

COMUNICATO STAMPA

Il Cda di FriulAdria Crédit Agricole ha approvato il bilancio 2015

FriulAdria volano dell'economia locale Un miliardo erogato a famiglie e aziende

In forte crescita i mutui (+46,5%) e i finanziamenti alle imprese (+32%). Quasi 20 mila nuovi clienti Retail acquisiti. Utile di oltre 34 milioni (+6%). Ai 15.700 soci proposto un dividendo di 1,2 euro per azione. Assemblea degli azionisti sabato 16 aprile a Pordenone

(Pordenone, 14 marzo 2016) Il Consiglio di amministrazione di FriulAdria Crédit Agricole, riunitosi a Pordenone sotto la presidenza di Chiara Mio, ha approvato il progetto di bilancio 2015 che verrà sottoposto all'**Assemblea degli azionisti** convocata per sabato 16 aprile al Teatro Verdi di Pordenone.

Pur continuando a operare in un contesto macroeconomico e normativo particolarmente complesso, nel corso del 2015 FriulAdria è riuscita a cogliere i **primi segnali di ripresa** confermando il trend di crescita sui principali aggregati economici e patrimoniali. In generale, la banca ha sostenuto l'economia reale del Nord Est accompagnando i progetti di innovazione e internazionalizzazione delle **imprese** e il ritorno ai consumi delle **famiglie**, in particolare per quel che riguarda l'acquisto della casa. Con tale visione FriulAdria ha continuato a svolgere la missione di **banca al servizio del territorio** in coerenza con la propria tradizione e con il **modello federale di Crédit Agricole**. Parallelamente, si è distinta come una delle aziende più solide, profittevoli e innovative del sistema creditizio locale, in coerenza con le performance del Gruppo Cariparma Crédit Agricole - di cui FriulAdria fa parte - che può vantare il **rating A3 di Moody's**, il più alto nel sistema bancario italiano.

I **proventi operativi netti** ammontano a 310 milioni, sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente. Tale indicatore, che continua a testimoniare la capacità della banca di performare, è frutto dell'attività di gestione, intermediazione e consulenza. Le **commissioni nette** sono pari a 135 milioni in incremento di oltre 5 milioni (+4%) anno su anno. Il **risultato della gestione operativa** è pari a 123 milioni, con gli oneri operativi che si attestano a 188 milioni.

FriulAdria chiude l'esercizio 2015 con un **utile netto** pari a oltre 34 milioni di euro, in crescita del 6% rispetto allo scorso anno, nonostante l'impatto (pari a 8,3 milioni di euro) dei contributi ai fondi "salvabanche"¹. Il **cost/income** è pari a 57,8% e il **costo del credito** è in flessione del 14% anno su anno, attestandosi a 68 milioni di euro. Il **ROE** è pari al 4,8% e consolida in trend crescente della **redditività** di FriulAdria.

Alla luce del risultato netto ottenuto, il **dividendo** che verrà proposto all'assemblea degli azionisti è di 1,2 euro per azione, mentre il **rendimento dell'azione** si attesta al 2,80%.

In sensibile aumento i **crediti alla clientela** che incrementano del 3,5% anno su anno, raggiungendo quota 6,6 miliardi di euro soprattutto per effetto dello sviluppo dei mutui casa e dei finanziamenti alle imprese. Quasi **4.300 i nuovi contratti di mutuo** sottoscritti nel corso dell'anno, con una performance del +46,5% e 456 milioni erogati sul territorio, di cui 150 milioni in Friuli Venezia Giulia (1.521 mutui) e 306 in Veneto (2.732 mutui). Altri 35 milioni sono stati erogati sotto forma di **credito al consumo** (+137%).

¹ Contributi ai Fondo di Risoluzione Nazionale (FRN), al Sistema di Garanzia dei Depositi (SGD) ed al Fondo di solidarietà (FS) a favore degli investitori detentori di obbligazioni subordinate emesse dalle quattro banche poste in risoluzione nel 2015.

La professionalità e la qualità del servizio nella gestione del risparmio è alla base della crescita della **raccolta diretta**, incrementata del 2% anno su anno, a quasi 6,2 miliardi. La valorizzazione della relazione con il cliente ha permesso alla banca di realizzare una crescita netta dei volumi amministrati pari a 374 milioni di euro, registrando nel contempo un importante incremento dell'indice di soddisfazione della clientela. Quasi **20 mila i nuovi clienti** Retail acquisiti nel 2015 dalla banca.

L'attenta valutazione della rischiosità nella concessione del credito non ha pregiudicato la storica vicinanza al **mondo delle imprese**, soprattutto quelle medio-piccole, a sostegno degli investimenti produttivi e delle esigenze di cassa. Oltre 462 milioni di finanziamenti (+32%) sono stati concessi a questo segmento di clientela.

