

MEDIOLANUM LA BANCA, SEMPRE PIÙ IMPEGNATA NELL'OPERAZIONE TRASPARENZA, LANCIA DUE NUOVI PRODOTTI

Informazione commerciale

C'è un conto corrente che azzerava i costi

Riflex consente tutte le operazioni e il suo costo varia da zero a un massimo di 5 euro al mese

Prelievi bancomat illimitati e gratuiti da tutti gli sportelli di tutte le banche italiane

Parola d'ordine: trasparenza nel rapporto tra la banca e il cliente. Dopo l'attenzione portata dai media sui costi reali e apparenti dei conti correnti delle banche tradizionali, il cliente oggi, a maggior ragione, esige dal proprio istituto di credito un rapporto all'insegna della limpidezza. Ma non si deve generalizzare.

Banca Mediolanum, con il suo modello "multicanale", da sempre cerca di soddisfare tutte le esigenze della clientela (compresi i servizi di tipo assicurativo), e mettendo a disposizione la sua rete di Consulenti Globali (oggi a quota 5mila) in grado di fornire professionalità e consulenza a trecentosessantadue gradi, si sforza di garantire la massima chiarezza in tutta la gamma di servizi bancari e finanziari, accompagnata dalla certezza delle condizioni e dei costi previsti dai contratti di conto corrente.

Oggi però Banca Mediolanum ha deciso di fare un passo in più lanciando due nuovi prodotti: il conto corrente Riflex e la carta di credito Riflexcard, assai innovativa per le sue potenzialità. Due novità presentate ufficialmente in occasione di una grande Convention che si è tenuta a Rimini il 3 e 4 marzo scorsi che ha riscosso un grande successo sia per gli argomenti all'ordine del giorno sia per la carica emotiva regalata dagli "Eroi dello spazio" ai 5mila agenti e manager presenti.

Ospiti d'eccezione sono stati, infatti, due ex astronauti, David Scott, l'ultimo che nel 1971 ha messo piede sulla Luna, e Fred Haise che aveva fatto parte dell'Apollo 13, e Gerry Griffin "flight director" di una lunga serie di missioni della Nasa. Obiettivo: trasmettere il messaggio che non esiste missione impossibile quando c'è un team compatto, voglia di vincere, una forte motivazione e una salda leadership. E di voglia di vincere sul piano della trasparenza Ennio Doris e la sua Banca, costruita intorno alle esigenze e ai bisogni dei

clienti, ne ha da vendere. Banca Mediolanum ha così messo a punto il conto corrente Riflex, che si propone di "riflettere" quelle che sono le aspettative del cliente bancario nei confronti della propria banca.

Il debutto del nuovo prodotto del resto è stato anticipato da approfondite indagini di mercato ed analisi sul rapporto banca-clientela soprattutto in relazione alla gestione del conto corrente e alle aspettative dei clienti, commissionate su tutto il territorio nazionale sia sui propri clienti, che su quelli di altri istituti di credito.

Che cos'è Riflex? Riflex di

Banca Mediolanum è un conto corrente completo e non a "pacchetto", che consente tutte le operazioni bancarie di tipo ordinario in modo illimitato e totale: dai prelievi agli assegni,

dai pagamenti ai bonifici. La carta bancomat è gratuita e permette un numero illimitato di prelievi assolutamente gratuiti presso qualunque sportello bancomat italiano.

Con Riflex il cliente può scegliere se operare allo sportello Internet (consultando il sito www.bancamediolanum.it), o a quello telefonico o ancora a quello televisivo.

Conto corrente Riflex: le condizioni

Operatività ordinaria (oneri vari)

Canone annuo per giacenza media giornaliera inferiore a 6.000 e contestuale patrimonio gestito inferiore a 30.000	60,00
Canone annuo per giacenza media giornaliera superiore a 6.000	Gratuito
Canone annuo per patrimonio gestito superiore a 30.000	Gratuito
Riga su estratto conto	Gratuita
Estratto conto on line	Gratuito
Estratto conto trimestrale cartaceo	Gratuito
Comunicazioni via posta/fax da servizio Clienti	Gratuite
Disposizioni attraverso servizio Clienti	Gratuite
Spese unitarie per operazione	Gratuite
Canone servizio telefonico, Internet e telex	Gratuito
Telefonata al servizio Clienti 800-107.107	Gratuita
Bonifici in uscita (Italia)	Gratuiti
Emissioni assegni	Gratuita
Invio libretto assegni	Gratuito
Commissione per emissione assegni circolari e di traenza con addebito in c/c (assegni circolari emessi su mandato dell'Istituto Centrale Banche Popolari Italiane)	Gratuita
Spese per singola operazione effettuata attraverso gli sportelli convenzionati	Gratuite
Domiciliazione utenze	Gratuite
Rimesse interbancarie dirette (RID)	Gratuite

