BANCA MEDIOLANUM
GRUPPO BANCARIO MEDIOLANUM

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

Presentato il nuovo 'Freedom', il mutuo in libertà

Mutui: 65 milioni per tutti i clienti

Taglio dei costi dal primo settembre. Una riduzione sia per i nuovi sia per i vecchi sottoscrittori

Mediolanum abbassa il costo dei mutui: dal primo settembre prossimo, per tutti i clienti sottoscrittori, senza che siano questi ultimi a richiederlo. Lo 'spread', che è l'unico margine per l'azienda che viene aggiunto al costo del denaro preso in prestito, scenderà in media dello 0,64%, arrivando in alcuni casi allo 0,79%. Concretamente, da settembre la rata mensile viene ridotta.

Un fatto storico: è la prima volta che succede in Italia. Un segnale forte che il rapporto tra banca e cliente, almeno con Mediolanum, è cambiato.

Per gli attuali mutuatari della Banca si tratta di un risparmio complessivo di 65 milioni di euro. Una somma consistente, cui la Banca rinuncia per decisione del suo fondatore e presidente, Ennio Doris.

«Tre considerazioni mi hanno spinto a fare questa scelta» ha dichiarato Doris in occasione della conferenza Stampa di presentazione dell'iniziativa, che si è svolta al teatro Litta di Milano: «il fatto che secondo il settimanale 'BusinessWeek' siamo la banca migliore in Italia e la numero 2 in Europa; il 'decreto Tremonti', che sviluppa il concetto di flessibilità nei mutui; e le recenti osservazioni del Governatore della Banca d'Italia, Mario Draghi, che ha ricordato come sia necessario per una banca essere percepita come un operatore corretto, un partner leale». Il risultato è 'Freedom', che in inglese significa 'libertà': in pratica, libertà dalla paura di non farcela. Libertà da un bisogno primario, come è quello della casa, il cui acquisto nella stragrande maggioranza dei casi richiede un prestito. Prestito che in media pesa per il 20 per cento sul reddito familiare. Ma Freedom, che verrà applicato non solo ai nuovi clienti ma anche a quelli già acquisiti in precedenza, significa anche libertà dalle discriminazioni. L'ha detto anche il Governatore Draghi: «le banche offrono condizioni particolarmente competitive soprattutto ai nuovi clienti, nei confronti della clientela esistente vi è inerzia». D'altro canto, il 'decreto Tremonti' varrà soltanto per l'abitazione principale e per i mutui accesi prima del 2007. Freedom, unico in Italia, cambia tutto e i suoi benefici si applicheranno sommandosi, indipendentemente dal Decreto del Governo. Osservando le tabelle relative a due ipotetici clienti Mediolanum, il 'signor Verdi' e il 'signor Rossi', si vede subito, a colpo d'occhio, la convenienza di un mutuo Freedom. Prendiamo per esempio il caso del cliente 'Verdi'. La rata attuale del suo mutuo è di 1.283 euro al mese, ma per effetto delle nuove condizioni più vantaggiose da settembre 2008 scenderà a quota 1.202 euro, per un risparmio mensile di 81 euro, che equivale a un risparmio annuale di 972 euro. Visto che il mutuo del cliente 'Verdi' è distribuito in un periodo di 20 anni, il risparmio totale e complessivo, rispetto alle condizioni applicate in precedenza, sarà pari a 19.258 euro. Allo stesso modo si otterranno risparmi significativi su mutui e rate differenti, caso per caso. Ma non finisce qui: benefici riguardano anche la cosiddetta surroga, cioè il passaggio del contratto di mutuo da una banca all'altra: Mediolanum non fa pagare nulla al cliente che decide di lasciare l'Istituto milanese per un'altra banca. Per coloro che decidessero invece di trasferire il proprio mutuo a Mediolanum, il passaggio è garantito fin da subito a costo zero, comprese le spese notarili. E ancora non è tutto: a differenza dei 'mutui fai-da-te', Freedom non lascia solo il cliente. Anche sotto questo aspetto, Mediolanum è perfettamente in linea con quanto dichiarato da Mario Draghi: «primario è il bisogno di consulenza, di aiuto nelle scelte dei risparmiatori», il più delle volte lasciati soli a orientarsi «fra una moltitudine di prodotti spesso di difficile valutazione». Il cliente Mediolanum ha infatti a disposizione il Family Banker, consulente capace di dare consigli personalizzati, affiancato da uno specialista dei mutui e da un tutor per la gestione amministrativa della pratica. Per Ennio Doris è una scommessa sulla fiducia: «sono convinto» dichiara, «che l'arrivo di nuovi clienti, l'accensione di nuovi mutui, compenseranno i ricavi ai quali rinunciamo con questa iniziativa». Il che equivale a riconoscere la funzione sociale, originaria della banca. E la responsabilità che comporta l'essere i primi, i migliori.

