



UN MILIONE DI CLIENTI PER ING DIRECT ITALIA

Un nuovo conto corrente, prodotti di investimento a capitale garantito e l'espansione nel mercato della sostituzione mutui:

queste le strategie di ING DIRECT Italia che ha appena superato il milione di clienti

Milano, 12 maggio 2008 – **ING DIRECT**, la più grande banca diretta a livello internazionale, ha segnato un nuovo traguardo, raggiungendo in Italia **1 milione di clienti** a fine aprile 2008.

Bernd Geilen, arrivato un anno fa come General Manager di ING DIRECT nel nostro Paese, ha trovato un'eredità di circa 800.000 clienti e di oltre 16 miliardi di Euro come volume di attività, che dopo un anno, a fine 2007 è aumentato a quasi 18 miliardi di Euro.

Per i prossimi mesi la strategia di **ING DIRECT Italia** prevede numerose novità, a cominciare dal lancio di un conto corrente, che si affiancherà al conto di deposito.

Già presente in Spagna, in Germania e negli Stati Uniti, il nuovo prodotto si inserisce nella logica del modello di *business* proprio della banca olandese: semplicità, convenienza, accessibilità e trasparenza. *“Fa parte della nostra strategia procedere con il lancio di prodotti gradualmente, evitandone la proliferazione – sottolinea Geilen – Sette anni fa siamo partiti con un solo prodotto, il conto di deposito, poi dopo tre anni è arrivato il mutuo e subito dopo i fondi. Nel 2008 credo sia il momento giusto per attivare anche in Italia il conto corrente”*.

Nel futuro di ING DIRECT Italia c'è anche una nuova famiglia di fondi a capitale garantito che va ad ampliare la gamma degli investimenti, mentre sul fronte mutui, dopo il successo del Mutuo Sostituzione lanciato nel maggio 2006, ING DIRECT è pienamente operativa anche con la surroga che azzerava le spese classiche del mutuo mentre è ING DIRECT ad accollarsi le spese notarili, stimate tra i 400 e i 1.000 Euro.

Basta un semplice sguardo alle tappe di ING DIRECT in Italia per cogliere il successo di un modello di *business* che ha segnato una vera e propria “rivoluzione copernicana” nell'approccio al cliente e che nessuno è ancora riuscito a replicare.

ING DIRECT, che è presente in 9 Paesi nel mondo con oltre 20 milioni di clienti, 310 miliardi di Euro di raccolta e utili in continua crescita, è sbarcata in Italia nel 2001 con il conto di deposito **Conto Arancio**, una novità assoluta nel panorama dei prodotti di risparmio del nostro Paese. Semplicità, zero spese e rendimenti competitivi ne hanno segnato il rapido successo. La banca ha raggiunto così il primo utile dopo soli tre anni di attività, in anticipo rispetto alle previsioni. Il 2004 ha visto l'ingresso di ING DIRECT nel mercato dei mutui con la famiglia dei **Mutui Arancio**

ING DIRECT

(acquisto, sostituzione e rifinanziamento) e poi, dal novembre 2005, nel risparmio gestito con gli **Investimenti Arancio**.

Alcuni numeri illustrano ancora meglio i risultati di ING DIRECT:

- oltre 20 mila le persone che ogni giorno fanno visita alla Banca attraverso il sito *internet* o collegandosi telefonicamente;
- una media di 1.000 conti di deposito vengono aperti ogni giorno lavorativo;
- 7.500 sono state le operazioni di sostituzione mutuo concluse in un anno e mezzo.

“Bisogna offrire prodotti di cui il cliente ha realmente bisogno e non costringerlo a comprare ciò che si ha già in casa” è la filosofia di ING DIRECT.

Per informazioni:

Silvia Colombo, Media Relations Manager ING DIRECT Italia, tel. 02.5522.6645–6761
silvia.colombo@ingdirect.it

Ufficio stampa POWER EMPRISE

Cosimo Pastore cosimopastore@poweremprise.com Cell. 335/21.33.05

Laura De Pinto lauradepinto@poweremprise.com Cell. 349/2408113

Emanuela Scerna emanuelascerna@poweremprise.com Cell. 340/5104775