Operatività straordinaria (oneri vari)

Bonifici esteri in uscita (area euro)	Gratuiti per importo inferiore a 12.500 10,00 per importo superiore a 12.500
Bonifici esteri in uscita (area extra euro)	10,00
Cambio convenzione	5,00
Estinzione del conto corrente	25,82
Imposta di bollo annua su estratto conto	34,20
Pagamento imposte tramite internet (costi taxtel)	2,00
Pagamenti bollettini postali premarcati tramite internet	2,00
Ricarica telefonica (escluse eventuali commissioni richieste dal gestore telefonico)	Gratuita

BANCOMAT (oneri vari)

Canone annuo	Gratuito
Prelievi presso qualsiasi ATM in Italia (numero illimitato)	Gratuiti

CARTE DI CREDITO (EMESSA SU CIRCUITO CARTA SI) (principali spese)

Quota annuale Mediolanum RIFLEXCARD	30,00
Quota annuale Mediolanum RIFLEXCARD ORO	75,00

Inoltre per prelievi e versamenti di somme che superino le disponibilità bancomat ci sono oltre 15mila sportelli convenzionati di tutti i Comuni d'Italia.

Lo sforzo in termini di trasparenza però è stato compiuto soprattutto sul fronte dei costi: Riflex costa, veramente, da zero a un massimo di 5 euro al mese, in funzione di quanto complessivamente si

è affidato al Gruppo Mediolanum come giacenza e risparmio gestito. Il canone annuo perciò potrà essere al massimo di 60 euro. Una sorta di patto di limpidezza stipulato con il proprio istituto di credito che assicura un costo pari a 0 quando si ha una giacenza minima o un investimento.

Ciò significa che per una giacenza media giornaliera

uguale o superiore a 6mila euro il conto corrente sarà gratuito. Diversamente il costo è di 5 euro, senza "sorprese" di costi aggiuntivi per operare. Ma non è tutto.

Il conto corrente Riflex ripropone anche la formula innovativa adottata da Banca Mediolanum che ha messo insieme i vantaggi derivanti dall'impiego delle nuove tecnologie con quelli offerti dalle

tradizionali reti distributive. Riflex permette cioè un accesso multimediale alla banca, in quanto è il cliente, in base alle proprie necessità, che sceglie se operare allo sportello Internet (consultando il sito www.bancamediolanum.it), piuttosto che a quello telefonico o ancora a quello televisivo. Perché grazie alla multicanalità integrata è un conto che si usa quando e come si desidera, 24 ore su 24, al telefono o al pc, via sms o telex.

Insomma anche con questo nuovo prodotto, ancora una volta, non si devono rispettare orari e tempi per compiere operazioni. Per essere in Banca Mediolanum è sufficiente digitare al proprio telefono cellulare il numero verde 800 107 107 (assolutamente gratuito); a rispondere sarà uno sportellista telematico della Banca che effettuerà l'operazione richiesta.

Tuttavia non va dimenticato che chi decide di optare per Riflex, come tutti i clienti Banca Mediolanum, avrà diritto a un Consulente Globale che lo supporterà nelle sue scelte di investimento con competenza e professionalità. Riflex, con tutti gli altri conti correnti dell'offerta Banca Mediolanum, ha ottenuto la certificazione per poter aderire al Consorzio Patti Chiari per quanto riguarda l'iniziativa "Conti correnti a confronto" e quindi può fregiarsi del relativo marchio di qualità.

PIÙ GARANZIE E MAGGIORE TUTELA DELLA PRIVACY PER IL TITOLARE

La Carta di Credito che non teme i furti

Con Riflexcard pagamenti a saldo e a rate e acquisti online senza correre rischi

Più garanzie e maggiore tutela della privacy per il titolare. È questa la mission che Banca Mediolanum si propone con Riflexcard, la carta di credito che dal prossimo mese di aprile verrà distribuita a tutti i correntisti della Banca che la richiederanno. **Due sono i punti di forza che la rendono uno strumento di pagamento rivoluzionario sul mercato, a prova di furto o smarrimento.**

«La carta è innovativa già a partire dalla veste grafica - spiega Francesco Minelli, direttore Marketing di Banca Mediolanum. - Il nome non è casuale, in quanto su richiesta dell'intestatario è possibile inserire la sua fotografia trasformando la carta, a tutti gli effetti, in un documento di ri-



conoscimento che rispetchia, come il conto corrente, il cliente».

