Dal mese di febbraio trasferire le utenze e le domiciliazioni è più semplice e senza disagi

Dall'Abi le nuove norme per il servizio RID

Con una sola richiesta alla nuova banca si ha la certezza di procedura e tempistica nei pagamenti

La regolamentazione si propone di favorire, snellendo l'iter burocratico, chi intende chiudere un conto corrente e aprirne uno nuovo presso un altro istituto di credito portando con sé tutti i rapporti legati al conto

La maggior parte dei correntisti, pur di evitare spiacevoli inconvenienti, decide spesso di restare "affezionato" alla propria banca.

Cambiare conto corrente (e banca), e quindi trasferire il servizio Rid, non è da sempre cosa facile.

Il servizio Rapporti interbancari diretti (Rid)

Con il servizio Rid il cliente autorizza la propria banca ad addebitare sul conto corrente di una serie di pagamenti, prime fra tutte le utenze (luce, gas, telefono); ma anche le rate del mutuo o di altri finanziamenti; premi di assicurazione; piani di accumulo; canone e abbonamenti TV; servizi vari (Telepass).

In Italia si tratta di una prassi assai diffusa: coinvolge quasi il 50% dei correntisti (oltre 14 mln di titolari) per un mercato che attualmente conta circa 503 mln di operazioni attive.

Il periodo di "interregno"

Fino ad oggi, però, il trasferimento di utenze e domiciliazioni comportava una serie di difficoltà. Non esisteva una tempistica chiara e univoca per la procedura di revoca e attivazione delle nuove Rid e di conseguenza non era certa la durata e la sorte del pagamento degli addebiti "viaggianti", con il rischio di inconvenienti per la clientela, come la disattivazione dell'utenza, pagamenti fuori termine o talvolta purtroppo anche doppi. Inoltre era il cliente a doversi preoccupare personalmente dell'insieme delle disattivazioni e delle conseguenti attivazioni, con tutti i disguidi del caso.

Banca Mediolanum in questi anni è riuscita con grande impegno ad evitare questi problemi ai propri nuovi correntisti. Considerato il "gap" tra il momento della revoca e la successiva riattivazione, grazie all'Amministrazione Clienti, tutti coloro che intendevano trasferire le proprie domiciliazioni venivano già assistiti direttamente. In pratica la Banca pensava a tutto, sostituendosi al cliente, revocando le disposizioni presso il vecchio istituto di credito e riattivando le deleghe presso Banca Mediolanum; e ancora controllando che le operazioni fossero andate a buon fine fino al primo addebito.

Arrivano regole comuni per il sistema bancario

Oggi finalmente arriva una soluzione valida per l'intero sistema bancario in modo da permettere di cambiare conto corrente senza troppi paletti. L'Associazione Bancaria Italiana (Abi), dopo aver raccolto l'esperienza di Banca Mediolanum così come le osservazioni degli altri istituti, in seguito a un lungo confronto, ha varato la nuova normativa interbancaria sulla trasferibilità del servizio Rid, volta a garantire la continuità del servizio. La regolamentazione, in vigore da febbraio, si propone di favorire, snellendo l'iter burocratico, chi intende chiudere un conto corrente e aprirne uno nuovo presso un altro istituto di credito portando con sé tutti i rapporti legati al conto.

Cadono le barriere "in uscita"

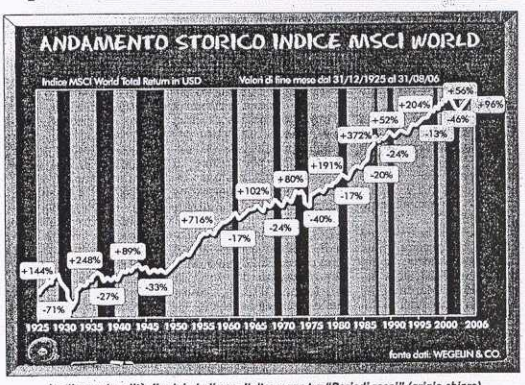
La trasferibilità' del servizio RID, pertanto, oggi si realizza nella possibilità di trasportare con una sola richiesta, indirizzata al nuovo istituto di credito e quindi con un processo automatico certo anche nei tempi di esecuzione, una posizione Rid domiciliata su una banca (indicata come banca "old" o vecchia) presso l'altra banca (banca "new" o nuova).

Infatti, entro 10 giorni lavorativi, il cliente potrà ritenere "ricondotte" sul nuovo conto tutte le proprie domiciliazioni con la garanzia che sia avvenuto il pagamento delle disposizioni viaggianti. Inoltre, il mantenimento dei fondi presso la banca originaria per almeno 12 giorni lavorativi ulteriori, consente al sistema bancario, considerati i diversi cicli di fatturazione delle aziende, di assicurare la continuità degli addebiti.

