

La spinta americana darà fiato alle Borse

La ripresa potrà essere sfruttata diversificando gli investimenti

L'economia americana, con il suo effetto di leadership sui Paesi occidentali ha subito un brusco cambiamento negli Anni '80 con l'avvento di Reagan, a quel tempo la disoccupazione americana aveva toccato l'11%: un livello altissimo ereditato dagli Anni '70, con la crisi petrolifera e l'impennata del costo dell'energia. Si pensava che l'economia mondiale non potesse più conoscere i tassi di sviluppo perché la base della crescita degli Anni '60 (il petrolio a basso costo) era finita. Reagan salì alla presidenza con alle spalle una carriera di attore, era poco stimato e considerato: si temeva che fosse un uomo più di apparenza che di sostanza. Reagan invece portò una rivoluzione attraverso un fortissimo taglio delle tasse a tutti i livelli, soprattutto a quelli più alti, per i quali il taglio delle tasse è stato fortissimo, l'aliquota massima che era del 71% è stata ridotta al 28 per cento. Contemporaneamente non tagliò le spese, anzi, le aumentò, soprattutto quelle della difesa perché era in corso la grande sfida con quello che lui chiamava "l'impero del male", l'Unione Sovietica. L'effetto di questi due provvedimenti (il taglio delle tasse e l'aumento delle spese) nei primi anni ha prodotto un incremento del deficit, bisogna ricordare che c'era un Parlamento a maggioranza democratica che approvava facilmente le leggi di spesa. Ebbene, questo ha innescato un periodo di sviluppo fortissimo, la crescita del prodotto interno lordo ha toccato l'8%, la disoccupazione è crollata, e queste decisioni hanno influenzato tutti i vent'anni successivi. C'è stata una crisi negli Anni '90, quando l'Iraq ha invaso il Kuwait ed è di nuovo esploso per un breve periodo il prezzo del petrolio, ma poi la ripresa è ripartita. Il passaggio dall'amministrazione repubblicana a quella democratica con Clinton non ha portato cambiamenti sostanziali: c'è stato un ritocco delle tasse, ma quello che è importante è notare che il minor peso del fisco ha fatto anche scendere l'evasione. Il 5% delle famiglie americane più ricche, che all'inizio della presidenza Reagan contribuivano con il 37% delle entrate statali, alla fine della presidenza Reagan contribuivano con il 42%. In seguito abbiamo assistito alla rivoluzione di Internet, al fortissimo aumento

della produttività, e allo scoppio della bolla dei mercati nel 2000. C'è poi stato il cambiamento della presidenza da Clinton. Il 2001 è stato un anno importantissimo, nei primi nove mesi il prodotto interno lordo americano era leggermente calato, meno che agli inizi degli Anni '80, quando il calo era stato di circa il 2%. C'è poi stato l'attacco alle torri gemelle che hanno segnato una svolta importantissima non solo nell'atteggiamento degli Stati

Uniti verso il terrorismo, ma anche una svolta economica, nel senso che Bush ha nuovamente tagliato le tasse e incrementato le spese, esattamente come fece Reagan vent'anni prima: ha portato l'attivo di bilancio, che aveva superato i duecento miliardi di dollari nel 2000 ed era sceso a 120 miliardi nel 2001, circa l'1% del prodotto interno lordo americano, a un passivo di circa 500 miliardi di dollari. Questi provvedimenti, accompagnati da un forte

taglio dei tassi già avviato da Clinton, hanno fatto risalire la china all'economia americana: oggi la crescita è intorno al 4% e per quest'anno si prevede possa essere anche tra il 4 e il 5%. Ma anche se lo sviluppo fosse al 4%, è un ritmo di crescita che l'Europa si sogna da decenni. Secondo le previsioni, questo ritmo di crescita rimarrà anche nei prossimi anni. Ci sarà un calo della disoccupazione perché quando lo sviluppo tiene questi ritmi vengono

