



Informazione Pubblicitaria

Straordinario successo del nuovo prodotto apribile liberamente via internet

“InMediolanum”, il conto deposito al 3,50% annuo lordo (2,55% netto)

Il mercato non aspettava altro e Banca Mediolanum rilancia alzando il tasso a soli 3 giorni dal lancio

Al grande evento di Banca Mediolanum, che si è svolto a Rimini il 1° e 2 maggio, è stato lanciato “InMediolanum”, il Conto Deposito inizialmente caratterizzato da un’offerta di tasso pari al 3,25% annuo lordo, corrispondente al 2,37% netto.

La strategia della Banca prevedeva un incremento del tasso al 3,50% annuo lordo in tempi brevi. Ebbene, questo è successo a soli tre giorni dal lancio. Una buona, anzi ottima notizia per i risparmiatori, che il presidente Ennio Doris spiega con chiarezza: “Abbiamo deciso di salire subito al 3,50% dopo aver riscontrato il grande interesse che ha suscitato l’ingresso della nostra Banca nel mercato dei conti deposito presso tutti i pubblici. Eravamo già pronti, anche con le campagne pubblicitarie, internet, radio, stampa e tv con il tasso del 3,25% e quello successivo del 3,50%. La velocità di risposta dei clienti, che appena apparsa la notizia hanno sommerso di richieste di informazioni il Banking Centre e i Family Banker, ci ha spinto ad accelerare sull’offerta più aggressiva senza aspettare il periodo di rodaggio del 3,25%”. Di conseguenza sono saliti anche gli interessi a sei e tre mesi: rispettivamente 2,30% annuo lordo (1,68% netto), e 1,80% annuo lordo (1,31% netto).

InMediolanum affianca Conto Freedom, punta di diamante di Banca Mediolanum, arricchendo ulteriormente una gamma di servizi bancaria ampia, completa e in continua evoluzione. Basti pensare alle recenti novità introdotte nell’offerta come il servizio di Pronti Contro Termine con rinnovo automatico, “E Così” - una soluzione bancaria per i più giovani, “Portaconto” - lo strumento per trasferire il conto corrente in Banca Mediolanum senza oneri per il cliente.

“InMediolanum” porta un’altra importante novità, la possibilità per il cliente di aprire e gestire in autonomia il Conto Deposito, direttamente dal sito www.inmediolanum.it.

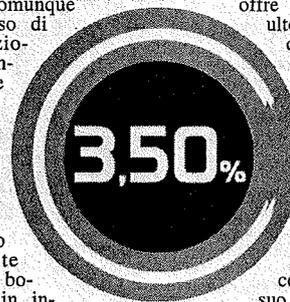
Entrare in questo sito significa entrare in Banca Mediolanum: liberamente,



senza impegno, con un’operazione facilissima, alla portata di tutti, e avere una remunerazione della liquidità tra i massimi livelli di mercato. Il cliente

può in qualsiasi momento disporre del suo denaro anche svincolando anticipatamente le somme depositate per il periodo di vincolo prescelto senza costi bene-

ficiando comunque di un tasso di remunerazione base interessante oggi pari all’1% annuo lordo. Il denaro può essere movimentato liberamente attraverso canali sia in ingresso sia in uscita verso altri conti intestati al cliente. L’“accesso diretto” non sostituisce la figura del Family Banker, perno del modello di Banca Mediolanum, ma



offre ai clienti un ulteriore modo di entrare in Banca con la semplicità e la chiarezza e la trasparenza di sempre. Con “accesso diretto” Banca Mediolanum conferma il suo ruolo di Banca innovativa e multicanale, capace di soddisfare le esigenze di un numero sempre maggiore di clienti adattandosi ai loro comportamenti, stili di vita e modi di comunicare.

