22 febbraio 2022

**PERFORMANCE COMMERCIALE, REDDITIVITÀ, CUSTOMER SATISFACTION:**

**RCI BANK AND SERVICES REGISTRA SOLIDI RISULTATI ANNUALI NEL 2021**

**In un contesto sempre colpito dalla pandemia da Covid-19 e dalla crisi dei semiconduttori, RCI Bank and Services registra un risultato ante imposte del Gruppo pari a 1.194 milioni di euro, in aumento del 19% rispetto al 2020.**

* **Il tasso di intervento[[1]](#footnote-2) passa al 46% delle immatricolazioni rispetto al 44,2% nel 2019.**
* **Con un incremento del 44%, il numero delle pratiche di finanziamento dei veicoli elettrici e ibridi sale a 91.805 contratti, ossia l’8,7% delle pratiche di finanziamento dei veicoli nuovi nel 2021 in Europa.**
* **L’attività di finanziamento dei veicoli usati è in crescita del 4,1% rispetto all’anno precedente, con 363.711 pratiche finanziate.**
* **Nel 2021, il 47% dei clienti privati del Gruppo ha optato per offerte di finanziamento in leasing, con un aumento di 8 punti rispetto al 2020.**
* **Gli importi medi finanziati per contratto crescono del 7,2% nel 2021 rispetto al 2020, in linea con la strategia “*from volume to value”* del Gruppo Renault.**
* **Con 3 servizi venduti per ogni veicolo finanziato, RCI Bank and Services ha venduto contratti di servizi per 4,7 milioni di euro, in aumento del 2% rispetto al 2020.**
* **RCI Bank and Services raggiunge un livello record di customer satisfaction nel 2021, con un Net Promoter Score[[2]](#footnote-3) di + 53 punti nel 2021, in aumento di 6 punti.**
* **Il costo del rischio totale è in netto miglioramento, attestandosi allo 0,14% degli asset fruttiferi medi rispetto allo 0,75% a fine 2020.**
* **I depositi derivati dai clienti privati aumentano di 0,5 miliardi, raggiungendo 21 miliardi di euro, ossia il 47% degli asset netti dell’azienda a fine dicembre 2021.**

«*RCI Bank and Services dimostra ancora una volta tutta la solidità del suo business model, grazie ad un risultato ante imposte in netta crescita, nonché alla forte redditività con un ROE[[3]](#footnote-4) del 14,5% e un RORWA[[4]](#footnote-5) del 2,5%. RCI Bank and Services è un elemento centrale per lo sviluppo delle offerte di servizi di mobilità destinate a soddisfare i nuovi utilizzi dei clienti del Gruppo Renault e, più specificatamente, di Mobilize*», ha dichiarato Clotilde Delbos, Vicedirettore Generale, Direttore Finanziario del Gruppo Renault, Direttore Generale della Marca Mobilize e Presidente del Consiglio di Amministrazione di RCI Banque S.A..

«*Nel 2021, abbiamo investito molto nella modernizzazione di RCI Bank and Services per soddisfare i nuovi utilizzi dei nostri clienti, proponendo offerte sempre più flessibili a livello di veicoli elettrici e abbonamenti, con l’acquisizione di Bipi, la piattaforma di riferimento di questo segmento. Abbiamo anche lanciato opportunità di finanziamento 100% online in diversi Paesi importanti per il Gruppo. Tutto ciò si traduce in un livello record di raccomandazioni da parte del cliente, rendendo RCI Bank and Services un punto di riferimento per i clienti captive e le banche»* ha spiegato João Leandro, Direttore Generale di RCI Bank and Services.

**SOLIDA PERFORMANCE COMMERCIALE E IMPORTO MEDIO FINANZIATO IN AUMENTO**

Nel contesto di un settore automotive sempre difficile, in cui i costruttori hanno privilegiato la strategia di creazione di valore rispetto ai volumi, le vendite delle marche dell’Alleanza si sono attestate a 2,8 milioni di veicoli nel 2021. Il tasso di intervento di RCI Bank and Services ha raggiunto il 46%[[5]](#footnote-6), in aumento di 1,8 punti rispetto al 2019[[6]](#footnote-7), prima della crisi sanitaria.

