

BANCA MEDIOLANUM PER OGNI NUOVO CONTO CORRENTE SOTTOSCRITTO LA BANCA GARANTISCE UN MESE DI SCUOLA A UN BAMBINO DI HAITI

Freedom, il conto che dona solidarietà

Tassi di remunerazione sempre elevati, grazie alla polizza Mediolanum Plus: confermato anche per il prossimo trimestre il 2,20% netto per i nuovi correntisti

Due caratteristiche rendono Freedom un conto corrente unico, nell'intero panorama bancario italiano. La prima è una remunerazione molto vantaggiosa, ai livelli più elevati tra quelle disponibili sul mercato. Tanto che per il prossimo trimestre, fino al 31 marzo 2011, vengono confermati e prolungati i tassi di remunerazione e le condizioni già applicati al trimestre in corso per i nuovi correntisti, che apriranno per la prima volta un conto corrente Freedom, la remunerazione sulle somme in giacenza oltre i 15mila euro risulta pari al 2,20% netto, che rispetto alle condizioni di un conto corrente ordinario corrisponde al 3% lordo. E per chi è già titolare del conto il tasso di remunerazione risulta pari all'1,825% netto, un valore che raffrontato alle condizioni di un conto corrente ordinario corrisponde al 2,50% lordo. Clienti che svettano sempre rispetto a quanto disponibile sul mercato bancario.

La seconda caratteristica è la differenza e distingue il conto corrente Freedom è poi l'opportunità, e il merito, di contribuire - con ogni nuovo conto corrente aperto - a un'importante missione umanitaria e di solidarietà, a favore dei bambini di Haiti, la poverissima isola caraibica che è stata anche devastata dal terremoto nel gennaio scorso ed è ora colpita, per di più, da gravi epidemie. Oltre all'eccezionale livello di convenienza, quindi, per ogni nuovo conto corrente Freedom che viene aperto, dal primo ottobre scorso al 31 marzo 2011, Banca Mediolanum garantisce, attraverso una sovvenzione a carico esclusivo della Banca (e non del cor-

rentista, al quale l'iniziativa umanitaria non costa nulla), un mese di scuola a un bambino di Haiti (il che spesso vuol dire salvargli la vita), sostenendo le attività della Fondazione Francesca Rava N.P.H. Italia Onlus. Con risultati già molto con-

tinua prosegue fino al prossimo 31 marzo) ha già permesso di donare a 1.243 bambini haitiani la possibilità di frequentare la scuola per un intero anno. Numeri, risultati e traguardi già importanti e che, fino alla fine di marzo 2011, possono crescere ancora moltissimo. E, nel segno della massima concretezza e trasparenza di questo impegno solidale da parte della Banca, sull'home-page del sito www.bancamediolanum.it ogni settimana viene pubblicato e comunicato il dato aggiornato dei risultati raggiunti. Da anni il Gruppo Mediolanum, per il tramite della sua fondazione, è al fianco della Fondazione Francesca Rava - NPH Italia Onlus nel sostegno



Nei primi due mesi la Banca ha già garantito un anno di scuola per 1.243 bambini di Haiti



alle iniziative dedicate ad Haiti, attraverso il progetto di solidarietà "Piccolo Fratello", promosso appunto da Fondazione Mediolanum, che ha deciso di rivolgere particolare attenzione alla causa dei bambini di strada nei Paesi del Terzo Mondo. E ora questo impegno continua e si sviluppa anche attraverso l'iniziativa collegata all'apertura di nuovi conti correnti.

NESSUNA CONSEGUENZA PER I CLIENTI DELLA BANCA DALLE DIFFICOLTÀ FINANZIARIE A DUBLINO

Gli investimenti della clientela al riparo dalla crisi irlandese

La crisi finanziaria dell'Irlanda, che ha scosso i mercati finanziari internazionali e l'area dell'Euro, non avrà alcun impatto significativo sugli investimenti in fondi comuni della clientela di Banca Mediolanum. Né sugli investimenti in fondi di diritto irlandese, promossi dalla Società di gestione del risparmio Mediolanum International Funds con sede a Dublino. Come spiega Vittorio Gaudin, responsabile Area Patrimoni Finanziari Clientela di Banca Mediolanum.

«Nessuna. Per cui è il caso di tranquillizzare i nostri clienti, ed eliminare eventuali dubbi o paure infondate. Come sappiamo bene, l'emozionalità degli investitori collegata a fatti di attualità dei mercati finanziari è spesso fuorviante, ma ogni nostro cliente può rivolgersi per l'assistenza e la consulenza necessarie al proprio Family Banker di fiducia. In ogni caso la crisi irlandese non avrà alcun effetto significativo sugli investimenti della nostra clientela».