L’attenzione al cliente è la lezione di Patch Adams



Patch Adams ed Ennio Doris insieme a Rimini

Un momento della Convention per i Family Banker Mediolanum che si è svolta il Primo e 2 maggio a Rimini, per la prima volta aperta anche a clienti, giornalisti, analisti e investitori internazionali, come nuovo ed ennesimo segno della massima trasparenza aziendale. Sul palco della Convention insieme a Ennio Doris, presidente di Banca Mediolanum, Patch Adams, il ‘medico clown’ che ha rivoluzionato la cura dei malati sfidando abitudini e preconcetti. In dieci anni, insieme con alcuni volontari, ha curato gratuitamente 15mila persone, convinto che la guarigione debba essere un interscambio amorevole e non una transazione commerciale: come rendere umana la medicina.

Altri ospiti d’eccezione alla Convention, tutti testimoni del progresso, sono stati: Steve Wozniak, co-fondatore di Apple, che ha ‘tradotto’ il computer in modo da farlo diventare Pc per tutti: come rendere ‘democratica’ la tecnologia; Lech Walesa, Premio Nobel per la Pace nel 1982 e Presidente della Polonia dal 1990 al ’95: come combattere per i propri valori; Rita El Khayat, medico e psichiatra marocchina che si batte per i diritti delle donne nel mondo islamico, candidata al Premio Nobel per la Pace: come combattere per migliorare se stessi e il mondo.

Messaggio Pubblicitario.
3,50% annuo lordo corrispondente al 2,55% netto. Condizioni valide fino al 30 agosto 2011.
Condizioni contrattuali nei Fogli Informativi su inmediolanum.it e presso i Family Banker®



Due momenti della convention di Rimini per i Family Banker



NOVE ANNI DI MAGLIA VERDE AL GIRO D'ITALIA

Per il nono anno consecutivo Banca Mediolanum è sponsor della Maglia Verde al Giro d'Italia, la maglia che dal 1974 indossa il ciclista che durante il Giro totalizza più punti nelle tappe in salita e si aggiudica il Gran Premio della Montagna. Una scelta non casuale. Questa sponsorizzazione rappresenta una sorta di

metafora: anche negli investimenti, come per vincere la Maglia Verde, conta il risultato sul lungo periodo, non gli exploit momentanei. Per Banca Mediolanum il Giro d'Italia è anche l'occasione per coinvolgere i propri clienti in un grande e avvincente contesto sportivo, e per incontrare il pubblico che

segue la manifestazione. Ogni anno il Giro cambia percorso, tappe e città attraversate, un modo per percorrere il Paese in maniera diversa, e così i Family Banker Mediolanum possono invitare i propri clienti alle numerose iniziative organizzate nelle varie località attraversate dal Giro.

Informazione Pubblicitaria

I love Mediolanum, un regalo strepitoso della banca per i clienti presentatori

Un iPad2 a chi presenta tre nuovi clienti

Dal 2007 al 2010 ben 82 mila persone sono diventate nuovi clienti Mediolanum grazie al consiglio di 34 mila clienti già acquisiti. Secondo una ricerca Eurisko, Banca Mediolanum è una tra le banche che più di ogni altra nel 2010 è stata

scelta seguendo il consiglio di amici o parenti: nel 36 per cento dei casi, contro il 17 della media italiana. Ciò significa che il cliente di Banca Mediolanum è una persona convinta della bontà della propria decisione, al punto da suggerirla a

coloro che gli stanno a cuore. Uno spontaneismo in crescita, visto che nel 2009 la percentuale era del 34 per cento. Una tendenza che la Banca ha assecondato, e che ha preso sempre più i tratti di una vera e propria community se si

considerano le tante iniziative di coinvolgimento culturale, sportivo, di intrattenimento che Banca Mediolanum organizza tutti gli anni durante tutto l'anno per i suoi clienti. In questo contesto si inserisce il programma Member

get Member, nato nel 2007, che prevede una serie di riconoscimenti per i clienti presentatori. Oggi un ulteriore passo avanti, con una iniziativa unica e strepitosa, il LoveMediolanum, limitata nel tempo - da maggio ad agosto di quest'anno - dedicata ai correntisti che presenteranno tre nuovi clienti sottoscrittori di un conto corrente di Banca Mediolanum e che venga utilizzato in tutte le sue funzioni (pagamenti con carta di credito, bollette, utenze, accrediti stipendio o pensione e così via). A questi clienti presentatori un premio speciale: un iPad2 32gb.