Per informazioni sui mutui telefonare al numero 840.70.92.92.

IL RISPARMIO CALCOLATO
(tasso costante = Euribor 4,85)

	RATA ATTUALE	RATA NUOVO PRICING	RISPARMIO MENSILE	RISPARMIO ANNUALE	Risparmio totale
CLIENTE VERDI	1.283 €	1.202 €	81 €	972 €	19.258 €
CLIENTE ROSSI	1.304 €	1.214 €	90 €	1.080 €	30.284 €

centimetri.it

Il 'cliente Verdi' deve ancora restituire alla banca 170mila euro entro i prossimi 20 anni, la percentuale finanziata corrisponde al 75%, 'spread' originario 1,80%, nuovo spread 0,99%. Dal primo settembre vedrà scendere la rata mensile di 81 euro, e alla fine avrà risparmiato 19.258 euro. Il 'signor Rossi' invece si è fatto finanziare il 79,5% della spesa, deve restituire ancora 198.630 euro, entro i prossimi 28 anni, spread originario 1,80%, nuovo spread 1,09%. A queste nuove condizioni risparmierà 90 euro al mese; per un risparmio totale complessivo che arriva a quota 30.284 euro.

IL PUNTO DEI MERCATI di Antonello Zunino

Raffreddare i prezzi

Antonello Zunino
finanziere e scrittore di economia

Dopo la grande corsa dei mercati da metà marzo a metà maggio (+12% circa) dichiarammo che uno storno ci pareva inevitabile e che, fosse stato del 50% o anche totale, non avrebbe mutato la nostra previsione di uno Standard and Poor's 500 al rialzo a fine anno. A metà maggio un sondaggio tra i gestori italiani risultò in maggioranza schierato verso una chiusura del 2008 superiore fino al 5% rispetto ai livelli di inizio anno, anche nei sondaggi tra gestori esteri l'ottimismo prevaleva. Con l'accentuarsi dello storno, tuttavia, un generale pessimismo è tornato di colpo a prevalere. Poiché è noto a chi ci segue che solo fatti nuovi negativi e imprevisti possono indurci a mutare orientamento, vediamo se questo sia il caso, raffrontando il vecchio quadro macro e micro-economico con quello attuale. La crisi, che a giugno ha compiuto un anno, ha cause note. Vediamo di riassumerle quasi cronologicamente. Nel 2005 appaiono le prime avvisaglie della bolla immobiliare americana; nel giugno 2007 scoppia lo scandalo dei 'sub-prime' che spiega in buona parte la bolla. I mercati aumentano la volatilità ma non scendono più di tanto. Solo nel gennaio 2008 ad Aspen, quando illustri personaggi giudicano la crisi come la peggiore dal 1929, si ha una caduta del 7,5% in media. Intanto il prezzo del petrolio innesta una marcia al rialzo che non corrisponde a uno squilibrio parallelo tra domanda e offerta e molte materie prime segnano nuovi massimi. Improvvisamente si scopre che gli alimentari sono diventati anch'essi carissimi e che potrebbero, più di ogni altro fattore, indurre a un forte rialzo dell'inflazione. Le previsioni di istituzioni e noti guru sono catastrofiche ma, guarda caso, i mercati tengono bene. Come mai? Perché i dati macro e micro-economici rivelati sono migliori del previsto: la recessione americana, data per certa, non è confortata dalle cifre, né quelle relative ai consumi, né alla produttività, né agli utili delle grandi corporation. Eppure, specie il Fondo Monetario insiste sull'inevitabile rallentamento economico che seguirà la crisi finanziaria; si torna a parlare di recessione U.S.A. inevitabile. Poiché siamo in una fase intermedia di notevole incertezza, sia fondamentale che tecnica, non riteniamo dedicare questo articolo ad analisi approfondite. Sinteticamente rileviamo che la cosa che ci preoccupa di più è il rialzo dei prezzi alimentari, perché se milioni di persone possono passare ad auto di piccola cilindrata, alla moto o