RCI Bank and Services ha finanziato 1.415.841 pratiche nel 2021, in calo del 6,9% rispetto al 2020. Nonostante questa diminuzione, i nuovi finanziamenti (eccetto carte e prestiti personali) ammontano a 17,8 miliardi di euro, in calo dello 0,2% grazie all’aumento del 7,2% degli importi medi finanziati. Se si esclude l’effetto cambio negativo per 92 milioni di euro, i nuovi investimenti crescono dello 0,4%.

L’attività di finanziamento dei veicoli usati, invece, registra un incremento del 4,1% rispetto all’anno precedente, con 363.711 pratiche finanziate.

Con 91.805 pratiche di finanziamento relative ai veicoli elettrici e ibridi, ossia un aumento del 44% rispetto al 2020, RCI Bank and Services accompagna l’Alleanza nella sua politica di riduzione della carbon footprint. Anche la percentuale delle offerte di leasing è aumentata nel 2021, rappresentando il 47% delle pratiche di finanziamento dei veicoli nuovi nel segmento dei clienti privati, ossia un aumento di 8 punti.

Il numero di servizi venduti nel 2021 totalizza 4,7 milioni di contratti di assicurazione e servizi, in aumento del 2%, di cui il 72% riguarda prestazioni associate al cliente e all’uso del veicolo. Con 3 servizi venduti per ogni veicolo immatricolato nel 2021, RCI Bank and Services stabilisce un nuovo record.

Nel 2021, il Gruppo ha ottenuto un livello record di raccomandazione da parte dei clienti, con un Net Promoter Score[[7]](#footnote-8) di + 53 punti, in aumento di 6 punti rispetto al 2020, rendendo RCI Bank and Services un punto di riferimento sul mercato dei clienti captive del settore automobilistico e delle banche.

**SOLIDA PERFORMANCE FINANZIARIA CON UN COSTO DEL RISCHIO IN NETTO MIGLIORAMENTO**

Gli asset fruttiferi medi ammontano a 44,8 miliardi di euro, con un calo del 4,6% rispetto a fine 2020, dovuto al forte impatto della riduzione del 23,4% degli asset fruttiferi medi connessi all’attività della Rete, che si attestano a 7,1 miliardi di euro, conseguenza dell’impatto della carenza dei semiconduttori sulla produzione dei veicoli e della strategia di ottimizzazione degli stock di veicoli della Rete adottata dalle Marche del Gruppo Renault.

Se si esclude l’effetto cambio negativo pari a -59,1 milioni di euro, gli asset fruttiferi medi direttamente connessi all’attività Retail, nel 2021, ammontano a 37,6 miliardi di euro, con un leggero aumento dello 0,2%, grazie al buon livello dei nuovi finanziamenti nel 2021, in un contesto ancora difficile.

Il margine netto di intermediazione bancaria si attesta a 1.828 milioni di euro, in calo del 6,5% rispetto al 2020, come effetto della diminuzione del 4,6% degli asset fruttiferi medi. Il margine netto di intermediazione bancaria, in percentuale degli asset fruttiferi medi, è del 4,08%.

I costi di esercizio si attestano a 570 milioni di euro, in calo di 15 milioni di euro rispetto al 2020. RCI Bank and Services rientra perfettamente nel piano di riduzione dei costi fissi del Gruppo Renault.

Il costo del rischio dell’attività Retail (finanziamento di privati e aziende) si attesta allo 0,26% degli asset fruttiferi medi a fine 2021 rispetto allo 0,89% a fine 2020. L’ottimo livello si spiega con il miglioramento dei parametri di rischio e il ritorno alla normalità dei processi di recupero crediti, fortemente impattati dalle rigide misure di lockdown del 2020, soprattutto in Francia, Italia, Brasile e Spagna. L’aggiornamento dell’accantonamento *forward-looking* IFRS 9 si è tradotto in un accantonamento di 3 milioni di euro nel 2021 rispetto ad un accantonamento di 66,8 milioni di euro nel 2020.

