



BANCA MEDIOLANUM Decisa a vincere la sfida della trasparenza, lancia sul mercato due nuovi prodotti

# C'è Riflex: azzerati i costi in banca

Il costo del conto corrente varia da zero a un massimo di 5 euro al mese e consente tutte le operazioni 24 ore su 24

**P**arola d'ordine: trasparenza nel rapporto tra la banca e il cliente. Dopo l'attenzione portata dai media sui costi reali e apparenti dei conti correnti delle banche tradizionali, il cliente oggi, a maggior ragione, esige dal proprio istituto di credito un rapporto all'insegna della limpidezza. Banca Mediolanum, con il suo modello "multicanale", da sempre cerca di soddisfare tutte le esigenze della clientela (compresi i servizi di tipo assicurativo), e mettendo a disposizione la sua rete di Consulenti Globali (oggi a quota 5mila) in grado di

## Prelievi sempre gratuiti da tutti i bancomat di tutte le banche italiane

fornire professionalità e consulenza a trecentosessantatraggi, si sforza di garantire la massima chiarezza in tutta la gamma di servizi bancari e finanziari, accompagnata dalla certezza delle condizioni e dei costi previsti dai contratti di conto corrente. Oggi però Banca Mediolanum ha deciso di fare un passo in più lanciando due nuovi prodotti: il conto corrente Riflex e la carta di credito Riflexcard,

assai innovativa per le sue potenzialità. Due novità presentate ufficialmente in occasione di una grande Convention che si è tenuta a Rimini il 3 e 4 marzo scorsi che ha riscosso un grande successo sia per gli argomenti all'ordine del giorno sia per la carica emotiva regalata dagli "Eroi dello spazio" ai 5mila agenti e manager presenti. Ospiti d'eccezione sono stati due ex astronauti: David Scott,

l'ultimo che nel 1971 ha messo piede sulla Luna, e Fred Haise che aveva fatto parte dell'Apollo 13, e Gerry Griffin "flight director" di una lunga serie di missioni della Nasa. Obiettivo: trasmettere il messaggio che non esiste missione impossibile quando c'è un team compatto, voglia di vincere, una forte motivazione e una salda leadership. E di voglia di vincere sul piano della trasparenza Ennio Doris e la sua Banca, costruita intorno alle esigenze e ai bisogni dei clienti, ne hanno da vendere. Banca Mediolanum ha così messo a punto il conto corrente Riflex, che si propone di "riflettere" quelle che sono le aspettative del cliente bancario nei confronti della propria banca. Il debutto del nuovo prodotto del resto è stato anticipato da approfondite indagini di mercato ed analisi sul rapporto banca-clientela, soprattutto in relazione alla gestione del conto corrente e alle aspettative dei clienti, commissionate su tutto il territorio nazionale sia sui propri clienti che su quelli di altri istituti di credito.

Che cos'è Riflex? Riflex di Banca Mediolanum è un conto corrente completo e non a "pacchetto", che consente tutte le operazioni bancarie di tipo ordinario in modo illimitato e totale: dai prelievi agli assegni, dai pagamenti ai bonifici. La carta bancomat è gratuita e permette un numero illimitato di prelievi assolutamente gratuiti presso qualunque sportello bancomat italiano. Inoltre, per prelievi e versamenti di somme che superino le disponibilità bancomat, ci sono oltre 15mila sportelli convenzionati in tutti i Comuni d'Italia.

Lo sforzo in termini di trasparenza però è stato compiuto soprattutto sul fronte dei costi: Riflex costa, veramente, da zero a un massimo di 5 euro al mese, in funzione di quanto complessivamente si è affidato al Gruppo Mediolanum come garanzia e risparmio gestito. Il canone annuo perciò potrà essere al massimo di 60 euro. Una sorta di patto di limpidezza stipulato con il proprio istituto di credito che assicura un costo pari a 0 quando si ha una garanzia minima o un investimento. Ciò significa che per una garanzia media giornaliera uguale o inferiore a 6mila euro il conto corrente sarà gratuito. Diversamente il costo è di 5 euro, senza "sorprese" di costi aggiuntivi per operare.

