

## Pubblicità

## Il mercato dei mutui rialza la testa

► Mentre prosegue il trend positivo nella richiesta da parte delle famiglie, le banche studiano nuove offerte per i propri clienti

di Massimo Doris\*

I timidi segnali di ripresa, intravisti nel 2013 e consolidati nei primi mesi dell'anno in corso, sembrano parlare chiaro: il mercato dei mutui, dopo anni di profonda crisi, sta iniziando a ripartire. Stiamo parlando di un mercato estremamente volatile che negli ultimi anni ha subito i contraccolpi del contesto economico di riferimento e che con quest'ultimo ha viaggiato alla pari. Adesso che la recessione sembra volgere al termine, anche il settore del credito torna dunque a rialzare la testa.

Sul fronte dell'offerta le banche stanno infatti tornando a erogare mutui e prestiti, complice il miglioramento della propria raccolta e il calo dei margini ottenuti dall'acquisto di titoli di Stato (e la conseguente ricerca di una redditività alternativa). Per quanto riguarda invece la domanda, dalla metà dello scorso anno si continua ad assistere a un'inversione di tendenza sul fronte della richiesta da parte delle famiglie, che è tornata a crescere dopo due anni di profonda crisi, che hanno visto la domanda contrarsi del 42% nel 2012 e 19% nel 2011. E il primo trimestre 2014 sembra confermare il trend di ripresa con un +9,6% (fonte CRIF). Insomma, nonostante sia necessario mantenere un atteggiamento di prudenza e il ritorno alla liquidità e ai valori antecedenti la crisi sia ancora molto lontano, è possibile guardare al settore con un cauto ottimismo.

Un altro importante indicatore del cambiamento in atto è senza dubbio l'atteggiamento assunto negli ultimi tempi dal sistema bancario, tornato alla carica con offerte per la propria clientela. Se la domanda di mutui e prestiti è tornata a crescere, le banche si stanno infatti dimostrando attente al cambiamento



tornando sul mercato con nuove promozioni, nel tentativo di intercettare potenziali clienti. È in questo contesto che Banca Mediolanum, forte di 700 milioni di euro erogati nel 2013 e una quota di mercato ormai del 3,38%, ha deciso di effettuare un importante taglio dello spread dei propri mutui e prestiti rendendo ancora più appetibile e competitiva la propria offerta. Una decisione intrapresa, in questo caso, non per necessità, considerato che anche negli anni neri della crisi, a fronte di un mercato che è crollato del 70% (da inizio 2007), Banca Mediolanum ha saputo mantenere una crescita annua dell'erogato a doppia cifra (fonte CRIF). La scelta di adeguare il pricing dei propri prodotti alle nuove offerte lanciate dalla concorrenza rivela invece, ancora una volta, il chiaro obiettivo del Gruppo di Basiglio: essere competitivo per offrire il meglio ai propri clienti e diventare allo stesso tempo l'unica banca di riferimento.

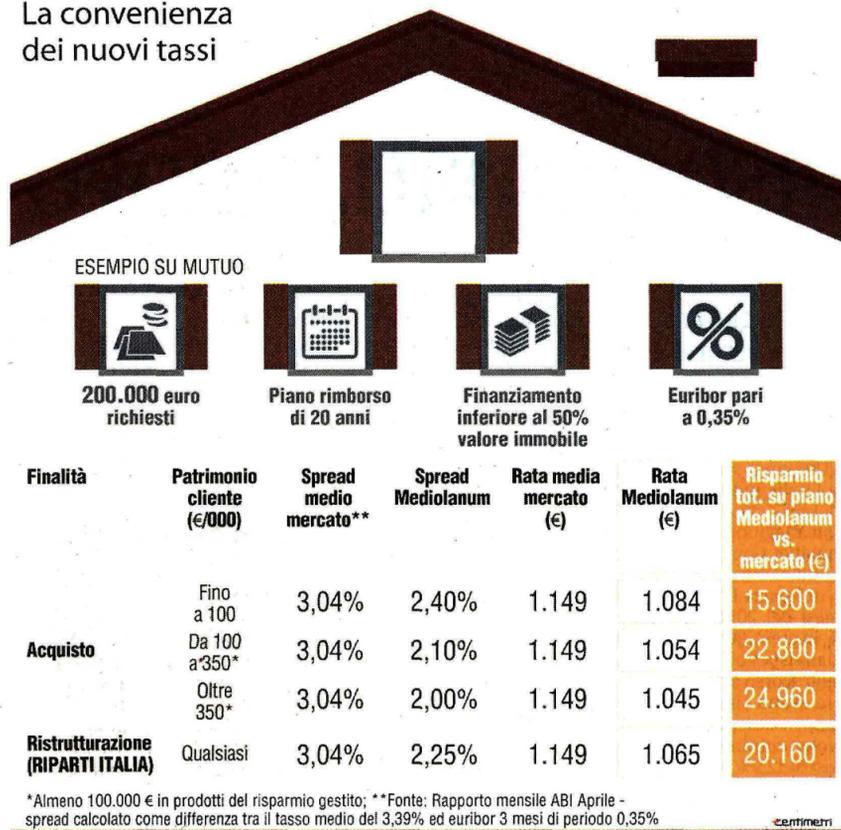
\* amministratore delegato di Banca Mediolanum

