

BANCA
MEDIOLANUM
GRUPPO BANCARIO MEDIOLANUM

L'INNOVATIVO CONTO CORRENTE DI BANCA MEDIOLANUM UNISCE I VANTAGGI DI UN SERVIZIO TRADIZIONALE E ALTI INTERESSI (3% NETTO)

Conto Freedom, i motivi di un successo

Grande convenienza, trasparenza totale, interessi versati ogni giorno: tante condizioni vantaggiose per i clienti

Ci sono sempre dei buoni motivi alla base di un successo. Specie se ha a che fare con scelte e decisioni che riguardano soldi e risparmi. Mettere mano al portafoglio, alle proprie finanze e ai propri guadagni, e stabilire dove destinarli su un conto corrente bancario è un'operazione quanto mai importante e compiuta con la massima attenzione. Il conto corrente Freedom di Banca Mediolanum, da quando è stato lanciato sul mercato, il 9 marzo scorso, sta ottenendo ottimi risultati in termini di richieste e adesioni da parte della clientela, proprio perché sono molte le motivazioni alla base di questo successo. Se si prova ad elencarle tutte, ne viene fuori una lista più lunga di quella della spesa.

tasso netto 3% lordo 4,11%

Soluzione innovativa

E la clientela bancaria, i lavoratori, le famiglie, i risparmiatori, sono sempre più attenti a quanto viene offerto e proposto, alle opportunità disponibili, alle condizioni previste, e premiano una soluzione se è in grado di soddisfare davvero esigenze e aspettative. Così come stanno premiando Freedom.

Del resto, basta vedere quali sono i principali punti deboli nei servizi di conto corrente del sistema bancario italiano: poca trasparenza, bassi tassi d'interesse e alti costi dei servizi, contabilità dei giorni di valuta nella gestione degli assegni e nelle altre operazioni, e accredito degli interessi sul conto, effettuati con modalità e criteri spesso poco favorevoli per il cliente. E, non a caso, questi fattori sono invece tra i principali punti di forza del conto Freedom: totale trasparenza e condizioni estremamente vantaggiose a favore dei correntisti.

Per vedere la differenza con gli altri conti bancari disponibili sul mercato, basta elencarne le varie voci. Tasso d'interesse: 3% netto, che corrisponde a un 4,11% lordo di un conto di deposito, per tutta la liquidità in giacenza oltre una certa soglia (12mila euro). Una convenienza più che evidente, e notevole, visto che, guardando a ciò che fa e che propone la concorrenza, il sistema bancario italiano remunera i correntisti con un tasso attivo medio lordo pari allo 0,94% (come evidenzia un recente 'Monthly Outlook' dell'Abi, il report mensile dell'Associazione bancaria italiana), che corrisponde a un tasso netto attorno allo 0,67%. E il 3% netto, oltre i 12mila euro in giacenza sul conto, non è un tasso d'interesse promozionale, perché l'innovativa soluzione studiata da Banca Mediolanum punta ad offrire sempre le migliori condizioni di mercato, con aggiornamenti trimestrali del tasso, e le condizioni vengono comunicate con un mese di anticipo sul trimestre successivo. L'obiettivo è anche quello di mettere a disposizione ogni trimestre un tasso d'interesse costantemente tra i più convenienti, senza che il cliente debba andarlo a cercare e inseguire tra le varie offerte del momento.

Costo del conto corrente: zero, con una giacenza media pari a 12mila eu-

ro o con un patrimonio gestito oltre i 30mila euro. Negli altri casi: 5 euro al mese. Principali operazioni bancarie, come prelievi Bancomat, bonifici, Rfid, pagamento utenze: gratuite. Disponibilità delle Freedom Card, carte di credito e Bancomat, e la possibilità di personalizzarle con la foto del titolare per una maggiore sicurezza, oltre a ricevere Sms di avviso gratuiti dopo ogni operazione bancaria effettuata.

La totale trasparenza e condizioni più favorevoli sono anche garantite nella contabilità delle operazioni bancarie, come la gestione degli assegni, con un conteggio dei giorni di valuta vantaggioso per il cliente, e nell'accredito degli interessi: mentre con gli altri conti correnti disponibili sul mercato l'aggiornamento e la disponibilità effettiva degli interessi maturati si realizzano dopo mesi o alla fine dell'anno,

con Freedom il cliente ha i propri interessi maturati sul conto che vengono aggiornati quotidianamente, giorno per giorno, e sono immediatamente disponibili e spendibili, perché il saldo del conto ogni giorno viene ricalcolato comprendendo subito i nuovi interessi. Senza aspettare la fine dell'anno.

