

L'esclusiva soluzione d'investimento si arricchisce di altre tre alleanze con società al top internazionale

# Best Brands, un mondo di investimenti

Un'ampia gamma di Fondi comuni riservati alla clientela della Banca per offrire le migliori opportunità dei mercati finanziari

Banca Mediolanum ha avviato in queste settimane una serie di nuove e prestigiose alleanze a livello internazionale, per fornire alla clientela e ai risparmiatori italiani il meglio delle opportunità di investimento, sullo scenario mondiale. Le nuove partnership sono state avviate con tre tra le più prestigiose società di investimento internazionali: DWS Investments, del Gruppo Deutsche Bank, e le statunitensi Franklin Templeton Investments e PIMCO, quest'ultima del Gruppo Allianz.

Le alleanze, che si aggiungono a quelle stipulate nel marzo 2008 con BlackRock, J.P. Morgan Asset Management e Morgan Stanley Investment Management, si concretizzano in strumenti di risparmio gestito disponibili per tutto il mercato italiano, all'interno della gamma Fondi di Fondi comuni 'Best Brands', ovvero, significativamente, 'Migliori marchi'.

Oggi il risparmiatore può investire in tutte le aree geografiche e nei settori economici di tutto il mondo. Per farlo con efficacia occorre avere una presenza fisica sul territorio, validissimi 'team' di gestione e un 'know-how' specifico che solo grandissime aziende a livello internazionale possono avere. Da qui la decisione strategica di una alleanza che vede da un lato Banca Mediolanum, che ha dimostrato la grande capacità di consulenza nei confronti dei clienti attraverso i propri Family Banker, dall'altro le grandi Case di gestione internazionali, che hanno dimostrato di avere 'know-how' e dimensioni tali da garantire grandi risultati.

Il riconosciuto successo degli strumenti frutto delle prime partnership, sia dal punto di vista della raccolta finanziaria in netta controtendenza rispetto a tutto il mercato, sia dal punto di vista delle performance di rendimento, ha fatto sì che, soprattutto a livello internazionale, la collaborazione con Banca Mediolanum sia diventata, oltre che fonte di ottimo business in tempi come questi, anche simbolo di 'status' per le aziende coinvolte.

I nuovi strumenti finanziari, nella logica dell'estrema diversificazione delle possibilità di investimento per i clienti Mediolanum, andranno a coprire dei settori particolari di mercato che grazie all'esperienza specifica dei nuovi partner nel settore, non solo arricchiranno l'offerta in mano ai Family Banker e ai Private Banker di Banca Mediolanum, ma la qualificheranno ulteriormente con il massimo della qualità reperibile sul mercato.

Con DWS Investments verranno individuati i 'megatrend' che gui-



**DWS**  
INVESTMENTS  
Deutsche Bank Group

**Mauro Castiglioni**,  
Managing Director and  
Head of Distribution  
per l'Italia di DWS  
Investments:  
« Ogni risparmiatore,  
per investire in manie-  
ra efficace e ottimale  
ha bisogno di poter  
contare su consulenza,  
visione e capacità di  
gestione a livello globale.  
È proprio ciò che Best Brands e la nostra  
alleanza con Banca Mediolanum offrono.  
Mettiamo a disposizione la nostra grande  
tradizione e competenza sullo scenario interna-  
zionale, dove siamo presenti e operiamo in 24  
Paesi, e la nostra forte capacità di individuare  
le grandi tendenze di sviluppo dei mercati  
finanziari, come quelle che ad esempio riguar-  
dano i settori delle energie rinnovabili ed eco-  
compatibili, l'agri-business, le infrastrutture,  
per farle diventare vantaggiose opportunità  
d'investimento anche per il singolo risparmiatore.  
Per questo abbiamo appositamente costituito  
per la clientela di Banca Mediolanum un  
esclusivo Fondo di Fondi azionario globale.»



*Mauro Castiglioni*



**FRANKLIN TEMPLETON**  
INVESTMENTS

**Sergio Albarelli**,  
Senior Director Italy,  
Iberia & France di  
Franklin Templeton  
Investments:  
« Il mercato dei Fondi  
comuni d'investimento  
presenta un'offerta  
assolutamente vasta e  
variegata, da parte di  
grandi operatori nazio-  
nali e internazionali, di  
fronte alla quale il singolo cliente si trova spesso  
disorientato e in difficoltà nel cogliere le  
grandi opportunità che invece un operatore  
specializzato è in grado di ottimizzare. Best  
Brands semplifica e rafforza per il cliente la  
possibilità di cogliere le varie opportunità d'in-  
vestimento, concentrando in un unico strumen-  
to finanziario i migliori 'marchi' del settore e le  
migliori soluzioni disponibili. Attraverso questa  
importante partnership avviata con Banca  
Mediolanum, abbiamo realizzato un Fondo di  
Fondi flessibile, sia azionario che obbligazionario,  
focalizzato in particolare sui mercati emer-  
genti: una soluzione d'investimento nuova, speci-  
fica e in esclusiva per i clienti Mediolanum.»



