

A fine marzo utile netto di 59 milioni (+17%). Forte balzo della banca retail

Mediolanum, migliorano raccolta lorda e profitti

Salgono i profitti di Mediolanum, che ha chiuso il primo trimestre con un utile netto pari a 59 milioni di euro (+17%). La raccolta lorda è cresciuta del 32% a 1,97 miliardi, le masse amministrate del 18% a 31,46 miliardi. I premi lordi vita sono scesi del 7% a 646 milioni, mentre la raccolta lorda dell'asset management è stata di 989 milioni (+183%). La raccolta netta è ammontata a 294 milioni (-8%). Per Banca Esperia l'utile è stato di 3 milioni (+57%), con masse amministrate in espansione del 20% a 6,033 miliardi. Per i mercati esteri, il risultato lordo è stato di 0,5 milioni, contro una perdita di 1,4 milioni del primo trimestre 2005, mentre il risultato netto ha raggiunto il pareggio; le masse amministrate sono cresciute del 14% a 3 miliardi di euro.

L'amministratore delegato di Mediolanum, Ennio Doris, ha parlato di «una forte crescita del business, che è una conseguenza del progetto 4 freedoms: i risultati raggiunti durante questo periodo ci spingono a continuare su questa strada». Il progetto riguarda la creazione di una grande banca retail: nel trimestre, la media dei nuovi conti correnti aperti al mese è stata pari a 9.100 (+21%). In crescita anche il numero di nuovi clienti, con una media di 8.700 al mese (+28%). Indicazioni positive arrivano anche dal numero delle nuove carte di credito emesse, pari a una media mensile di 4.500 rispetto alle 4 mila di un anno fa (+13%).

Per i prossimi mesi Mediolanum continua a puntare sulla crescita del numero dei conti cor-

renti attraverso una maggiore focalizzazione verso la nuova clientela. In termini di prodotti, l'azienda introdurrà un nuovo mutuo flessibile, che consentirà di passare da un tasso fisso a uno variabile e viceversa, oltre che di modificare alcuni elementi chiave del contratto.

Il vicepresidente di Mediolanum, Edoardo Lombardi, ha spiegato che i nuovi prodotti del ramo vita stanno mostrando un miglioramento in termini di embedded value: «Non facciamo calcoli alla fine del primo trimestre, ma la nostre polizze a premi pluriennali stanno facendo aumentare l'embedded value compensando i costi per il lancio di nuovi prodotti». Il mese di aprile ha confermato i buoni flussi in entrata registrati nei primi tre mesi dell'anno.