creati molti più posti di lavoro di quanti non ne vengano distrutti dal progresso tecnologico. Si diceva che questa ripresa non creava posti di lavoro. Ma tutte le riprese all'inizio non creano posti di lavoro. Prima svuotano i magazzini, poi utilizzano gli impianti al massimo, e solo in seguito si comincia ad assumere. E naturalmente spingono al massimo gli impianti la produttività è determinante, perché più cresce la produttività, più si rinvia la

creazione di posti di lavoro, ma questo tiene bassi i tassi e mette le basi per una ripresa più duratura. Naturalmente poi i posti di lavoro sono arrivati, come è sempre capitato anche in passato.

In Europa purtroppo si prevede che quest'anno andrà meglio dell'anno scorso, ma con crescita tra l'1,5 e il 2%, molto lontane da quelle americane. L'Europa da oltre un ventennio perde terreno nei confronti degli Stati Uniti e se si confronta il reddito medio della famiglia europea e della famiglia americana, negli ultimi vent'anni c'è una differenza del 20% a sfavore dell'Europa. Quali sono i fattori che frenano o bloccano l'Europa? Una politica di stampo dirigista e la pressione fiscale elevata che non è più in grado di finanziare i costi del "Welfare State" non più all'altezza dei suoi compiti. La situazione sociale vede oggi in Europa i giovani che faticano nel trovare un impiego; mentre uomini e donne, arrivati a 50 anni, non hanno più prospettive davanti a sé: è una situazione grave, che stati moderni che hanno i problemi sociali al centro dei loro interessi non dovrebbero permettersi. Al contrario lo stato che davvero si preoccupa di questi argomenti è quello in grado di creare nuovi posti di lavoro; così che le persone non ricevano l'elemosina dei sussidi, ma siano messe nelle condizioni di poter guadagnare: da tale punto di vista gli Stati Uniti sono molto più avanti dell'Europa. Anche lì emergono le contraddizioni, perché chi è fuori dal sistema economico si trova in difficoltà; ma con un tasso di disoccupazione al 5,5% chi è senza lavoro riesce a reinserirsi velocemente; nel giro di 1-2 mesi; e comunque le persone fuori dal sistema sono in percentuale davvero poche, mentre in Europa sono sempre tante.

Le Borse hanno conosciuto un calo di tre anni, iniziato dal marzo 2000, proseguito nel 2002 e terminato nel marzo 2003; mentre nell'ottobre del 2002 è stato toccato il minimo. Successivamente c'è stato un forte rialzo e continuerà la spinta della ripresa, che potrà essere sfruttata al meglio tramite la diversificazione e ricordando sempre al risparmiatore di investire nel mercato azionario solo il denaro che è certo di non dover toccare per almeno dieci anni.

Ennio Doris

MEDIOLANUM CHANNEL ED ESPANSIONE

Alla scoperta di strategie con i grandi della storia

I programmi di Mediolanum Channel hanno avuto un consenso del pubblico che ha fatto registrare un aumento della notorietà del 10% grazie soprattutto ad uno dei due programmi di punta previsti dal palinsesto, "I navigatori del Tempo". Tutte le puntate del programma saranno distribuite dal mensile Espansione, a partire dal mese di novembre, allo stesso prezzo di copertina.

Il programma televisivo è nato dall'idea di Edoardo Lombardi, Vice Presidente di Banca Mediolanum, che è riuscito a coniugare management e storia, marketing e guerra, fornendo una chiave di lettura originale per chi affronta tutti i giorni la sua battaglia nel mondo professionale. "Chi gestisce un'azienda sviluppa piani stra-

tegici, si preoccupa delle risorse, cura il morale delle sue persone, proprio come fa un generale quando affronta una guerra o una battaglia", precisa Edoardo Lombardi.

