



Mediolanum riunisce i servizi e i vantaggi degli sportelli tradizionali e degli strumenti multimediali, dal telefono alla Tv digitale

Una banca completa e vicina al cliente

Un'ampia gamma di conti correnti, carte di pagamento e credito, soluzioni per il risparmio e gli investimenti

Tutti i servizi, le opportunità, le funzioni di uno sportello bancario tradizionale. Uniti ai vantaggi di una spiccata attenzione alle esigenze del cliente e di una multimedialità, innovativa ma di facile utilizzo, che offre comodità e semplicità di accesso attraverso vari strumenti, dal telefono di casa a Internet, dal cellulare alla Tv digitale. Banca Mediolanum è il primo istituto di credito italiano che ha saputo fondere le caratteristiche e le risorse multimediali e multimediali, con quelle tipiche di una banca dalle classiche filiali sul territorio, mettendo insieme, in questo modo, i pregi e i vantaggi dei due modelli. Tanto da offrire, ad esempio, una gamma completa di conti correnti adeguati a ogni tipologia di cliente, risparmiatore, investitore, e mettendo a disposizione della clientela un ampio ventaglio di strumenti e carte di pagamento e credito, dal Bancomat alle carte di credito Visa, MasterCard e American Express, adatte a soddisfare ogni tipo di esigenza e di spesa.

Per consentire poi ai propri clienti la possibilità di effettuare anche operazioni allo sportello, come prelievi e versamenti di contanti e assegni, Banca Mediolanum dispone di oltre 16mila sportelli su tutto il territorio nazionale presso le filiali di istituti di credito convenzionati. Il contatto personale con un esperto di fiducia è invece garantito dagli oltre 6mila Family Banker attivi in tutta Italia, che all'occorrenza incontrano il cliente per fornire consulenza, assistenza, informazioni, per spiegare le diverse soluzioni di risparmio e investimento

o illustrare le opportunità di protezione e previdenza. Sono gli stessi servizi forniti direttamente al telefono contattando il Banking Center di Mediolanum, dove sono a disposizione gli specialisti della Banca, professionisti attentamente selezionati, formati e qualificati, che possono vantare maggiori competenze di un bancario addetto allo sportello tradizionale,

in questo periodo il ricorso a carte di pagamento e credito. Anche su questo fronte la Banca offre una gamma completa di soluzioni: il Bancomat per le spese di tutti i giorni; Reflexcash, la carta pre-pagata utile per acquisti su Internet o per un target giovane; le carte American Express Verde e Oro rivolte a una clientela esigente e spesso in giro per

disponibili: quelli della linea Valore (nessun costo, operatività totale con tassi d'interesse superiori alla media), della linea Incentivo (per cui il tasso d'interesse cresce all'aumentare del patrimonio investito), della linea Speciale (per una risposta su misura a esigenze di risparmio e gestione particolari, come quelle di liberi professionisti, studenti, specialisti di Trading online in Borsa), e della linea Reflex, semplice, flessibile e molto conveniente. Il conto Reflex costa 5 euro al mese tutto compreso, cioè: prelievi Bancomat sempre gratuiti in Italia, prelievi e versamenti di contanti e assegni senza nessun costo presso gli oltre 16mila sportelli convenzionati, e sempre gratuitamente, anche attraverso tutti i canali di accesso disponibili (web, telefono, mobile, digitale terrestre), le altre operazioni più frequenti come bonifici, pagamento utenze, gestione assegni, ricariche telefoniche.

In più, con una garanzia media di famiglia euro, oppure un patrimonio gestito di almeno 30mila euro, il costo del conto Reflex si azzerava.

Per chi ha invece il proprio conto presso un altro istituto di credito e vuole diventare cliente di Banca Mediolanum, è molto più semplice e pratico rispetto al passato effettuare il cambio: Mediolanum facilita il passaggio ai nuovi clienti.

