

Comunicato stampa

Milano, 5 Ottobre 2007

Il Gruppo controllato da Crédit Agricole e Fondazione Cariparma

Il Gruppo Cariparma FriulAdria presenta

il piano industriale 2007 - 2010

- **Le sinergie dell'integrazione superano del 60% la stima iniziale**
 - 253 mln/€ le sinergie totali per il Gruppo (erano state stimate in 155 mln/€ nel novembre 2006) per il 2010
 - 198 mln/€ le sinergie per le banche, pari al 32% del risultato lordo 2006
 - 55 mln/€ di sinergie aggiuntive generate nell'ambito delle società prodotte del Crédit Agricole grazie alla distribuzione del Gruppo Cariparma FriulAdria

- **Notevole incremento di ricavi e redditività**
 - I ricavi cresceranno del 7,7% medio annuo (cagr) fino a raggiungere i 2.000 mln/€ nel 2010
 - Il risultato lordo di gestione crescerà del 12,9% annuo (cagr) fino a 1.000 mln/€ nel 2010
 - Il cost/income ratio scenderà al 43% (-6,5 punti) nel 2010

In data odierna, a Milano, il Gruppo Cariparma FriulAdria ha presentato alla comunità finanziaria il piano industriale 2007-2010, alla presenza dei vertici della Banca e degli azionisti Crédit Agricole e Fondazione Cariparma.

Rispetto alle previsioni annunciate da Crédit Agricole nel novembre 2006, le sinergie per le banche salgono a 198 milioni di euro nel 2010, con un incremento di 43 milioni di euro rispetto ai 155 milioni stimati inizialmente a novembre 2006 (che risultano composti per 65 milioni di euro da sinergie di costi e altrettanti di ricavi e da 25 milioni di euro dal contributo dell'espansione della rete). Le sinergie aggiuntive derivano da iniziative aggiuntive rivolte sia alla crescita sulla clientela corporate, mediante la creazione di un canale dedicato sia alla maggiore valorizzazione della relazione tra il network del polo italiano e le "fabbriche-prodotto" di Crédit Agricole.

Il totale di 198 milioni di euro di sinergie per le banche al 2010 è pari al 32% del risultato lordo del 2006.

Il Gruppo Cariparma FriulAdria consentirà inoltre di generare 55 milioni di euro di sinergie aggiuntive nell'ambito delle "fabbriche-prodotto" del Crédit Agricole, grazie ai propri canali distributivi, portando così il totale delle sinergie prodotte a 253 milioni di euro nel 2010.

I risultati attesi del Gruppo Cariparma FriulAdria includono Ricavi in crescita del 7,7% medio annuo (cagr) fino a 2.000 milioni di euro nel 2010 e un Risultato Lordo di Gestione in crescita del 12,9% medio annuo (cagr) fino a 1.000 milioni di euro nel 2010. Il cost/income ratio scenderà al 43% (-6,5 punti) nel 2010, confermando così il gruppo Cariparma FriulAdria al vertice tra le banche italiane per redditività, produttività e qualità dell'attivo.

La strategia di sviluppo del Gruppo Cariparma FriulAdria per il triennio 2007-2010 si basa su 3 direzioni principali: rafforzamento sui segmenti di clientela ad alto potenziale, ottimizzazione della copertura territoriale della rete, sviluppo sinergico con le "fabbriche prodotto" di Crédit Agricole.

Il primo asse di sviluppo, il rafforzamento sui segmenti di clientela ad alto potenziale – premium del canale retail e clientela private -, prevede la valorizzazione della capacità di servizio e relazione del Gruppo Cariparma FriulAdria presso questa tipologia di clientela che attualmente, pur rappresentando circa il 18% del totale, genera il 73% delle masse amministrate. Si stima una crescita del margine d'intermediazione di circa l'11% annuo tra il 2006 e il 2010, attraverso l'apertura di centri private nei territori a forte potenziale, lo sviluppo di sinergie e l'ampliamento della gamma dei prodotti. Relativamente al segmento corporate, si prevede una crescita annuale del margine d'intermediazione del 16%, grazie alle aperture di centri imprese e corporate e allo sviluppo di prodotti a forte valore aggiunto in collaborazione con le diverse "fabbriche prodotto" del Gruppo Crédit Agricole, tra cui Calyon.