Ma non è tutto. Il conto corrente Riflex rispetcia anche la formula innovativa adottata da Banca Mediolanum che ha messo insieme i vantaggi derivanti dall'impiego delle nuove tecnologie con quelli offerti dalle tradizio-

Conto Riflex: le condizioni	
<b>Operatività ordinaria (oneri vari)</b>	
Canone annuo per garanzia media giornaliera inferiore a 6.000 e contestuale patrimonio gestito inferiore a 30.000	60,00
Canone annuo per garanzia media giornaliera superiore a 6.000	Gratuito
Canone annuo per patrimonio gestito superiore a 30.000	Gratuito
Riga su estratto conto	Gratuita
Estratto conto on line	Gratuito
Estratto conto trimestrale cartaceo	Gratuito
Comunicazioni via postafax da servizio Clienti	Gratuito
Disposizioni attraverso servizio Clienti	Gratuito
Spese iniziali per operazioni	Gratuito
Canone servizio telefonico, internet e teletext	Gratuito
Telefonata al servizio Clienti 800-107-107	Gratuita
Bonifici in uscita (Italia)	Gratuiti
Emissione assegni	Gratuita
Invio libretto assegni	Gratuito
Commissione per emissione assegni circolari in di banca con addebito in c/c (assegni in c/c ammessi su mandato dell'Istituto Centrale Banche Italiane)	Gratuito
Spese per singola operazione effettuata attraverso gli sportelli convenzionati	Gratuito
Domiciliazione utenze	Gratuito
Rimesse interbancarie dirette (RID)	Gratuito
<b>Operatività straordinaria (oneri vari)</b>	
Bonifici esteri	Gratuiti per importo inferiore a 12.500
In uscita (area euro)	10,00 per importo superiore a 12.500
Bonifici esteri in uscita (area extra euro)	10,00
Cambio convenzione	5,00
Estinzione del conto corrente	25,82
Imposta di bollo annua su estratto conto	34,20
Pagamento imposta tramite internet (costi fiscali)	2,00
Pagamenti bollettini postali preimballati tramite internet	2,00
Ricarica telefonica (escluse eventuali commissioni richieste dal gestore telefonico)	Gratuita
<b>BANCOMAT (oneri vari)</b>	
Canone annuo	Gratuito
Prelevi presso qualsiasi ATM in Italia (numero illimitato)	Gratuiti
<b>CARTE DI CREDITO (EMESSA SU CIRCUITO CARTA SI) (principali spese)</b>	
Quota annuale Mediolanum RIFLEXCARD	30,00
Quota annuale Mediolanum RIFLEXCARD ORD	75,00

## La Carta di Credito personalizzata

Più garanzie e maggiore tutela della privacy per il titolare. È questa la missione che Banca Mediolanum si propone con Riflexcard, la carta di credito che, dal prossimo mese di aprile, verrà distribuita a tutti i clienti della Banca che la richiederanno. Due sono i punti di forza che la rendono uno strumento di pagamento rivoluzionario sul mercato, a prova di furto o smarrimento.

La carta è innovativa già a partire dalla veste grafica - spiega Francesco Minelli, direttore Marketing di Banca Mediolanum - il nome non è casuale, in quanto su richiesta dell'intestatario è possibile inserire la sua fotografia trasformando la carta, a tutti gli effetti, in un documento di riconoscimento che rispetcia, come il conto corrente, il cliente.

Maggiore sicurezza, quindi, ma anche una rosa più ampia di servizi. Grazie alla collaborazione con CartaSi il costo fisso annuale di 30 euro Riflexcard è carta di credito a saldo e anche revolving, oltre che bancomat, vicard, pagobancomat e bank pass web, funzione che permette di effettuare acquisti online senza correre rischi.

