

## INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

INVESTIRE SIA NEI PERIODI DI RIALZO CHE IN QUELLI DI RIBASSO DEI MERCATI ELIMINA I CONTRACCOLPI DEGLI SCENARI DI BREVE TERMINE

BANCA  
MEDIOLANUM  
GRUPPO BANCARIO MEDIOLANUM

## Borse, bisogna puntare su investimenti costanti

L'indice mondiale MSCI dimostra che a lungo termine quotazioni e rendimenti crescono sempre. Con nuovi massimi record

C'è un metodo preciso ed efficace per accorciare le crisi di Borsa e mitigarne gli effetti: continuare a investire. In maniera regolare, costante nel tempo, in un'ottica di lungo periodo. In modo da acquistare titoli sia nei momenti di crescita e di alte quotazioni, quando valgono - ma anche costano - di più, sia quando i mercati scendono e sono ai minimi, quindi in una condizione più conveniente e vantaggiosa in prospettiva. È il sistema per compensare i due picchi azionari, i record al rialzo e quelli al ribasso, e per ottenere una media vantaggiosa che elimina gli estremi. E, con questi, la volatilità e il saliscendi che investe le azioni nel breve periodo, e in un periodo come quello che stiamo attraversando. Sono alcune delle regole che caratterizzano Borse, investimenti e mercati finanziari. Non solo. La durata media di una crisi in Borsa è molto più breve dei periodi di crescita. I nuovi massimi dei listini azionari sono sempre più alti dei massimi precedenti. E nel lungo periodo si guadagna sempre, dato che i momenti difficili vengono poi superati e si torna a creare valore: proprio per questo, investire quando le quotazioni sono ai minimi si rivela sempre un grande affare. Con crescite a doppia o tripla cifra. Sono regole non scritte, spesso poco evidenti per chi guarda ai listini con prospettive di breve

periodo e di corto respiro o per chi si lascia influenzare dalle turbolenze congiunturali, ma che si possono ricavare con precisione, quasi fossero una formula matematica. Comparando dati e cifre

**Chi guarda ai listini con prospettive di breve periodo o si lascia influenzare dalle turbolenze congiunturali non coglie quelle regole non scritte che si ricavano dall'osservazione storica dei mercati**

dell'indice MSCI World (che descrive l'andamento delle Borse dei principali Paesi industrializza-

ti), relativi a tutte le principali crisi nella storia delle Borse mondiali, dal crac del 1929, al crollo di Wall Street nel 1987, allo scoppio della Bolla tecnologica nel 2000, si rileva che, per un ipotetico investitore che abbia effettuato il 100% del proprio investimento al momento delle quotazioni massime, appena prima del calo dei listini, in media il recupero dei valori nominali iniziali di titoli e quotazioni avviene dopo circa 50 mesi, quindi in quattro o cinque anni, dal momento del picco minimo. La perdita media di valore delle azioni, secondo questo raffronto tra le varie crisi storiche, è pari al 33%, ma l'incremento medio che segue ai minimi nella fase di recupero è in-

## Tempo necessario per recupero dai massimi in alcune delle principali crisi finanziarie

Crisi	Date	GD/MSCI WRI	Performance investimento 100% al max	Mesi recupero level	Date	GD/MSCI WRI	Cambio medio	Perf. invest. 50% al max 50% al min invest.	Mesi recupero level
CROLLO 1929-1974	max	30/03/1973	4.300,9		30/03/1973	4.300,9			
	min	30/09/1974	2.575,4	-40%	30/09/1974	2.575,4	3.222	-20%	
	recupero	31/03/1978	4.360,1	69%			3.427,5	33%	23
CROLLO WALL STREET	max	31/08/1987	29.299,1		31/08/1987	29.299,1			
	min	30/11/1987	23.332,4	-20%	30/11/1987	23.332,4	25.978	-10%	
	recupero	30/11/1988	29.903,8	28%			27.879,9	19%	5
TORRI GEMELLE 2000-2001	max	31/03/2000	110.667,5		31/03/2000	110.667,5			
	min	30/09/2002	59.419,4	-46%	30/09/2002	59.419,4	77.323	-23%	
	recupero	31/01/2006	113.458,3	91%			79.337,7	34%	44
TORRI GEMELLE 2000-2001	max	27/03/2000	102,3		27/03/2000	102,3			
	min	09/10/2002	51,8	-49%	09/10/2002	51,8	68,757	-25%	
	recupero	06/01/2006	103,2	99%			68,8	33%	42
Performance dai minimi	21/01/2008	115,3	123%		21/01/2008	115		123%	

