



Paris, le 3 avril 2008

# RÉSULTATS 2007 ET PERSPECTIVES 2008 DE LA BANQUE POSTALE

## DOSSIER DE PRESSE

<b>L'ACTIVITÉ DE LA BANQUE POSTALE EN 2007</b> .....	<b>p. 2-23</b>
Chiffres-clés 2007.....	p. 2
Comptes 2007 de La Banque Postale.....	p. 3-4
<b>BILAN 2007 PAR ACTIVITÉ</b> .....	<b>p. 5-24</b>
. Argent au quotidien.....	p. 5-9
. Epargne et assurance .....	p. 10-13
. Crédit immobilier.....	p. 14-15
. Prévoyance.....	p. 16-17
. Entreprises, collectivités, associations.....	p. 18-19
. Activité résolument multicanale.....	p. 20-24
<b>FORTE CONTRIBUTION DES FILIALES AUX RÉSULTATS DE LA BANQUE POSTALE</b> .....	<b>p. 25-28</b>
<b>FAITS MARQUANTS 2007</b> .....	<b>p. 29-30</b>
<b>PERSPECTIVES 2008 DE LA BANQUE POSTALE</b> .....	<b>p. 31-35</b>
. Nouvelle offre CCP.....	p. 32
. Banque à distance : amélioration des services .....	p. 31-32
. Crédits immobiliers : une gamme enrichie.....	p. 32-34
. Nouveautés produits 2008 .....	p. 34-35
. Lutte contre l'exclusion bancaire : des signatures de partenariats locaux en matière de micro crédits sociaux .....	p. 35
<b>ANNEXE</b> .....	<b>p. 36</b>

### Contact presse :

Mouna Aoun – [mouna.aoun@laposte.fr](mailto:mouna.aoun@laposte.fr)  
Tél. : 01 55 44 22 39 - Fax : 01 55 44 22 62



# L'ACTIVITÉ DE LA BANQUE POSTALE EN 2007

## LES CHIFFRES-CLÉS 2007

- EN 2007, L'ACTIVITÉ DE LA BANQUE POSTALE A REPRÉSENTÉ **22,6 %** DU CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ DU GROUPE LA POSTE.
- LE **PRODUIT NET BANCAIRE** A ATTEINT **4 745 MILLIONS D'EUROS**, EN HAUSSE DE 5 %\*.
- LE **RÉSULTAT NET PART DU GROUPE** S'ÉLÈVE A **539,6 MILLIONS D'EUROS**.
- LES **ENCOURS CLIENTÈLE D'ÉPARGNE ET DÉPÔTS A VUE COLLECTÉS A FIN 2007** S'ÉLÈVENT À **250,7 MILLIARDS D'EUROS**, EN HAUSSE DE **4,5 %**.
- **PLUS DE 11 MILLIONS DE COMPTES COURANTS POSTAUX**, ASSOCIÉS À **5,7 MILLIONS DE CARTES BANCAIRES DE PAIEMENT**.
- **835 000 OFFRES GROUPÉES SOUSCRITES EN 2007**.
- **6,7 MILLIARDS D'EUROS** DE PRÊTS IMMOBILIERS MIS EN FORCE EN 2007, EN HAUSSE DE + 33 %.
- **486 000 CONTRATS D'ASSURANCE VIE ET 458 000 CONTRATS DE PREVOYANCE** SOUSCRITS EN 2007.
- **4,1 MILLIARDS D'EUROS** DE COLLECTE NETTE EN ASSURANCE VIE.
- **1 MILLIARD** DE CONTACTS CLIENTS TOUS CANAUX CONFONDUS.
- **UN RÉSEAU DE 5 080 DAB/GAB**.

\* Hors provision PEL/CEL et plus-value sur cession des titres Euronext.

## LES COMPTES 2007 DE LA BANQUE POSTALE

L'année 2007 s'est déroulée dans un contexte marqué, pour les établissements bancaires, par la crise dite des "subprimes" qui a conduit à une crise de liquidité et de confiance engendrant des tensions sur les taux interbancaires. 2007, a également été marquée par une exacerbation de la concurrence entre les établissements dans la banque de détail et a vu se multiplier les rapprochements et les acquisitions augmentant la taille et la puissance des acteurs en banque de détail.

Dans cet environnement, La Banque Postale n'a été, en 2007, d'aucune façon touchée par la crise du fait de son bilan structurellement liquide et d'une gestion prudente de ses investissements. Elle a même pu, du fait de ses excédents de ressources, profiter des taux sur le marché interbancaire pour améliorer sa performance économique.

**Les résultats 2007 de La Banque Postale** se caractérisent par une croissance soutenue de son **produit net bancaire de 5 %** (hors provision Épargne logement et plus-value sur cession des titres Euronext) qui s'élève à **4 745 millions d'euros**, confirmant la réussite de son modèle de développement.

