

Bit Market Services

| | | |
|--|--|-----|
| Informazione Regolamentata n. 0958-84-2016 | Data/Ora Ricezione 16 Maggio 2016 14:14:42 | MTA |
|--|--|-----|

Societa' : BANCO POPOLARE

Identificativo : 74450

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : BCOPOPOLAREN01 - MARCONI

Tipologia : IRAG 06

Data/Ora Ricezione : 16 Maggio 2016 14:14:42

Data/Ora Inizio : 16 Maggio 2016 14:29:43

Diffusione presunta

Oggetto : BANCO POPOLARE E BPM APPROVANO
IL PIANO STRATEGICO 2016/2019

Testo del comunicato

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA CONGIUNTO**BANCO POPOLARE E BPM APPROVANO
IL PIANO STRATEGICO 2016/2019****Redditività attrattiva e sostenibile**

- Pre Provision Income di €2,2mld nel 2019 (CAGR '15-'19: +3,1%)
- Utile netto normalizzato di € 1,1mld nel 2019
- Cost Income ratio al 57,8% nel 2019
- RoTE pari al 9,0% nel 2019

Bilancio solido con una qualità del credito rafforzata

- CET 1 Fully Phased ratio pari a 12,9% al 2019, comprensivo dell'aumento di capitale di € 1,0mld del Banco Popolare
- LCR e NFSR superiori al 100% nel 2019
- Incidenza dei crediti deteriorati nominali pari a 17,9% (incidenza dei crediti deteriorati netti pari a 11,1%), copertura delle sofferenze al 59% e costo del rischio di 63pb nel 2019, da conseguire attraverso una nuova unità dedicata alla gestione delle sofferenze e un chiaro piano di riduzione delle stesse

Significativa creazione di valore

- c. €460mln di potenziali sinergie entro il 2019, di cui c. €320mln relative a sinergie di costo e c. €140mln relative a sinergie di ricavo

Politica di dividendi remunerativa

- Dividend pay-out target del 40%

Verona – Milano, 16 Maggio 2016 – Si comunica che, a seguito dell’approvazione da parte dei rispettivi organi amministrativi, Banco Popolare – Società Cooperativa (“**Banco Popolare**”) e Banca Popolare di Milano S.c. a r.l. (“**BPM**” e, insieme a Banco Popolare, le “**Parti**”) hanno approvato il Piano Strategico 2016-2019 (il “**Piano Strategico**”) del nuovo gruppo bancario (il “**Nuovo Gruppo**”) derivante dalla fusione delle Parti (la “**Fusione**”), come previsto nel Protocollo di Intesa sottoscritto tra le Parti in data 23 Marzo 2016.

Il Piano Strategico ha come obiettivo di sfruttare le caratteristiche distintive del Nuovo Gruppo, tra cui il suo posizionamento unico nel panorama bancario, e liberare redditività grazie ad un modello di business ottimizzato per servire al meglio la clientela attraverso una gamma completa di prodotti ad alto valore aggiunto.

Le ipotesi macroeconomiche sottostanti il Piano Strategico riflettono il *consensus* pubblicato da una fonte esterna primaria e autorevole¹. Lo scenario prevede una graduale normalizzazione dei principali indicatori macroeconomici, in particolare:

- Crescita del PIL reale in Italia pari a 1,0% nel 2016, 1,1% nel 2017, 1,2% nel 2018 e 1,0% nel 2019
- Inflazione in Italia pari a -0,1% nel 2016, 1,1% nel 2017, 1,4% nel 2018 e 2,0% nel 2019
- Incremento atteso del tasso Euribor medio a 3 mesi da -0,3% nel 2016 a +0,1% nel 2019
- Crescita dei crediti lordi a clientela da 2,0% nel 2016 a 3,3% nel 2018 e a 3,1% nel 2019
- Crescita della raccolta diretta da -2,4% nel 2016 a +0,7% nel 2019

Il Piano Strategico si fonda sulle seguenti linee guida:

- **Un nuovo gruppo bancario leader in alcune delle regioni più ricche d’Europa**

Il Nuovo Gruppo rappresenterà il 3° gruppo bancario in Italia (per numero di filiali, crediti netti verso la clientela e raccolta diretta ed indiretta), servendo 4 milioni di clienti attraverso una rete distributiva estesa e complementare ed un modello distributivo multicanale, e beneficerà di una posizione di *leadership* nel Nord Italia ed in particolare in regioni produttive quali Lombardia, Veneto e Piemonte (con quote di mercato rispettivamente pari a c. il 16%, 10% e 13%).

