

Lo scenario offre occasioni d'investimento molto interessanti per chi riesce a ragionare a mente fredda

Vincere la paura, per tornare a crescere

Mai come oggi la crisi dei mercati è amplificata dall'emotività di consumatori e investitori

Vincere l'effetto emotivo di questa crisi dei mercati internazionali, superare una paura amplificata ogni giorno dai mass-media di tutto il mondo, affrontare le difficoltà con la consapevolezza che la via della ripresa passa dalla fiducia e dal rilancio dei consumi. E ancora: sostenere gli investimenti, far ripartire il motore imballato dell'economia, comprare azioni sempre diversificando con i fondi, ora più che mai, per cogliere le tante opportunità e i costi ai minimi che la congiuntura offre. Sono queste le linee guida che devono orientare investitori, risparmiatori, e anche consumatori, per superare la crisi con ritrovato slancio. Non è certo l'unica pesante crisi dei mercati e dell'economia a livello internazionale, ma è senza dubbio la prima che si è sviluppata all'interno di un mondo globalizzato della comunicazione: ogni giorno, da mesi ormai, giornali, televisioni, internet, ci bombardano con

informazioni catastrofiche e deprimenti sui dati e sugli effetti della congiuntura. E proprio per questo la componente psicologica ed emotiva ha un peso e una rilevanza molto più forti che in passato, e ciò è anche dimostrato dal fatto che il crollo dei consumi, a livello internazionale, è scattato dopo il fallimento della Lehman

molto più rilevante che in passato, e il contraccolpo di tutto ciò si è riscontrato sia sull'economia reale, con la netta contrazione dei consumi, sia nel settore finanziario, con le pesanti flessioni dei mercati. Per contrastare la crisi il governo americano ha, ad esempio, costituito una Task-Force di economisti, senza dubbio una

l'economia di tutti gli Stati. Finalmente si va nella direzione giusta. Ma è anche evidente che, proprio per questi comportamenti emotivi, sui mercati si sono create delle situazioni di opportunità d'investimento molto interessanti. Questo non significa che il momento: più difficile sia già alle nostre spalle. Il 2009 sarà probabilmente un anno molto critico per l'economia reale di molti Paesi, ma non c'è dubbio che, allo stesso tempo, siamo di fronte a uno scenario di opportunità d'investimento come poche. E con Banca Mediolanum, grazie all'assistenza e alla vicinanza dei Family Banker, i nostri clienti, risparmiatori e investitori, hanno a disposizione tutte le indicazioni necessarie sulla strada giusta da seguire. Ma occorre vincere l'emotività e la paura, per ritrovare fiducia e consapevolezza nelle nostre risorse, e per cogliere le occasioni che contribuiranno a far rilanciare l'economia e i mercati.

Occorre ritrovare la fiducia nelle nostre risorse e cogliere le tante opportunità oggi a disposizione

Brothers. Quindi un crollo dei consumi e della fiducia causato dalla paura che ha causato una contrazione delle spese anche da parte di chi continua ad avere, come prima, il proprio lavoro, i propri guadagni, i propri risparmi a disposizione. L'effetto della pressione e dei messaggi negativi diffusi per mesi ha portato a un'esplosione dei comportamenti emotivi da parte dei cittadini, consumatori e investitori, in misura

mossa importante e significativa, ma si potrebbe dire che servirebbe anche una Task-Force di psicologi, perché oggi il primo ostacolo da superare è la paura. Tutti i principali Paesi industrializzati si sono mossi e si stanno muovendo per intervenire con misure concrete, e alcuni segnali positivi e di ripresa si stanno già vedendo, come il calo dei tassi di interesse o la diminuzione dei costi dell'energia, fondamentale per

Freedom, il conto «intelligente»

È un conto corrente semplice e trasparente da utilizzare, con tutte le funzioni e le operazioni di un conto corrente tradizionale, ma allo stesso tempo è unico, innovativo, rivoluzionario. Cosa ha di tanto straordinario e vantaggioso? Anziché applicare a tutto il capitale presente sul conto del cliente lo stesso tasso di interesse, così come è sempre stato finora per un conto in banca (e come sappiamo si tratta sempre di cifre che iniziano per 'zero virgola...'), vale a dire interessi sempre ben al di sotto di un punto

zionario è semplice, trasparente, vantaggioso: fissata una soglia di riferimento per il capitale presente sul conto, attualmente stabilita appunto a quota 12mila euro ma che potrebbe anche variare in maniera flessibile, ad esempio a seconda dell'andamento dei tassi, oltre questa soglia le giacenze vengono remunerare attraverso un sistema innovativo di gestione attiva, ma sempre con la completa disponibilità per il cliente di tutto il capitale presente sul conto, in ogni momento e per qualsiasi operazione bancaria, e senza dover fare ricorso ad altre soluzioni di risparmio che non siano il conto corrente stesso. Il 'contenitore' dei risparmi, dei capitali e della liquidità del cliente è e resta uno solo: il conto Freedom. Le novità non finiscono qui: per i propri correntisti Banca Mediolanum amplia da 5 a 7 la gamma delle carte di pagamento e credito