Con questa iniziativa editoriale, promossa in collaborazione con Espansione, Mediolanum Channel

offre non solo una semplice occasione di svago, ma anche un'opportunità di formazione e di sostegno per chi occupa una posizione di comando e deve agire ogni giorno per imporsi sul mercato. Queste azioni sono talvolta complesse e rilevare gli aspetti critici può essere tanto emblematici

quanto ottenere il consenso comune. Con una sapiente costruzione intellettuale, "I Navigatori del Tempo" trasmette l'arguto messaggio che la guerra, con la sua razionalità ed il suo linguaggio, è in grado di informare il management: cosa vi è meglio di una battaglia per illustrare in quale modo sbarazzarsi del nemico? L'innovazione dei prodotti a disposizione è uno dei fattori chiave, così come le strategie per evitare la disfatta: vedere sullo schermo le tecniche utilizzate nelle grandi battaglie della storia, come Lepanto o Caporetto, unisce l'utile alla cultura, rinfrescando eventi storici importanti che non sempre rimangono nella memoria.



Arnoldo Mosca Mondadori ed Edoardo Lombardi durante la registrazione del programma

L'ECONOMIA REALE E LE PROSPETTIVE DEGLI ANDAMENTI DI BORSA

Estero: dalle semestrali prospettive incoraggianti

La reazione tipica degli investitori all'incertezza dei mercati finanziari è spesso quella di non fare nulla, rimanendo "liquidi" in attesa che la situazione si stabilizzi. Questo atteggiamento è comune sia nei piccoli risparmiatori che negli investitori istituzionali i quali, oggi, tengono percentuali ingenti del loro patrimonio in liquidità. Si trascura, invece, il fatto che quando il pessimismo è più diffuso si generano le migliori opportunità di acquisto. Questo accade perché, nei momenti di massimo sconcerto, gli investitori "deboli", quelli che speravano in una facile speculazione e sono stati delusi, vendono. In queste condizioni basteranno poche notizie positive per generare forti rimbalzi sul mercato. Questa regola è stata confermata anche nell'ultimo rialzo di borsa (iniziato nel Marzo 2003) dall'indicatore ottimisti/pessimisti dell'AAII (American Association of Individual Investors). Questo indicatore ha fatto segnare un minimo proprio in concomitanza del minimo del mercato (Marzo 2003), toccando un massimo relativo all'inizio del 2004 quando la speranza di una forte ripresa economica si era già riflessa in un brusco rialzo dei corsi azionari. Negli ultimi mesi, però, l'ottimismo non è più così diffuso. Bombardati dalle notizie di attentati e rapimenti e delusi da speranze, probabilmente troppo ottimistiche, di forti rialzi, gli investitori sembrano essersi allontanati dalle borse. E' interessante, però, osservare che i mercati finanziari non hanno reagito alle recenti notizie negative con flessioni, ma hanno con-

tinuato un lento e costante movimento al rialzo. La disattenzione degli investitori talvolta distoglie l'attenzione dai risultati effettivi ottenuti dalle borse dall'inizio dell'anno. In questi primi otto mesi il rendimento della borsa italiana è stato del 4,5% (a cui si deve aggiungere il rendimento dei dividendi compreso tra il 2 ed il 3%), simile a quello delle principali borse internazionali; una performance interessante se confrontata con la liquidità.

Inoltre, i risultati emersi dai dati delle semestrali delle imprese sono superiori alle aspettative del mercato. La crescita degli utili è tornata a essere influenzata dalla crescita organica, anziché dal taglio dei costi; i dati americani presentano un calo della disoccupazione e non ci sono segnali di aumento dell'inflazione. Ma allora perché tante facce tristi in giro? Perché è più facile recepire una notizia negativa che cercare di guardare fuori dall'orizzonte del proprio paese. Se guardiamo in un'ottica planetaria la ripresa è già iniziata e le borse, come sempre, lo rifletteranno. Se nel terzo millennio i forti ed indiscriminati rialzi del passato sono un ricordo, i rendimenti azionari, seppur minori, si confrontano con rendimenti obbligazionari molto contenuti. Diventa così importante l'approccio di investimento con il Consulente Globale Mediolanum: investimento che dovrà essere caratterizzato dalla diversificazione, nelle cinque direzioni previste dalla strategia delle 5 D, e dall'orizzonte temporale di lungo periodo.