Ma la proposta non si esaurisce qui. Come per molte altre iniziative di Banca Mediolanum, si è pensato anche di dare al cliente la possibilità di aiutare i più bisognosi consentendogli, se lo vuole, di devolvere il corrispettivo del valore dell'iPad2 a favore del progetto Piccolo Fratello per i bambini di Haiti, progetto nel quale da anni è impegnata la Fondazione Mediolanum.

Dal canto suo, la Banca, per ogni iPad2 assegnato, devolverà alla stessa opera di solidarietà, il corrispettivo di un mese di scuola, cure mediche e mantenimento per un bambino haitiano. In questo modo l'intera operazione possiede i quattro requisiti, i "4 Si" che una iniziativa Mediolanum deve poter rispondere alle domande: è utile al cliente? è utile all'azienda? è utile al Family Banker? è socialmente utile?

E questa la strada che Banca Mediolanum si impegna a percorrere, per un benessere e uno sviluppo reali, cioè della persona e insieme della comunità.

Un'ampia gamma di Fondi comuni per cogliere le migliori opportunità dei mercati finanziari

Mediolanum Best Brands, formula vincente

Prospettive e opportunità per far rendere al meglio i propri investimenti. Sono stati alcuni dei temi al centro dell'ultimo Evento nazionale di Banca Mediolanum, che si è svolto a Rimini il Primo e 2 maggio. Del resto, la linea di sviluppo che guida sempre scelte e offerte d'investimento che Mediolanum mette a disposizione di clienti e risparmiatori è semplice e ben precisa: offrire il meglio del panorama mondiale. Una logica e una strategia che hanno dato vita, a partire dal marzo 2008, alla gamma di fondi comuni Mediolanum Best Brands di Mediolanum International Funds, ovvero, letteralmente, i 'Migliori marchi' del settore finanziario a livello globale.

Oggi il risparmiatore può investire in tutte le aree geografiche e nei settori economici di tutto il mondo. Ma per farlo con efficacia occorre avere una presenza fisica sul territorio di esperti finanziari, validissimi 'team' di gestione degli investimenti e un 'know-how' specifico che solo grandissime aziende a livello internazionale possono avere. Da qui la visione strategica di un'alleanza, ormai consolidata e di successo, che vede, da un lato l'esperienza gestionale ormai comprovata del Gruppo Mediolanum e, dall'altro, le strategie specializzate delle migliori società d'investimento al mondo, a cui si aggiunge la consulenza professionale prestata a ogni cliente dai Family Banker. In quest'ottica, e all'insegna della massima diversificazione e specializzazione, la gamma di fondi comuni Mediolanum Best Brands si compone di due diverse linee d'investimento: la linea 'Collection', composta da diversi fondi comuni multi-marca, di oltre 20 tra le più

prestigiose società di gestione internazionali, e la linea denominata 'Selection', che consiste invece in 6 fondi comuni mono-marca di altrettante tra le primarie Case d'investimento mondiali (BlackRock, DWS Investments, Franklin Templeton Investments, JPMorgan Asset Management, Morgan Stanley Investment Management e PIMCO).

Una diversificazione nelle possibilità e strategie d'investimento accentuata al massimo, per soddisfare esigenze e obiettivi di ogni cliente e di ogni profilo d'investitore. Per fornire a ciascuno il giusto mix di soluzioni finanziarie. La crescita economica mondiale, sospinta da colossi come Stati Uniti, Cina, India, Brasile e Russia, presenta notevoli e

quanto mai diverse opportunità e prospettive, soprattutto in un'ottica di medio e lungo periodo, come hanno evidenziato nel corso dell'Evento di Banca Mediolanum gli interventi di esperti finanziari e manager di livello internazionale, tra cui quelli di JP Morgan Asset Management, Morgan Stanley Investment Management e PIMCO.

