

**Finanziamento
Mediocredito
Centrale, 10 mln
a Coopservice**

» Con un finanziamento di 10 milioni di euro, Mediocredito Centrale supporta Coopservice, gruppo specializzato nella fornitura di servizi integrati di facility ad aziende, enti pubblici e privati. «L'erogazione - dice l'azienda - sarà destinata a supportare il capitale circolante dell'impresa che persegue, tra gli altri, obiettivi di innovazione, sostenibilità e trasparenza».

**Reggio Emilia
Credem, utile
consolidato +10%
Dividendo +15%**

» Credem, l'assemblea degli azionisti ha approvato il bilancio 2024. L'anno si è chiuso con un utile netto consolidato in crescita del 10,3% a 620,1 milioni; sono circa 181 mila i nuovi clienti (+6,5%). Il gruppo ha confermato la solidità patrimoniale e la qualità dell'attivo. Prevista la distribuzione di un dividendo di 0,75 euro per azione, in crescita di oltre il 15% sul 2023.

Primo trimestre Risultato netto del gruppo +10% a 429 milioni
**Crédit Agricole in Italia:
crescono utili e clientela**

» Risultati in crescita per il gruppo Crédit Agricole in Italia nei primi tre mesi dell'anno. Il risultato netto aggregato è cresciuto del 10% rispetto a un anno prima, a 429 milioni di euro. Guidate da Hugues Brasseur, amministratore delegato di Crédit Agricole Italia e Senior Country Officer, le diverse linee di business hanno fatto registrare una crescita del totale dei finanziamenti all'economia pari a circa 100 miliardi e una raccolta totale pari a 354 miliardi.

Numeri che si confermano in crescita per un gruppo che in Italia, suo secondo mercato domestico, è presente con circa 16.100 collaboratori e oltre 6 milioni di clienti. Il gruppo è composto, oltre che da Crédit Agricole Italia, anche dal Corporate e Investment Banking (Cacib), e dalle società di Servizi Finanziari Specializzati (Agos, CA Auto Bank), Leasing (CA Leasing Italia, parte di Crédit Agricole Italia) e Factoring (CA Factoring), Asset Management e Asset Services (Amundi, Caceis), Assicurazioni (CA Vita, CA Assicurazioni, CA Creditor Insurance) e Wealth Management (CA Indosuez Wealth Management e CA Indosuez Fiduciaria).

Banca in crescita

Bene anche il gruppo bancario Anche Crédit Agricole Italia ha presentato i risultati relativi ai primi tre mesi del 2025, confermando la capacità di generare utili consistenti e ribadendo il proprio impegno verso la sostenibilità ambientale. L'utile netto civilistico consolidato si è attestato a 237 milioni di euro, in linea con lo stesso periodo dell'anno precedente.

Significativo il dinamismo commerciale con l'acquisizione di oltre 53 mila nuovi clienti nel primo trimestre 2025 (+5% annuo) con il contributo rilevante del canale digitale (41% del totale). A dimostrazione della solidità del



Manager
Hugues Brasseur, amministratore delegato di Crédit Agricole Italia e Senior Country Officer. A fianco, un particolare del Green Life, la sede di Crédit Agricole, a Parma.



Gruppo, Moody's ha confermato il rating di Crédit Agricole Italia a Baa1 con outlook stabile, al livello più alto del sistema bancario italiano. «La soddisfazione della clientela - dice Crédit Agricole - conferma la banca al primo posto tra le banche universali in Italia per Indice di Raccomandazione Cliente - IRC. Forte l'incremento dei collocamenti di prodotti di Wealth Management, che superano i 4,3 miliardi (+27%) con decisa progressione dei flussi netti (+38% a/a), e significativa l'evoluzione dei premi delle polizze ramo danni (+9% a/a)».

I finanziamenti

Quanto al sostegno alle esigenze finanziarie di famiglie e imprese, i finanziamenti dell'istituto di credito verso la clientela registrano una crescita nel confronto annuale del 2,5%. Netto lo sviluppo dei nuovi finanziamenti a medio-lungo termine alle aziende (+19% rispetto a un anno prima), con nuove erogazioni pari a circa 730 milioni. Con l'obiettivo di accompagnare il miglioramento del loro posizionamento Esg, nel corso del primo trimestre sono stati erogati circa 170 milioni di euro su operazioni a supporto della transizione.

2,16

Miliardi a livello globale
Crédit Agricole nel suo complesso ha ottenuto un utile netto di pertinenza del gruppo di 2,165 miliardi nel primo trimestre 2025, con ricavi pari a 10 miliardi di euro.

Le erogazioni di finanziamenti in Agribusiness hanno registrato un incremento del 11% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, a cui si aggiunge la sottoscrizione dell'importante accordo con il ministero dell'Agricoltura, che prevede un plafond di 3 miliardi.

Le erogazioni di mutui residenziali proseguono nel percorso di crescita (+22% a/a) ed è costante l'attenzione per le operazioni finalizzate all'acquisto di abitazioni in classe energetica A e B (+73% a/a), con la quota sull'erogazione Mutui complessivo che sale al 25% (vs. 18% nel T1-24).

Grande importanza hanno rivestito le iniziative per il personale. Tra queste, nel primo trimestre è proseguito il percorso tracciato dal «Progetto Persone», il piano strategico HR nato per supportare la trasformazione culturale, manageriale e organizzativa del Gruppo ed è proseguito l'impegno nell'inclusione sociale formativa delle scuole superiori, grazie al Progetto GénérAction, in collaborazione con Elis, che ha permesso di proseguire gli stage all'interno delle Direzioni regionali del gruppo.

r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Fiera Milano
L'Università
porta
il Tecnopolo
a Tuttofood**

» L'Università di Parma e il Tecnopolo dell'Ateneo saranno fra i protagonisti di Tuttofood, da lunedì 5 a giovedì 8 maggio. Il format, ideato per valorizzare e promuovere le attività di ricerca sviluppate dai Centri e dai Dipartimenti dell'Ateneo in ambito agri-food e sostenibilità alimentare, offrirà uno spazio di confronto tra università, imprese e attori dell'innovazione.