collegate al conto, grazie alle nuove Freedom Card. Confermando ed evolvendo caratteristiche e funzionalità che in questi anni hanno determinato il successo delle Reflex card, anche le carte di pagamento collegate a Freedom offrono condizioni convenienti, trasparenti e 'senza asterischi', vale a dire senza brutte sorprese per il cliente: il costo fisso è di 5 euro al mese, che si azzerà in caso di patrimonio gestito oltre i 30mila euro o con una giacenza media pari a 12mila euro, e comprende tutte le principali operazioni di pagamento e credito. Freedom Card Advanced, che consente di scegliere tra 3 diversi colori e grafiche, sarà l'evoluzione di Carta Reflex, Freedom Gold quella di Reflex Oro, mentre la novità è rappresentata dalla Freedom Card, la versione base: non è una carta multifunzione, ma un Bancomat con possibilità di operazioni come carta di credito limitate a un plafond mensile di 500 euro, senza funzione revolving, ma a condizioni più vantaggiose rispetto ad altre carte. La strategia di Banca Mediolanum prosegue quindi nell'offrire al cliente sempre le migliori opportunità disponibili, attraverso l'assistenza, la competenza e la professionalità dei propri Family Banker.

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

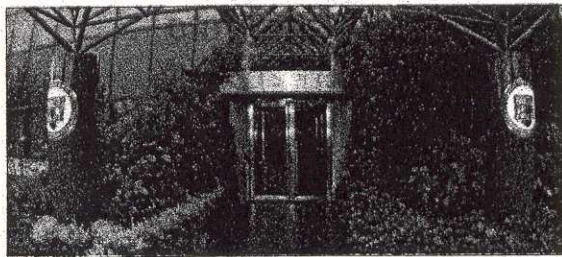
Questa è una pagina di informazione aziendale il cui contenuto non rappresenta una forma di consulenza né un suggerimento per investimenti

Nel 2009 sono previste 600 giornate d'aula e quasi 3.000 partecipanti ai corsi

MCU, formazione al lavoro e alla vita

Mediolanum Corporate University ha aperto ufficialmente le proprie aule. È il primo ateneo in Italia dedicato all'educazione finanziaria della Community Mediolanum (clienti inclusi) ma non solo. MCU è stata costruita sui valori che ispirano l'operato dell'Azienda tra i quali spiccano, quali elementi centrali, la preparazione e l'eccellenza. In soli due anni dall'inizio dei lavori, a Basiglio, nella sede di palazzo Archimede, è stata presentata quella che è già la prima Corporate University Italiana.

Due anni che sono serviti al team dell'amministratore delegato di MCU, Oscar di Montigny, per progettare l'università ma soprattutto per conoscere le realtà più prestigiose, in particolare quelle americane, a cui ispirarsi per poi reinterpretarle nel gusto e con la sensibilità italiana puntando su un obiettivo primario: educare alla finanza. Un imperativo per i professionisti impegnati ma oggi più che mai un'esigenza precisa di un sistema che ha bisogno di conoscenza. La struttura formativa di MCU basa la pianificazione del percorso di ogni singolo partecipante partendo dall'analisi degli obiettivi di carriera per poi progettare il piano di studio che svilupperà contemporaneamente sia il piano professionale sia quello personale. Un impegno possibile grazie ad una seconda, non



Qui a fianco, l'ingresso della Corporate University di Mediolanum, a Milano. Sotto, una delle 24 aule di cui dispone la struttura formativa, dove il percorso didattico viene pianificato sulla base degli obiettivi di carriera del singolo partecipante

meno impegnativa, determinazione: seguire l'approccio "Lifelong learning", seguire cioè per l'intera carriera corsi, seminari, stage, momenti di autoformazione, pensati per sostenere ogni fase del percorso professionale. Un altro elemento di originalità consequenziale è la bipolarità del percorso formativo che viaggia su due binari: i corsi e i percorsi. Ciò vuol dire che alla MCU oltre alla autoformazione (lo studio) e al confronto in aula (condivisione delle nozioni e delle conoscenze) esiste un secondo livello di verifica operativa sul campo delle nozioni assimilate. L'offerta formativa è molto ampia e articolata: 27 corsi d'aula e 32 corsi on line. Tre le aree di studio in cui è stata strutturata l'università: l'area comportamentale avvia allo sviluppo personale e manageriale, alle tecniche di comunicazione, ai percorsi di coaching e leadership collegati allo sviluppo dei talenti; l'area tecnico-commerciale che comprende la formazione nel campo dei prodotti finan-



ziari, dei servizi e dei supporti informatici; l'area improntata agli aspetti tecnico-normativi. Ai corsi di aula e a quelli on line si aggiungono anche attività on the job training e time to market, legate cioè alle esigenze contingenti dell'attività della rete commerciale o a quelle relative all'adeguamento normativo. Un ulteriore livello di apprendimento è MedBrain, letteralmente l'internet dei cervelli, uno strumento molto avanzato di incrocio e confronto on line di informazione. Pensato per lo studio individuale, consente grazie all'elasticità del sistema e alle caratteristiche del collegamento digitale, di partecipare a corsi on line ma

anche di condividere «file», studi, ricerche o semplici informazioni con gli altri discenti o con gli stessi docenti. Nel 2009 sono previste 630 giornate d'aula, 10.968 student days e un numero di partecipanti pari a 2.790. MCU conta 119 docenti, tutti manager che hanno contribuito in prima persona a fare la storia di Banca Mediolanum a questi si aggiungono anche consulenti esterni scelti nel miglior panorama internazionale, e un Comitato Scientifico che ha il compito di stimolare idee creative e sviluppare contatti e relazioni con università e centri di ricerca esterni per mantenere un orientamento all'innovazione.