Un conto completo

In sostanza, Freedom è un conto corrente completo, con tutte le funzioni e operazioni di un conto tradizionale, e il titolare ha sempre la piena disponibilità di tutti i soldi versati, fino all'ultimo centesimo e senza nessun vincolo (a differenza di un conto di deposito, ad esempio, che propone interessi convenienti ma che blocca il capitale). In pratica, senza dover far ricorso a un conto ordinario per le operazioni quotidiane e di pagamento, e allo stesso tempo a un altro conto più remunerato ma che vincola la disponibilità dei propri soldi, duplicando i costi del servizio, Freedom riunisce in un'unica soluzione tutte le funzionalità e le operazioni di un conto tradizionale, carte di credito e Bancomat comprese, con un tasso d'interesse alto e molto vantaggioso, e avendo sempre a disposizione tutti i soldi versati. Ogni cliente,

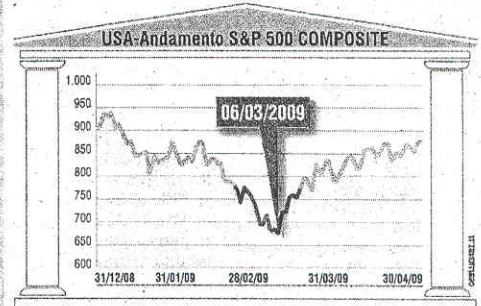
in pratica, in un unico conto può trovare la soluzione ideale per le proprie esigenze specifiche, senza doversi perdere nei meandri di centinaia di offerte diverse. Una lunga lista di vantaggi e di motivi che spiegano il successo di Freedom.



IL PUNTO DEI MERCATI, DI VITTORIO GAUDIO*

Svolta fondamentale per la ripresa in Borsa

Dopo il livello minimo del 6 marzo scorso Wall Street ha iniziato a invertire la rotta



Il grafico riporta l'andamento dell'indice 'S&P 500 Composite' della Borsa americana in questi ultimi mesi: in evidenza, il punto di svolta del 6 marzo scorso

Con ogni probabilità, la data di venerdì 6 marzo 2009 passerà nei testi di storia economica per avere rappresentato un radicale 'punto di svolta' nell'evoluzione dei mercati finanziari globali. Nelle settimane precedenti a tale data, le Borse di tutto il mondo si erano avviate in una corsa al ribasso apparentemente senza fine, provocando ondate di pessimismo sulle sorti del sistema finanziario e delle economie, e rendendo il compito sin troppo facile a chi voles-

se ogni giorno individuare nuovi motivi di sconcerto. Questo accadeva, nonostante nel frattempo potenti medicine fossero state iniettate nel corpo dei mercati: il piano Obama e i piani del Tesoro USA, gli stimoli infrastrutturali in Cina, l'aggressività non convenzionale della Federal Reserve e di altre Banche centrali. Nessuna reazione. Poi improvvisamente, la notizia-miccia: alcune grandi banche internazionali stanno facendo profitti da inizio 2009, nonostante i titoli tossici, le Borse, il calo delle commissioni, l'ingessamento del credito, la fuga dei talenti, e via dicendo. Dal livello 'diabolico' di 666 dell'indice S&P 500 di Wall Street, che quel venerdì 6 marzo ha fatto toccare il punto minimo per la Borsa americana, si è innescato un rialzo straordinario di quasi 40 punti percentuali, il miglior 'rally' su base bimestrale dagli anni Trenta, del secolo scorso. Questo improvviso cambiamento di umore è legato alle leggi arcane della Borsa: il mercato vede il suo minimo quando il pessimismo imperante ha portato anche l'ultimo venditore a liquidare le posizioni. Da quel momento, le quotazioni azionarie possono ripartire da nuove e più solide basi. A dimostrazione dell'ormai strettissima correlazione tra psicologia dei mercati e clima economico, la progressione positiva dei listini sta conducendo a una maggiore fiducia anche sulle prospettive dell'economia reale per i prossimi trimestri. Ci sembra quindi ragionevole affermare che il 'livello 666' sia il minimo di questo ciclo borsistico, non più ripetibile, a meno di situazioni catastrofiche ed esogene ai mercati. Le Borse resteranno, certo, volatili e potranno vivere anche situazioni di rintracciamento nei prossimi mesi; tuttavia, se il punto di svolta è ormai alle nostre spalle, queste correzioni si presenteranno al risparmiatore come occasioni preziose per approfittare del 'bull market' prossimo venturo.