*Sergio Albarelli*



**PIMCO**

**Alessandro Gandolfi**,  
Senior Vice President e  
responsabile del business  
development per  
l'Italia di Pimco:  
«L'alleanza avviata con  
Banca Mediolanum e  
collegata ai Fondi di  
Fondi Best Brands ci  
permette di fornire alla  
clientela della Banca le  
nostre migliori compe-  
tenze e specificità: in questo modo uniamo le  
nostre capacità di 'asset management', di  
gestione delle risorse finanziarie, sugli scenari  
internazionali, con la grande capacità distribu-  
tiva e consulenziale dei Family Banker  
Mediolanum. La nostra 'missione', il nostro  
obiettivo primario, nei confronti del cliente  
finale, è quello di creare valore attraverso adeguate  
scelte e strategie d'investimento e solu-  
zioni finanziarie molto diversificate. Soluzioni  
che mettano al riparo l'investitore innanzitutto  
dai cicli dell'inflazione e dalle variazioni del  
costo della vita, quindi in un'ottica di medio e  
lungo periodo, per dare più valore e stabilità  
alle risorse finanziarie nel corso del tempo.»



*Alessandro Gandolfi*

deranno le trasformazioni dell'economia mondiale, tra questi, la crescita del business agroalimentare, lo sviluppo sostenibile – e quindi il risparmio energetico – e l'incremento degli investimenti in infrastrutture. Per avere una presenza forte nello sviluppo dei Paesi emergenti, che sicuramente avranno tassi di crescita molto più forti degli altri Paesi, un partner come Franklin Templeton Investments specializzato in questi mercati, potrà consentire grandi risultati. Inoltre, per combattere il prossimo futuro nemico che si affaccerà sui mercati di tutto il mon-

do intaccando la forza dei nostri risparmi, l'inflazione, si potrà fare ricorso alle proposte finanziarie di PIMCO. Si potrà allocare il proprio risparmio per avere un reddito reale in Fondi che operano su titoli obbligazionari indicizzati all'inflazione, 'commodities', investimenti immobiliari e altri settori ancora.

Queste tre proposte d'investimento si aggiungono alle linee internazionali che già facevano parte di Mediolanum Best Brands e che sino a oggi hanno dato risultati eccezionali, soprattutto se abbinate a un piano di accumulo.

## 260 SPOT FINO AL 30 MAGGIO

Banca Mediolanum presenta la nuova campagna pubblicitaria per presentare i prodotti nati dalle alleanze con sei partner internazionali scelti tra le più importanti società di gestione del risparmio del mondo: BlackRock, DWS Investments, Franklin Templeton Investments, J.P. Morgan Asset Management, Morgan Stanley Investment Management e PIMCO.

Prendendo spunto dall'efficacia e dagli ottimi risultati che da anni Banca Mediolanum ottiene grazie all'intervento diretto in video del Presidente Ennio Doris, nella nuova campagna i creativi di Med Agency hanno pensato, d'accordo con il Marketing della Banca, di utilizzare come testimonial protagonisti i numeri uno delle case di investimento affinché potessero rafforzare e personalizzare il messaggio. La campagna, cominciata il 16 maggio, prosegue fino al 30, veicolata in video tramite la messa in onda di 260 long spot da 90 secondi, in radio e sui principali quotidiani.

GRUPPO MEDIOLANUM

ORGANIZZATO DALLA MCU, È CERTIFICATO DA FP A ITALIA

## Primo trimestre: risultati eccellenti

**M**asse amministrare: 43.221 milioni di euro (+47%), Raccolta netta positiva per 1.813 milioni (+248%), Utile netto: 66 milioni (+297%). Questi i risultati (eccellenti) del Gruppo Mediolanum per il primo trimestre 2010, confrontati con quelli dei primi tre mesi del 2009.

Mercato domestico: utile netto 67 milioni (+225%), masse amministrare 41.295 (+48%).

Relativamente a Banca Mediolanum, la raccolta netta è stata di 1.498 milioni di euro (+210%); il successo del Conto Freedom prosegue, avendo raggiunto in un anno la cifra di 6.936 milioni. Il totale dei clienti al 31 marzo era di un milione 100mila, di cui 921mila primi intestatari (+3% rispetto a un anno prima), mentre i conti correnti in totale erano 586mila (+3%).

Mercati esteri: masse amministrare 1.927 milioni (+26%) rispetto a marzo 2009.

