

BANCA
MEDIOLANUM
BANCHE E SERVIZI

Conto corrente Freedom: alta remunerazione

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

Il conto corrente che dona solidarietà

Per ogni nuovo conto sottoscritto la Banca garantisce un mese di scuola a un bambino di Haiti

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. Cifre che sveltano sempre rispetto a quanto disponibile sul mercato bancario.

Il tasso di remunerazione del conto corrente Freedom non è fisso e sempre uguale nel tempo, ma viene calcolato ogni tre mesi proprio per offrire al cliente e correntista le migliori condizioni possibili, in relazione agli scenari e ai tassi di mercato, e all'andamento dell'Euribor (l'indice di riferimento europeo del costo del denaro). E grazie al collegamento con la polizza Mediolum Vita di Mediolum Vita S.p.a. (che al cliente non costa nulla), il conto Freedom, sulle somme in giacenza oltre i 15mila euro (e fino a un milione di euro), è in grado di offrire una remunerazione ai livelli più elevati tra quelli disponibili sul mercato bancario, insieme alla piena operatività di un conto corrente tradizionale (prelievi, bonifici, accrediti, assegni, bancomat e carte di credito), e senza bloccare o vincolare i risparmi ver-

sati, come succede invece con un conto di deposito o come molte offerte online.

L'altra sostanziale caratteristica che differenzia 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 ancora 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 Mediolum garantisce, attraverso una sovvenzione a carico esclusivo della Banca (e non del correntista, 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 concreti, tangibili, e ben precisi: questa iniziativa di solidarietà in due mesi e mezzo, dal primo di ottobre (quando è stata avviata) al 14 dicem-

bre (data degli ultimi conteggi, mentre l'iniziativa prosegue fino al prossimo 31 marzo) ha già permesso di donare a 1.290 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 Mediolum, per il tramite della sua fondazione, è al fianco della Fondazione Francesca Rava - NPH Italia Onlus nel sostegno alle iniziative dedicate ad Haiti, attraverso il progetto di solidarietà "Piccolo Fratello", promosso appunto da Fondazione Mediolum, che ha deciso di rivolgere particolare at-

tenzione 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.

Missaggio Pubblicitario. Condizioni contrattuali nei Fogli Informativi sul sito www.bancamediolanum.it e presso i Family Banker. Il rendimento del 2,20% netto annuo, derivante dalla Polizza Mediolum Vita di Mediolum Vita S.p.A., è riservato ai nuovi sottoscrittori e riconosciuto fino al 31 marzo 2011 oltre i 15.000 euro. Polizza e conto superiore con un'incassazione assicurativa di versamento e prelievo. Quando il saldo del conto supera la giacenza di 17.000 euro, la liquidità oltre i 15.000 euro viene investita sulla polizza, secondo quanto indicato nel contratto. Il rendimento del 2,20% netto annuo garantisce alle somme investite sulla Polizza Mediolum Vita Plus. Prima della sottoscrizione leggere Note Informativa e Condizioni di polizza sul sito www.bancamediolanum.it e presso i Family Banker. Donazione a favore di Fondazione Francesca Rava NPH Italia Onlus valida fino al 31/03/2011.

Nessuna conseguenza per i clienti della Banca dalle difficoltà finanziarie a Dublino

«I nostri Fondi 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 Mediolum. Né sugli investimenti in fondi di diritto irlandese, promossi dalla Società di gestione del risparmio Mediolum International Funds con sede a Dublino. Come spiega Vittorio Gaudin, responsabile Area Patrimoni Finanziari Clientela di Banca Mediolum.

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

«Nessuna. Per cui è il caso di tranquillizzare i nostri clienti, ed eliminare eventuali dubbi o paure infondate. Come sappiamo bene, l'emozione 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».

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 Mediolum. 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».

E gli altri motivi?

«Una parte rilevante dei nostri fondi è di diritto irlandese in quanto istituiti da Mediolum International Funds, una società che ha sede legale e operativa in Irlanda,

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, dell'andamento e delle 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».

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, immuni da sentimenti ed emozioni. Fossimo insomma numeri, sempre universalmente uguali a noi stessi.