vece del 75%, di gran lunga superiore alla perdita precedente, e, ancora di più, di grandissima convenienza per chi investe quando i prezzi sono bassi. Questi calcoli si riferiscono, come già evidenziato, esclusivamente a un ipotetico caso estremo: il peggiore in assoluto. Per mitigare gli effetti dei periodi di flessione delle Borse e accorciare i tempi di recupero scatta la regola che induce a investire in modo costante, regolare, puntando sempre a un'ottica e a guadagni di lungo periodo. Analizzando, ad esempio, l'andamento storico dell'indice MSCI, se si ipotizza un investimento per metà effettuato nel momento delle quotazioni massime e per metà quando sono ai minimi, in modo da compensare i due casi estremi, si rileva che gli effetti di un deprezzamento dei listini rientrano molto prima: dopo soli 5 me-

si nel caso già citato del crollo di Wall Street, dopo 44 mesi (anziché 71, come già visto) dal declino seguito all'attacco alle Torri Gemelle. In questo caso si ricava inoltre che anche la perdita media per una crisi di Borsa si dimezza, risultando pari al 17% rispetto al 33% dell'ipotesi più negativa, mentre l'incremento me-

a investire in maniera costante nel tempo elimina quindi gli effetti negativi e i contraccolpi di uno scenario di breve durata, per garantire un rendimento di lungo periodo in linea con l'andamento tendenziale dei mercati, che dopo fasi cicliche di flessione proseguono sempre nel loro percorso di sviluppo e di crescita.

## IL PUNTO DEI MERCATI DI ANTONELLO ZUNINO

## La "Cabala" dei mercati

La "Cabala", riferita all'andamento dei mercati azionari, è andata prendendo più peso di molte analisi dense di dati. È un meccanismo basato sulla percentuale di "correlazioni" che, nei decenni, si sono manifestate tra determinati fenomeni e l'andamento dell'indice americano Standard and Poor's, che a sua volta ha una correlazione dell'89% con quello dei mercati mondiali. La "correlazione" indica l'intensità del legame che caratterizza due fenomeni.

Nella nostra cabala consideriamo solo correlazioni intorno all'80%: a ogni evento attribuiamo un peso diverso, legato anche al numero di volte che il fenomeno si è verificato. In base alla media ponderata che ne deriva pronostichiamo come chiuderà l'indice americano a fine anno: una scommessa a 11 mesi, insomma, che ignora quello che sta accadendo sui mercati o alle economie.

Il primo elemento in ordine di importanza è l'andamento dell'indice nel mese di gennaio. Per fortuna la correlazione tra un gennaio negativo e l'indice a fine anno è "debole" (circa 60%), visto che quest'anno abbiamo avuto uno dei gennai peggiori dal 1962. Il secondo elemento è rappresentato dal fatto che il 2008 è un anno di elezioni presidenziali. Dal 1952 (Eisenhower) al 2004 (Bush) su 14 elezioni l'indice ha chiuso in positivo 12 volte, con una correlazione dell'86%; molto forte ma non pesantissima per la scarsa cadenza dell'evento.

Ma ci sono ancora due fenomeni che hanno ben altri pesi. Il primo è rappresentato dalla finale tra le due squadre vincenti del campionato di football americano. Domenica 3 febbraio hanno vinto i Giants di New York, dando un segna-

le molto positivo e pesante in termini di cabala. L'ultimo evento psicologicamente rilevante è legato alla moda e può essere così sintetizzato: "Gonne corte: mercati al rialzo; gonne lunghe: al ribasso". Esempi: 1922-1929 gonne sempre più corte; sette anni di rialzo vertiginoso con crollo finale nel 1929; 1982: mini-gonne e mercato "bullish" fino



Antonello Zunino

alla bolla del 2000. Visto che la tendenza attuale sembra il ritorno alla gonna corta, pesiamo bene questo elemento perché ha una forte componente psicologica e gli attribuiamo un gran peso. Conclusione: la somma ponderata degli eventi ci risulta positiva e, nonostante sui mercati aleggi un pessimismo da recessione mondiale, la Cabala, imperturbabile, dice: S&P500 (e mercati mondiali) positivi a fine 2008. Ricordando un piccolo dato: da quando la pubblicammo, la Cabala ha fatto centro 23 volte su 25 con una correlazione del 92%.