Maggiore sicurezza, quindi, ma anche una rosa più ampia di servizi. Grazie alla collaborazione con CartaSi, al costo fisso annuale di 30 euro, Ri-

flexcard è carta di credito a saldo e anche revolving, e oltre al bancomat, pagobancomat e fastpay, permette di effettuare acquisti online senza correre rischi. In particolare, per quanto riguarda la modalità di pagamento rateale, la

carta si preoccupa di salvaguardare la riservatezza del titolare. «Riflexcard permette di decidere mensilmente gli importi da pagare a saldo e quanto invece deve venire addebitato sul conto a rate, senza decidere pertanto in anticipo le modalità di rimborso. - continua Minelli - Basta telefonare al call center della Banca entro il 28 del mese». Tra l'altro, se si desidera effettuare un acquisto online, il servizio consente di pagarlo in tutta sicurezza poiché non occorre fornire il numero di carta.

Come per il conto Riflex per informazioni e chiarimenti è possibile contattare il numero verde 800 107 107 oppure ricorrere al Consulente Globale messo a disposizione da Banca Mediolanum.

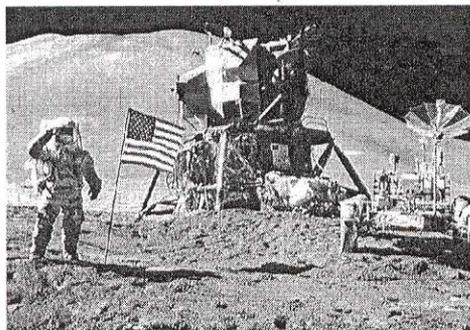


ALLA CONVENTION DI RIMINI PRESENTATI I NUOVI PRODOTTI E I PIANI OPERATIVI DI MEDIOLANUM

Le sfide dei 5000 Consulenti Globali

La presenza dei protagonisti della missione spaziale "Apollo" ha galvanizzato i partecipanti

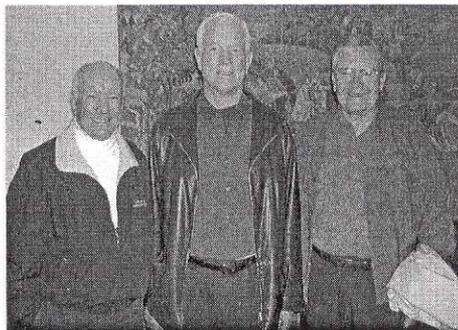
Si è tenuta a Rimini il 3 e il 4 marzo, nei locali della fiera Nuova, la Convention Nazionale di Banca Mediolanum. Un appuntamento di lavoro collettivo durante il quale sono state gettate le basi programmatiche per l'attività futura dell'istituto guidato da Ennio Doris. È stata questa l'occasione per presentare alla rete di Consulenti Globali tutto il piano operativo fortemente legato allo sviluppo del settore bancario. Nuovi prodotti (su tutti il conto Reflex e la Reflexcard), nuova campagna pubblicitaria: sono questi i tasselli fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi importanti dichiarati nel corso della Convention stessa. Appuntamento di lavoro, ma non solo. La Convention, per Banca Mediolanum e per i suoi Consulenti Globali, rappresenta anche un momento mediatico di forte emozione e motivazione. A supportare sotto questo punto di vista il lavoro di Ennio Doris e



L'emozionante momento dell'allunaggio che ha rappresentato una tappa storica per la conquista spaziale. A destra il responsabile della sala controllo della missione "Apollo" Gerald Griffin, e gli astronauti David Scott e Fred Haise

dei suoi collaboratori hanno contribuito tre ospiti di eccezionale rilievo: i due astronauti delle Missioni Apollo, David Scott e Fred Haise, e il responsabile della sala di controllo Gerald Griffin. Il primo ha raggiunto e lasciato la sua impronta sul suolo lunare con l'Apollo 15, un'esperienza che David Scott ha raccontato direttamente agli oltre

