

Comunicato stampa

Approvata dal Cda della Banca la semestrale al 30 giugno 2016

Oltre 2.300 nuovi mutui e 300 milioni alle imprese FriulAdria rafforza il sostegno all'economia locale

- *L'utile netto a 19 milioni di euro*
- *Gli impieghi sfiorano i 7 miliardi (+3,5% rispetto a dicembre 2015)*
- *Mutui ai privati in aumento del 7% anno su anno*
- *Impennata dei finanziamenti alle aziende: +42%*
- *In crescita anche raccolta diretta e indiretta*

(Pordenone, 1 settembre 2016) – Solidità, innovazione e un accresciuto sostegno all'economia del territorio hanno caratterizzato anche il primo semestre 2016 di FriulAdria Crédit Agricole.

In un contesto di accentuata volatilità dei mercati finanziari e con ritmi di crescita dei consumi e della produzione industriale ancora modesti, la Banca è riuscita a conseguire un **utile di 19 milioni di euro**, aumentando il credito alle famiglie e alle aziende del Friuli Venezia Giulia e del Veneto e versando oltre 10 milioni di euro di imposte.

Questa la fotografia di FriulAdria Crédit Agricole che emerge dalla relazione semestrale al 30 giugno 2016 presentata dalla presidente **Chiara Mio** e dal direttore generale **Roberto Ghisellini** al Consiglio di Amministrazione e dallo stesso approvata nel corso dell'ultima riunione tenutasi a Pordenone.

Anche nel primo semestre dell'anno in corso FriulAdria Crédit Agricole si è confermata una banca performante e sempre più multicanale, grazie al forte sviluppo della **banca a distanza** e del nuovo modello di servizio delle **Agenzie per Te** (ad oggi oltre un terzo della rete commerciale), che prevede filiali prive delle casse tradizionali, una dotazione tecnologica "spinta" e personale focalizzato su ruoli di assistenza e consulenza alla clientela.

Venendo alle principali voci del bilancio, nel primo semestre 2016 i **proventi operativi netti** sfiorano quota 151 milioni, di cui oltre 83 milioni di **interessi netti** e 62 milioni di **commissioni nette**. Il **risultato della gestione operativa** è di 58,5 milioni. Le **rettifiche di valore su crediti** si attestano a 27,5 milioni, in diminuzione di oltre 8 milioni (-23,2%) rispetto ai 36 della scorsa semestrale. Il rapporto tra le rettifiche di valore nette per deterioramento dei crediti e gli impieghi netti verso la clientela, calcolato su base annuale, scende allo 0,81% in forte ridimensionamento verso giugno 2015.

Gli **impieghi** verso la clientela raggiungono i 6.831 milioni, in crescita del 3,5% rispetto i 6.603 milioni di fine dicembre 2015. Positiva, in particolare, la dinamica dei mutui, che rappresentano il 65% dei crediti verso la clientela. A giugno 2016 sono stati perfezionati **2.332 nuovi mutui** (+7% vs giugno 2015), di cui 1.520 in Veneto (+8%) e 812 in FVG (+6%).

FriulAdria, anche nel primo semestre 2016, ha continuato ad accompagnare le imprese del territorio erogando **nuovi finanziamenti per 293 milioni** (+42% a/a). Molto attiva la filiera agroalimentare che, accompagnata da una rete dedicata di Specialisti, ha visto crescere le erogazioni anno su anno del 16% (nuove erogazioni per 162 mln nel 2016). Il sostegno ha riguardato le principali **filiera agroalimentari** (ortofrutta, vitivinicolo, carne, latte), soprattutto per interventi a supporto dell'innovazione e dell'export, una delle attività trainanti dello sviluppo del comparto.

I **crediti deteriorati** netti ammontano a 513 milioni, sostanzialmente stabili rispetto al 31 dicembre 2015. L'**indice di copertura**, rapporto fra le rettifiche di valore cumulate e l'ammontare dei crediti deteriorati lordi, è del 44,1%.

La **massa amministrata** della clientela è di 12.875 milioni, in crescita del 2,3% rispetto alla fine dello scorso anno. La **raccolta diretta** si attesta a 6.357 milioni, in aumento del 2,6% rispetto ai 6.199 milioni del 31 dicembre 2015 soprattutto per effetto dell'incremento delle giacenze liquide sui conti correnti. La **raccolta indiretta** cresce del 2,1% salendo a 6.517 milioni, trainata dal forte sviluppo del risparmio gestito (+259 milioni, +5,5% vs dicembre 2015).

Il **patrimonio netto** ammonta a 701 milioni di euro, rispetto ai 692 milioni del 30 giugno 2015.

Il Common Equity Tier 1 Ratio, il Tier 1 Ratio e il Total Capital Ratio al 30 giugno si attestano al 11,8%.

FATTI RILEVANTI DEL SEMESTRE

Tra le note più significative del semestre da segnalare la crescita sostenuta del **canale Private Banking** per effetto dell'acquisizione di nuove masse resa possibile dal miglioramento del servizio a questo target di clientela: al 30 giugno la raccolta diretta cresce del 7,3% rispetto al 31 dicembre 2015 e la raccolta indiretta aumenta del 5,4%.

Significativo anche lo sviluppo dell'attività della **Banca d'Impresa**, ovvero il canale dedicato alle aziende con fatturato superiore ai 7,5 milioni di euro: su questo versante gli impieghi hanno registrato un incremento dell'8,2%, attestandosi a oltre 2 miliardi.