Cadono pertanto le "barriere in uscita" e il mercato conosce nuove opportunità. Anche Banca Mediolanum ha contribuito a risolvere questa fase delicata e critica della chiusura del conto, dando il suo apporto per un altro passo verso un mercato aperto, competitivo e moderno.

Con l'innovativo servizio acquisti diversificati e ripartiti nel tempo

Big Chance All Time: 4 regole per investire nei fondi azionari



Le diverse tonalità di grigio indicano l'alternanza tra "Periodi rossi" (grigio chiaro) di forte espansione, e "Periodi blu" (grigio scuro) di correzione

Per entrare nel mercato azionario non occorre aspettare la bella stagione. Ogni anno si è abituati ad assistere al susseguirsi delle stagioni climatiche, pertanto, per quanto rigido possa essere l'inverno si ha poi la consapevolezza che ritornerà il tepore della primavera.

L'esperienza insegna che qualcosa di simile accade anche sui mercati finanziari: nel corso della storia, del resto, l'andamento dell'economia mondiale ha evidenziato un trend di crescita costante, reso tale dall'alternanza tra periodi di forte espansione (periodi rossi) e periodi di correzione (periodi blu). Sono stati però proprio i momenti di correzione dei mercati che hanno creato le migliori opportunità per gli investimenti in fondi azionari. Pertanto i periodi blu sono parte integrante di un unico periodo rosso di sviluppo continuo. Tuttavia se si accettano le inevitabili stagioni della natura, ci si lascia invece intimorire dai periodi meno vantaggiosi in Borsa.

Ecco allora che Banca Mediolanum, per venire in aiuto della sua clientela, ha pensato al servizio innovativo "Big Chance All Time" che, grazie alla tecnica del "Dollar Cost Average", permette di superare l'emotività e sfruttare le opportunità d'investimento offerte dai mercati azionari mondiali.

Come? In base a quattro regole fondamentali. Innanzitutto si deve investire nel lungo periodo, in quanto nel lungo termine il mercato azionario rispecchia appieno la crescita dell'economia reale. Il tempo rappresenta, infatti, un fattore incrementale di sicurezza e rendimento del proprio investimento.

In secondo luogo, per realizzare le più ampie possibilità di crescita occorre diversificare il proprio investimento nelle tre maggiori aree dell'economia mondiale, ovvero Nord America, Europa ed Oriente, e nei principali settori economici. Terza regola, si deve investire nel risparmio gestito, seguendo il suggerimento di Paul Samuelson, premio Nobel per l'economia, che sosteneva: "Io investo in borsa solo quel denaro che sono disposto a perdere. Il risparmio, invece, lo investo nei Fondi Comuni perché solo così posso ottenere una valida diversificazione".

Quarta e ultima regola, ma forse la più importante, investire con metodo: la volatilità presente nel mercato azionario e l'emotività legata alle decisioni finanziarie non consentono di definire a priori quale sarà il momento migliore per acquistare. Occorre dunque uno strumento che permetta di ripartire l'investimento nel tempo, per ottenere un prezzo medio di acquisto vicino ai prezzi più bassi del periodo considerato.

Da qui l'introduzione del "Big Chance All Time". Il suo valore aggiunto, infatti, è rappresentato dal PIC Frazionato, un sistema che permette di entrare nel mercato azionario in modo graduale, andando a ripartire l'investimento in un arco di 3, 6, 12 fino a 24 mesi, a scelta del cliente.

Come funziona?

Il capitale viene investito inizialmente in un fondo monetario/obbligazionario e, in modo automatico con cadenza quindicinale, viene progressivamente trasferito su fondi azionari, secondo la durata del frazionamento stabilita.

Si deve soltanto stabilire l'importo della singola rata, la durata del PIC frazionato e la composizione del portafoglio in base ad obiettivi ed attese personali, dopo di che sarà Banca Mediolanum ad occuparsi delle operazioni.

È importante che il servizio sia attivato su fondi rappresentativi dell'intera economia mondiale per garantire un'ampia diversificazione nei mercati delle principali aree geografiche e comparti settoriali.

Big Chance pertanto rappresenta il metodo più corretto e sicuro per investire con maggiore tranquillità e serenità nei mercati azionari mondiali poiché consente di ridurre la variabilità delle performance nel lungo periodo.

Dal 1° al 28 febbraio invia un messaggio a sostegno del "Piccolo Fratello"

Con un Sms al 48545 aiuti un bambino

Basta un Sms solidale per far crescere il "Piccolo Fratello". Dal 1° al 28 febbraio, come nel 2006, viene riproposta la raccolta fondi, con un breve messaggio via telefono cellulare, per sostenere il progetto etico-sociale portato avanti da Fondazione Mediolanum.