Ma così non siamo, e le depressioni e le euforia dei mercati ne sono la prova e la conseguenza. «La 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'Eccellenza».

Apparentemente «la 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 gente comune, dei suoi comportamenti nei confronti del denaro e del risparmio. È una scienza sperimentale, «che come tale a priori non fornisce modelli né enuncia principi, ma trae deduzioni dall'osservazione del comportamento del risparmiatore medio».

E cosa ci dice questa osservazione?

«L'osservazione ci mostra che il risparmiatore è un individuo ben più complesso di come se lo immagina la finanza tradizionale» dice il professore. «Per esempio: soffriamo per una perdita più di quanto riusciamo a giurare per un guadagno equivalente. Si chiama "effetto dotazione", una cosa vale di più se la perdiamo. Di qui la nostra preferenza per gli investimenti che ci fanno guadagnare di meno, ma anche perdere di meno».

Altro elemento: «siamo portati a sce-

Oscar di Montigny, amministratore delegato di MCU: «Oggi la finanza comportamentale non può che andare di pari passo con l'educazione finanziaria. Presente e futuro vedono Mediolum Corporate University impegnata sul fronte della formazione generale continua dei suoi Family Banker e della diffusione di una cultura finanziaria sempre più responsabile, che già da due anni promuove presso la sua sede di Basiglio, alle porte di Milano, allargando l'invito a manager e clienti di Banca Mediolum, attraverso l'incontro con esperienze e conoscenze orientate all'Eccellenza».

gliere ciò che conosciamo, anche se 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 e ponderato le alternative. Fin da piccoli ci insegnano che la saggezza non si concilia con la sperimentazione di nuove vie, nuove soluzioni. Un perdaccio, ma tant'è».

Terzo elemento: «Prendiamo decisioni che riguardano il futuro in base alla nostra esperienza del passato» osserva lo studioso, «ma possiamo rappresentarci il passato in tanti modi differenti». Per valutare correttamente un evento, dovremmo aver presente l'intera serie storica in cui esso si inserisce, «ma questo in finanza è praticamente impossibile, perché la nostra vita è sempre troppo corta per inquadrare quell'evento, per capire per esempio se si tratta di un fatto normale o di un fatto eccezionale».

Tutto ciò s'inquadra 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 contrariarlo, è evoluto 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'arroganza che può costare cara, una superficialità che il mondo della finanza non perdona. Sembra un controsenso, ma per affrontare complessità e insidie moderne

favore 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 Valdani, 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 i servizi.



L'ingresso della Mediolanum Corporate University (MCU) a Milano

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'Istituto Bocconi, alla presenza delle autorità accademiche e di un folto pubblico di studenti dell'ateneo milanese. Hanno consegnato i premi Massimo Doris, amministratore delegato di Banca Mediolum, Edoardo Lombardi, vicepresidente della Banca, e Oscar di Montigny, amministratore delegato di Mediolum Corporate University.

Tema della ricerca, condotta dalla Bocconi con il supporto della Banca, 'Customer Experience & Trust', la sfida delle imprese irrisolvibili. Vincitore 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'eccellenza in Trust, Esselunga, Coop Italia e Hoepfl.

L'incontro è stato aperto dal rettore dell'Istituto Bocconi, professor Guido Tabellini, e condotto dal direttore del dipartimento di Marketing, professor Enrico Valdani. La premiazione è stata preceduta dalle relazioni di Isabella Sossica del dipartimento di Marketing e da Roberto Randazzo del dipartimento Studi giuridici dell'Università, e di Paolo Inghilleri dell'Università Statale, e anche da una tavola rotonda cui hanno partecipato Stefano Sardo, direttore generale di Libreria Feltrinelli, Matteo Hoepfl, Benedetto Lavino di Bottega Verde e Vincenzo Tassinari presidente di Coop Italia.

Il Mediolanum Award è una delle iniziative che Banca Mediolum ha messo in atto per

favore 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 Valdani, 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 i servizi.

Notizie Mediolum a cura di
Roberto Scilpa
roberto.scilpa@mediolanum.it

Questa è una pagina di informazione aziendale che può contenere una rappresentanza grafica di contenuto ad un suggerimento per il cliente.