Significativo lo sviluppo nel **settore agroalimentare**, uno dei più resistenti alla recessione, dove nel 2015 sono stati acquisiti 660 nuovi clienti e sono stati erogati finanziamenti per 131 milioni (a cui si aggiungono 124 milioni di cambiali agrarie). Complessivamente gli impieghi della banca nel settore agroalimentare sono cresciuti del 6% rispetto al 2014 e ammontano a 841 milioni, di cui 279 milioni in Friuli Venezia Giulia (+3%) e 562 milioni in Veneto (+8%). I clienti di questo comparto sono oltre 6.700, equamente ripartiti tra le due regioni. La strategia si è concretizzata in un modello di servizio dedicato che prevede 67 gestori sul territorio coordinati da tre specialisti, con la consulenza di un coordinatore di direzione.

Il **patrimonio netto**, con inclusione dell'utile d'esercizio, è pari a 727 milioni, in crescita del 2,7% rispetto al 31 dicembre 2014. Il CET 1 (Common equity tier 1)² Ratio risulta pari a 11,9%, valore in crescita rispetto all'11,2% del 2014 che riafferma la solidità patrimoniale dell'Istituto.

Le unità organizzative della rete distributiva al 31 dicembre 2015 sono complessivamente 200, di cui **187 filiali Retail**. L'organico aziendale risulta composto da **1.471 dipendenti**.

Nel 2015 è proseguito l'adeguamento della rete commerciale al nuovo modello di filiale evoluta denominato **Agenzia per te**. Ad oggi sono 40 le filiali di questo tipo, di cui 25 in Friuli Venezia Giulia e 15 in Veneto. La filiale di nuova generazione prevede il superamento del tradizionale concetto di "sportello" a favore di un nuovo concetto di accoglienza, volto a mettere al centro la clientela con l'obiettivo di soddisfarne i bisogni in modo facile, veloce e sicuro.

FriulAdria, in linea con la propria vocazione di banca di prossimità, nel corso del 2015 non ha fatto mancare il tradizionale sostegno ad alcune importanti iniziative sociali e culturali organizzate sul territorio, come **Pordenonelegge, èStoria, il Premio Luchetta, Le Giornate del Cinema Muto e il Festival Biblico di Vicenza**. Ha sostenuto il cinema italiano investendo nella produzione dei film **"Genitori"** di Alberto Fasulo e **"Belli di papà"** di Guido Chiesa e con Diego Abatantuono. È diventata main sponsor della **Benetton Rugby** di Treviso e ha rafforzato le partnership con i **Comitati Paralimpici** del Friuli Venezia Giulia e del Veneto. Tra sponsorizzazioni e liberalità, la banca ha deliberato interventi per **oltre un milione di euro** nel corso dell'anno.

Dichiarazione presidente Chiara Mio

FriulAdria chiude il bilancio 2015 con risultati positivi e si conferma una delle banche più solide e performanti del Nord Est italiano. La banca ha rappresentato un punto di riferimento costante e affidabile per le famiglie e le aziende del Friuli Venezia Giulia e del Veneto accompagnandone i progetti con competenze manageriali e consulenze specialistiche. Un ruolo fondamentale continua ad esercitare l'inserimento di FriulAdria nel Gruppo Crédit Agricole: la forza, la qualità dei servizi e la visione internazionale che ci derivano da questa appartenenza rappresentano il valore aggiunto di una banca locale sempre proiettata verso l'innovazione.

Dichiarazione direttore generale Roberto Ghisellini

Centralità del cliente, solidità, territorio: sono queste le linee guida che hanno caratterizzato l'attività di FriulAdria nel 2015 e che ci vedranno impegnati anche nel prossimo triennio. È un percorso che abbiamo iniziato con l'ingresso in Crédit Agricole nel 2007 e che oggi ci premia. La nostra crescita è stata regolare. Abbiamo sempre continuato a erogare credito e a investire in innovazione e in formazione per migliorare il servizio al cliente. Lo sviluppo dei mutui alle famiglie e dei finanziamenti alle imprese, dalle più piccole alle medio-grandi, testimonia la fiducia del mercato locale nei confronti della banca e l'importanza del ruolo di volano dell'economia che essa esercita. Con questa visione, con questa solidità e con questa qualità del servizio ora ci apprestiamo a rafforzare ulteriormente il nostro presidio nel Veneto centro-occidentale e a consolidare la presenza storica in Friuli Venezia Giulia.

² *Il CET 1 Common equity tier 1) Ratio è uno dei parametri più utilizzati per la valutare la solidità patrimoniale di un istituto di credito e rappresenta il rapporto tra CET1 (la componente primaria del capitale di una banca) e le attività ponderate per il rischio. Secondo le norme della BCE, il CET 1 Ratio deve essere superiore all'8%.