Tutti i clienti Tim, Vodafone, Wind e H3G potranno mandare un Sms al numero unico 48545; non occorre scrivere alcun testo in quanto è sufficiente l'invio del messaggio solidale per assicurare 2 euro all'iniziativa dando così il proprio contributo personale.

L'obiettivo di Fondazione Mediolanum è offrire un futuro migliore ai bambini dei Paesi in via di sviluppo che, per svariate ragioni, prime fra tutte malnutrizione e malattie, conducono una vita sbandata in strada. Per evitare questo rischio l'impegno principale dei promotori consiste nel fornire gli strumenti per garantire ai bambini un'esistenza dignitosa nel territorio in cui vivono, attraverso lo sviluppo delle loro tradizioni e della loro cultura. Di qui lo sforzo per far sì che possano ricevere un'educazione scolastica e così conquistare una qualità della vita migliore con l'inserimento in case famiglia e istituzioni volte a proteggerli.

La prima meta da cui si è partiti è stato il Kenia, per supportare l'opera del Padre comboniano Renato Kizito Sesana nelle vicinanze di Kibera. Qui, grazie ai 400mila euro raccolti - fra quelli stanziati da Fondazione e Banca Mediolanum da un lato e le donazioni dei sottoscrittori, dall'altro - è stato già possibile rendere funzionante la casa di prima accoglienza (un iniziale punto di contatto per le situazioni più complesse) e inaugurare, lo scorso 17 dicembre, la casa famiglia in cui appunto tre famiglie keniane ospitano, al momento, sotto la loro custodia una quarantina di bimbi.

La prima casa costruita in Kenia con il progetto "Piccolo Fratello"

Ma accanto a queste strutture è stato anche realizzato il primo Centro di formazione permanente. Nel programma il Centro riveste importanza centrale: formare direttamente nelle località interessate, educatori e docenti che possano aiutare i piccoli, diventando esperti in pedagogia dell'emergenza. Le persone in loco, infatti, una volta acquisite le competenze per insegnare, sono titolari di una maggiore conoscenza del contesto sociale e culturale e quindi in grado di contribuire in misura più efficace al recupero dei piccoli rendendoli autonomi.

PICCOLO FRATELLO
UN TETTO NON SOLO D'AMORE PER I BIMBI DI STRADA

Pertanto, anche il contributo via Sms, andrà a favore del programma di mantenimento di quanto costruito ed ottenuto in Kenia per poi esportare questa prima esperienza altrove.

Per qualunque informazione si può sempre visitare il sito Internet www.piccolofratello.it. che riporta tutti i passaggi e i traguardi raggiunti. Inoltre Mediolanum Channel manda in onda la trasmissione "Piccolo Fratello" offrendo così l'opportunità a chiunque,di seguire passo dopo passo lo stato di avanzamento dei lavori.

New entry: Marco Riva in Banca Mediolanum

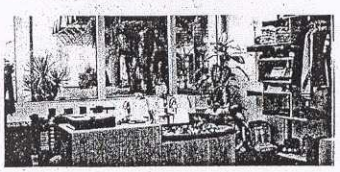
Marco Riva

Marco Riva, 44 anni, milanese, una brillante carriera legata al settore delle reti di vendita ha recentemente fatto il suo ingresso in Banca Mediolanum con l'incarico di promuovere e coadiuvare lo sviluppo della Rete.

Il punto di forza del suo iter professionale è rappresentato dalla lunga esperienza, avendo ricoperto anche cariche manageriali nel comparto bancario e assicurativo, maturata presso istituti di credito organizzati con una rete commerciale che si avvale di promotori e consulenti finanziari.

La carriera di Riva è iniziata al Credito Italiano (Gruppo Unicredit), dove è stato responsabile dal 1990 al '95 della selezione e sviluppo rete di Credit Consult Sim ed è proseguita a Solidarietà e Finanza Sim dove ha rivestito il ruolo di responsabile della gestione rete, selezione e formazione. Poi dal 1996 al 2001 ha ricoperto l'incarico di direttore commerciale di Zurich Investments Sim e successivamente quello di direttore generale di Zurigo Sim. Infine l'ultimo step presso il Credito Emiliano (Credem) dove ha avuto la responsabilità della divisione Promotori Finanziari della Banca.

Primo punto vendita di articoli Mediolanum



Il merchandising di Banca Mediolanum si apre al pubblico. È stato inaugurato presso la sede centrale della Banca, a Milano 3 (Basiglio), il primo punto vendita al dettaglio dei prodotti che riportano il logo dell'istituto di credito.

