

COMUNICATO STAMPA

Alla vigilia dell'appuntamento internazionale di Euromoney confermate
le strategie del Gruppo

**“INTESA SANPAOLO CONTINUERA’ LO SVILUPPO IN EUROPA
CENTRO ORIENTALE E NEL BACINO DEL MEDITERRANEO”**

**NEI PRIMI 9 MESI DEL 2007 LA DIVISIONE BANCHE ESTERE
HA REGISTRATO:**

- **PROVENTI OPERATIVI NETTI PER 1.402 MILIONI DI EURO**
 - **RISULTATO CORRENTE AL LORDO DELLE IMPOSTE
DI 602 MILIONI DI EURO**
 - **7,2 MILIONI DI CLIENTI**
 - **1.234 SPORTELLI**
-
- **La crescita si realizzerà anche grazie all’evoluzione dell’offerta
in settori in forte sviluppo come carte di credito, leasing e
credito al consumo**
 - **Nuova immagine delle controllate estere attraverso un importante
progetto di re-branding**
 - **Avviate nel 2007 iniziative in Cina nel campo del commercial
banking, della bancassicurazione e dell’asset management**

Vienna, 14 gennaio 2008 – Strategia e obiettivi del Gruppo Intesa Sanpaolo nel mercato dell’Europa Centro Orientale e del bacino del Mediterraneo sono stati illustrati oggi a Vienna dal Consigliere Delegato Corrado Passera, dal direttore della Divisione Banche Estere Giovanni Boccolini e da Gyorgy Suranyi, responsabile Centro Est Europa.

I Paesi del Centro Est Europa - come evidenziato da un rapporto realizzato dall’Ufficio Studi Internazionale di Intesa Sanpaolo e presentato durante l’incontro - si caratterizzano come economie giovani e molto dinamiche, in cui si registrano alti tassi di espansione (intorno al 4-5% in media, secondo dati Eurostat) registrati nel periodo 2002 - 2006 e decisamente superiori alla media dell’Eurozona, secondo un trend che le stime più accreditate prevedono in prosecuzione. Inoltre l’area è stata interessata da un accelerato sviluppo del sistema bancario che, favorendo il trasferimento del risparmio verso impieghi orientati agli investimenti e all’innovazione, ha dato un contributo essenziale alla crescita economica.

Lo sviluppo delle attività del Gruppo Intesa Sanpaolo nei mercati dell’Europa Centro Orientale è atteso grazie alla strategia adottata nell’area, che fa leva su punti di forza consolidati quali il nome, la tradizione e il management locale, sulla ricerca di nuove opportunità e sulla creazione di un network sinergico di competenze in grado di accelerare l’evoluzione dell’offerta in settori in crescita come carte di credito, leasing e credito al consumo.

La Divisione Banche Estere opera, attraverso 10 banche commerciali leader, controllate e attive principalmente nel settore *retail*:

- in Europa Centro Orientale (Croazia, Bosnia-Erzegovina, Serbia, Albania, Romania, Slovenia, Ungheria, Repubblica Slovacca, Repubblica Ceca, Grecia) e nella Federazione Russa;
- nel bacino del Mediterraneo, dove la presenza è al momento focalizzata sull'Egitto.

Secondo i dati al 30 settembre 2007, la Divisione conta 7,2 milioni di clienti serviti da 1.234 filiali, con proventi operativi netti per 1.402 milioni di euro (+22% rispetto ai primi 9 mesi 2006 a pari perimetro) e un risultato corrente al lordo delle imposte di 602 milioni di euro (+40,8%).

Il Piano d'Impresa 2007-2009 del Gruppo prevede per la Divisione Banche Estere obiettivi importanti fra i quali figurano:

- una crescita dei proventi operativi netti a un tasso annuo composto del 13,7%
- una crescita degli utili ante-imposte (+15,9% composto annuo)
- un calo di 4,7 punti percentuali del *cost/income ratio*.

La presentazione svoltasi a Vienna è stata anche l'occasione per illustrare la nuova immagine coordinata che identificherà le banche estere del Gruppo: il programma di *re-branding* prevede infatti che i nomi degli istituti, tutti profondamente radicati nei rispettivi mercati, rimangano immutati ma vengano rivisitati con i colori, i caratteri e il marchio che contrassegnano il Gruppo, dando così origine a una nuova identità visiva.

L'operazione si propone di favorire la riconoscibilità delle banche estere come appartenenti ad un unico grande Gruppo internazionale e di sottolinearne, conseguentemente, la comune identità cui sono associati valori e stili distintivi - quelli di tutto il Gruppo Intesa Sanpaolo - nei rapporti con i clienti e con la comunità sociale ed economica. Il programma rientra nella strategia di valorizzazione e rafforzamento delle potenzialità e dell'immagine delle singole banche, al fine di renderle sempre più protagoniste dello sviluppo dei rispettivi Paesi.

Ricordiamo infine che, nel corso del 2007, il Gruppo Intesa Sanpaolo ha anche avviato importanti iniziative sul mercato cinese attraverso l'acquisizione di partecipazioni in operatori locali nel campo del commercial banking, della bancassicurazione e dell'asset management.

In particolare Intesa Sanpaolo è stata la prima banca italiana ad effettuare un investimento diretto in un istituto bancario cinese attraverso l'acquisizione del 19,99% della Qingdao City Commercial Bank, è entrata nelle assicurazioni vita in Cina con l'acquisto del 19,9% del capitale di Union Life e ha firmato un accordo per l'acquisizione del 49% di Penghua Fund Management, una delle principali società di asset management nel mercato cinese.

Per informazioni

Intesa Sanpaolo

Rapporti con i Media

+39 02.87963851 - 3010

stampa@intesasanpaolo.com