*Responsible gestione Patrimoni di Mediolanum

CONVEGNO E CERIMONIA DI PREMIAZIONE: APPUNTAMENTO IL 17 GIUGNO A MILANO

Il Mediolanum Award in Bocconi

Un convegno nazionale e l'assegnazione del premio 'Mediolanum Award for Service Quality & Innovation', entrambi dedicati alla qualità del servizio verso il cliente e all'innovazione; l'appuntamento è fissato per mercoledì 17 giugno all'Università Bocconi di Milano. Mediolanum, che per vocazione, missione e valori aziendali è «a Banca costruita intorno al cliente», sostiene e promuove le attività del Customer & Service Science Lab, il centro di ricerche sull'orientamento al cliente, la qualità e l'innovazione nel settore dei servizi, e la cattedra denominata 'Mediolanum, Cliente e Service Science', diretta dal professor Enrico Valdani: due iniziative specifiche e altamente qualificate, create in collaborazione con l'ateneo milanese, per studiare e promuovere la qualità del servizio alla clientela, non solo nel settore bancario e finanziario, ma in ogni ambito di contatto con il cittadino, evidenziando quale fattore strategico e trasversale nei servizi. Ogni anno il Customer & Service Science Lab della Bocconi realizza un'analisi dei processi di innovazione legati alla qualità in un determinato



comparto (lo scorso anno era stato preso in esame quello alberghiero, in particolare gli alberghi a cinque stelle), per poi assegnare il 'Mediolanum Award for Service Quality & Innovation' alle imprese più innovative e competitive. Quest'anno la ricerca si è focalizzata sulle strutture di servizio di assistenza alla Terza età, analizzan-



Nell'immagine a sinistra, un momento della premiazione dell'edizione 2008 del 'Mediolanum Award for Service Quality & Innovation', con il fondatore e presidente del Gruppo bancario, Ennio Doris. Qui sopra, il logo del premio e dell'iniziativa dedicata alla qualità del servizio alla clientela e all'innovazione

do e valutando attività e risultati di oltre cento Residenze sanitario-assistenziali (Rsa) che operano nelle varie regioni italiane. Al convegno è prevista la partecipazione di Ennio Doris, fondatore e presidente di Mediolanum, e di numerosi ospiti, relatori e invitati, del mondo accademico, economico e delle imprese.



LA CAMPAGNA DI RECLUTAMENTO IN CORSO SVILUPPERÀ ANCORA DI PIÙ L'ATTIVITÀ DEI PROFESSIONISTI MEDIOLANUM IN TUTTA ITALIA

Family Banker, qualità per il cliente

Una risposta alla forte domanda di servizi bancari personalizzati che arriva da risparmiatori e investitori

Due sono i target di professionisti a cui si rivolge l'attività di reclutamento in corso per inserire nuovi Family Banker Mediolanum: direttori di filiale, responsabili dell'ufficio titoli o dello sviluppo clienti, nel settore bancario. E lavoratori dipendenti, anche di altri settori, soprattutto nell'ambito commerciale, diplomati o laureati, di età compresa tra i 25 e i 40 anni. Ma ognuno, e questo è l'aspetto fondamentale, con lo stesso sogno nel cassetto: gestire in proprio il lavoro da svolgere, diventare imprenditore di se stesso e quello che in Mediolanum viene definito 'il direttore di banca del terzo millennio'.

