

MEDIOLANUM CORPORATE UNIVERSITY INCONTRA L'ECCELLENZA

# Bob Doll "È iniziato un nuovo ciclo: ottimo per le azioni"

*Il top manager di BlackRock, dal dopo-recessione in Usa all'economia europea, alla crisi nordafricana*

**L**a faticosa risalita è terminata. È cominciato un nuovo ciclo". La constatazione è di Bob Doll, responsabile delle azioni globali e direttore dei consulenti di BlackRock, la più grande società al mondo di gestione del risparmio, che ha tenuto di recente una conferenza del ciclo "MCU incontra l'eccellenza", ideata dall'amministratore delegato di MCU Oscar di Montigny, nella sede della stessa Mediolanum Corporate University.

Tale evento rientra nel novero delle iniziative organizzate da Mediolanum Corporate University mirate alla condivisione dell'eccellenza. Il format consiste in un ciclo di appuntamenti - mediamente uno al mese - con ospiti prestigiosi, personalità che, in Italia e nel mondo, incarnano modelli di eccellenza in settori professionali affini a quelli in cui opera Banca Mediolanum e comunque di interesse per i membri della sua Community. Tema dell'incontro: lo scenario internazionale presente e prossimo futuro dei mercati finanziari dal punto di vista dell'investitore. Bob Doll, il top manager americano, ha esaminato in particolare la situazione degli Usa, che da sempre fanno da traino per l'economia e la finanza del resto del mondo. In sintesi: la svolta definitiva ci sarà quando la disoccupazione calerà ancora, ma l'economia è in ripresa, crescono i consumi, le aziende riorganizzate e snellite durante la crisi lavorano a pieno ritmo e sono piene di soldi da impiegare come mai in precedenza, i reinvestimenti negli ultimi sei mesi sono aumentati del 60% rispetto a un anno fa. Quest'anno la crescita economica sarà del 3,5%, a due cifre il rendimento dei titoli azionari. Sono in fase di espansione i settori energia, tecnologia, servizi sanitari. La notizia che la convalescenza del mercato azionario americano è terminata è positiva non soltanto per Mr. Smith ma anche per tutti i signori Rossi e Martin e Müller d'Europa, per noi cioè che abbiamo visto sempre cadere nel Vecchio Continente ciò che un anno, un anno e mezzo prima è accaduto oltreoceano. Per Mediolanum è una doppia soddisfazione, in quanto conferma le previsioni fatte dalla Banca un anno fa, con i consumi in picchiata e le aziende che arran-



cavano: le "medicine" date al mercato "malato" stanno facendo effetto, come pure le "diete" imposte all'economia (che sono costate un calo dell'occupazione ma anche del costo del petrolio). La

conseguenza naturale è che le azioni saranno molto più remunerative delle obbligazioni. Dunque "se vuoi investire col massimo profitto non aspettare che la ripresa avvenga, ti basti sapere che avverrà". Quanto alle rivolte popolari che infiammano il Nordafrica, Bob Doll ha dichiarato che "non dobbiamo temere un eccessivo rialzo del prezzo del petrolio. Se la Libia non dovesse fornirci più il suo milione e mezzo di barili al giorno, l'Arabia Saudita può aumentare la sua produzione fino a 4,5. I rincari di queste settimane sono dettati non da una emergenza reale ma dalla paura". Un invito a non abbandonarsi al panico condiviso da Ennio Doris, che così ha commentato: "Queste che io chiamo "rivoluzioni della consapevolezza" sono proteste profondamente democratiche, cominciate nell'89, proprie dell'uomo che scopre di avere dei diritti. Se in questi Paesi si affermano governi democratici, le ricadute benefiche si avranno per tutti anche in campo economico e finanziario".

L'agenzia pubblicitaria Red Cell, del Gruppo WPP, si è aggiudicata la gara per l'assegnazione dell'incarico

## Nuovo partner creativo per la comunicazione di Mediolanum

**Rovelli: «Il nuovo format partirà a maggio, per un'ampia campagna multimediale»**

Sarà Red Cell il partner creativo che collaborerà alle prossime campagne di comunicazione di Mediolanum. L'agenzia pubblicitaria del Gruppo WPP in queste ultime settimane si è aggiudicata la gara relativa al progetto, a cui hanno partecipato oltre quattro tra le principali agenzie del settore a livello nazionale e internazionale. «Con Red Cell avviamo una nuova e importante collaborazione a cominciare dal prossimo format di comunicazione, che partirà a maggio in concomitanza con il Giro d'Italia 2011, dove per la nona edizione consecutiva saremo presenti come sponsor della Maglia Verde» osserva Gianni Rovelli, responsabile comunicazione e marketing commerciale del Gruppo, «e che sfrutteremo per una declinazione territoriale della nuova campagna, come sempre pianificata direttamente da noi, che sarà multimediale e multicanale». Le attività di comunicazione rappresentano del resto, da sempre, un elemento essenziale all'interno delle strategie di Mediolanum per continuare a crescere nel mercato bancario e finanziario "retail", dei risparmiatori e investitori privati. «È per noi una grande responsabilità e un grande onore inserirci all'interno di una storia di comunicazione aziendale molto importante, di grande successo e di grande prestigio, come quella di Banca Mediolanum» sottolinea Alberto De Martini, amministratore delegato di Red Cell, «una storia segnata da importanti elementi di innovazione comunicativa e creativa. Sia sul piano culturale, ad esempio con la partecipazione e l'esposizione per la prima volta diretta, in prima persona, di un banchiere nella comunicazione commerciale; un aspetto che ha determinato un elemento di discontinuità notevolissimo rispetto alla tradizionale comunicazione del settore bancario e finanziario». Inoltre, aver vinto una gara a cui hanno preso parte alcune delle più grandi e più prestigiose agenzie di comunicazione in Italia e a livello internazionale, «è un risultato di grande soddisfazione» osserva De Martini: nell'ideazione e realizzazione della prossima campagna «intendiamo intervenire con grande attenzione e con grande delicatezza» in questo contesto comunicativo, per offrire elementi di novità ma anche mantenere fattori di continuità all'interno di questa importante storia di comunicazione».



Gianni Rovelli

ENTRA IN BANCA MEDIOLANUM BASTA UNA TELEFONATA 840 704 444 [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it) - Selezione e reclutamento tel. 840 700 700 [www.familybanker.it](http://www.familybanker.it)  
Notizie Mediolanum - a cura di Roberto Scippa - [roberto.scippa@mediolanum.it](mailto:roberto.scippa@mediolanum.it)  
Questa è una pagina di informazione aziendale il cui contenuto non rappresenta una forma di consulenza né un suggerimento per investimenti