

il Giornale • Venerdì 26 settembre 2008

Nasce Best Brands, frutto della collaborazione fra Banca Mediolanum e diciotto tra le più prestigiose società di gestione del risparmio del mondo

Fondi, accordo nel segno dell'eccellenza

L'obiettivo è fornire a ciascun cliente il giusto mix di soluzioni per cogliere le migliori opportunità presenti sul mercato

• La linea di sviluppo che guida sempre scelte, offerte e soluzioni d'investimento che Banca Mediolanum mette a disposizione di clienti e risparmiatori è semplice e ben precisa: offrire il meglio del panorama mondiale.

E proprio in quest'ottica, portando avanti questo principio, Mediolanum amplia la sua strategia di offerta di prodotti di terzi con un nuovo ed esclusivo accordo, a livello internazionale, con 15 nuove società d'investimento tra le più prestigiose, qualificate e autorevoli dello scenario mondiale.

L'intesa permette di ampliare, e diversificare notevolmente, le opportunità di scelta della clientela su come investire i propri risparmi e capitali in Fondi d'investimento, fornendo un alto numero di nuove e diverse soluzioni, in grado di soddisfare esigenze, obiettivi e caratteristiche di ogni singolo cliente. Inoltre, elemento ancora più rilevante, rende possibile tutto ciò attraverso un nuovo e prestigioso rapporto di sinergia e collaborazione tra la Banca italiana e le 15 primarie Case d'investimento internazionali, dato che Mediolanum non si limiterà ad attingere dai loro migliori fondi, ma tra le due parti si avvia, in questo modo, un reciproco e continuo confronto e scambio di conoscenze, analisi e valutazioni sulle varie soluzioni finanziarie disponibili

sul mercato, con l'obiettivo di essere sempre in grado di fornire alla clientela le opportunità migliori e più aggiornate.

Nel dettaglio, l'accordo riguarda la nuova famiglia di fondi Mediolanum Best Brands, all'interno della quale vengono introdotti 8 nuovi Fondi di Fondi che si sommano ai 3 già esistenti.

cui la Banca opera a stretto contatto, prosegue quindi nella strategia di mettere a disposizione della clientela le migliori opportunità d'investimento disponibili sul mercato, e amplia il ventaglio di accordi e le soluzioni che in questo modo si rendono disponibili: oltre ai Fondi azionari globali, l'offerta di Mediolanum Best Brands si integra e arricchisce con altri Fondi

delle soluzioni per il proprio portafoglio finanziario, con tutti i rischi e le incognite che ciò può comportare.

Mediolanum Best Brands prevede invece l'investimento in quote di Fondi delle più qualificate e autorevoli società di gestione del risparmio mondiali, con notevoli vantaggi per il cliente: innanzitutto Mediolanum, in base ai nuovi accordi, è in grado di definire il giusto mix di Fondi e investimenti, su misura per ogni situazione, collaborando in sinergia con le varie società di gestione, e avendo a disposizione informazioni, analisi e competenze di cui il singolo investitore fai-da-te non può disporre.

Inoltre la consulenza garantita dai Family Banker Mediolanum, presenti in maniera capillare sul territorio, fornisce l'assistenza indispensabile per dare una risposta adeguata ai diversi piani, obiettivi e necessità di investimento. Come per ogni altra soluzione finanziaria, vanno osservate le regole di base: occorre leggere attentamente le indicazioni contenute nel prospetto informativo, e seguire le indicazioni del Family Banker Mediolanum, che ha l'obbligo di verificare scrupolosamente la propensione al rischio del singolo sottoscrittore, caso per caso. Per poi definire il portafoglio di soluzioni finanziarie più adatto a ogni cliente, avendo a disposizione i migliori Brand di gestione del risparmio al mondo.