La Fusione porterà alla creazione di un leader nazionale in diversi *business* ad alto valore aggiunto (top 3 nel *Debt & Equity Brokerage*, nel Credito al Consumo e nel *Private Banking*, top 5 nel *Bancassurance* e *Asset Management*²), con un posizionamento unico per sfruttare una rete estesa di c. 2.467 filiali, un portafoglio di marchi altamente riconosciuti e opportunità di *cross selling* tra le fabbriche prodotte.

Il Piano Strategico sarà realizzato da un *management team* con comprovate esperienze e specializzazioni complementari, con una solida esperienza e con un *track-record* unico nel panorama bancario.

¹ Fonte: Prometeia (Marzo 2016)

² Fonte: Per il Credito al Consumo: Report Assofin sul credito al consumo 2015, compreso credito e cartolarizzazioni. Dati del Nuovo gruppo comprensivi del totale attivo di AGOS. Per il Debt Brokerage: Report Assosim 1Q2015. “Controvalori Bonds c/terzi”. Per l’Equity Brokerage: Assosim 2015 “Controvalori Equity c/terzi”. Per il Private Banking: AUM della clientela Private Banking & Wealth Management 2015, sito web AIPB. Dati Banca Aletti includono AUM della clientela Istituzionale Bancassurance. Per il Bancassurance: ANIA Trends 2015, nuova produzione bancassurance vita, unicamente canale bancario. Posizione calcolata escludendo Aviva, Axa Italia, Ergo, Generali, Allianz, Sara, Unipol, Zurich, Old Mutual, Reale Assicura. Per l’Asset Management: Assogestioni, totale Asset under Management, inclusa Anima.

- **Un modello bancario vincente in tutte le condizioni di mercato**

Il Nuovo Gruppo offrirà un'offerta personalizzata in tutti i segmenti di mercato, con un rinnovato *focus* su:

- **Clientela *Corporate*:** divisione dedicata, con aumento della *share of wallet* nella penetrazione dei servizi a valore aggiunto, al fine di conseguire un CAGR di c.3,8% in termini di Impieghi Lordi entro il 2019, preservando al contempo i livelli di profittabilità
- **Clientela *Private*:** efficace *customer proposition* grazie a un catalogo di prodotti e servizi unico e completo, con l'evoluzione del modello di *business* da gestione degli investimenti a gestione patrimoniale e sfruttando la collaborazione e il *cross selling* con la Divisione *Corporate* e con il segmento Imprese, al fine di conseguire un CAGR di c. 3,2% in termini di totale attivo entro il 2019, principalmente grazie alla crescita degli *Asset Under Management*
- **Clientela *Retail e Small Business*:** focus sullo sviluppo della clientela e sul *cross selling* attraverso un'offerta prodotti differenziata per sotto-segmenti di clientela e la semplificazione dei processi, al fine di conseguire un CAGR di c. 3,5% sia in termini di Crediti Lordi sia di *Total Client Assets* entro il 2019, preservando al contempo i livelli di profittabilità

L'offerta prodotto a 360 gradi sarà sostenuta da solide capacità di prodotto combinate e da una maggiore produttività grazie alla condivisione delle *best practice* commerciali, sfruttando marchi altamente riconosciuti, al fine di conseguire:

- ***Asset under Management*:** CAGR di c. 7%, da €40,7mld nel 2015 a €53,5mld nel 2019
- **Volumi di Erogato di Credito al Consumo:** CAGR di c. 5%, da €1,4mld nel 2015 a €1,7mld nel 2019
- ***Bancassurance AUM*:** CAGR di c. 6%, da €15,9mld nel 2015 a €20,1mld nel 2019
- **Commissioni *Investment banking*:** CAGR di c. 17%, da €67mln nel 2015 a €126mln nel 2019

Al fine di raggiungere questi obiettivi, il Nuovo Gruppo utilizzerà una struttura organizzativa efficace, supportata da un modello operativo avanzato grazie ad un'architettura IT all'avanguardia che incorporerà le aree di eccellenza esistenti e ai significativi investimenti nel digitale durante l'orizzonte del Piano Strategico (oltre €90mln di investimenti cumulati nel periodo 2016-2019).

Il Nuovo Gruppo massimizzerà il contatto con i clienti grazie a un modello di distribuzione multicanale pienamente integrato, combinando:

- Un *network* ottimizzato di 2.082 filiali nel 2019, con una minore capillarità territoriale ed una migliore *customer experience*
- Una significativa attività di sviluppo per tutti gli altri canali distributivi, inclusi specialisti, *financial advisors* e un canale completamente digitale

Nell'ambito di questo rinnovato modello di *business*, le risorse umane rappresenteranno un elemento chiave di tale cambiamento, attraverso un chiaro programma di gestione e sviluppo delle risorse e con importanti investimenti in programmi di formazione e sviluppo di nuove competenze commerciali (prevista la riallocazione di c. 800 FTE in nuovi ruoli professionali).