Allo stand dell'Università di Parma i gruppi di ricerca saranno a disposizione per incontrare aziende, professionisti e start-up, condividendo risultati e prospettive su una vasta gamma di tematiche strategiche per il futuro del settore: economia circolare e valorizzazione dei sottoprodotti della filiera agroalimentare; sostenibilità ambientale e delle produzioni; tecnologie alimentari e chimica degli alimenti; nutrizione umana; efficienza energetica e dei sistemi irrigui; packaging alimentare innovativo; digitalizzazione dei processi produttivi e automazione industriale.

Con il programma Tasting Innovation, nei giorni di fiera sarà possibile «assaggiare l'innovazione» attraverso attività dimostrative che renderanno tangibili le soluzioni tecnologiche sviluppate all'interno dei laboratori universitari. Un'occasione per toccare con mano la ricerca accademica per l'innovazione nell'agroalimentare.

A Tuttofood, inoltre, Anicav (Associazione nazionale conserve alimentari vegetali) e Assitol (Associazione italiana dell'industria olearia) organizzano un evento-degustazione dedicato a Pane olio e pomodoro, merenda «POP», il 7 maggio allo stand di Anicav (h 12-13). Interverranno Giovanni De Angelis, direttore generale di Anicav, Anna Cane, presidente del Gruppo olio d'oliva, Alberto Molinari, presidente di Aibi, e Palmino Poli, presidente di Assitol.

**Cisita Parma
Filiera del
Prosciutto di
Parma: corso
gratuito al via**



» Cisita Parma, ente di Formazione di Unione Parmense degli Industriali (Upi) e Gruppo Imprese Artigiane (Gia), informa che sono stati finanziati percorsi di Formazione Continua per la competitività, l'innovazione e lo sviluppo sostenibile della filiera del Prosciutto di Parma, con risorse del Programma Fondo Sociale Europeo Plus 2021-2027 della Regione Emilia-Romagna. I destinatari dell'iniziativa sono persone occupate - dipendenti, imprenditori, professionisti - in imprese aventi sede legale o unità locale nel territorio della regione Emilia-Romagna, in regola con il regime De Minimis e riconducibili alla filiera del Prosciutto di Parma. Il progetto «Qualità, sicurezza e autenticità del Prosciutto di Parma», in partenza il 3 giugno 2025, ha tra gli obiettivi: garantire la rispondenza al Disciplinare di produzione del Prosciutto di Parma agli standard di sicurezza, qualità ed eco sostenibilità; gestire problemi e rischi alimentari; implementare sistemi di gestione aziendale documentati e/o certificati per la qualità, la sicurezza alimentare, l'ambiente. I dettagli e il calendario del percorso formativo sono consultabili sul sito web di Cisita: www.cisita-parma.it. Per tutte le informazioni sul corso, le aziende interessate sono invitate a contattare direttamente Cisita Parma: Jenny Barbieri, jenny.barbieri@cisita-parma.it, 0521-226538.

VIVI LE TUE PASSIONI

OGNI GIORNO

È ARRIVATA CARTACONTO PARMA CALCIO
LA CARTA PREPAGATA CON IBAN CHE HA TUTTE LE FUNZIONALITÀ DI UN CONTO

E IN PIÙ, PER I CLIENTI CRÉDIT AGRICOLE:

- DIRITTO DI PRELAZIONE** SULL'ACQUISTO DEI BIGLIETTI.
- SCONTO DEL 10%** SUL MERCHANDISING ACQUISTABILE ONLINE E PRESSO LO STORE UFFICIALE DEL PARMA CALCIO.

credit-agricole.it f d in x

CRÉDIT AGRICOLE

PARMA CALCIO
SLEEVE SPONSOR AND OFFICIAL BANK PARTNER
SEASON 2024/25

CartaConto è un prodotto riservato ai clienti consumatori con residenza valutaria in Italia. Tassi e condizioni economiche e contrattuali sono riportati sui Fogli Informativi/Documenti Informativi disponibili anche in Filiale. CartaConto è una carta prepagata che ha un canone di 0,50€ mensile per chi ha fino a 28 anni e 1€ mensile per chi ha più di 28 anni. Il canone della carta si azzerà se nel mese viene svolta almeno un'operazione a credito (ricarica, bonifico...). Giacenza massima 10.000€. La banca si riserva la valutazione dei requisiti necessari per l'attivazione dei prodotti oggetto dell'offerta. *Diritto di prelazione soggetto a limitazioni. Le numeriche disponibili variano a seconda del match. **Sconto del 10% per i Clienti Crédit Agricole possessori della CartaConto Parma Calcio, applicabile nello store del Parma Calcio, presso lo Stadio Tardini (per usufruire dello sconto è necessario mostrare in cassa la CartaConto Parma Calcio). Lo sconto del 10% è applicabile anche sul sito ufficiale del Parma Calcio, accedendo tramite apposito banner sull'App Crédit Agricole, dal 07/04/2025 al 25/05/2025. Lo sconto è soggetto a limitazioni: non è cumulabile con altri sconti, è applicabile solo ai prodotti privi di sconto, non è applicabile alle gift card e ai prodotti destinati alle vendite benefiche.