IL PUNTO

Presto andrà meglio Intanto: nervi saldi

Antonello Zunino*

• Passati due mesi dal nostro ultimo articolo, torniamo ora all'analisi dei mercati per i prossimi 4 mesi che, tatticamente, con un po' meno ottimismo nel breve, ripete quella del luglio, pur in presenza della positività di molti nuovi dati macro-economici come il crollo del prezzo del greggio del 40% circa, quello di molte materie prime, il recupero di un 12% del dollaro, il PIL americano in crescita del 3,3% su base annua, e della negatività di altri di minor peso temporale come una possibile lieve recessione in alcuni paesi europei e la disoccupazione americana più alta del previsto. Nel periodo i mercati europei e quelli americani hanno oscillato in una fascia di circa 12/14% toccando nuovi minimi il 21 luglio, il 5 settembre e il 15 settembre, dopo quello del 17 marzo, e, per ora, rompendoli solo marginalmente. Domenica 7 Trichet, a Cernobbio, si rimangia le pessime previsioni fatte a Bruxelles due giorni prima ed ipotizza la ripresa europea già all'inizio del 2009. Nel pomeriggio poi, si apprende che H. Paulson, Ministro del Tesoro USA, aveva deciso la nazionalizzazione di Fannie Mae e Freddie Mac, i due colossi erogatori dell'80% dei mutui americani, togliendo la pesante spada di Damocle che pendeva da mesi sui mercati ed apriodando la via a tassi più bassi sui mutui futuri. Una vera bomba che si rifletteva sulle Borse con un lunedì 8 al rialzo ovunque tra il 3 ed il 4%. Sembrava di essere finalmente giunti alla tanto attesa svolta. Ma, martedì 9, doccia fredda: il fondo sovrano coreano si dichiarava non più interessato alla Lehman Brothers, con molti dubbi su un altro intervento dello Stato alla vigilia delle elezioni, il titolo perdeva il 45% e tutti i mercati tornavano nella bufera; di fatto Lehman veniva abbandonata a sé stessa; ma il 16 settembre l'AIG, colosso delle assicurazioni veniva salvata. Confusione e ingiustizia si sommavano, ma Wall Street applaudiva chiudendo al rialzo. A questo punto ritorna valido lo scenario immaginato in luglio, con un po' meno ottimismo nel breve. 1) Se i mercati dovessero rompere il terzo minimo oltre un margine del 3% diverrebbero elevate le probabilità di una caduta pesante. Ad esempio, da quota 6127 il DAX tedesco potrebbe crollare a 5250, l'Eurostock da 3285 a 2735. Gli indici americani potrebbero tenere meglio con lo S.P.500 da 1242 a 1140 e il Nasdaq da 2256 a 1990; comunque una chiusura positiva dello S.P.500 a fine anno divrebbe essere impossibile. 2) Se invece entro settembre si dovesse verificare una ripresa, l'ipotesi di un rialzo medio superiore al 15-20% per fine anno ritornerebbe attuale anche se una chiusura superiore a quella di inizio anno potrebbe essere ritardata ai primi mesi del 2009. Diamo un 42% allo scenario negativo e un 58% a quello positivo pur ipotizzando rimbalzi temporanei delle materie prime e qualche correzione della corsa veloce del dollaro. Per chi è molto liquido, tatticamente, comprare CTZ scadenza 2008 anziché P/T onde avere la liquidità desiderata al momento opportuno. Per chi non vuole Borsa meglio Bonds di grandi società a scadenza max. 3 anni piuttosto che titoli di Stato; il differenziale del rendimento è interessante.

*finanziere e scrittore di economia



Nei mesi scorsi Mediolanum aveva già avviato, infatti, un altro importante e prestigioso accordo con 3 tra le principali Case d'investimento mondiali, vale a dire BlackRock, JPMorgan Asset Management e Morgan Stanley Investment Management, in base al quale con ciascuna società sono stati messi a disposizione della clientela i primi 3 Fondi di Fondi, azionari globali, di Mediolanum Best Brands.