«E due sono i messaggi lanciati dalla campagna di comunicazione» sottolinea Gianni Rovelli, responsabile Marketing Comunicazione e Canali di Mediolanum, «che proseguirà fino a fine giugno su giornali e Internet, per faggiugherli, e chiamarli a raccolta». Nel primo caso, è Ennio Doris in persona, fondatore e presidente del Gruppo Mediolanum, a rivolgersi direttamente ai professionisti del settore bancario, per dirgli: anch'io in passato ho lavorato in una banca tradizionale, e ho voluto cambiare, e ho cambiato il modello e il modo di fare banca, il modo di fare questa professione. Conosciamo bene l'importanza di essere un punto di riferimento per il cliente, ti propongo di lavorare in un diverso modello di banca, in Mediolanum sei tu la banca per il tuo cliente. E noi ti mettiamo a disposizione tutti gli strumenti necessari per avere successo e fare un ulteriore percorso di carriera. Ed è un'opportunità concreta rivolta anche a chi svolge un lavoro dipendente in un settore di attività diverso da quello bancario, e vuole mettersi in gioco, cambiare lavoro e prospettive, puntando a diventare Family Banker: una figura professionale di riferimento e responsabilità, nella gestione di-

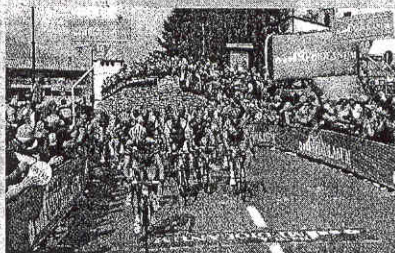
retta dei vari clienti, in grado di ottenere soddisfazioni economiche che crescono con i risultati. E raggiungono livelli di grande importanza.

Mediolanum, per lanciare la proposta, mette sul piatto: solidità, quella di un Gruppo finanziario di livello internazionale; preparazione, garantita a tutti i Family Banker anche attraverso la propria prestigiosa università aziendale, la Mediolanum Corporate University (MCU); crescita, professionale e retributiva, perché Mediolanum è una realtà che continua a ottenere risultati rilevanti, anche nei momenti più difficili per il mercato, e permette ai propri professionisti di crescere dal punto di vista economico e di carriera. Come spesso è difficile fare altrove.

«Questa nostra attività di reclutamento sta già dando riscontri e segnali importanti» rileva Oliviero Giovita, responsabile del progetto Recruitment & Empowerment per l'Italia: «Il fatto di ricevere moltissime risposte e 'curricula' qualificati dai professionisti del settore bancario, ad esempio, indica che c'è grande interesse di fronte alla possibilità di cambiare, di mettersi in gioco. Si tratta, in questo caso, di specialisti e dirigenti, che non mettono in discussione la loro professionalità, ma mettono in discussione il percorso di carriera all'interno della propria banca tradizionale, per passare a Mediolanum, una banca attenta alle persone, che fa della formazione uno dei propri punti di forza, e dove si cresce in base alla meritocrazia, quella vera, provata sul campo». Mediolanum, osserva Giovita, «non è solo una banca diversa dalle altre, è unica nel livello di servizio offerto al cliente, il meglio a disposizione sul mercato», e questa campagna di reclutamento è fatta per «rispondere alla fortissima domanda di professionalità qualificate e servizi bancari di alta qualità che arriva dalla clientela, dai risparmiatori e investitori, in tutta Italia».

La GiroCard dà lo sprint agli acquisti

Nuova carta prepagata, dedicata al centenario del Giro d'Italia



Una tappa del Giro d'Italia, di cui Banca Mediolanum sponsorizza la Maglia Verde. La GiroCard è pratica e sicura

In giro con la carta del Giro Originale, di colore rosa brillante come quello della gara ciclistica, la GiroCard è la nuova carta prepagata ricaricabile che Banca Mediolanum ha lanciato in occasione del centenario del Giro d'Italia. Esclusiva, pratica, flessibile e sempre a disposizione a seconda delle necessità di spesa, GiroCard è collegata al circuito Visa Electron che garantisce acquisti sicuri su Internet e consente di effettuare prelievi di contante presso tutti gli sportelli automatici Atm. L'addebito delle spese effettuate è a scalare: dell'importo disponibile sulla carta. GiroCard non prevede il pagamento della quota annuale ma la sola quota di rilascio che è di 10 euro, e fornisce in maniera completamente gratuita servizi online e sms di verifica della disponibilità e dei movimenti effettuati. Si ricarica attraverso Call-center, via sms o sito web di CartaSi per i possessori di CartaSi, oppure utilizzando carte di credito Visa e Mastercard

e anche con i Bancomat presso tutti gli sportelli Atm abilitati. Si può acquistare la GiroCard presso tutti i Family Banker Office di Banca Mediolanum dislocati in tutta Italia, sul sito Internet di Banca Mediolanum (www.bancamediolanum.it), e su quello di CartaSi (www.cartasi.it).