Giovanni Bagioti



Informazione commerciale

Il promotore Mediolanum è il più soddisfatto

I segreti del successo dei Consulenti Globali della rete guidata da Ennio Doris

Banca Mediolanum è la rete che complessivamente soddisfa di più i promotori finanziari italiani, oggi alle prese con la sempre più difficile sfida di offrire una reale consulenza integrale al cliente. È questa la conclusione di "PF Monitor", un'indagine indipendente di monitoraggio della soddisfazione dei promotori finanziari realizzata recentemente da Allaxia e GPF&A. La ricerca verte sullo scenario delle reti per il 2004, le valutazioni sulle opportunità di business ed il "sentiment" nei confronti del mercato azionario. In particolare, le finalità dell'indagine sono rivolte anzitutto a misurare il grado di soddisfazione dei promotori e la loro interazione con le società di appartenenza, in modo di fornire indicazioni utili alla società stessa. Si è poi stilata una classifica delle società migliori che operano nel mercato della distribuzione di prodotti finanziari. Lo studio ha avuto come scopo la raccolta delle sensazioni e la valutazione del punto di vista di chi sta "in trincea" in questo mercato, avendo contattati diretti sia per quanto riguarda la domanda sia per l'offerta di prodotti e servizi.

Ma quali sono oggi i fattori specifici che fanno la soddisfazione di un promotore finanziario italiano? Anzitutto la gamma di prodotti che viene messa a disposizione dalla società, poi tutti i supporti che sono forniti in materia di comunicazione e marketing. Rivestono importanza anche il supporto offerto dalla linea manageriale di riferimento, la qualità e l'efficacia della formazione, la frequenza e il livello qualitativo dell'informatica sull'andamento dei mercati, le "operazioni" (tempi di apertura dei contratti, consegna materiali...), la dotazione informatica, i criteri di sviluppo e inserimento professionale nella società.

Due però sono i fattori davvero fondamentali nel determinare la soddisfazione complessiva del promotore: l'attenzione e l'impegno che l'azienda è in grado di dimostrare nei confronti della rete e, ovviamente, la remunerazione e tutto il sistema di "benefici" ed incentivi. In particolare di questi due fattori decisivi, il primo, dal 2003 all'anno in corso, è passato da un'importanza del 19% al 16%; mentre il secondo è salito dal 13% al 14%. Vediamo ora in dettaglio i risultati dell'indagine, che è stata condotta, tramite interviste telefoniche, su un campione di 700 promotori finanziari, facenti capo a sette reti. I nomi dei soggetti sono stati estratti a caso dal sito della Consob e sono stati successivamente selezionati te-

Soddisfazione complessiva				
Dom.2	Base:totale intervistati		(2)(1)media (1-4)	
B. Mediolanum	(4)	80	(3) 37	3.57
AAA	52	46	3	3.89
BBB	36	62	2	3.34
FFF	35	61	3	3.30
EEE	31	62	6	3.23
DDD	23	66	8	3.10
CCC	17	69	14	3.01
Compl. sudd. (4) Parz. sudd. (3) Parz. insod. (2) Compl. insod. (1)				3.26
Tot. campioni				

Soddisfazione - supporti forniti in tema di comunicazione e marketing				
Dom.2	Base:totale intervistati		(2)(1)media (1-4)	
B. Mediolanum	(4)	80	(3) 19	3.79
BBB	44	44	12	3.32
EEE	34	57	6	3.23
FFF	39	44	16	3.22
AAA	26	63	11	3.16
CCC	29	58	12	3.13
DDD	25	63	21	3.02
Compl. sudd. (4) Parz. sudd. (3) Parz. insod. (2) Compl. insod. (1)				3.27
Tot. campioni				

