

Ognimese Mediolanum fino a 14 cedole l'anno

Una doppia opportunità, per valorizzare al meglio i propri risparmi. E una nuova, importante, campagna di comunicazione, che si articola in queste settimane sui principali mass-media, per illustrare opportunità e vantaggi offerti da Ognimese Mediolanum. Dai quotidiani a radio e Tv nazionali, da Internet e Social Media alla stampa economica e finanziaria, per raggiungere tutto il grande pubblico dei risparmiatori e investitori privati italiani, clienti già acquisiti e potenziali, come Banca Mediolanum fa con le sue numerose e articolate attività di comunicazione nel corso dell'anno. Evidenziare le opportunità, si diceva, di Ognimese Mediolanum, ed ecco la prima: beneficiare di un'ampia diversificazione del proprio portafoglio finanziario, attraverso l'investimento in selezionati fondi comuni distribuiti da Banca Mediolanum. E in più, allo stesso tempo, il secondo vantaggio: la possibilità di ottenere un'entrata finanziaria extra per tutti i mesi dell'anno. In pratica, una somma che si può aggiungere allo stipendio, alla pensione, ai propri guadagni, attraverso una cedola mensile, che a gennaio e luglio può raddoppiare, fino a un totale di 14 mensilità l'anno. Ognimese Mediolanum è, in pratica, la modalità che permette di investire e, contemporaneamente, avere la possibilità di ottenere un'extra, anche mese per mese. Un'opportunità molto importante per ogni risparmiatore e investitore privato. Così, mentre i propri

Farti incassare un'entrata extra ogni mese, tutti i mesi fino a 14 in un anno è l'obiettivo di questa proposta innovativa

risparmi sono investiti in maniera molto diversificata e ponderata per essere valorizzati nel tempo, l'investimento stesso può consentire di ricevere una cedola periodica, che in questo modo può andare ad aumentare le proprie risorse e disponibilità abituali. La strategia alla base di Ognimese Mediolanum è articolata su una combinazione di fondi che, investendo in un paniere mondiale complessivo composto da oltre 7 mila titoli, permettono una forte diversificazione del Portafoglio. L'ampia diversificazione resa possibile con Ognimese Mediolanum permette di investire, in base al proprio profilo e alle proprie esigenze, con un orizzonte temporale di medio o lungo termine, con un'esposizione suddivisa su cinque macroaree geografiche, per un totale di oltre 100 Paesi nel mondo, tra più di 10 settori economici e merceologici, e tra oltre 40 valute differenti (euro, dollaro, sterlina, yen e quelle degli altri Paesi più sviluppati ed emergenti). Più in particolare, le soluzioni disponibili con Ognimese Mediolanum permettono di variare e articolare le scelte d'investimento

personalizzate di ogni cliente attraverso quattro diversi gruppi di fondi. Ciascuno dei quattro gruppi di fondi è composto da tanti fondi diversi tra loro, selezionati per offrire a ogni risparmiatore e investitore, in base al personale e specifico profilo di rischio e rendimento, la migliore diversificazione e l'allocatione più in linea con le sue caratteristiche e obiettivi. Il cliente può quindi definire, in base a questi criteri, i fondi che comporranno il suo Portafoglio specifico, potendo sempre contare sull'assistenza personale del proprio Family Banker di fiducia. Per avere maggiori informazioni su Ognimese Mediolanum è anche possibile consultare il sito www.bancamediolanum.it, e rivolgersi ai Family Banker Mediolanum più vicini a casa o al posto di lavoro (anche in questo caso, basta consultare il sito www.bancamediolanum.it).

Messaggio pubblicitario. Le cedole non sono garantite. Prima dell'adesione leggi il Prospetto dei Fondi abbinati all'iniziativa sul sito bancamediolanum.it. L'investimento in fondi non dà certezza di restituzione del capitale.

Giornali, Tv, affissioni per parlare di sogni e risparmi

I sogni e i progetti degli italiani trovano spazio nella nuova campagna di comunicazione dedicata a Ognimese Mediolanum, on air in queste settimane in Tv, stampa e affissioni. Protagoniste quindi le persone che comunemente si incontrano nelle strade e nelle piazze delle nostre città, dal Nord al Sud del Paese. Però, trattandosi della promozione di una modalità finanziaria, il ruolo del sigillo di garanzia è stato attribuito ancora una volta al presidente della Banca, Ennio Doris. Ideata da RedCell e prodotta da Mercurio Cinematografica, la campagna è stata girata prevalentemente nelle città di Milano, Roma e Napoli raccogliendo opinioni e voci di persone reali.



Questa è una pagina di informazione aziendale con finalità promozionali. Il suo contenuto non rappresenta una forma di consulenza né un suggerimento per investimenti.