Basta una firma, e Mediolanum attiva il trasferimento delle utenze e dei pagamenti in corso dal vecchio al nuovo conto corrente. Sempre nel segno di un servizio bancario vicino al cliente, completo, pratico e garantito per ogni esigenza.



dato che le loro funzioni spaziano dai conti correnti ai prodotti assicurativi e di investimento. Le tecnologie multimediali e multimediali, come Internet e la Tv digitale terrestre, offrono la possibilità di effettuare tutte le operazioni bancarie e finanziarie con la massima comodità, praticità e sicurezza, dato che tutti i sistemi di accesso e connessione di Mediolanum sono protetti dai più sofisticati strumenti. Con l'avvicinarsi delle feste natalizie e delle vacanze di fine anno, poi, si fa ancora più utile e frequente

il mondo; e uno degli strumenti più completi e innovativi del mercato, Mediolanum Reflexcard, disponibile sui circuiti Visa e MasterCard.

La Reflexcard ha funzionalità Bancomat e Pagobancomat, funzione revolving utilizzabile in qualsiasi momento e assicura la totale protezione delle transazioni attraverso messaggi di avviso via Sms e i protocolli di sicurezza sugli acquisti online. L'attenzione alle diverse esigenze della clientela è anche dimostrata dalla completa serie di conti correnti

Risultati dei primi nove mesi dell'anno

I numeri del Gruppo continuano a crescere

Continuano a crescere i numeri, i patrimoni amministrati, i clienti e gli specialisti finanziari del Gruppo Mediolanum. I risultati consolidati e il consuntivo dei primi nove mesi del 2007 indi-

0,085 euro per azione. Del resto, tutti gli altri principali indicatori di business sono positivi ed evidenziano la crescita del Gruppo nei vari settori di attività. I Premi Lordi Vita sono ammontati complessivamente

**Aumentano
clienti
e promotori
finanziari**

a 2,38 miliardi, il 9% in più rispetto allo stesso periodo del 2006, la Raccolta Lorda dell'Asset Management ha fatto registrare un balzo in avanti del 24% (pari a 2,49 miliardi), mentre la Raccolta Netta complessiva del settore è stata positiva per oltre un miliardo di euro. Il consuntivo delle attività evidenzia poi che il totale dei clienti del Gruppo Mediolanum a fine settembre 2007 raggiungeva le 1.051.000 unità, di cui 885.000 primi intestatari, 60.000 in più rispetto al settembre 2006. I Conti correnti si sono attestati a un totale di 517.800, con un incremento di 77.450 conti rispetto al settembre 2006 (+16%). Nello stesso periodo l'organico della Rete di vendita di Banca Mediolanum ha raggiunto quota 6.257 Family Banker, e la crescita è stata particolarmente significativa nel numero di Promotori Finanziari, per un totale di 4.677 professionisti distribuiti su tutto il territorio nazionale, pari al +17% rispetto al settembre precedente. Comunicato stampa completo disponibile sul sito www.mediolanum.it.

a 2,38 miliardi, il 9% in più rispetto allo stesso periodo del 2006, la Raccolta Lorda dell'Asset Management ha fatto registrare un balzo in avanti del 24% (pari a 2,49 miliardi), mentre la Raccolta Netta complessiva del settore è stata positiva per oltre un miliardo di euro. Il consuntivo delle attività evidenzia poi che il totale dei clienti del Gruppo Mediolanum a fine settembre 2007 raggiungeva le 1.051.000 unità, di cui 885.000 primi intestatari, 60.000 in più rispetto al settembre 2006. I Conti correnti si sono attestati a un totale di 517.800, con un incremento di 77.450 conti rispetto al settembre 2006 (+16%). Nello stesso periodo l'organico della Rete di vendita di Banca Mediolanum ha raggiunto quota 6.257 Family Banker, e la crescita è stata particolarmente significativa nel numero di Promotori Finanziari, per un totale di 4.677 professionisti distribuiti su tutto il territorio nazionale, pari al +17% rispetto al settembre precedente. Comunicato stampa completo disponibile sul sito www.mediolanum.it.