5000 Consulenti Globali presenti in platea: "È importante aver chiaro il proprio obiettivo - ha ribadito l'astronauta - ma è altrettanto importante la preparazione per riuscire a raggiungerlo". Gerald Griffin ha invece posto l'accento su quanto sia determinante il "Mission Control": «La stanza dei bottoni, quella da cui operavo - ha raccontato Griffin - era il centro



di comando di tutte le operazioni spaziali. Tuttavia la sua funzionalità poteva esplicarsi solo attraverso la giusta correlazione con la fase operativa, quella che vedeva impegnati gli astronauti nello spazio. Abbiamo portato a termine con soddisfazione e risultati entusiasmanti tante operazioni Apollo: gli allunaggi prima ed i rientri sulla Ter-

ra poi, hanno rappresentato sempre momenti straordinari. Tuttavia l'insegnamento maggiore lo abbiamo ricevuto dall'Apollo 13, allora, dirigevo le operazioni dal Mission Control. La straordinarietà di quel momento, la sua drammaticità, ci ha fatto capire quanto importante fosse il lavoro di squadra, quanto la complementarità tra tutte

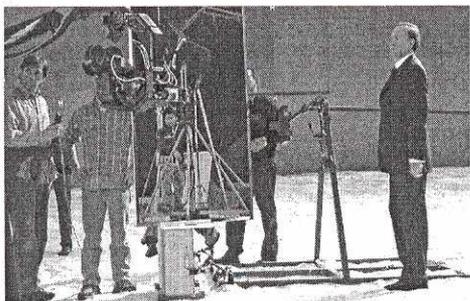
le componenti fosse necessaria e nel momento in cui i nostri ragazzi sono riusciti a rientrare sulla Terra sani e salvi, la soddisfazione per il lavoro compiuto e l'emozione provata hanno raggiunto picchi elevatissimi». A bordo dell'Apollo 13 c'era proprio Fred Haise il cui racconto ha emozionato non poco la platea di Consulenti di Banca Mediolanum. Toccante l'accoglienza tributata ai tre astronauti che hanno vissuto con particolare intensità la loro partecipazione alla convention: «Non avevo mai visto un'organizzazione così capillare nella gestione di un evento simile - ha sottolineato Haise - dalle scenografie, ad ogni più piccolo particolare tecnologico, tutto, compreso il calore dei presenti in sala, ha contribuito a raggiungere quella forza partecipativa che ha reso questa convention davvero straordinaria... complimenti a Banca Mediolanum».

IL RISPARMIATORE PROTAGONISTA DELLA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Più garanzie intorno al cliente

Il messaggio mira a far conoscere il modello Mediolanum basato sulla trasparenza

Resta l'immagine del lago salato e soprattutto resta il cerchio disegnato con un bastone da Ennio Doris, presidente di Banca Mediolanum. Anzi l'immagine dell'uomo che delinea un cerchio nei nuovi spot pubblicitari diventa icona e accompagnerà il brand di Banca Mediolanum contraddistinguendo tutti i suoi prodotti come garanzia di qualità. In occasione del lancio del conto corrente Reflex e della carta di credito Reflexcard, Banca Mediolanum è partita infatti con una nuova campagna pubblicitaria conservando il carattere della multimedialità anche su questo versante. Per un investimento complessivo di 30 milioni di euro a listino, l'attività di comunicazione vedrà coinvolti tutti i mezzi: dalla televisione generalista e satellitare alla carta stampata (quotidiani, settimanali e periodici), dalla radio ad Internet, senza rinunciare a maxi-affissioni nei punti clou delle maggiori città italiane. Per la prima volta in Italia poi è stato realizzato anche uno spot interattivo sulle reti digitali terrestri Mediaset. Resta ferma l'immagine evocativa del cerchio perché, come sette anni fa, il modello della Banca che si vuole far conoscere è sempre lo stesso, quello di una banca costruita intorno ai bisogni della clientela. Il messaggio centrale della campagna è il quesito che Doris rivolge a clienti



Il set televisivo durante la registrazione dello spot

e potenziali clienti sulle capacità della loro banca di riflettere le proprie esigenze. Di qui l'impiego della simbologia dello specchio che esprime la flessibilità del modello "multicanale" adottato da Banca Mediolanum che si sforza di rispecchiare appieno le aspettative del cliente e dall'altra allude alla trasparenza delle condizioni offerte dall'istituto di credito. Ma c'è una grossa novità. «Grazie alle indagini condotte ci siamo resi conto come fosse necessario mostrare più concretamente il nostro modo di fare banca e che soprattutto occorre fare entrare il cliente nello spot come testimone della sua esperienza» - commenta Francesco Minelli, direttore Marketing di Banca Mediolanum - Abbiamo così realizzato qualcosa di più, quasi un

film, in cui i nostri clienti raccontano il loro modo di rapportarsi con la banca». «Del resto spiega ancora Minelli - se oggi possiamo vantare l'importante risultato che 18 interlocutori su cento dichiarano di conoscere il marchio Mediolanum è anche vero che conoscere non significa scegliere e soprattutto conoscere il brand non significa conoscere il nostro metodo; da qui questa innovativa e mirata campagna pubblicitaria». La programmazione degli spot ruota sostanzialmente intorno a tre soggetti: il conto corrente Reflex (da 30 a 45 secondi) e la carta di credito Reflexcard, mentre il terzo è dedicato alla figura professionale del Consulente Globale che sintetizza la pluralità di competenze suggerite dalla multicanalità di Banca Mediolanum.