BANCA  
MEDIOLANUM  
GRUPPO BANCARIO MEDIOLANUM

## Mutui, i tassi bassi di Banca Mediolanum

► Spread sempre più bassi, per i clienti della Banca finanziamenti per la casa a condizioni molto convenienti e vantaggiose

La convenienza dei nuovi tassi



(con un patrimonio tra i 100 mila e i 350 mila euro) il tasso applicato è del 2,1%. In sostanza, condizioni e opportunità di grande convenienza. Un esempio concreto? Con un mutuo da 200mila euro a 20 anni, per un cliente della classe Platino la rata mensile ammonta a 1.045 euro (spread del 2%), consentendo un risparmio rispetto alla rata media di mercato di 104 euro al mese e di 24.960 euro sul totale del piano.

Tassi che, in questo modo, risultano sempre più vantaggiosi rispetto allo scenario complessivo del mercato.

Banca Mediolanum dimostra ancora una volta di essere molto competitiva sempre e su tutti i fronti nell'offerta e nei servizi alla clientela: con i suoi Family Banker, specializzati nell'assistenza finanziaria, con le soluzioni di investimento realizzate in partnership con le più prestigiose società d'in-

vestimento mondiali, nella capacità e rapidità di esecuzione degli ordini della clientela, nei tassi di remunerazione del risparmio vincolato e conti di deposito, e anche per quanto riguarda mutui e prestiti e quindi nell'attività di erogazione dei finanziamenti alla clientela.

Per ogni informazione e approfondimento, è possibile fare riferimento anche agli oltre 4.400 Family Banker Mediolanum attivi in maniera capillare in tutta Italia, dalle grandi città ai piccoli centri di provincia. All'interno del sito della Banca è possibile ricercare il professionista finanziario più vicino, mentre chi possiede un account Facebook può individuare il Family Banker di riferimento tramite il social network, scegliendolo sulla base di specifiche preferenze e caratteristiche e inserirlo tra i propri contatti.

A volte per i clienti e mutuatari il rischio può essere quello di con-

siderare la vasta offerta del mercato bancario con approssimazione e un po' di superficialità, come se fosse tutta più o meno simile, tutta più o meno equivalente. E invece le differenze ci sono, eccome. È importante che ogni cliente dedichi attenzione e tempo adeguato a confrontare proposte e offerte, a valutarne condizioni e differenze, spesso sostanziali, per scegliere quelle più convenienti e adeguate a lui. Anche in questo caso, chi lo desidera può avere il supporto di un Family Banker Mediolanum.

Per le condizioni economiche e contrattuali fare riferimento ai Fogli Informativi disponibili nella sezione Trasparenza del sito [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it), presso i Family Banker, le Succursali di Banca Mediolanum e lo sportello di Milano 3 City-Basiglio (MI), Via F. Sforza n. 15. L'offerta dei finanziamenti è soggetta alla valutazione della Banca e al rispetto dei requisiti dalla stessa richiesti.

## Parliamo di Responsabilità Sociale

Una banca "persona-centrica": è questo senza dubbio il termine più adatto per trasmettere la filosofia attorno alla quale muove Banca Mediolanum, un sistema incentrato sulla "persona" intesa come individuo e figura professionale, che pone la relazione al centro di ogni sua azione. Da questo presupposto hanno origine la cura e l'attenzione che Mediolanum dedica a tutto il network di persone che ruotano attorno a essa: sia che si tratti di clienti sia di singoli dipendenti, passando per Family Banker, azionisti e fornitori.