A Pesaro riuniti 10mila partecipanti in un Palasport trasformato nel Madison Square Garden stile anni Trenta

Dietro le quinte della Convention Mediolanum

Mediolanum Comunicazione - Alboran ha organizzato e gestito l'evento che ha celebrato i 25 anni del Gruppo e ha richiesto l'impegno di 1.000 persone

L'ultima Convention di Mediolanum ha attirato lo scorso 26 ottobre 10mila persone nel Palasport dello Sport di Pesaro, trasformato nell'occasione in una riproduzione del Madison Square Garden di New York degli anni Trenta. Uno sforzo notevole affrontato "in house", grazie alle capacità di Mediolanum Comunicazione - Alboran, società del Gruppo attiva nella produzione di eventi, prodotti multimediali, campagne pubblicitarie e gestione di siti Internet e che ha messo a disposizione il valore aggiunto di chi riunisce tutte le competenze necessarie sotto una stessa azienda. «In appena due mesi - spiega Giuseppe Mascitelli, amministratore delegato di Mediolanum Comunicazione - è stata messa in piedi una macchina organizzativa

molto complessa: questo è stato possibile grazie al fatto di avere, all'interno di una sola società, tutta la catena del valore, il know-how e le intelligenze necessarie a gestire simili eventi».

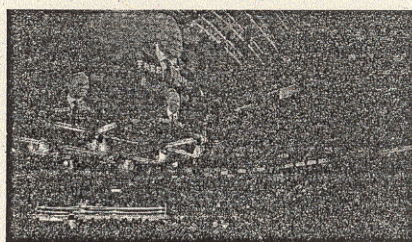
E servono davvero competenze a 360 gradi per mettere in piedi una struttura organizzativa che è arrivata a gestire mille persone e ha offerto ai 10mila partecipanti all'evento-cibi e bevande senza soluzione di continuità in circa 30 punti di ristoro diversi, all'insediare delle tradizioni culinarie di tutta Europa. Tutti i lavoratori coinvolti - tra cuochi, camerieri, facchini, operatori, tecnici del suono e delle luci, addetti all'accoglienza e alla logistica, responsabili della sicurezza, figuranti, attori - sono stati gestiti da un'unica figura, il responsabile degli eventi Sarah Gorla, men-

tre la parte logistica aveva invece la supervisione di Marina Pesce. «Le pari opportunità - sottolinea Mascitelli - non sono chiacchiere, per noi i ruoli chiave della Convention erano tutti affidati a donne, che erano anche la maggioranza dei produttori. Senza dimenticare Marida Galliani, responsabile dei tre registi». Nella preparazione della Convention sono stati inoltre coinvolti due truppe di scenografi, i grafici dell'area cartoon di Alboran (che hanno realizzato un cortometraggio a disegni animati mandato in onda per introdurre uno dei momenti dell'evento), macchinisti, registi, persino musicisti, che hanno prodotto la colonna sonora dell'evento. E alla fine della giornata il Cd con le musiche originali della Convention era già disponibile per consentire a

chi è intervenuto di avere un ricordo concreto dell'esperienza vissuta.

«Le nostre competenze non sono a disposizione solo del Gruppo», puntualizza Mascitelli, che aggiunge: «Chiunque deve organizzare un evento si può avvalere dei nostri servizi, senza dimenticare che organizzare qualcosa per 100 persone può essere più complicato, per certi versi, che gestire un evento che coinvolge un numero di partecipanti cento volte superiore».