Il costo del rischio dell’attività Rete (finanziamento dei concessionari) si attesta in ripresa a - 0,52% degli asset produttivi medi a fine 2021, rispetto ad accantonamenti per lo 0,18% a fine 2020. Questo miglioramento è dovuto sia al calo dell’esposizione della Rete che all’aggiornamento dell’accantonamento *forward-looking* IFRS 9, in ripresa di 14,5 milioni di euro rispetto al 2021, rispetto ad un accantonamento di 22,7 milioni di euro nel 2020.

Il risultato ante imposte si attesta a 1.194 milioni di euro rispetto a 1.003 milioni di euro a fine 2020. L’aumento è soprattutto attribuibile al miglioramento del costo del rischio.

**IN UN CONTESTO DI RIDOTTO FABBISOGNO DI FINANZIAMENTI, RCI BANk and services CONTINUA A DIVERSIFICARE LE SUE FONTI DI FINANZIAMENTO**

In assenza di crescita degli asset produttivi, il fabbisogno di finanziamento è rimasto a livelli modesti e il Gruppo ha adottato un certo numero di iniziative per ridurre la riserva di liquidità che aveva raggiunto un massimo storico a fine 2020. In questo contesto, RCI Bank and Services non ha fatto emissioni sul mercato obbligazionario e ha cercato di rallentare il ritmo di crescita dei depositi dei clienti che, ciononostante, sono aumentati di 0,5 miliardi di euro da Dicembre 2020, raggiungendo 21 miliardi di euro, ossia un aumento del 2,6% rispetto al 15% dell’anno precedente. Per continuare a diversificare le sue fonti di finanziamento, a Luglio il Gruppo ha sviluppato la sua attività di raccolta del risparmio nei Paesi Bassi tramite la fintech Raisin e ha collocato una cartolarizzazione pubblica sostenuta da prestiti del ramo auto in Germania per 900 milioni di euro di titoli senior (di cui 200 milioni di euro auto-sottoscritti).

**TANTI RISULTATI ASSOCIATI ALLE PRIORITÀ STRATEGICHE DEL GRUPPO**

Nel 2021, RCI Bank and Services ha raggiunto i suoi obiettivi in quattro priorità strategiche:

1. **Proporre soluzioni più digitali ai clienti:** soluzioni di acquisto e finanziamento 100% online sono oggi disponibili per i clienti di Renault in Italia, Francia e Brasile. Nel 2022, RCI Bank and Services svolgerà un ruolo di primaria importanza nella commercializzazione di Renault Mégane E-Tech Electric e Nissan Ariya, che i clienti dell’Alleanza potranno ordinare e finanziare in modo completamente digitalizzato.
2. **Passare dalla vendita di veicoli a quella di chilometri:** a Luglio 2021, RCI Bank and Services ha acquisito Bipi, start-up specializzata in abbonamenti auto ora presente in Spagna, Francia, Italia e Paesi Bassi, e sosterrà lo sviluppo della sua attività in Europa nel 2022. RCI Bank and Services svilupperà anche la sua attività di leasing operativo, che consentirà di disporre del numero di veicoli usati necessari per sviluppare la sua attività di abbonamento e proseguire la crescita nel segmento dei veicoli usati.
3. **Consolidare e ottimizzare il suo business model:** grazie al controllo del costo del rischio, RCI Bank and Services mantiene alti livelli di redditività e registra un RORWA del 2,5%.
4. **Sviluppare nuovi metodi di lavoro:** dato che la performance aziendale si basa sull’intelligenza collettiva, RCI Bank and Services ha creato varie “tribù” a cui hanno già aderito oltre 300 collaboratori. Per rispondere sempre più velocemente alle nuove attese dei clienti, oltre 250 dipendenti sono stati formati in design thinking e nel metodo “*agile”*.