Da oggi, pertanto, la linea Mediolanum potrà essere acquistata da chiunque a prezzi davvero interessanti rispetto a quelli proposti sul mercato. Finora, invece, ad averne accesso erano solo i Family Banker e i consulenti della rete commerciale (anche tramite la rete Intranet in cui esiste una sezione dedicata con un catalogo virtuale) e tramite questi la clientela.

Per quanto riguarda gli articoli, realizzati su disegno esclusivo, si va dagli oggetti di cancelleria ed ufficio al settore dell'abbigliamento (maglioni, felpe sportive e t-shirt, abiti su misura e cravatte) dalla pelletteria (borse, valigie e zaini) all'hi-tech. Su tutti quanti si ritrova rigorosamente il brand "Mediolanum".

Aumentano i telespettatori di Mediolanum Channel: più 50% negli ultimi sette giorni

È una tivù multitematica e crossmediale, che continua a guadagnare telespettatori. In base all'ultima ricerca Audistar di Eurisko, relativa al secondo semestre del 2006, i telespettatori di Mediolanum Channel, - il canale satellitare gratuito di Banca Mediolanum visibile all'803 per chi possiede un abbonamento a Sky Italia - negli ultimi sette giorni, rispetto allo stesso periodo del 2005, sono cresciuti in valore assoluto da 299mila a 447mila (+49,5%), con un incremento dei relativi contatti settimanali del 50%, salendo da 613mila a quota 921mila.

L'indagine, che si propone di definire dal punto di vista quantitativo la "platea" delle tv satellitari e stimarne il profilo in termini qualitativi, fornisce i dati che fanno da bussola per i principali attori del settore, vale a dire, televisioni generaliste, pay tv, emittenti satellitari in chiaro, centri media e concessionarie di pubblicità.

In particolare, per le rilevazioni, sono state condotte 21mila interviste prendendo come universo di riferimento il campione di adulti al di sopra dei 14 anni (49.839.000 individui)

"Siamo nati nel 2001 come strumento di fidelizzazione e intrattenimento rivolto alla Community costruita intorno a Banca Mediolanum e di cui fanno parte più di 1 milione di famiglie, che condividono gli stessi valori della Banca, cioè di trasparenza, ottimismo, entusiasmo, qualità dell'offerta e massima considerazione per il cliente. - afferma Giuseppe Mascitelli, amministratore delegato di Mediolanum Comunicazione ed editore di Mediolanum Channel – Col tempo il nostro pubblico si è allargato differenziandosi da quello delle tv generaliste e concentrandosi nelle fasce di età adulte, interessate a una televisione di approfondimento, pacata nei toni, ricercata nelle immagini e nella qualità di produzione, assicurando comunque, ai suoi programmi, dinamismo, piacevolezza e capacità di coinvolgimento".

Da sempre, infatti, il canale punta su due fronti: per quanto riguarda i programmi, la scelta di adottare sempre uno stile e un taglio redazionale ricercato e poco comune. Mediolanum Channel, infatti, è una tv multitematica, o piu correttamente multi-nicchia, che offre in palinsesto trasmissioni dedicate a: economia, finanza, storia, management, teatro, opera lirica, poesia, benessere, solidarietà, ma anche mare, nautica, motori e innovazione tecnologica.

Del resto la qualità della produzione e la cura del dettaglio sono garantite dalla struttura all'avanguardia di Mediolanum Comunicazione-Albolan, composta da 4 studi televisivi e da 10 sale di montaggio, piattaforma che viene utilizzata anche per produzioni Rai, Mediaset e La7.

Il secondo aspetto su cui si insiste è proprio l'innovazione tecnologica e la distribuzione crossmediale: "Oggi la programmazione, strutturata su blocchi di quattro ore che si ripetono nell'arco della giornata, è visibile gratuitamente via satellite e via web in streaming 24 ore su 24. In termini di distribuzione, il 2007 ci impegnerà nello sviluppo della parte web con archivi ondemand e aree interattive, e della fruizione tramite videofonini", aggiunge Mascitelli.

Strategia e piani di sviluppo che si stanno dimostrando vincenti considerato che, sempre in base ai dati Audistar, la notorietà della rete è aumentata del 10% (8.227.000 II wave 2006) e il profilo dell'audience è sempre più qualificato: in particolare nell'ultimo anno si è concentrato nella fascia d'età compresa fra i 35 e i 55 anni e anche il 7% dell'audience più giovane è per lo più over 15. Inoltre a seguire le trasmissioni di Mediolanum Channel è soprattutto un pubblico maschile (67%), con un tempo medio di visione di 42 minuti, rispetto a un palinsesto fatto da programmi la cui durata media varia dai 30 ai 45 minuti.

Entra in Banca Mediolanum
Basta una telefonata
840 704 444
www.bancamediolanum.it

Selezione e Reclutamento
tel. 840 700 700
www.familybanker.it

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