J.P.Morgan Asset Management

Massimo Greco, Amministratore Delegato di J.P. Morgan Asset Management in Italia: «Con Banca Mediolanum dal marzo 2008 abbiamo unito risorse e competenze specifiche al servizio del cliente finale, in modo da fornire sempre un servizio d'investimento efficiente, strutturato e ponderato. I mercati azionari a livello internazionale per un investitore privato risultano sempre più complessi da interpretare e valorizzare al meglio, spesso da un anno all'altro c'è grande alternanza e rotazione nelle performance azionarie tra diverse aree geografiche e tra settori di attività, dalle Tlc alle materie prime ai beni di consumo. Riusciamo a integrare e analizzare tutte le diverse componenti e le complessità dei mercati attraverso i nostri 'team' di gestione, che sono localizzati nei principali centri finanziari di tutto il mondo, da New York a Hong Kong, da Singapore a Giappone e Brasile, e quindi siamo in grado di raccogliere ed elaborare tutte le informazioni necessarie e utilizzarle in un contesto molto più ampio, al servizio del singolo investitore».



Massimo Greco

Morgan Stanley

Vittorio Ambrogi, responsabile di Morgan Stanley Investment Management per l'Italia, Spagna, Svizzera e Francia. «La partnership avviata 3 anni fa con Banca Mediolanum ci permette di mettere a disposizione del cliente finale il meglio delle nostre capacità di gestione finanziaria in un'unica soluzione d'investimento, che quindi risulta estremamente competitiva e vantaggiosa. E riteniamo molto favorevole l'attuale contesto dei mercati azionari a livello globale, sui quali diversificare i propri investimenti. All'interno dei Paesi sviluppati e di quelli in forte crescita ed emergenti, il tessuto industriale delle aziende è molto buono, perché le imprese protagoniste sui mercati hanno bilanci solidi, hanno lavorato bene per ridurre l'eventuale debito, hanno molta liquidità, e quindi si possono fare investimenti e operazioni di fusioni e acquisizioni. In più, le attuali valutazioni azionarie soprattutto in Europa e negli Stati Uniti sono molto interessanti, decisamente sotto la media di lungo periodo, e non c'è periodo migliore per acquistare azioni di quando costano meno della media storica».



Vittorio Ambrogi

PIMCO

Your Global Investment Authority

Alessandro Gandolfi, Senior Vice President e responsabile del business per l'Italia di PIMCO: «È importante individuare quelli che sono i principali 'trend' di sviluppo, e i punti di riferimento strutturali, delle prospettive di crescita economica a livello internazionale, che ci permettono di tracciare la giusta rotta da seguire nei nostri investimenti. E ciò che facciamo con successo da 40 anni, e oggi, alla luce degli scenari di mercato, risulta decisivo puntare ad esempio su titoli societari in grado di rafforzarsi attraverso i cambiamenti in corso e in prospettiva dell'economia mondiale. E anche valorizzare le economie forti e accreditate a crescere ancora di più, come quelle dei Paesi emergenti. La nostra 'missione' nei confronti del cliente finale è quella di creare valore attraverso soluzioni finanziarie molto diversificate. E questo è l'impegno che portiamo avanti anche nei confronti degli investitori di Banca Mediolanum».



Alessandro Gandolfi

Il regolamento completo dell'operazione a premi è depositato presso Testoni&Testoni Promotion s.a.s., Via Martiri di Belfiore, 3 20090 Opera (MI). Estratto del regolamento e periodo di validità consultabile sul sito www.bancamediolanum.it.

Questa è una pagina di informazione aziendale il cui contenuto non rappresenta una forma di consulenza né un suggerimento per investimenti.