- **Solida posizione patrimoniale sin dall'inizio e con una rafforzata qualità del credito**

Il Nuovo Gruppo disporrà sin da subito di una posizione di capitale solida, con un *CET1 ratio fully phased* pari a c. 12,3%¹ nel 2015, che aumenterà fino a c. 12,9% nel 2019, con un obiettivo di *dividend payout* pari a c. 40%. La generazione di capitale organica compenserà quindi le ipotesi conservative sull'evoluzione dei requisiti patrimoniali in termini di rischio di mercato e rischio operativo; la posizione di capitale del Nuovo Gruppo beneficerà inoltre dell'estensione dei modelli di rischio di credito AIRB all'intero perimetro del Nuovo Gruppo.

La creazione di una nuova unità dedicata alla gestione e al recupero delle sofferenze parallelamente alla definizione di un chiaro piano di riduzione di queste ultime realizzando cessioni per almeno €8mld, garantirà una forte attenzione al profilo di qualità del credito del Nuovo Gruppo, al fine di conseguire:

- Costo del rischio pari a c. 63pb nel 2019, in forte diminuzione rispetto ai valori del 2015, superiori a 100pb
- Migliore copertura delle sofferenze, dal 57% nel 2015 al 59% nel 2019, con un incremento della quota di *secured loans* sul totale sofferenze dal 58% nel 2015 al 72% nel 2019
- Incidenza dei crediti deteriorati nominali in linea con i migliori operatori di settore, in calo da 24,8% nel 2015 a 17,9% nel 2019
- Incidenza dei crediti deteriorati netti in calo da 15,7% nel 2015 a 11,1% nel 2019
- Miglioramento del tasso di recupero da 2,7% nel 2015 a 4,5% nel 2019

Infine, la strategia ALM garantirà sin da subito la riduzione del costo del *funding* lungo l'orizzonte del Piano Strategico, principalmente attraverso le seguenti azioni:

- Ribilanciamento del *Funding Mix* con una riduzione di *bond Retail* (-€5mld) e *Wholesale* (-€4/5mld), bilanciata da un aumento di depositi e certificati (+€16mld)
- Gestione del portafoglio titoli secondo logiche prudenziali, il cui rendimento sarà influenzato dallo scenario di tassi di interesse bassi e dall'impatto dell'IFRS3 (*fair value*) sul portafoglio BPM

- **Significativa creazione di valore**

Il Nuovo Gruppo beneficerà di sinergie a regime per c. €460mln, che si prevede siano realizzate entro il 2019, derivanti da:

- Sinergie di costo per c. €320mln (*phasing*: 40% nel 2017, 80% nel 2018 e 100% nel 2019), di cui
 - c. €140mln da riduzione del personale, attraverso l'attivazione di fondi di solidarietà con capacità per 1.800 FTE
 - c. €110mln da risparmi sui costi operativi, razionalizzazione delle duplicazioni di spesa, incremento del potere contrattuale e riduzione del numero di filiali
 - c. €45mln dalla migrazione verso un singolo sistema IT, che beneficerà di un incremento di scala
 - c. €25mln di costi diretti associati alla chiusura delle filiali per prossimità geografica

¹ Dati aggregati al 31 dicembre 2015 includendo il pieno riconoscimento del cd. *negative goodwill*

- Sinergie di ricavo per c. €138mln (*phasing*: 40% nel 2017, 70% nel 2018 e 100% nel 2019), di cui
 - c. €105mln di sinergie di ricavo nel Corporate, sfruttando le aree di eccellenza (es. Banca Aletti e Banca Akros) e i benefici derivanti dal rafforzamento della base di capitale e del posizionamento competitivo
 - c. €43mln di sinergie di ricavo nel Retail, attraverso un allineamento delle *best practices* interne e dei livelli di produttività e grazie ad un aumento del numero di FTE commerciali, inclusi specialisti di prodotto, “offerta fuori sede” e *digital branch*
 - c. €10mln di potenziali dissinergie di ricavo, derivanti da *attrition* della base clienti nelle filiali oggetto di razionalizzazione e da una riduzione della *share of wallet*

I costi di integrazione, pari a c. €480mln (c. 150% delle sinergie di costo), si prevede che siano pienamente sostenuti entro il 2018.