Il secondo asse - l'ottimizzazione della copertura territoriale della rete - prevede un impegno specifico nel 2008 per l'apertura in corso d'anno di circa la metà delle aperture programmate per il 2009: 100 nuovi sportelli, 7 centri corporate, 7 centri imprese e 12 centri private, nelle aree storicamente coperte dal Gruppo Cariparma FriulAdria e in quelle limitrofe. Si ricorda, infatti, che il Gruppo oggi è presente nelle 9 regioni italiane che rappresentano complessivamente circa 69% della popolazione e il 70% del PIL.

Il terzo e qualificante asse - lo sviluppo sinergico con le "fabbriche prodotto" di Crédit Agricole - consentirà di raggiungere importanti vantaggi competitivi. In tutti i settori di mercato in cui esse operano si prevedono, infatti, tassi di crescita superiori al mercato con l'incremento delle quote del Gruppo grazie all'eccellenza delle "fabbriche prodotto" di Crédit Agricole. In particolare, sul versante assicurativo si prevede un'accelerazione nel settore vita con una crescita media annua del 9% (e premi per oltre 1.800 milioni di euro nel 2010) grazie all'estensione dell'offerta e la creazione di una nuova piattaforma di gestione. E' inoltre previsto, entro l'anno, l'esercizio dell'opzione call del 50% del capitale di Po Vita (controllata oggi per il 50% da Cariparma e per il 50% da Sai Holding). Per quanto riguarda il settore danni, è prevista la creazione di una "fabbrica prodotto" italiana che sarà operativa dal 2010, mentre nel credit protection si prevede un incremento progressivo del tasso di penetrazione sulla clientela delle due banche con l'estensione dell'attività di Finaref Assurance e il raggiungimento del traguardo di premi per oltre 70 milioni di euro entro il 2010. Nel settore dei servizi finanziari specializzati, la strategia prevede la creazione di "fabbriche prodotto" italiane nel leasing e nel factoring; mentre nel settore del credito al consumo sarà

rafforzata la cooperazione con Agos, ai vertici di questo mercato in Italia, con il lancio di nuovi prodotti (cessione del quinto) e di nuove iniziative di marketing (revolving); per quanto riguarda i prodotti nel risparmio gestito sarà pienamente valorizzata la relazione con Caam.

*«Le potenzialità di sviluppo del mercato bancario italiano, insieme ai punti di forza di Cariparma FriulAdria e del loro management, che ne hanno consentito la penetrazione in aree ad elevato potenziale di crescita, sono tra i fattori principali che hanno portato il Gruppo Crédit Agricole a investire nel Gruppo Cariparma FriulAdria» – ha dichiarato **Georges Pauget, Chief Executive Officer di Crédit Agricole**, a Milano per l'evento che è stato chiamato "Italy Day". «Ciò è espresso molto bene nel piano industriale oggi presentato, in tutti i segmenti di mercato analizzati. Secondo le stime, il Gruppo Cariparma FriulAdria crescerà, infatti, più rapidamente del mercato».*

*«La grande potenzialità di questo progetto di crescita e le opportunità di sviluppo inserite nel piano industriale – ha affermato **Ariberto Fassati, Presidente di Cariparma** – sono state rese possibili soprattutto dal modello di governance introdotto dal Crédit Agricole. Un modello che ha lasciato ampia autonomia commerciale alle due banche nei rispettivi territori, unificando a Parma le funzioni centrali di holding (Controllo e Audit, sistemi informativi e di back-office e quelle di coordinamento del Gruppo), alcune delle quali come Audit e Rischi riportano alle funzioni centrali del Gruppo Crédit Agricole. Oltre a ciò, la presenza di un management capace e le possibili sinergie con le 'società-prodotto' del Crédit Agricole hanno sicuramente svolto un ruolo essenziale nel consentire l'approvazione di un piano industriale di qualità ».*