In particolare, per quanto riguarda la modalità di pagamento rateale, la carta si preoccupa di salvaguardare la riservatezza del titolare. Riflexcard permette di decidere mensilmente gli importi da pagare a saldo e quanto invece deve venire addebitato sul conto a rate, senza decidere pedante in anticipo le modalità di rimborso, continua Minelli. Basta telefonare al call center della Banca entro il 28 del mese. Tra l'altro, se si desidera effettuare un pagamento online, il servizio Bank Pass Web consente di ottenere un numero da utilizzare una unica volta per l'acquisto, senza quindi fornire il numero di carta. Come per il conto Riflex, per informazioni e chiarimenti è possibile contattare il numero verde 800-107-107 oppure recare al consulente globale messo a disposizione da Banca Mediolanum.

## "Non ci sono missioni impossibili"

### Tre astronauti americani danno la carica a 5000 Consulenti Globali durante la Convention di Rimini di Banca Mediolanum

Si è tenuta a Rimini il 3 e il 4 marzo, nei locali della fiera Nuova, la Convention Nazionale di Banca Mediolanum. Un appuntamento di lavoro collettivo durante il quale sono state gettate le basi programmatiche per l'attività futura dell'istituto guidata da Ennio Doris. È stata questa l'occasione per presentare alla rete di Consulenti Globali tutto il piano operativo fortemente legato allo sviluppo del settore bancario. Nuovi prodotti (su tutti il conto Riflex e la Riflexcard), nuova campagna pubblicitaria: sono questi i tasselli fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi importanti dichiarati nel corso della Convention stessa. Appuntamento di lavoro, ma non solo. La Convention, per Banca Mediolanum e per i suoi Consulenti Globali, rappresenta anche un momento mediatico di forte emozione e motivazione. A supportare sotto questo punto di vista il lavoro di Ennio Doris e dei suoi collaboratori hanno contribuito tre ospiti di eccezionale rilievo: i due astronauti delle Missioni Apollo, David Scott e Fred Haise, e il responsabile della sala di controllo Gerald Griffin. Il primo ha raggiunto e lasciato la sua impronta sul suolo lunare con l'Apollo 15, un'esperienza che David Scott ha raccontato direttamente agli oltre 5000 Consulenti Globali presenti in platea: "È importante aver chiaro il proprio obiettivo - ha ribadito l'astronauta - ma è altrettanto importante la preparazione per riuscire a raggiungerlo". Gerald Griffin ha invece posto l'accento su quanto sia determinante il "Mission Control": "La stanza dei bottoni, quella da cui operavo - ha raccontato

I TRE ASTRONAUTI AMERICANI PRESENTI ALLA CONVENTION DI BANCA MEDIOLANUM: DA SINISTRA, GERARD GRIFFIN, DAVID SCOTT E FRED HAISE

Griffin - era il centro di comando di tutte le operazioni spaziali. Tuttavia la sua funzionalità poteva esprimersi solo attraverso la giusta correlazione con la fase operativa, quella che vedeva impegnati gli astronauti nello spazio. Abbiamo portato a termine con soddisfazione e risultati entusiasmanti tante operazioni Apollo: gli allunaggi prima ed i rientri sulla Terra poi, hanno rappresentato sempre momenti straordinari. Tuttavia, l'insegnamento maggiore lo abbiamo ricevuto dall'Apollo 13: allora dirigevo le operazioni dal Mission Control. La straordinarietà di quel momento, la sua drammaticità, ci ha fatto capire quanto importante fosse il lavoro di squadra, quanto la complementarietà tra tutte le componenti fosse necessaria e nel momento in cui i nostri ragazzi sono riusciti a rien-

trare sulla Terra sani e salvi, la soddisfazione per il lavoro compiuto e l'emozione provata hanno raggiunto picchi elevatissimi". A bordo dell'Apollo 13 c'era proprio Fred Haise il cui racconto ha emozionato non poco la platea di Consulenti di Banca Mediolanum. Toccate l'accoglienza tributata ai tre astronauti che hanno vissuto con particolare intensità la loro partecipazione alla convention: "Non avevo mai visto un'organizzazione così capillare nella gestione di un evento simile - ha sottolineato Haise - dalle scenografie, ad ogni più piccolo particolare tecnologico, tutto compreso il calore dei presenti in sala, ha contribuito a raggiungere quella forza partecipativa che ha reso questa convention davvero straordinaria. Complimenti a Banca Mediolanum".

