



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 11 septembre 2008

Forte de son modèle original, La Banque Postale prend de nouvelles initiatives pour conforter son développement

Patrick Werner, Président du Directoire de La Banque Postale, a commenté ce jour l'activité de La Banque Postale au 1^{er} semestre 2008 et la situation singulière de La Banque Postale sur le marché bancaire français. Il a présenté les dernières initiatives de La Banque Postale pour conforter son modèle original et mieux servir tous ses clients.

> La Banque Postale occupe une place singulière sur le marché de la Banque de Détail de France

La poursuite de la crise financière et bancaire pèse sur le marché de la Banque de Détail en France en affectant les capacités de financement des établissements, en entraînant un net ralentissement du Produit Net Bancaire au 1^{er} semestre 2008 et une décélération progressive du marché du crédit immobilier en France.

Dans ce paysage bancaire très tourmenté, La Banque Postale apparaît de plus en plus singulière par rapport à ses concurrents du fait des évolutions du marché d'une part et de son propre itinéraire d'autre part.

Un modèle solide face à la crise financière

Au service de la Banque et de ses clients, la politique de gestion de La Banque Postale, pour son compte propre ou pour le compte de tiers, a fait la preuve de sa solidité et de sa rigueur depuis le début de la crise financière.

La qualité de sa gestion financière a permis à La Banque Postale de rester à l'écart de la crise dite des « subprimes » et de renforcer ainsi la confiance que ses clients lui portent. Le coût du risque sur les crédits immobiliers reste très faible. Enfin, La Banque Postale continue à disposer d'une forte liquidité à l'appui de son développement.

La poursuite d'un développement rapide

Le Produit Net Bancaire (PNB) de La Banque Postale au 1^{er} semestre 2008 s'établit à 2 366 millions d'euros. Hors mouvement de provision Epargne Logement et plus value Euronext, le PNB a progressé de 5 % par rapport au 1^{er} semestre 2007. Ceci place clairement La Banque Postale au premier rang des banques de détail en France, en terme de croissance du PNB.

La Banque Postale ne connaît donc pas de ralentissement de son développement, qui croît à un rythme égal à celui de l'exercice 2007. La Banque Postale confirme ainsi pleinement son potentiel de développement et sa capacité à le réaliser.



Une stratégie partenariale de plus en plus active

Le premier semestre a marqué une accélération de la politique partenariale de La Banque Postale, notamment pour étendre sa gamme de produits et services.

La Banque Postale mène ainsi actuellement deux processus de sélection d'un partenaire dans le crédit à la consommation et l'assurance de dommages.

Pour le crédit à la consommation, La Banque Postale est entrée depuis le 9 juillet 2008 en négociation exclusive avec le groupe Société Générale, la conclusion des accords définitifs interviendra avant la fin de l'année.

Concernant l'assurance de dommages, la consultation du marché a commencé le 20 juin 2008.

Une banque au service de tous

De la reconnaissance de sa mission d'accessibilité bancaire liée au Livret A au lancement de La Banque Postale Gestion Privée, 2008 conforte pleinement La Banque Postale en tant que banque de tous, au service de tous ses clients, du plus modeste au plus fortuné.

Le Contrat de Service Public signé entre le groupe La Poste et l'Etat le 22 juillet 2008 et la Loi de Modernisation de l'Economie, votée par le Parlement le 23 juillet 2008, ont dévolu à la seule Banque Postale la mission d'accessibilité bancaire liée au Livret A. L'inscription dans la loi de cette mission et la mise en place d'une rémunération spécifique renforcent le rôle essentiel que La Banque Postale joue auprès des personnes les plus démunies financièrement.

> Une activité très soutenue au 1^{er} semestre 2008

La performance de La Banque Postale résulte notamment de la poursuite de l'équipement des clients, de l'accroissement régulier du nombre de ses clients actifs et de l'accélération soutenue de la production de crédits immobiliers sur un rythme comparable à 2007. Ainsi, La Banque Postale a-t-elle ouvert plus de 355 000 comptes CCP au 1^{er} semestre et plus de 440 000 offres groupées. Compte tenu de l'évolution des taux, sur le marché de l'épargne, les dépôts des clients de La Banque Postale se sont orientés massivement vers les produits d'épargne liquide. En matière de crédits immobiliers, la production 2008 est supérieure à celle de 2007, en dépit du ralentissement du marché. Forte de sa liquidité, La Banque Postale n'a en aucune manière resserré les conditions d'accès à ses crédits immobiliers.

> De nouvelles initiatives pour tous les clients de La Banque Postale

La Banque Postale poursuit le développement de son offre de produits et de services en multipliant les initiatives pour mieux servir l'ensemble de ses clients.