La nuova intesa, che porta a 18 le società di gestione internazionali con

azionari settoriali, geografici e bilanciati.

Il mercato dei Fondi comuni ha, del resto, ormai raggiunto livelli di diversificazione e specializzazione molto elevati, basti pensare che attualmente offre ai risparmiatori italiani più di 2.000 diverse soluzioni d'investimento, uno scenario all'interno del quale non è affatto facile orientarsi e scegliere al meglio, per quelle che sono le esigenze e caratteristiche di ognuno. Un investitore può sempre scegliere l'opzione fai-da-te nella scelta

INTERVISTA CON LUIGI CONCETTI, RESPONSABILE DELL'AREA TUTOR CHE SEGUE I NUOVI INSERITI DURANTE LA FORMAZIONE

Family Banker, una professione impegnativa

Per svolgere questo lavoro ci vuole studio ma soprattutto intraprendenza e determinazione



Luigi Concetti

• Più di seimila Family Banker possono sembrare tanti, se li si paragona con i consulenti che lavorano in altri istituti di credito.

Invece sono pochi, molto pochi, se si confronta questa cifra con quella di coloro che, per esempio negli ultimi tre anni, hanno inviato il proprio curriculum alla Banca con la speranza di entrare a farne parte: 25 mila. Tolti le uscite per il normale avvicendamento, solo un sesto dei candidati ha superato tutte le selezioni: quelle fatte dai docenti-istruttori, e il ritiro di chi cede alle prime difficoltà, e purtroppo getta la spuma dopo le prime prove sul campo.

La selezione è severa e altrettanto seria è la preparazione. Anche qui parlano le cifre: il numero dei Family Banker aspiranti promotori che hanno ricevuto la preparazione e la formazione Mediolanum che superano l'esame della Consob per potersi iscrivere all'Albo professionale, negli ultimi tempi è doppio rispetto a quello di tutti gli altri iscritti. Si può affermare quindi che si tratta di una "università della consulenza finanziaria" che non ha eguali, almeno in Europa.

"Negli ultimi anni gli investimenti della Banca nella formazione sono triplicati, anche in termini di competenze e personale addetto, che opera sia in sede sia a livello locale su tutto il territorio nazionale" spiega Luigi Concetti, da 26 anni a Mediolanum, responsabile dell'area che fa da tutor ai nuovi Family Banker all'avvio della loro attività. "La formazione per noi è fondamentale, sia come preparazione iniziale sia come aggiornamento permanente".

Lo richiede il lavoro specifico del Family Banker, ciò che lo connota e lo distingue dagli altri promotori finanziari, e attorno al quale ruota tutta l'organizzazione Me-

diolamum: una struttura che permette al giovane promotore di sviluppare la propria carriera o verso l'indirizzo professionale sino a poter diventare Private Banker o verso la carriera manageriale, per chi ha maggiori doti di leadership, e che gli mette a disposizione mezzi di formazione iniziale e permanente d'avanguardia. In tutto questo un ruolo fondamentale è ricoperto da dalla TV aziendale, che fornisce informazioni in tempo reale e cultura specialistica, lezioni di esperti internazionali, scambi di esperienze. Un sistema esclusivo per costruire quell'unicum della consulenza che è il Family Banker, il modello più avanzato di promotore finanziario, in altri termini il

"direttore di banca del 3° millennio".

"Per svolgere questa professione ci vuole stoffa" continua Luigi Concetti "ma non

basta. La stoffa va lavorata. Il mondo finanziario si è notevolmente complicato, la globalizzazione dei mercati, le leggi nuove, i risparmiatori più consapevoli, impongono impegno, studio e aggiornamento continuo. Mediolanum offre gli strumenti per affrontare queste sfide". Il risultato è il numero dei clienti, più di un milione, sempre in crescita, e il volume del denaro gestito, anch'esso in aumento anche in periodi che non sembrano positivi.