Tutte queste priorità saranno guidate dalla “ragion d’essere” di RCI Bank and Services. «*Sempre pronti ad ascoltare i nostri clienti, creiamo servizi finanziari innovativi per costruire una mobilità sostenibile per tutti*.» Costruita congiuntamente grazie al contributo dei dipendenti, questa “ragion d’essere” racchiude il senso delle azioni e l’impegno di RCI Bank and Services nei confronti di tutti gli stakeholder e la società. Sarà ulteriormente rafforzata da una strategia di sviluppo sostenibile in corso di definizione che sarà prossimamente presentata nel Consiglio di Amministrazione. Questa strategia punterà ad intraprendere iniziative sul cambiamento climatico, gli impatti ambientali, il benessere sul posto di lavoro, la diversità e l’inclusione.

Per raggiungere tutti questi obiettivi, i team di RCI Bank and Services faranno leva sui 4 valori del Gruppo: agiamo nel modo giusto, siamo orgogliosi delle nostre differenze, procediamo con ottimismo e pensiamo in grande, cominciamo in piccolo e cresciamo in fretta.

**Cenni su RCI Bank and Services:**

RCI Bank and Services, sempre pronta ad ascoltare i suoi clienti, crea servizi finanziari innovativi per costruire una mobilità sostenibile per tutti. Filiale del Gruppo Renault, che ha cominciato la sua attività circa un secolo fa, RCI Bank and Services è una banca francese specializzata nei finanziamenti e servizi automobilistici destinati ai clienti e alle Reti dell’Alleanza.

Con circa 4.000 collaboratori suddivisi in 36 Paesi, RCI Bank and Services ha finanziato oltre 1,4 milioni di pratiche (veicoli nuovi e usati) nel 2021 e venduto 4,7 milioni di servizi.

Gli asset fruttiferi medi ammontano a 44,8 miliardi di euro di finanziamenti a fine dicembre 2021 e il risultato ante imposte è pari a 1.194 milioni di euro a fine dicembre 2021.

Dal 2012, RCI Bank and Services ha avviato un’attività di raccolta di depositi in diversi Paesi. A fine dicembre 2021, l’importo netto dei depositi raccolti ammonta a 21 miliardi di euro, ossia il 47% degli asset netti dell’azienda.

Per saperne di più su RCI Bank and Services: [**www.rcibs.com**](http://www.rcibs.com)

Seguiteci su Twitter: [@RCIBS](https://twitter.com/RCIBS)

**Contatto stampa Gruppo Renault Italia:**

**Paola Rèpaci**– Renault/ Alpine Product & Corporate Communication Manager

paola.repaci@renault.it Cell: +39 335 1254592; Tel.+39 06 4156965

Siti web: [it.media.groupe.renault.com/](http://it.media.groupe.renault.com/); [www.renault.it](http://www.renault.it)

Seguici su Twitter: @renaultitalia

1. *Tasso di intervento tranne Società consolidate con il metodo del patrimonio netto (Russia, Turchia e India).*  [↑](#footnote-ref-2)
2. *Il Net Promoter Score (NPS) è dato dalla percentuale di clienti che valuta a 9 o 10 la probabilità di raccomandare un’azienda, un prodotto o un servizio a un amico o un collega ("promotori") meno la percentuale che valuta tale probabilità a 6 o meno ("detrattori") su una scala da 0 a 10.* [↑](#footnote-ref-3)
3. *Return on Equity.* [↑](#footnote-ref-4)
4. *Return on Risk Weighted Assets, calcolato come il risultato al netto delle imposte diviso per la media degli asset ponderati dai rischi.*  [↑](#footnote-ref-5)
5. *Tasso di intervento tranne Società consolidate con il metodo del patrimonio netto (Russia, Turchia e India).*  [↑](#footnote-ref-6)
6. Il tasso di intervento diminuisce di 1,5 punti rispetto al 2020, a causa di un mix di immatricolazioni più orientato verso le aziende (+3 punti rispetto al 2020) e all’auspicata rifocalizzazione sui canali di finanziamento più redditizi. [↑](#footnote-ref-7)
7. *Il Net Promoter Score (NPS) è dato dalla percentuale di clienti che valuta a 9 o 10 la probabilità di raccomandare un’azienda, un prodotto o un servizio a un amico o un collega ("promotori") meno la percentuale che valuta tale probabilità a 6 o meno ("detrattori") su una scala da 0 a 10.* [↑](#footnote-ref-8)