Le tabelle seguenti riepilogano le principali assunzioni e gli obiettivi del Piano Strategico

| Principali Indicatori di Stato Patrimoniale (€ mld) | | | |
|--|------|------|--------------|
| | 2015 | 2019 | CAGR '15-'19 |
| Crediti in <i>bonis</i> Lordi | 95 | 109 | +3,1% |
| Crediti in <i>bonis</i> Lordi al Netto di Attività <i>Non-core</i> e in <i>Run-off</i> | 84 | 98 | +4,1% |
| Depositi ¹ | 67 | 79 | +4,1% |
| Raccolta Indiretta | 100 | 116 | +3,7% |

| Principali Indicatori di Conto Economico (€ mld) | | | |
|--|-------|-------|--------------|
| | 2015 | 2019 | CAGR '15-'19 |
| Proventi Operativi Normalizzati ² | 5,1 | 5,2 | +0,4% |
| Spese Operative | (3,2) | (3,0) | (1,3%) |
| Pre Provision Income | 1,9 | 2,2 | +3,1% |
| Utile Netto Normalizzato ² | 0,6 | 1,1 | +16,1% |

| Principali Indicatori di Performance (%pb) | | | |
|--|--------------------|-------|---------------|
| | 2015 | 2019 | Delta '15-'19 |
| Cost Income ³ | 62,0% | 57,8% | (4,2p.p.) |
| Costo del rischio ⁴ | 102pb | 63pb | (39pb) |
| RoTE ⁵ | 5,5% | 9,0% | +3,5p.p. |
| CET1 Ratio Fully Phased | 12,3% ⁶ | 12,9% | +0,6p.p. |
| Dividend Payout | n.s. | 40% | n.s. |

| Principali Indicatori di Qualità del Credito (%) | | | |
|--|------------------|-------|---------------|
| | 2015 | 2019 | Delta '15-'19 |
| Crediti deteriorati / crediti (nominali) | 24,8% | 17,9% | (6,9p.p.) |
| Crediti deteriorati / crediti (netti) | 15,7% | 11,1% | (4,6p.p.) |
| Sofferenze / crediti (netti) | 7,0% | 4,2% | (2,8p.p.) |
| Copertura sofferenze ⁸ | 57% ⁷ | 59% | +2p.p. |
| Texas Ratio ⁹ | 162% | 114% | (48p.p.) |

| Scenario Macroeconomico e Bancario (%) | | | | |
|--|--------|--------|--------|------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| PIL italiano reale (delta YoY) | 1,0% | 1,1% | 1,2% | 1,0% |
| Inflazione (delta YoY) | (0,1%) | 1,1% | 1,4% | 2,0% |
| Euribor 3m (media annuale) | (0,3%) | (0,3%) | (0,3%) | 0,1% |
| Crediti Lordi a Clientela (delta YoY) | 2,0% | 2,8% | 3,3% | 3,1% |
| Raccolta Diretta (delta YoY) | (2,4%) | (2,0%) | (0,1%) | 0,7% |

¹ Calcolati come Depositi a Vista e Depositi a Scadenza

² Al netto di elementi straordinari (*i.e.* contribuzione straordinaria al *Single Resolution Fund*, plusvalenze su partecipazioni e altri elementi straordinari di minor rilevanza)

³ Include la contribuzione al *Single resolution fund* e al Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi

⁴ Calcolato sui crediti netti di fine periodo

⁵ Calcolato su Patrimonio Netto Tangibile al netto dei dividendi

⁶ Dati aggregati al 31 Dicembre 2015 includendo il pieno riconoscimento del cd. *negative goodwill*

⁷ Non include extra rettifiche da completarsi nel 2016

⁸ Calcolato includendo gli stralci

⁹ Calcolato come Crediti deteriorati netti su Patrimonio Netto Tangibile

* * *

Il Piano Strategico sarà presentato alla comunità finanziaria nel corso di una conference call prevista il 16 maggio 2016 alle ore 14:30 (CET); la presentazione sarà pubblicata sui siti web di Banco Popolare e BPM.

Per informazioni:

Banco Popolare

Relazioni con i media

T +39 045 8675048 / 867 / 381 / 121

ufficio.stampa@bancopopolare.it

 @bancopopolare

Investor Relations

T +39 045 8675537

investor.relations@bancopopolare.it

www.bancopopolare.it (IR section)

Banca Popolare di Milano

Investor Relations & Research

Roberto Peronaglio

+39 02.77.00.2057

investor.relations@bpm.it

Comunicazione

Matteo Cidda

+39 02.77.00.7438

matteo.cidda@bpm.it

Ufficio stampa

Monica Provini

+39 02.77.00.3515

monica.provini@bpm.it

Disclaimer

The information contained herein is not for publication or distribution, directly or indirectly, in whole or in part, in or into the United States, Canada, Australia or Japan or in any other jurisdiction where it might be unlawful. These materials are not an offer of securities for sale in the United States, Canada, Australia or Japan. Securities may not be offered or sold in the United States absent registration with the U.S. Securities and Exchange Commission or an exemption from registration under the U.S. Securities Act of 1933, as amended. Banco Popolare – Società Cooperativa and Banca Popolare di Milano S.c. a r.l. do not intend to register any part of the offering in the United States or to conduct a public offering of securities in the United States.

Fine Comunicato n.0958-84

Numero di Pagine: 10