Vittorio Gaudin

Quali conseguenze potrà provocare la crisi irlandese sugli investimenti in fondi comuni della clientela?

Perché?
«Per diversi motivi. Il primo è che l'esposizione diretta dei nostri fondi d'investimento in obbligazioni

governative e di istituzioni bancarie irlandesi è decisamente limitata, pari allo 0,46% del patrimonio complessivo in gestione da parte del Gruppo Mediolanum. Quindi una quota del tutto marginale, che non ha alcun effetto rilevante sui nostri Portafogli finanziari. Anche in questo caso, quindi, la nostra politica di forte diversificazione di portafoglio, applicata anche al mondo obbligazionario, ci ha permesso di superare un momento di forte turbolenza dei mercati».

a Dublino, ma che gestisce diversificando il patrimonio ad essa affidato su mercati e titoli di tutto il mondo. Quindi non risentono, se non in maniera del tutto trascurabile, dall'andamento e dalle attuali difficoltà dell'economia irlandese. In più, vale la pena di ricordare che nei fondi comuni di investimento, quindi anche nei nostri fondi di diritto irlandese, i patrimoni investiti sono di proprietà esclusiva dei clienti sottoscrittori, e sono separati da quello della società di gestione. In sostanza, il fatto che il "domicilio", la sede legale, della nostra Società di gestione del risparmio sia in Irlanda non influisce in alcun modo sui patrimoni investiti».

E gli altri motivi?
«Una parte rilevante dei nostri fondi è di diritto irlandese in quanto istituiti da Mediolanum International Funds, una società che ha sede legale e operativa in Irlanda,

MEDIOLANUM CORPORATE UNIVERSITY HA OSPITATO UNA CONFERENZA DEL PROFESSOR LEGRENZI SULLA FINANZA COMPORTAMENTALE

«Non siamo fatti per rischiare»

Il segreto del successo del Family Banker? Applicare da sempre i principi di una disciplina relativamente giovane, la finanza comportamentale, una scienza nata ufficialmente una trentina di anni fa come branca della psicologia cognitiva e poi diventata specialità nell'integrazione con l'economia classica. Quell'economia che nel tempo ha sviluppato modelli matematici pressoché perfetti. O meglio che sarebbero perfetti se noi, uomini e donne del ventunesimo secolo, fossimo robot totalmente razionali, privi di sentimenti ed emozioni. Prossimo insomma numeri, sempre universalmente uguali a noi stessi. Ma così non siamo, e le depressioni e le euforie dei mercati ne sono la prova e la conseguenza, alla finanza comportamentale si basa sulla comprensione del rapporto tra i modi di pensare da economisti e il funzionamento della mente umana spiega Paolo Legrenzi, docente di psicologia cognitiva all'IUAV, l'università che dell'Istituto universitario di Architettura di Venezia fondato nel 1926 ha mantenuto il nome, ma allargato le competenze. In una lezione durata una mattina e un pomeriggio, il professore ha parlato di finanza comportamentale a un pubblico eterogeneo composto anche di Family Banker, nell'ambito del ciclo "Mediolanum Corporate University Incontra l'Esceellenza". Apparentemente sia finanza comportamentale è una cosa semplice

ha esordito il professore, già docente in Svizzera, Gran Bretagna e a Princeton (la cosiddetta "università dei premi Nobel"), perché si occupa della mente comune, dei suoi comportamenti nei confronti del denaro e del risparmio. È una scienza sperimentale, anche come tale a priori non fornisce modelli né enuncia principi, ma trae deduzioni dall'osservazione del comportamento del risparmiatore medio. E così ci dice questa osservazione? «L'osservazione ci mostra che il risparmiatore è un individuo ben più complesso da come se lo immaginava la finanza tradizionale», dice il professore.

«Per esempio, sufficienti per una perdita più di quanto riusciamo a gestire per un guadagno equivalente». Si chiama "effetto disavanzo" una cosa vale di più se la finanza comportamentale a un pubblico eterogeneo composto anche di Family Banker, nell'ambito del ciclo "Mediolanum Corporate University Incontra l'Esceellenza". Apparentemente sia finanza comportamentale è una cosa semplice

questo limita molto la nostra possibilità di guadagno. Per esempio: uno dei cardini della finanza è l'investimento diversificato, meno rischioso di quello correlato. Ma diversificare significa investire anche in mercati che non conosciamo personalmente, e questo cozza contro la nostra educazione. «Siamo stati educati a decidere dopo aver conosciuto

ed ponderato le alternative. Fin da piccoli ci insegnavano che la saggezza non si connota con la sperimentazione, il nuovo, le nuove soluzioni. Un patetismo, ma tant'è. Terzo elemento: «Prendiamo decisioni che riguardano il futuro in base alla nostra esperienza del passato: non osserva lo studioso, una possiamo rappresentare il passato in tanti modi differenti. Per valutare correttamente un evento, dovremmo aver presente l'intera serie storica in cui esso