Mediolanum Alboran è in grado di offrire una serie di servizi integrati a chiunque, a partire da chi fa già parte della famiglia di Mediolanum in quanto cliente della Banca. Un'offerta che è qualificata da un 'marchio di fabbrica' particolare: quell'approccio "cinematografico" che coinvolge tutti e cinque i sensi e



Un momento della Convention di Pesaro

resta nell'immaginario di ognuno. Un approccio replicato anche nell'evento che ha offerto l'occasione per festeggiare i 25 anni del Gruppo. «In una Convention di alcuni anni fa - ricorda Mascitelli

- abbiamo ricreato alcune decine di metri del muro di Berlino, che tutti i partecipanti hanno abbattuto a picconate, assieme al leader di Solidarnosc Lech Walesa, intervenuto al nostro evento. Come dire: si può comunicare con le parole più efficaci che Mediolanum abbatte gli steccati e le barriere che limitano la libertà dei clienti degli istituti bancari tradizionali, ma chi ha fisicamente abbattuto una parete alta due metri non dimenticherà mai la forza e l'impatto metallico di quel gesto. In occasione del ven-

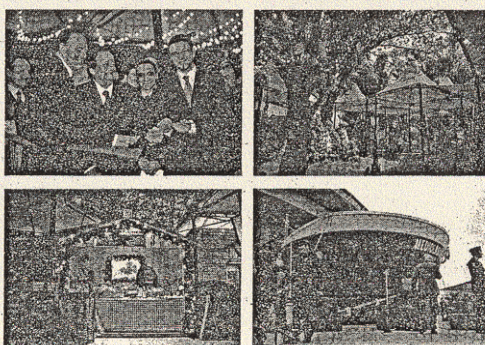
ticinquennale, Mediolanum ha improntato l'evento sul tema della 'terra promessa', ossia gli Stati Uniti che apparivano tali agli emigranti tra le due guerre mondiali. «Per questo motivo - spiega Mascitelli - abbiamo ricostruito fuori dal Palasport di Pesaro, grazie ai nostri scenografi, un porto d'imbarco verso l'America tra le due guerre mondiali. L'obiettivo era ricreare il trapasso tra vecchio continente e nuovo mondo: fuori dal Palasport un porto d'imbarco, dentro il Palasport il Madison Square Garden di New York».

Amici Vip per Piccolo Fratello

Il sociologo Francesco Alberoni, la cantante Paola Turci, il giornalista Maurizio Mosca. Sono alcuni degli 'amici' famosi del progetto di solidarietà 'Piccolo Fratello', che parteciperanno come ospiti alla nuova serie dell'omonima trasmissione in onda su Mediolanum Channel (canale 803 di Sky) il venerdì alle 23, e poi in replica, in orari diversi, negli altri giorni e in streaming su Internet, che ogni settimana illustra e racconta, quasi in tempo reale, l'avanzamento e gli sviluppi dell'iniziativa. Dopo aver già realizzato una casa famiglia per bambini di strada e un centro di formazione per educatori nei pressi di Nairobi, in Kenya, il progetto 'Piccolo Fratello', promosso da Fondazione Mediolanum, punta ora ad aprire quattro scuole che accoglieranno in tre anni 1.800 bambini di strada a Port au Prince, la capitale di Haiti, in collaborazione con la

Fondazione Francesca Rava N.P.H. Italia Onlus. È la nuova serie del programma Tv che prende il nome dal progetto, condotto da Arnoldo Mosca Mondadori, seguita l'evoluzione dell'iniziativa umanitaria anche con l'obiettivo di raccogliere 500.000 euro necessari per aiutare i bambini haitiani. Prosegue infatti l'attività di raccolta fondi, e per dare il proprio contributo e sostegno è possibile effettuare una donazione al conto corrente 860000 AIB 02092 CAR 24240 intestato a Fondazione Francesca Rava N.P.H. Italia Onlus - canale Piccolo Fratello Haiti. Nel garantire massima trasparenza e informazione sugli sviluppi del progetto, e per seguire direttamente i lavori sul sola caraibica, oltre che su Mediolanum Channel il 'Piccolo Fratello' può anche essere seguito sul sito www.mediolanumchannel.it e www.piccolofratello.it.

Le immagini dell'evento per i 25 anni del Gruppo



Entra in Banca Mediolanum
basta una telefonata
840.704.444
www.bancamediolanum.it

Selezione e Reclutamento
840.700.700
www.familybanker.it

Notizie Mediolanum
a cura di Roberto Scipia
Direttore Relazioni con i Media
roberto.scipia@mediolanum.it