Detto della performance nel **comparto mutui**, che conferma il ruolo di riferimento di FriulAdria nel mercato dei prestiti finalizzati all'acquisto e alla ristrutturazione della casa, va sottolineata anche la **crescita dei prestiti personali**: nel primo semestre ne sono stati erogati per complessivi 27 milioni (+56% anno su anno). Il dato evidenzia l'attenzione della rete commerciale nel rispondere alle esigenze di privati e famiglie.

Un'altra iniziativa strategica, avviata nel 2015 e consolidatasi nel primo semestre 2016, è il progetto dei **consulenti finanziari**, una rete di promotori che opera fuori sede e che ha portato 80 milioni di nuova raccolta e 750 nuovi clienti. Attualmente sono 17 le risorse impegnate in questo ruolo, con l'obiettivo di arrivare a 43 nel 2017.

Anche questa iniziativa si colloca nell'ambito del **Piano a Medio Termine "Ambizioni Strategiche 2020"** del Gruppo Cariparma Crédit Agricole che prevede investimenti per oltre 600 milioni di euro, l'evoluzione del modello di servizio verso la multicanalità, l'ulteriore crescita nel comparto mutui e lo sviluppo dell'area agri-agro. Su quest'ultimo fronte le **quote di mercato** sono salite in **Veneto** dal 5,9% del 31 dicembre 2014 al 6,4% del 31 dicembre 2015; nello stesso periodo, sempre in Veneto, gli impieghi all'agroalimentare sono cresciuti dell'11,1%, a fronte di una crescita del sistema regionale del 2,5%. In **Friuli Venezia Giulia** le quote sono salite da 12,2% a 12,6% e gli impieghi del 4,1% (sistema regionale +0,7%).

È continuato, inoltre, il rinnovamento del modello di servizio nelle filiali FriulAdria. Nel primo semestre sono **salite a 47 le Agenzie per Te** della banca (28 in FVG e 19 in Veneto) focalizzate sull'assistenza al cliente e sulle nuove tecnologie. Nel secondo semestre di quest'anno sono previste altre nove "conversioni" per arrivare alla fine del 2016 a una sessantina di punti vendita evoluti, ovvero circa un terzo dell'intera rete commerciale.

A testimonianza della crescente attenzione per il Digitale il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha dato vita di recente alla **Business Unit Digital Transformation**, area di Business che ha come obiettivo quello di creare una Banca innovativa, ma anche rilanciarla in un contesto economico fortemente competitivo.

Dichiarazione presidente Chiara Mio

L'andamento del primo semestre 2016, se da un lato è motivo di soddisfazione per i risultati conseguiti, dall'altro conferma il ruolo di riferimento, e quindi di grande responsabilità, che FriulAdria Crédit Agricole riveste per molte famiglie e imprese di Friuli Venezia Giulia e Veneto. In uno scenario economico caratterizzato da una perdurante incertezza, la Banca continua a distinguersi come un'azienda solida, performante, con progetti di sviluppo orientati all'innovazione, radicata a livello locale ma con una visione internazionale. Tutto ciò è possibile oggi grazie all'appartenenza di FriulAdria al gruppo Crédit Agricole, che ci permette di crescere e continuare a investire sul nostro territorio.

Dichiarazione direttore generale Roberto Ghisellini

La rivoluzione digitale in atto sta cambiando i paradigmi sociali ed economici, le modalità di relazione e comportamenti di acquisto e di ricerca delle informazioni. Tutto ciò impatta anche sul servizio bancario, che sta evolvendo di conseguenza. Risulta, quindi, necessario pensare ad un modo di fare Banca in linea con i trend attuali: e-Banking, mobile Banking sono le risposte ad un processo ormai inarrestabile. Il Digitale non è più un'opzione, ma è diventato una necessità per la sostenibilità del business nel medio-lungo periodo. Per questo abbiamo pensato di inserire nel nostro Piano a Medio Termine la strategia di costruire attorno alla filiale una Banca moderna e digitale. La consulenza rimane per noi un'opportunità di crescita ulteriore e un'occasione importante di contatto con il Cliente. La giusta combinazione di comunicazione e strategie online e offline faranno la differenza in futuro, avendo sempre come obiettivo quello di aumentare la soddisfazione del Cliente, oggi ancora più elevata rispetto al trend di mercato.

Questi, in sintesi, i principali indicatori del bilancio intermedio al 30 giugno 2016:

<u>Dati economici</u>	30.06.2016
• Utile netto	19,0 milioni
• Risultato ante imposte	29,3 milioni
• Proventi operativi netti	150,9 milioni
• Oneri operativi	92,3 milioni
• Risultato della gestione operativa	58,5 milioni
• Costo del credito	27,5 milioni
<u>Stato patrimoniale</u>	30.06.2016
• Patrimonio netto	701 milioni
• Finanziamenti a clientela	6.831 milioni
• Raccolta diretta da clientela	6.357 milioni
• Raccolta indiretta da clientela	6.517 milioni
• Massa amministrata	12.875 milioni
<u>Ratio</u>	
• Cost/Income	59,9%
• ROE	5,4%
• ROTE	6,5%
• Common Equity Tier 1	11,8%
• Tier Total	11,8%
<u>La struttura operativa</u>	30.06.2016
• Numero dei dipendenti	1.473
• Numero degli sportelli	187