Non è un miracolo. È il frutto di un'idea geniale iniziale che ha capovolto il ruolo della banca. A Mediolanum non è il cliente a fare la fila, a spulciare analisi e previsioni senza averne la competenza: è il Family Banker che va

a casa sua o nel suo ufficio quando il cliente lo desidera; è il Family Banker che si preoccupa di capire bene la situazione patrimoniale, professionale e personale del cliente e di consigliare gli investimenti più idonei per il suo specifico caso. Raggiungere questo obiettivo non è semplice. Perché se è vero che Family Banker non si nasce, non si può decidere di diventarlo per ripiego. Per intraprendere questa professione con soddisfazione, oltre alla preparazione e all'aggiornamento occorre avere un sogno importante: diventare professionisti, imprenditori di se stessi. E possedere le qualità necessarie: intraprendenza, determinazione, voglia di impegnarsi a fondo, la capacità di mettersi in relazione con le persone, sapere ascoltare, fare proprie i loro progetti, i loro sogni. Solo così si realizza il proprio sogno.

I nuovi appuntamenti di Mediolanum Channel

• In tre anni il pubblico di Mediolanum Channel è più che triplicato. Merito dell'originalità dei programmi e della professionalità degli autori e dei conduttori, che sanno innovare mantenendosi fedeli alla formula. Squadre che vincono non si cambia. Di conseguenza il palinsesto, dopo la pausa estiva, da fine settembre sarà ancora suddiviso in tre filoni: life style, economy, community.

Life style: torna "Gente di mare" (quella vera, pescatori, sub, marinai civili e militari), con nuovi personaggi nuovi scoperti qua e là nel Mediterraneo. Torna anche "Ainigmata", con lo scrittore Marco Buticchi, che con il suo senso dell'avventura ci porta a esplorare nuovi misteri, come, per esempio, la pietrificazione dei cadaveri fatta dal bellunese Girolamo Segato, le profezie di Jules Verne, le memorie di Vittorio Emanuele III, i diari di Mussolini. Nuovi appunta-

menti anche per "Noi dell'803", condotto dalla scrittrice Alessandra Appiano, dove personaggi noti e illustri sconosciuti raccontano le proprie passioni. E una novità per "Quarta parate": dopo le audizioni estive di giovani aspiranti attori, da quest'autunno Pino Strabioli, con la sua consueta semplicità e competenza, punterà i riflettori sul musical.

Imprendibili per chi si occupa di economia o ha anche soltanto qualche soldo da investire, il filone Economy: "Mercati che fare", grazie alla brillante conduzione di Leopoldo Gasbarro, maestro nel tradurre in parole semplici i concetti e i termini più astrusi, riesce a trasformare una materia ostica come la finanza in un argomento alla portata di tutti. I temi del programma saranno sempre approfonditi, per chi vuol saperne di più, dall'impeccabile Achille Perego nel suo "Money Talk".

E poi Community: con "Piccolo Fratello", che continua con i monitoraggi delle imprese realizzate grazie alla generosità dei telespettatori: la casa-scuola per i giovani in Kenia, le scuole e il camion per la distribuzione dell'acqua potabile a Haiti. In tempo reale, ogni settimana, si possono seguire gli sviluppi di queste iniziative.

Progetti? "Sì, un paio, che riguardano un nuovo uso dei cartoni animati" spiega Antonella Ficara, direttore di Mediolanum Channel. "Il primo è rivolto ai genitori di bambini fra i 3 e gli 8 anni: le fiabe tradizionali raccontate con l'animazione, un'animazione originale, ideata dai nostri grafici e cartoonist, per insegnare ai genitori l'importanza di leggere favole come Biancaneve o Cenerentola. Il secondo è per tutti, e intende insegnare i meccanismi e le possibili truffe, i possibili inganni di cui può rimanere vittima il titolare di una carta di credito, ma anche come si accende un mutuo. Insomma l'economia quotidiana che nessuno insegna. E che tante angustie provoca al comune cittadino".

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

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



Antonello Zunino