L'INIZIATIVA ORGANIZZATA A LUCCA

Una serata con la testimonial Tv

Una serata per incontrarsi, confrontarsi sulle principali novità in tema di risparmio e investimenti, e anche per conoscere di persona Chiara Glini, cliente di Banca Mediolanum che nell'ultima campagna di comunicazione istituzionale è anche testimonial in uno spot Tv, come altri clienti Mediolanum. L'iniziativa si è svolta giovedì 21 maggio al Grand Hotel Guingigi di Lucca, e alla serata hanno partecipato circa 150 invitati, tra clienti già consolidati e potenziali clienti. Quella di coinvolgere clienti veri della Banca per gli spot Tv e la campagna di comunicazione, anziché comparire attori, è una scelta ben precisa da parte di Mediolanum: i clienti sono infatti i migliori testimoni e protagonisti per illustrare e far conoscere la propria banca.



L'incontro con la testimonial Tv

UNA GARA DI SOLIDARIETÀ A FAVORE DI MAMME E BAMBINI DELL'ISOLA CARAIBICA

Sms per il Piccolo Fratello ad Haiti

C'è tempo fino a domani, domenica 31 maggio: basta inviare un Sms, meglio ancora se qualcuno di più. Con l'invio di un messaggio da cellulare, o anche una chiamata da telefono fisso, è possibile prendere parte all'iniziativa benefica collegata al progetto umanitario 'Piccolo Fratello' ad Haiti, promosso da Mediolanum in collaborazione con Fondazione Francesca Rava N.P.H. Italia Onlus. L'iniziativa di solidarietà, dopo la realizzazione di 4 scuole di strada per i bambini dell'isola caraibica, per il 2009 prevede l'avvio della costruzione di un centro per la maternità sicura. Una struttura attrezzata, del tutto inesistente finora nelle baraccopoli dell'isola, per dare la possibilità alle donne in gravidanza di seguire le cure e i controlli necessari, oltre che partorire in condizioni igieniche adeguate per la propria salute e quella dei neonati. Ad Haiti i parti sono spesso causa di morte per madri, spesso giovanissime, e per i bambini. Per sostenere questa iniziativa, nel periodo compreso tra il 9 e il 31 maggio,

grazie alla disponibilità degli operatori di telefonia mobile TIM, Vodafone, WIND, 3 e Telecom Italia, è possibile

devolvere 2 euro inviando un Sms al numero unico 48548, oppure con una chiamata da telefono fisso.

DAL 9 AL 31 MAGGIO 2009
DONA 2 EURO
AI BAMBINI E ALLE MAMME DI HAITI.
 CON SMS O CHIAMATA DA TELEFONO FISSO AL
48548

Meccano e Intelco
 Finanziato per la costruzione di una scuola di strada per i bambini dell'isola caraibica.

PER UNA PARTITA DELLA NAZIONALE DI BASKET A BOLOGNA

Sponsor sotto canestro

Sponsor d'eccezione per una partita della Nazionale di basket. Banca Mediolanum sponsorizza infatti l'incontro amichevole di pallacanestro che, giovedì 4 giugno (alle ore 20) presso il PalaDozza di Bologna, vedrà contrapposte la Nazionale italiana di Basket e la selezione All Star della Giba (Giocatori italiani basket associati). Una sfida che servirà, anche ai vertici della Federazione italiana pallacanestro, per fare il punto della situazione sullo stato di forma degli atleti in forza alla Nazionale, e per prepararsi in vista delle prossime competizioni internazionali. Grazie alla sponsorizzazione dell'incontro 2mila biglietti d'ingresso sono riservati a Mediolanum, gli inviti per partecipare all'appuntamento sportivo vengono distribuiti attraverso i Family Banker e i professionisti della Banca presenti sul territorio bolognese, e i tagliandi per assistere alla gara vengono poi ritirati presso i Family Banker Office di Bologna e provincia.

L'iniziativa si svolge in collaborazione con Giba, e consente a Banca Mediolanum di prendere parte alla realizzazione di un evento importante per gli sportivi e gli appassionati di basket, in una città come Bologna, che ha una grande tradizione nella pallacanestro italiana e internazionale.

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