Un modello bancario che si propone come un interlocutore a tutto campo, capace di ascoltare i bisogni del cliente e di formulare la proposta più adeguata a ogni sua esigenza attraverso soluzioni bancarie e finanziarie.

Ma Banca Mediolanum vuole essere sempre al fianco dei propri clienti, offrendo un aiuto concreto anche nelle situazioni di difficoltà e bisogno, siano esse momenti di tensione finanziaria (nel cui quadro si inserisce l'attuale taglio dello spread sui mutui), oppure disagi dovuti alle calamità naturali. È proprio in queste ultime occasioni che



l'impegno di Banca Mediolanum si traduce in una vera e propria esperienza solidale e sostenibile a sostegno dei propri clienti e più in generale di tutti coloro che vengono colpiti da varie avversità. Solamente nel corso del 2013, in seguito alle numerose alluvioni che hanno colpito diverse regioni italiane, Banca Mediolanum è intervenuta stanziando 1.600.000 euro a favore delle famiglie dei

clienti e Family Banker che hanno subito danni. Oltre a ciò, sono state previste diverse agevolazioni tra le quali la possibilità di sospensione della rata mutui e prestiti per 12 mesi, l'attivazione di linee di credito privilegiate, la riduzione di un punto percentuale dello spread in essere su mutui e prestiti per 24 mesi e l'azzeramento di tutti i costi dei conti correnti e deposito titoli per 24 mesi.

Interventi messi in campo anche negli scorsi anni in occasione del terremoto in Emilia Romagna - e prima ancora in Abruzzo, delle alluvioni in Toscana, Liguria e Sicilia (2011) e Veneto (2010) fin dal lontano 1994, in seguito alla alluvione in Piemonte. Va infine ricordato che anche in occasione del crack di Lehman Brothers nel 2008, i due soci di maggioranza Gruppo Doris e Fininvest sono scesi in campo rimborsando i propri clienti coinvolti.

Interventi numerosi e coraggiosi quelli intrapresi da Banca Mediolanum, che le hanno valso il premio dell'Associazione Bancaria Italiana per la categoria "la banca solidale e sostenibile". Il riconoscimento di un'attività seguita con costanza e determinazione e un incentivo a proseguire il percorso tracciato dal Gruppo sulla filosofia del "Possiamo crescere tutti insieme".

## La casa è al centro di "Resorgentia"

Dare un forte contributo alla rinascita dell'interesse per un valore primario quale è quello dell'abitazione è l'ambizione principale del progetto Resorgentia, un expo itinerante dedicato alla casa e a tutto ciò che in essa è contenuto, che porterà nelle principali piazze italiane le novità e le eccellenze che l'industria, in primo luogo quella italiana, continua a produrre.



Certi che dando linfa a questo settore si possa contribuire alla ripresa della macchina economica italiana, Banca Mediolanum, che dallo scorso giugno è attivamente impegnata nell'iniziativa "Riparti Italia", e Livolsi-Iaquinta and Partners, firm specializzata prevalentemente nelle attività di merger & acquisition e corporate finance, sponsorizzano il progetto "Resorgentia", promosso da Filmare GroUP, che partirà da Fermo il 29/31 agosto.

"Siamo molto soddisfatti - dichiara Giuseppe Mascitelli, presidente di Filmare - di avere riscosso, oltre a quello di Banca Mediolanum, anche l'interesse di

una struttura così altamente qualificata quale la Livolsi-Iaquinta, che siamo certi sarà di grande aiuto, dal punto di vista professionale, anche per i soggetti cui l'evento è dedicato".

Insomma: un servizio a 360° per le aziende e per i loro prodotti. Creare relazioni tra le varie aziende che parteciperanno all'expo è un altro grande atout di Resorgentia. Per ulteriori dettagli è disponibile il sito [www.resorgentia.com](http://www.resorgentia.com).

Seguici su:

facebook.com/bancamediolanum

twitter.com/bancamediolanum  
twitter.com/MedEventi

youtube.com/bancamediolanum

Questa è una pagina di informazione aziendale con finalità promozionali. Il suo contenuto non rappresenta una forma di consulenza né un suggerimento per investimenti