## Un cerchio di qualità a garanzia del cliente

Resta l'immagine del lago salato e soprattutto resta il cerchio disegnato con un bastone da Ennio Doris, presidente di Banca Mediolanum. Anzi l'immagine dell'uomo che delinea un cerchio nei nuovi spot pubblicitari diventa icona e accompagnerà il brand di Banca Mediolanum contraddistinguendo tutti i suoi prodotti come garanzia di qualità. In occasione del lancio del conto corrente Riflex e della carta di credito Riflexcard, Banca Mediolanum è partita infatti con una nuova campagna pubblicitaria conservando il carattere della multimedialità anche su questo versante, così come su quello dell'offerta dei servizi bancari e finanziari e della formazione per la rete dei suoi consulenti.

Per un investimento complessivo di 30 milioni di euro a listino, l'attività di comunicazione vedrà coinvolti tutti i mezzi: dalla televisione generalista e satellitare alla carta stampata (quotidiani, settimanali e periodici), dalla radio ad Internet, senza rinunciare a maxi-affissioni nei punti clou delle maggiori città italiane. Per la prima volta in Italia poi è stato realizzato anche uno spot interattivo sulle reti digitali terrestri Mediaset.

Resta ferma l'immagine evocativa del cerchio perché, come sette anni fa, il modello della Banca che si vuole far conoscere è sempre lo stesso, quello di una banca costruita intorno ai bisogni della clientela. Il messaggio centrale della campagna è il quesito che Doris rivolge a clienti e potenziali clienti sulle capacità della loro banca di riflettere le proprie esigenze. Di qui l'impiego della simbologia dello specchio che esprime la flessibilità del modello "multicanale" adottato da Banca Mediolanum che si sforza di rispettare appieno le aspettative del cliente e dall'altra allude alla trasparenza delle condizioni offerte dall'istituto di credito. Ma c'è una grossa novità. "Grazie alle indagini condotte ci siamo resi conto come fosse necessario mostrare più concretamente il nostro modo di fare banca e che soprattutto occorreva fare entrare il cliente nello spot come testimone della sua esperienza", commenta Francesco Minelli, direttore Marketing di Banca Mediolanum - Abbiamo così realizzato qualcosa di più, quasi un film, in cui i nostri clienti raccontano il loro modo di rapportarsi con la banca". "Del resto - spiega ancora Minelli - se oggi possiamo vantare l'importante risultato che 18 interlocutori su cento dichiarano di conoscere il marchio Mediolanum è anche vero che conoscere non significa scegliere e soprattutto conoscere il brand non significa conoscere il nostro metodo; da qui questa innovativa e mirata campagna pubblicitaria".

La programmazione degli spot ruota sostanzialmente intorno a tre soggetti: il conto corrente Riflex (da 30 a 45 secondi) e la carta di credito Riflexcard, mentre il terzo è dedicato alla figura professionale del Consulente Globale che sintetizza la pluralità di competenze suggerite dalla multicanalità di Banca Mediolanum. Gli spot sono stati prodotti da Alboran e Mediolanum Comunicazione, entrambe società del Gruppo Mediolanum e per ottenere immagini e soluzioni di grande impatto sono stati realizzati con l'utilizzo del motion control.

SERVIZIO CLIENTI  
Numero Verde  
**800-107107**  
www.bancamediolanum.it  
Notizie Mediolanum  
a cura di Roberto Scippa  
roberto.scippa@mediolanum.it  
Selezione e reclutamento  
tel. 02-96492778