risparmiare energia, sei miliardi e oltre di abitanti del Pianeta devono mangiare ogni giorno. La semina di nuove terre richiede tempo, ma i salari di tempo potrebbero non concederne abbastanza. E questa è la nostra maggiore preoccupazione. Tuttavia, pensiamo che gli U.S.A. non ci metteranno molto a riconoscere che bruciare migliaia di tonnellate di mais per trasformarle in etanolo a un prezzo doppio di quello che si può ricavare dalla canna da zucchero brasiliana è solo demenziale e che, quindi, restituiranno agli Stati agricoli la loro naturale e benefica funzione calmieratrice. Naturalmente attendiamo gli eventi, sempre convinti che l'Occidente possa creare molti guai per avidità, ma anche che dalle sue crisi è sempre emerso più forte se non molto più etico. Il problema è prevedere quando. Intanto attendiamo la pubblicazione delle trimestrali delle istituzioni finanziarie americane che dovranno rivelare definitivamente perdite, svalutazioni e quant'altro, ridando fiducia al sistema interbancario che rimane ancora il nocciolo di una stretta del credito in un mondo pieno di liquidità. Visto mai che, a sorpresa, tutti gli altri problemi potrebbero apparire gestibili, pur nella loro complessità, e che qualcuno scoprirà che nel pieno rialzo del 2003-2006 i tassi U.S.A., e non solo, erano alti eppure tutto andava bene? Conclusione: riconoscendo che sia la situazione fondamentale che quella tecnica dei mercati sono in un momento molto delicato, ci sia consentito attendere agosto per confermare o meno le nostre precedenti previsioni su una chiusura positiva dello Standard and Poor's 500 e un rialzo del dollaro a fine anno. È possibile che dovremo attendere il 2009 ma non è ancora detto.

Le migliori aziende di BusinessWeek

Il settimanale Usa indica Banca Mediolanum tra le società europee più efficienti

Nella graduatoria delle cinquanta società europee più solide un anno fa Mediolanum occupava il 22° posto. Ora l'istituto milanese ha fatto un passo avanti, anzi tre, ed è salito al 19°. In pratica Mediolanum è la seconda banca in Europa, e la quarta tra le società finanziarie.

Lo rivela la classifica realizzata dalla rivista americana di economia 'BusinessWeek', il cui primo numero uscì nel lontano settembre 1929. Le cinquanta migliori società europee sono state selezionate da un gruppo di 350, che rappresentano il 70 per cento del mercato europeo. La lista comprende imprese di diversi settori, che hanno raggiunto l'anno scorso «risultati astronomici» valutati analizzando in particolare due dati: la media degli ultimi tre anni del rendimento del capitale e quella della crescita del business. Fra i nomi presenti, il colosso della telefonia mobile Nokia, Belgacom e Swisscom (telecomunicazioni), Puma (beni voluttuari), Nestlè (beni di prima necessità), BG Group (energia), la lotteria nazionale greca Opap, e così via. Mediolanum ha conservato la propria posizione nella metà alta della classifica, migliorandola, con una redditività del 32,7% e una crescita dei patrimoni che BusinessWeek ha calcolato del 26,3%. Gli altri dati citati, tenendo presente che, svolgendo Mediolanum attività finanziaria, l'aumento delle «vendite» è in realtà l'aumento dei patrimoni gestiti o amministrati: capitalizzazione di mercato, al 30 aprile 2008, pari a 2.823,8 milioni di euro; ricavi nel 2007: 3.931,9 milioni; utile netto nel 2007: 212,1 milioni di euro; rendimento complessivo in Borsa negli ultimi 12 mesi: - 36,5%; rendimento complessivo in Borsa negli ultimi 36 mesi: - 7,6%.