Soddisfazione - Frequenza e qualità delle comunicazioni tra Società e PF				
Dom.2	Base:totale intervistati		(2)(1)media (1-4)	
B. Mediolanum	(4)	80	(3) 19	3.77
BBB	54	41	3	3.47
AAA	56	34	11	3.45
FFF	45	48	7	3.33
DDD	39	46	14	3.23
EEE	37	46	18	3.23
CCC	28	58	12	3.12
Compl. sudd. (4) Parz. sudd. (3) Parz. insod. (2) Compl. insod. (1)				3.25
Tot. campioni				

L'indagine indipendente di "Allaxia e GPF&A" riconosce alla Banca anche il primato per i supporti forniti nella comunicazione e nel marketing

nendo presente due criteri, entrambi rilevati attraverso quesiti diretti posti all'intervistato e tesi a verificare: l'attuale esercizio della professione di promotore finanziario e la rete di appartenenza. Il campione era rappresentato per l'82% da uomini e per il 18% da donne, con età perlopiù (74%) compresa fra i 25 ed i 44 anni, avente un titolo di studio per la maggior parte (66%) di diploma di scuola media superiore; mentre l'area geografica di appartenenza risulta il Nord al 42%, il Sud a 37% e il Centro al 21%. Ebbene: a livello di soddisfazione complessiva del promotore Banca Mediolanum è risultata saldamente prima. Infatti, nella sca-

la da 1 a 4 ottiene un punteggio di 3,5 migliore della media del campione (3,26) e pure in crescita rispetto al valore ottenuto nel 2003 (3,47). La rete condotta da Ennio Doris guida la classifica anche per i supporti forniti in tema di comunicazione e marketing. Il valore ottenuto è 3,79, migliore della media (3,27) e in aumento se confrontato con il 2003 (3,61). Mediolanum è prima anche per ciò che riguarda la frequenza e la qualità delle comunicazioni tra società e promotore: il risultato attribuito dall'indagine è infatti di 3,77, migliore rispetto al 3,68 ottenuto nel 2003 e alla media (3,25). La rete Mediolanum occupa la prima posizione pure considerando il

fattore fondamentale di soddisfazione sopradescritto e relativo all'attenzione e all'impegno che la società dimostra nei confronti del "network" dei suoi promotori: il punteggio di 3,60, più o meno identico rispetto al 2003 (3,61), è decisamente elevato se paragonato alla media del campione preso in esame da "PF Monitor" (3,16). Infine altri due criteri di soddisfazione hanno visto Banca Mediolanum detenere la "leadership" fra le reti: i criteri d'inserimento e sviluppo professionale, e la qualità ed efficacia della formazione. I punteggi ottenuti sono stati, rispettivamente, di 3,33 e 3,74, in entrambi i casi largamente oltre il risultato medio.

Soddisfazione - Criteri di inserimento e sviluppo professionale				
Dom.2	Base:totale intervistati		(2)(1)media (1-4)	
B. Mediolanum	(4)	45	(3) 45	3.33
BBB	34	54	12	3.22
AAA	29	60	11	3.18
FFF	33	47	18	3.11
DDD	25	56	16	3.01
EEE	26	52	18	3.01
CCC	12	66	24	2.73
Compl. sudd. (4) Parz. sudd. (3) Parz. insod. (2) Compl. insod. (1)				3.07
Tot. campioni				

Le sigle AAA - BBB CCC - DDD EEE - FFF stanno ad indicare altre reti concorrenti delle quali non vengono pubblicati i nomi per motivi di correttezza. L'indagine è stata condotta su un campione di 700 promotori di 7 reti diverse.

NUOVE OPPORTUNITÀ IN TOSCANA

Incontri con aspiranti Junior Executive

Durante il mese di ottobre nelle maggiori città toscane saranno offerte a giovani laureati e diplomati giornate di formazione e informazione nelle quali saranno illustrati i punti di forza della professione di Junior Executive, la filosofia e la mission del Gruppo Mediolanum, le prospettive di crescita personale e professionale che si offrono a chiunque scelga di intraprendere questa strada.