Selezione e reclutamento  
tel. 840 700 700  
www.familybanker.it

ENTRA IN BANCA MEDIOLANUM  
BASTA UNA TELEFONATA  
840 704 444  
www.bancamediolanum.it

Notizie Mediolanum  
a cura di Roberto Scippa  
roberto.scippa@mediolanum.it

**M GLOBAL**  
mediolanum communication kit

Scopri i nuovi filmati  
che renderanno  
subito più efficace  
la comunicazione  
della tua azienda

www.mckglobal.it

LA PREMIAZIONE SI È SVOLTA IL 13 FEBBRAIO NELL'EDIZIONE DI ESORDIO DELLA MANIFESTAZIONE ORGANIZZATA A MILANO

## Assegnato il Mediolanum Award

Il riconoscimento per i servizi più innovativi è stato assegnato al Relais Santa Croce di Firenze

Firenze è tornata ai fasti del Rinascimento, quando era una delle città più potenti d'Italia: proprio un hotel di lusso della città toscana, il Relais Santa Croce, ha vinto il primo Mediolanum Award for Service Quality and Innovation, organizzato da Banca Mediolanum con il contributo scientifico dell'Università Bocconi di Milano. La cerimonia di premiazione si è svolta lo scorso 13 febbraio nella città lombarda e ha rappresentato il primo appuntamento di un percorso pluriennale mirato a valorizzare le aziende che nel corso dei dodici mesi precedenti si sono distinte nella qualità del servizio fornito e nella customer satisfaction. Due temi cari a Banca Mediolanum, che ha da sempre nel suo Dna l'attenzione al cliente, intesa come approccio che caratterizza e arricchisce un modello di business "quality oriented".

La prima edizione del Mediolanum Award ha circoscritto il

proprio campo d'interesse al settore turistico, con l'obiettivo di studiare l'innovazione nel comparto alberghiero. In particolare, l'analisi è stata focalizzata sulla categoria degli hotel di lusso: alla rilevazione iniziata lo scorso maggio hanno partecipato circa 90 alberghi, in pratica, la metà di tutti i "5 stelle" presenti nella Penisola. «Una delle linee guida

del progetto scientifico - spiega Andrea Ordanini, vice direttore del Customer & Service Science Lab, il centro di ricerca sull'orientamento al cliente, la qualità e l'innovazione nei servizi creato nella primavera 2007 grazie all'accordo tra Banca Mediolanum e l'Università Bocconi - era la volontà di indagare sul rapporto tra soddisfazione del cliente e miglioramento delle performance aziendali».

Come dire: la customer satisfaction è riconosciuta da ogni azienda come un obiettivo da perseguire, ma l'intesa accademica è tesa a scoprire quali sono le leve attraverso cui si muove e quali le modalità con cui intervenire. «In tal senso - prosegue Ordanini - la collaborazione instaurata con Mediolanum, che ha avviato nel 2006 una partnership scientifica con l'Università Bocconi, è strategica per entrambi: per noi, che siamo studiosi di marketing, e

per l'Istituto, che ha fatto della soddisfazione dei clienti non solo un punto di riferimento, ma anche uno degli elementi qualificanti della sua offerta». Il primo Mediolanum Award è partito da un presupposto preciso: superare la logica dei premi autoreferenziali, che tradizionalmente assegnano riconoscimenti basati su non meglio precisati attributi qualificanti, e scegliere un metodo più scientifico. «La metodologia che abbiamo adottato - spiega Ordanini - si è sviluppata in più fasi successive: dapprima abbiamo contattato le aziende oggetto dell'analisi, ossia gli hotel a cinque stelle, e raccolto i dati necessari. Successivamente, con l'elaborazione delle informazioni in nostro possesso abbiamo stilato una graduatoria. Infine, i servizi innovativi di ciascuno dei primi quattro hotel sono stati sottoposti a un campione rappresentativo, che ha decretato la vittoria finale». Vittoria che è andata al Relais Santa Croce di Firenze, che ha superato il Capri Palace, l'Hotel Villa Afrodite di Bovalino (Reggio Calabria) e il Westin Excelsior di Roma.