Il comunicato può essere letto per intero sul sito [www.mediolanum.com](http://www.mediolanum.com)

## Investimenti ed emozioni: convegni per promotori finanziari

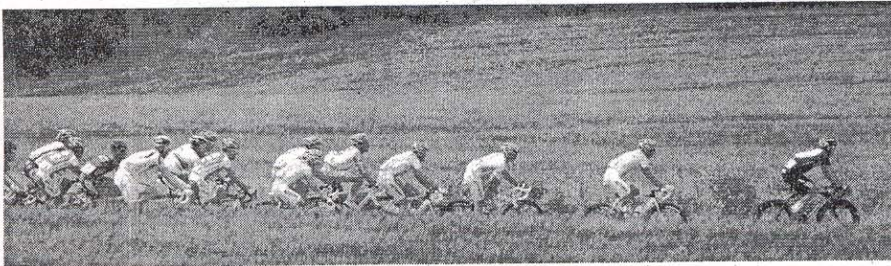
«**L**e scelte di investimento della clientela. L'integrazione virtuosa fra finanza classica e finanza comportamentale» è il tema del convegno che Mediolanum Corporate University, in collaborazione con AllianceBernstein, J.P.Morgan, MFS e Schroders, organizza per promotori finanziari che intendano unire solide basi tecniche a un'adeguata conoscenza dei meccanismi mentali che guidano le scelte di investimento dei clienti. Relatori principali Matteo Motterlini, ordinario di economia cognitiva all'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano, e Marco Oriani, ordinario di economia degli intermediari finanziari dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Il convegno, gratuito, si articola in cinque giornate (8.30-15.30), ciascuna dedicata a

specifici aspetti: 27 maggio "Finanza tradizionale vs finanza comportamentale nelle scelte di investimento della clientela"; 10 giugno "Investitore: conosci te stesso!"; 17 giugno "Nuova MIFID: le opportunità per il promotore finanziario e le private banker"; 23 giugno "Decisioni, emozioni e cervello"; 8 luglio "Promotore finanziario e scelta degli investimenti per la clientela nei periodi di crisi e di espansione". La frequenza sarà valida per l'accreditamento di 20 ore di tipologia A, valide ai fini del mantenimento della Certificazione eFATM (European Financial Advisor). Sedi del convegno, MCU, a Basiglio (Milano) e l'hotel Enterprise a Milano. Per ulteriori informazioni: [segreteria@convegni-p.it](mailto:segreteria@convegni-p.it)



Informazione Pubblicitaria



BANCA MEDIOLANUM CONFERMA PER ALTRI TRE ANNI LA SPONSORIZZAZIONE DELLA MAGLIA VERDE AL GIRO D'ITALIA

# Insieme fino al traguardo, e fino al 2013

Fra le novità, undici incontri nei Family Banker Office per assistere dal vivo al passaggio della "carovana rosa" insieme con il campione del mondo Paolo Bettini, che quest'anno si è unito ai testimonial Mediolanum "storici" Moser, Motta e Fondriest

Banca Mediolanum sarà sponsor della Maglia Verde-Gran Premio della Montagna fino al 2013 (almeno). Il contratto che sancisce dal 2003 la collaborazione fra l'Istituto milanese e il Giro d'Italia è stato infatti confermato per altri quattro anni. "Si tratta di un legame - ha commentato il presidente Ennio Doris durante la cerimonia per la firma dell'accordo - che ci dà possibilità di condividere con i nostri clienti la passione per il più grande evento ciclistico italiano di cui siamo orgogliosi di essere partner. Banca Mediolanum ha scelto di sponsorizzare la Maglia Verde del Giro in quanto simbolo di quei valori di fatica e lavoro di squadra che rappresentano il dna stesso dell'azienda". La decisione di continuare a "pedalare" insieme è stata presa da Mediolanum dopo aver constatato l'altissimo gradimento, da parte dei clienti, di tutte le iniziative collaterali al Giro organizzate per loro dalla Banca. Un gradimento manifestato con una crescita davvero consistente dei partecipanti, a partire dal 2003, quando per la prima volta Banca Mediolanum invitò i suoi clienti a condividere le emozioni ciclistiche che solo il Giro può dare. Allora risposero 14.800 clienti, che ogni anno sono via via aumentati, fino a raggiungere la cifra di 47mila nel 2009, mentre quest'anno potrebbero superare i centomila (una tendenza, questa della crescita della partecipazione dei clienti



agli eventi a loro dedicati, che riguarda un po' tutte le circa duecento iniziative economico-finanziarie, culturali, sportive, enogastronomiche che la Banca ha organizzato nell'anno appena trascorso). Evidentemente questa "pedalata" annuale piace ai clienti, e non soltanto in senso metaforico. Una delle iniziative ormai tradizionali a loro riservate è infatti la corsa in bicicletta organizzata due volte per ogni tappa con gli straordinari testimonial Mediolanum: Francesco Moser, Gianni Motta e Maurizio Fondriest. Con loro alcuni clienti ogni anno possono indossare una