I Promotori di Banca Mediolanum che terranno gli incontri in Toscana per la selezione di 72 Junior Executive

L'intento finale di questo innovativo approccio all'attività di reclutamento è verificare il reale interesse dei candidati in maniera da coinvolgere solo quelli più motivati e più interessati a diventare delle figure professionali eccellenti da inserire nella propria struttura.

Lo sviluppo della rete di Banca Mediolanum in Toscana in questo periodo è superiore alla media nazionale con un incremento del 20,6% rispetto al 2003; la regione è molto attiva e ben strutturata

ed è in grado di accogliere 72 nuovi Junior Executive (la figura più avanzata di consulenza al risparmio familiare) che si affiancheranno ai 350 Consulenti Globali già attivi sul territorio, che ad oggi gestiscono più di 50.000 clienti.

Quelli che avranno superato la prova saranno poi supportati nel loro percorso formativo dagli 82 Tutor qualificati che già operano nei 28 uffici di Promotori Finanziari e negli 8 Punti Mediolanum presenti in Toscana. La formula di informazione e formazione di gruppo è già stata precedentemente sperimentata da Banca Mediolanum e ha ottenuto un notevole riscontro. Infatti, al termine della giornata, dopo aver ascoltato e capito le motivazioni, le opportunità professionali a loro disposizione, incontrato di persona chi già è impegnato nella consulenza al risparmio nella Banca, 9 candidati su 10 hanno chiesto di accedere alla fase successiva di valutazione.

SEMESTRALE È cresciuto del 40% l'utile del Gruppo

Mediolanum ha archiviato il primo semestre dell'anno con ottimi risultati, evidenziati in particolare dall'utile netto consolidato attestatosi a 77 milioni di euro, con una crescita del 40% rispetto ai primi sei mesi del 2003. Anche le masse amministrative consolidate sono cresciute rispetto al primo semestre dell'esercizio precedente, raggiungendo i 24.946 milioni di euro, in progresso del 13%. La rete guidata da Ennio Doris ha messo a segno nel primo semestre del 39% in corso anche un aumento del 3% dell'organico complessivo dei consulenti esclusivi che nei tre mercati di attività (Italia, Spagna e Germania) hanno raggiunto le 5.413 unità. Anche i dati semestrali relativi al mercato italiano hanno fatto registrare un miglioramento dei coefficienti reddituali: in particolare il risultato netto di periodo è stato pari a 93 milioni di euro, con un aumento del 25% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; mentre le masse amministrative sono salite dell'11% se confrontate al 30 giugno 2003 attestandosi a

20.595 milioni di euro. Analizzando nel dettaglio, la raccolta netta del risparmio gestito, si osserva che essa è risultata sostanzialmente in linea con quella ottenuta nel primo semestre 2003 (-6%); ma soprattutto è da considerare la circostanza che la stessa raccolta è stata positiva nei primi sei mesi del 2004. Il comparto delle polizze vita ha fornito un contributo degno di menzione, realizzando una raccolta netta per 693 milioni, che ha significato un aumento del 39% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. A proposito di premi lordi del comparto vita essi sono cresciuti del 37%, attestandosi complessivamente a 1.147 milioni; mentre i premi pluriennali di nuova produzione (soltanto polizze di tipo unit linked) hanno contribuito per 89 milioni di euro, in crescita del 30%; infine, i premi unici hanno raccolto 671 milioni, con una progressione del 56%. Più contenuta (2,5%) è stata la crescita della raccolta lorda di fondi comuni di investimento e gestioni patrimoniali che ha raggiunto gli 841 milioni di euro.

Notizie Mediolanum a cura di Roberto Scippa

Selezione e reclutamento tel. 02-90492778

SERVIZIO CLIENTI

Numero Verde 800-107107

www.bancamediolanum.it