L'ingresso alla Mediolanum Corporate University presso la sede della Banca a Milano

si innesca, ma questo in finanza è praticamente impossibile, perché la nostra vita è sempre troppo corta per indagare quell'evento, per capire per esempio se si tratta di un fatto normale o di un fatto eccezionale. Tutto ciò s'incarna nella nostra riluttanza ad affrontare il rischio: non siamo fatti per rischiare. Il mondo è diventato più complesso di quanto la nostra mente sia in grado di contabilizzare, è evoluto più in fretta di noi. Una riprova? «Più diventiamo colti, meno ci accorgiamo della nostra ignoranza. Più conosciamo un pericolo, tanto più lo sottovalutiamo, con tutti i rischi, anche economici, che ciò comporta. Un'argomentazione che c'è stata una superficialità che il mondo della finanza non perdona. Sembra un controsenso, ma per affrontare complessità e insidie moderate (anche finanziarie) in mancanza di un'intelligenza sovrumana, il vieniamo ricorrere al uso di non sapere degli antichi greci. E, affidarsi a chi, come un Family Banker di mercati, Borsa, Indici sa tutto quanto è necessario. E la finanza comportamentale, come ha riconosciuto il professor Legrenzi, la pratica empiricamente da sempre».

Premi Mediolanum Award per la qualità e la fiducia

Sono stati consegnati, per il terzo anno consecutivo, i Mediolanum Award for Service Quality and Innovation, alle aziende che si sono distinte nella qualità del servizio al cliente. La cerimonia è avvenuta il 17 novembre nell'Aula Magna dell'Università Bocconi, alla presenza delle autorità accademiche e di un pubblico di studenti dell'ateneo milanese. Hanno consegnato i premi Massimo Dons, amministratore delegato di Banca Mediolanum, Edoardo Lombardi, vicepresidente della Banca, e Oscar di Montigny, amministratore delegato di Mediolanum Corporate University. Tema della ricerca, condotta dalle Bocconi con il supporto della Banca, "Customer Experience & Trust, la sfida delle imprese irresistibili". Vincitori il Gruppo Feltrinelli, che si è distinto a livello nazionale, sia nell'attenzione alle esigenze e ai gusti dei clienti, sia nella capacità di generare nel cliente stesso fiducia e quindi fedeltà "innovando ma nello stesso tempo conservando la propria tradizione". Feltrinelli ha conquistato il primo posto sia nella graduatoria "Customer Experience" sia nella "Trust". Le altre finaliste della prima categoria sono state, nell'ordine, Bottega Verde, Ikea, Esselunga. Per l'eccezionale in Trust, Esselunga, Coop Italia e Hoop. L'incontro è stato aperto dal rettore delle Bocconi, professor Guido Tabellini, e condotto dal direttore del dipartimento di Marketing, professor Enrico Valdinotti. La premiazione è stata preceduta dalle relazioni di Isabella Socia del dipartimento di Marketing e di Roberto Randazzo del dipartimento Studi giuridici dell'Università, e di Paolo Inghilleri dell'Università Statale, e anche di una tavola rotonda cui hanno partecipato Stefano Sardo, direttore generale di Libreria Feltrinelli, Matteo Hoepf, Benedetto Lavinio di Bottega Verde e Vincenzo Tassinari presidente di Coop Italia. Il Mediolanum Award è una delle iniziative che Banca Mediolanum ha messo in atto per favorire lo sviluppo del concetto di centralità del cliente nel mondo produttivo e dei servizi. Da tre anni infatti la Banca sponsorizza la cattedra in "Customer & Service Science" all'università di via Sarfatti, titolare Enrico Valdinotti, ordinario di Economia e gestione delle imprese. Tutto ciò rientra nella filosofia della Banca, che da sempre riserva grande attenzione alla qualità del servizio e alla soddisfazione della clientela, e per prima, già negli anni Ottanta, ha creato una struttura per il controllo continuo del rispetto di standard qualitativi per i prodotti e l'operatività.

Notizie Mediolanum a cura di Roberto Scippa roberto.scippa@mediolanum.it

Questa è una pagina di informazione pubblicitaria. Il cui contenuto non rappresenta una forma di consulenza né un suggerimento per l'investimento.