In totale sono 11 gli istituti finanziari in classifica. Battono Mediolanum la prima delle 50, la tedesca Deutsche Börse (gestisce, tra l'altro, la Borsa di Francoforte), e poi l'inglese Man Group (investimenti alternativi) che occupa il 10° posto (l'anno scorso era al nono) e l'irlandese Anglo-Irish Bank (14ª come nel 2007). Dietro di noi la francese Unibail-Rodamco (n.23), le inglesi Barclays (26), Old Mutual (32) e Legal&General Group (48), ma anche le spagnole Bbva (37), Banco Popular Español (41) e l'irlandese Bank of Ireland (45). Una sola società italiana compare con Mediolanum fra le prime 50, Mediaset, al 47° posto. Società dunque molto diverse fra loro, ma per le quali gli esperti di BusinessWeek indicano una caratteristica comune: sono «leader tenaci», che «si sono ritagliati un loro spazio, e lo difendono innovando senza tregua».

La banca n.1 in Italia, la n.2 in Europa

posizione	nome della società	Paese
1	ANGLO IRISH BANK	Irlanda
2	MEDIOLANUM	ITALIA
3	UNIBAIL-RODAMCO	Francia
4	BARCLAYS	Inghilterra
5	OLD MUTUAL	Inghilterra

centimetri.it

Fra le top 50 solo 2 italiane

2008	2007	nome della società	Paese
1	11	Deutsche Börse	(Ger.)
2	4	Nobel Biocare Holding	(Svizz.)
3	32	Nokia	(Fin.)
4	3	Drax Group	(Gr.Br.)
19	22	Mediolanum	(Italia)
47	33	Mediaset	(Italia)
50	29	A.P. Moller-Maersk	(Dan.)

centimetri.it

Fonte tabelle: BusinessWeek

I 250 Punti Mediolanum diventano Family Banker Office

Un nuovo nome, una nuova immagine, e soprattutto un ruolo sempre più strategico ed essenziale nella relazione diretta tra Banca Mediolanum e i propri clienti. Gli oltre 250 'Punti Mediolanum', vale a dire le strutture e gli uffici, tutti a fronte strada, presenti in ogni città e provincia della Penisola, diventano 'Family Banker Office', a sottolineare in questo modo ancora di più, nella denominazione e con le nuove insegne, il fatto che rappresentano il punto di riferimento sul territorio tra la rete dei Family Banker e la clientela.

Una novità che costituisce non solo un 'restyling' d'immagine, ma anche un ulteriore passo in avanti compiuto dalla struttura e dalle risorse commerciali di Banca Mediolanum nella strategia che guida e sviluppa il particolare modello organizzativo della Banca: un modello che mette al centro delle iniziative e dei progetti ogni singolo cliente, con le proprie esigenze e caratteristiche di risparmiatore e investitore, e che ha sempre a disposizione l'attività di consulenza e assistenza specializzata e personalizzata da parte del proprio Family Banker di fiducia. I nuovi 'Family Banker Office', oltre a rappresentare in maniera efficace la presenza della Banca e la vicinanza al cliente sul territorio, costituiranno inoltre gli spazi, nelle varie città e province, che ospiteranno iniziative ed eventi predisposti e organizzati per le attività di Marketing di Mediolanum, e per la formazione e l'aggiornamento professionale della rete di consulenti e operatori finanziari.

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

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

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