L'ANALISI DELL'ECONOMISTA ITALO-AMERICANO DOMINICK SALVATORE

Bene i mercati nel 2005

In occasione della Convention di Banca Mediolanum tenutasi a Rimini abbiamo incontrato l'economista italo-americano Dominick Salvatore con il quale si è fatto il punto sulla situazione dei mercati finanziari internazionali.

Domanda. Qual è l'attuale scenario economico mondiale?
Risposta. Partiamo dagli USA che nel 2003 hanno registrato una crescita del 3%, nel 2004 del 4,2% mentre la previsione per il 2005 è del 3,5%.

Due le ragioni di questa rapida crescita: la prima è che gli Stati Uniti sono i maggiori competitori, con la produttività maggiore del mondo; la seconda è che la politica fiscale è fortemente stimolata e il dollaro è deprezzato e favorisce la crescita delle esportazioni.

La media ponderata europea è di un aumento dell'8,7% dei mercati azionari, ed è tra il 7 e il 9% in Inghilterra, Germania e Francia, del 17% in Spagna, 18% in Italia. Il Nikkei in Giappone ha fatto +7,6% nel 2004, in Cina la crescita è stata del 2%.
D. Cosa ci aspettiamo dal 2005?
R. Questa non è una previsione facile. Direi che il Dow Jones potrebbe avere una crescita tra il 6 e il 7% durante il 2005. Non avremo una crescita maggiore perché i profitti sono moderati, non bassi, ma moderati e i tassi di interesse sono in aumento, e sappiamo quale sia l'effetto sui mercati. In Europa si avrà probabilmente un aumento medio ponderato in-

tomo all'8%; anche se la crescita è lenta, i profitti sono buoni, il rapporto prezzo/rendimento è intorno al 12-13%. Il dollaro probabilmente si deprezzerà ulteriormente, portando nuovi investimenti di capitale dagli Stati Uniti verso i titoli europei. Per quanto riguarda il Giappone, la situazione non è molto incoraggiante: la crescita sarà molto lenta. Anche il mercato cinese

«Nel lungo periodo il cambio euro/dollaro si allineerà tra 1,16 e 1,17»

non farà molto meglio nel 2005, anche se la crescita è molto elevata. In conclusione, quello che possiamo dire è che nel 2005 avremo un buon anno nei mercati finanziari anche se non sarà un anno brillante.
D. Che cosa ci può dire del rapporto di cambio Euro-Dollaro?
R. Ripercorrendo la storia recente nel '99, alla nascita dell'Euro, il tasso di cambio fu fissato a 1,17, valore che ad ottobre del 2000 era sceso fino a 0,82. Da allora è cominciata la risalita dell'Euro

che ad oggi ha raggiunto una soglia di 1,32 dollari. Rispetto all'Euro, da inizio 2002 il dollaro si è deprezzato del 36%, del 24% rispetto allo Yen e del 16% rispetto ad una media ponderata delle altre monete mondiali.
D. Perché questo è avvenuto?
R. Tutto dipende dal deficit americano che si aggira intorno al 5% per un importo di circa 600 miliardi di dollari. Gli Stati Uniti non risparmiano abbastanza e crescono rapidamente facendo impennare le importazioni; a questo si è aggiunto il rialzo del prezzo del petrolio. Queste sono le cause del deficit, un deficit che dovrà essere corretto.
D. Quali i possibili scenari?
R. Molto dipenderà da quello che accade in Asia. La Cina più in particolare, è responsabile per il 60% del deficit americano. Se la Cina rivaluterà la propria moneta allora lo faranno anche le altre economie della zona, Giappone in testa, e così il valore di cambio tra Euro e Dollaro potrebbe attestarsi intorno ad 1,20. Comunque sia, nel lungo periodo i valori di cambio tenderanno a riallinearsi intorno al valore di 1,16, 1,17.

Selezione e reclutamento
tel. 02-90492778

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

Entra in Banca Mediolanum
Basta una telefonata

840 704 444

www.bancamediolanum.it