queste, che hanno comportato l'assunzione di 60 persone. «Riflex è un'operazione di lungo periodo — ha detto Edoardo Lombardi, vice presidente di Banca Mediolanum —; su un milione di clienti, infatti, solo 400mila hanno il conto corrente. Dobbiamo fare molto, ma lo sforzo avviene in un momento favorevole in cui si sta riprendendo il rapporto di fiducia con i risparmiatori. Nel 1998 abbiamo aperto 100mila nuovi c/c ma con questo prodotto credo che faremo di più. I clienti hanno bisogno di fatti concreti, sono tempestati di prezzi speciali, ma con l'«asterisco». Quindi con benefici vincolati a determinate condizioni

Durante l'incontro non si è parlato solo dei nuovi prodotti. Doris ha anche sollecitato incentivi per lo sviluppo della previdenza. «Spero si vada verso un incremento della deducibilità fiscale — ha detto —, perché sotto questo aspetto l'Italia è ultima in Europa». Sull'eventuale uscita di Fininvest dal capitale di Mediolanum, infine, Doris ha commentato così: «È un'ipotesi molto remota, di vero c'è ben poco. Il mio partner è felice dell'investimento che ha fatto, anche se la sua azienda di riferimento è Mediaset. Mi auguro di avere quel partner per sempre. E se deciderà di uscire, mi darò da fare per prendere qualcosa io e per trovare un altro socio che sia così tollerante».

ISABELLA DELLA VALLE



*Per il lancio del prodotto
una campagna da 30 mln*