Maglia Verde e percorrere un tratto del Giro: ogni giorno in cui si svolge la corsa, la mattina dalla tappa di partenza, o il pomeriggio fino alla tappa d'arrivo. Un'occasione unica, per cimentarsi con i tre campioni. A loro quest'anno si è poi unito Paolo Bettini, l'unico ciclista che abbia vinto tre coppe del mondo consecutivamente: con lui i clienti hanno atteso (o attenderanno, per le ultime tappe), fra un aperitivo e uno stuzzichino, il passaggio dei corridori, da undici Family Banker Office sparsi lungo l'intero percorso del Giro. Cordialità, allegria, foto-ricordo e autografi, ricordi e storie perso-

nali si sono intrecciati anche in questa occasione, come in ogni incontro fra clienti e testimonial. Di nuovo quest'anno però si è pensato anche ai clienti più tifosi che sportivi, che hanno così potuto unirsi in automobile alla "carovana rosa".

Altro momento di incontro con campioni vecchi e nuovi sono poi i Mediolanum Party che ogni anno si svolgono nelle località di arrivo delle tappe, e ai quali si partecipa su invito.

Infine per tutti, clienti e non, personale Mediolanum è disponibile nello stand che ogni giorno, ad ogni tappa, viene allestito: qui si può seguire il Giro da un grande schermo, si possono avere informazioni sugli eventi Mediolanum in programma e, per chi ancora non è cliente, sull'attività e i servizi della Banca. Come pure sulle iniziative di solidarietà della Fondazione Mediolanum, che anche quest'anno, come nelle passate edizioni del Giro, invita tutti, clienti e non clienti, a contribuire, fino al 30 maggio, giornata d'arrivo della carovana alla tappa finale di Verona, con un sms (o un a telefonata da telefono fisso) di 2 euro al numero 45502, per la costruzione di scuole di strada per i bambini di Haiti vittime (non solo) del terremoto. La Fondazione Mediolanum è infatti attiva da anni sull'isola caraibica, col finanziamento della onlus Fondazione Francesca Rava per la costruzione di scuole, ospedali, centri per la maternità.

## Anche un trofeo per il Gran Premio della Montagna



Nella foto il Trofeo Maglia Verde, che da quest'anno viene consegnato da Mediolanum al vincitore del Gran Premio della Montagna. Autore: Marco Varisco, radici veneziane, figlio e nipote di maestri della cristalleria artistica con sede a Treviso. Dal laboratorio Varisco e dalle mani di Marco, del padre Italo e del nonno Marco, sono uscite, tra l'altro, opere per la Santa Sede, il sindaco di New York, la casa reale di Spagna, Bill Clinton.

### WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE

Prosegue con successo la 14° edizione del circuito mondiale riservato alle aziende che annovera come Title Sponsor Banca Mediolanum. Cominciato il 18 marzo al Golf Club di Carimate (Como), il torneo è quindi proseguito al Golf Club Villa Carolina (Alessandria) e al Golf Club Castelfandolfo (Roma) il 25, al Poggio dei Medici (Firenze) e a La Margherita (Torino) l'8 aprile, al Bergamo Albena e al Golf Club Venezia il 15, al Molinetto Country Club (Milano) e all'Argentario (Grosseto) il 22. Fra i prossimi appuntamenti: il 6 maggio a Lignano (Udine), il 14 ad

Albarella (Rovigo), il 27 al Golf Club Udine. In tutto 29 appuntamenti al termine dei quali, in settembre, i team semifinalisti giocheranno la semifinale di pertinenza, le migliori 16 andranno a giocare la finale nazionale. La squadra vincitrice disputerà, l'anno successivo, la finale mondiale. Il regolamento premia il gioco di squadra e l'agonismo senza trascurare le possibilità di business tra gli imprenditori presenti e gli sponsor i cui prodotti e servizi si rivolgono alle aziende, il tutto in un clima rilassato e in un'atmosfera serena. Per saperne di più [www.absolutegolf.it](http://www.absolutegolf.it)

DALL' 8 AL 30 MAGGIO 2010  
**DONA 2 EURO**  
 ALLE SCUOLE DI STRADA PER I BAMBINI DI HAITI  
 CON SMS O CHIAMATA DA TELEFONO FISSO AL  
**45502**

piccolo INTELLO  
 IL SERVIZIO DI...  
 ASSOCIATI

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

Selezione e reclutamento  
 tel. 840.700.700  
[www.familybanker.it](http://www.familybanker.it)

Entra in Banca Mediolanum  
 basta una telefonata  
**840.704.444**  
[www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it)

Notizie Mediolanum a cura di  
 Roberto Scippa  
[roberto.scippa@mediolanum.it](mailto:roberto.scippa@mediolanum.it)