*«In soli 7 mesi dall'ingresso del Crédit Agricole e dalla creazione del Gruppo Cariparma FriulAdria, abbiamo raggiunto – con un forte anticipo rispetto ai tempi inizialmente previsti – le tappe principali del percorso di integrazione delle banche e delle 202 filiali ex Intesa Sanpaolo. Nel contempo, nel primo semestre 2007, sono stati garantiti la continuità dell'attività delle reti sul territorio e il conseguimento di performance molto positive da parte sia di Cariparma sia di FriulAdria, con una crescita dei volumi (sia raccolta che impieghi) pari rispettivamente al 8% e al 7,1% rispetto al primo semestre 2006. E' questo un successo esclusivo di un progetto del tutto inedito per l'Italia quanto a complessità», ha dichiarato **Guido Corradi, Amministratore Delegato di Cariparma**, che ha aggiunto: «Il piano di integrazione avviato nel marzo 2007 ha coinvolto 200 persone in seno al Gruppo di diversa provenienza - Crédit Agricole, banche italiane, 'società prodotto' in Francia e in Italia, suddivise tra 12 'cantieri', 9 dei quali hanno già completato la propria attività, grazie anche al costante coinvolgimento della direzione generale dell'Agricole », **ha proseguito Corradi**.*

Dei 5,96 miliardi di euro che rappresentano il valore complessivo dell'operazione (acquisizione di Cariparma FriulAdria il 1° marzo 2007 e altre 202 filiali da Intesa Sanpaolo di cui 29 il 1° aprile 2007 e 173 il 1° luglio 2007), 5,1 miliardi sono stati investiti dal Gruppo Crédit Agricole (0,9 miliardi dalla Fondazione Cariparma).

Il Gruppo Cariparma FriulAdria in sintesi

Il Gruppo Cariparma FriulAdria è al primo posto nella classifica delle banche in Italia per redditività (cost/income al 49,6%) e per indice di produttività (il margine di intermediazione per dipendente è pari a 219 mila euro), e si colloca al secondo posto in Italia per "qualità dell'attivo" (crediti in sofferenza sul totale dei crediti). Inoltre il Gruppo, già al 10° posto nella classifica italiana per numero di filiali (2% del totale degli sportelli bancari in Italia), è presente nelle aree di maggiore interesse del mercato nazionale – rappresentative del 69% della popolazione italiana e del 70% del PIL – con quote di mercato in termini di volumi di molto superiori alle quote in termini di sportelli, che testimoniano lo storico radicamento sul territorio e la qualità del servizio alla clientela sviluppate da Cariparma e da FriulAdria. Nelle 45 province italiane in cui le filiali del Gruppo sono presenti, le quote di mercato superano il 10% in 5 casi e si collocano tra il 5 e il 10% in 8 casi (il 7% in Campania). Il Gruppo Cariparma FriulAdria conta 668 filiali in 9 regioni e 45 province d'Italia, 6.750 dipendenti e 1.400.000 clienti.

Il mercato retail in Italia

Il mercato retail in Italia, nel suo complesso presenta un significativo potenziale di crescita: il consensus di mercato indica tassi di crescita annuali composti pari a circa il 7% per crediti e raccolta indiretta e pari al 5% per la raccolta diretta nel periodo 2006-2010; l'indice di crescita per i proventi operativi è stimato pari al 6,4%. Inoltre, a confronto con il mercato europeo e quello francese in particolare, il mercato italiano presenta un indice di penetrazione dei prodotti bancari relativamente basso nei segmenti del Credito Immobiliare (15% contro il 32% in Francia e una media europea del 38%), del Credito al Consumo (6% contro il 7% in Francia e una media europea del 16%) e delle Assicurazioni Vita (25% contro il 58% in Francia e una media europea del 43%)¹

Per ulteriori informazioni:

Weber Shandwick | Advisory

Francesca Baldini---335-7357147
fbaldini@advisorywebershandwick.it

Hélène Thiery ---334-6214242
hthiery@advisorywebershandwick.it

Giorgio Catalano – 334 6969275
gcatalano@advisorywebershandwick.it

Gruppo Cariparma FriulAdria

Claudio Consoli---334-6980279
claudioconsoli@cariparma.it

¹ Fonti: Banca d'Italia 31.12.06, dati ufficiali consolidati delle principali banche italiane, analisi Bain