Pour tous ses clients, La Banque Postale a lancé mi 2007 un plan d'envergure autour du Livret A et l'amplifie aujourd'hui. Dès mi 2007, La Banque Postale a engagé de nombreuses actions pour se préparer à l'ouverture de la commercialisation du Livret A et conforter ses encours. Depuis le 1^{er} septembre 2008, La Banque Postale a mis en place un dispositif complet encore plus large autour de son Livret A pour convaincre ses clients de l'intérêt de conserver ou d'ouvrir leur Livret A à La Banque Postale. Pour ce faire, elle mobilise tous ses acteurs et tous ses canaux de distribution, et propose à ses clients détenteurs de Livret A des services nouveaux sur le Livret A ainsi que des offres commerciales attractives. Ce plan d'action s'accompagne d'une campagne de communication « **I ♥ L. A** » qui durera jusqu'à la fin octobre.

Pour ses clients internautes et investissant en bourse, La Banque Postale a acquis le 18 avril 2008 la société **Easybourse** avec pour objectif de transformer le très actif portail d'informations financières, www.easybourse.com, qui comptabilise quelque 200 000 visiteurs uniques par mois, en plate-forme de courtage en ligne.

Par cette action, La Banque Postale souhaite proposer à ses clients internautes avertis un dispositif complet en ligne de souscription et d'informations boursières, dont le démarrage est prévu pour début 2009.

Pour ses clients patrimoniaux, La Banque Postale proposera à partir du 3 novembre 2008 un nouveau contrat d'assurance vie multisupport et, pour la première fois, multigestionnaires. Baptisé **Cachemire**, ce contrat a été élaboré avec CNP Assurances et s'appuie sur l'expertise de La Banque Postale Asset Management en matière de gestion et de sélection de fonds.

Parce que le client d'aujourd'hui souhaite disposer d'un contrat qui réponde le mieux à ses objectifs patrimoniaux, à sa sensibilité aux risques ou à son degré d'implication dans la gestion, **Cachemire** a été conçu pour s'adapter à chacun de ces profils. C'est le contrat d'assurance vie sur mesure à bâtir avec son conseiller.

Accessible dès 25 000 euros, le contrat d'assurance vie **Cachemire** propose une offre financière élargie, des garanties en inclusion, des options et des services pour personnaliser le contrat et l'adapter aux objectifs de chacun.

Enfin, dans le souci de développer sa proximité relationnelle avec l'ensemble de ses clients et de leur faciliter la gestion de leurs comptes, La Banque Postale lance, à compter de novembre 2008, **une nouvelle version de son portail www.labanquepostale.fr et complète fortement son offre de banque en ligne, par téléphone et Internet**. Par exemple, les clients de La Banque Postale pourront recevoir et éditer sur Internet leur relevé de compte CCP. Et, dès le 13 novembre, ils pourront souscrire entièrement en ligne un Livret A.

* *
*

Par ses missions d'intérêt général et sa posture de « banque pas comme les autres », par sa stratégie active de partenariats, par la vigueur de son développement, par la solidité de son modèle, La Banque Postale se présente comme une banque unique sur le marché, sachant concilier au mieux l'accueil de tous et les impératifs de conformité et d'efficacité économique attachés à toute activité bancaire.

* *
*

La Banque Postale (www.labanquepostale.fr)

La Banque Postale, filiale bancaire du groupe La Poste, est une banque unique et singulière sur le marché de la banque de détail en France. Fidèle à ses valeurs d'intérêt général, de confiance et de proximité, La Banque Postale place l'accueil attentif de tous au cœur de son métier. Elle accompagne ses clients, particuliers comme entreprises, dans une relation bancaire durable, avec une gamme de produits et services accessibles, à un tarif raisonnable. Elle enrichit sans cesse son offre en s'appuyant notamment sur l'expertise de filiales et partenaires, s'ouvrant ainsi à de nouveaux domaines. La Banque Postale est accessible 24h/24, 7j/7, en tout lieu et à tout moment.

La Banque Postale, c'est :

- 4,745 milliards d'euros de PNB
- 11,1 millions de comptes courants postaux
- 9,3 millions de clients en banque principale
- 5 080 Dab/Gab en France
- 250,7 milliards d'euros d'encours clientèle
- 5,7 millions de cartes bancaires
- 17 068 points de contact

Chiffres à fin 2007

Contacts presse Groupe La Poste

Presse écrite :

Mouna Aoun

Tél. : 01 55 44 22 39

Fax : 01 55 44 22 62

mouna.aoun@laposte.fr

Presse audio-visuelle :

Jacques Gourier

Tél. : 01 55 44 22 43

Fax : 01 55 44 22 62

jacques.gourier@laposte.fr