Celui-ci se traduit par une croissance régulière du nombre de clients actifs (augmentation de près de 140 000 clients actifs sur un an) et de ses clients patrimoniaux dont le nombre s'élève, à fin 2007, à plus de 700 000.

La Banque Postale a connu, en 2007, une forte croissance de ses encours de crédits immobiliers, ainsi qu'une vive croissance de l'équipement de sa clientèle. Le nombre de ses clients équipés en offre groupée s'est accru de 18 % en un an pour atteindre près de 3,8 millions fin 2007.

Les charges d'exploitation, pour leur part, sont quasi stables à + 0,6 % malgré la poursuite des investissements en informatique et du développement du nombre de conseillers au contact de la clientèle.

Cette performance a été atteinte notamment par la poursuite des programmes de productivité des back offices et par la disparition progressive des surcoûts supportés par La Poste au titre des pensions des fonctionnaires qu'elle emploie.

**Le résultat brut d'exploitation pour 2007 a atteint 514,5 millions d'euros, en hausse de plus de 17 %** par rapport au pro forma IFRS de 2006 ; **le coefficient d'exploitation s'améliore donc sensiblement pour atteindre 89,15 %.**

Compte tenu d'un coût du risque qui demeure très faible à 17,8 millions d'euros, le **résultat d'exploitation atteint 496,7 millions d'euros en 2007, en amélioration de 15,7 %** par rapport à l'exercice 2006 (+ 67,3 millions d'euros par rapport à l'exercice antérieur).

Le résultat des sociétés mises en équivalence contribue à hauteur de 227 millions d'euros au **résultat net part du Groupe**, qui s'établit après impôts à **539,6 millions d'euros pour l'exercice 2007**. Il progresse de 46,5 millions d'euros, soit une hausse de 9,4 %.

**Le bilan consolidé de La Banque Postale** s'élève à 122 milliards d'euros au 31 décembre 2007. Atypique par rapport aux autres bilans des banques françaises, il reste encore très fortement excédentaire en liquidités. Le total de bilan de La Banque Postale progresse de 9,6 milliards d'euros, notamment sous l'effet de la croissance des volumes de prêts et créances sur la clientèle (+ 3,6 milliards d'euros), incluant une progression significative des crédits immobilier (+ 3,2 milliards d'euros).

Cette croissance traduit l'activité commerciale soutenue du Groupe, et porte les effets de l'enrichissement de la gamme des crédits proposés aux clients.

## ■ COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ DE L'EXERCICE 2007

En milliers d'euros	31 décembre 2007**	31 décembre 2006***
<b>Produit Net Bancaire</b>	<b>4 745 277</b>	<b>4 644 352</b>
Charges générales d'exploitation :	(4 124 293)	(4 120 892)
Dotations nettes aux amortissements et dépréciations des immobilisations corporelles et incorporelles	(106 474)	(85 967)
<b>Résultat Brut d'Exploitation</b>	<b>514 510</b>	<b>437 493</b>
Coût du risque	(17 790)	(8 061)
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>496 720</b>	<b>429 32</b>
Quote-part dans le résultat des entreprises des mises en équivalence	227 057	220 356
Gains ou pertes sur autres actifs	(3 876)	(2 300)
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>719 901</b>	<b>647 488</b>
Impôts sur les bénéfiques	(180 322)	(150 727)
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>539 579</b>	<b>496 761</b>
Intérêts minoritaires		(3 695)
<b>Résultat Net part du groupe</b>	<b>539 579</b>	<b>493 066</b>

## ■ BILAN CONSOLIDÉ AU 31 DECEMBRE 2007

En milliers d'euros	31 décembre 2007**	31 décembre 2006***
<b>Actif</b>		
. Caisse, banques centrales	2 667 865	1 371 620
. Actifs financiers à la juste valeur par le résultat	15 404 436	13 086 504
. Instruments dérivés de couverture	104 885	174 440
. Actifs financiers disponibles à la vente	12 266 475	11 433 657
. Prêts & créances sur les établissements de crédit	16 571 502	14 173 051
. Prêts & créances sur la clientèle	24 422 360	20 849 228
. Ecart de réévaluation des portefeuilles couverts en taux	317 114	217 883
. Actifs financiers détenus jusqu'à l'échéance	40 350 306	39 215 366
. actifs d'impôts et autres actifs	7 430 628	9 484 119
. valeurs immobilisées	2 467 479	2 306 210
<b>TOTAL</b>	<b>122 003 050</b>	<b>112 350 078</b>
<b>Passif</b>		
. Passifs financiers à la juste valeur par le résultat	129 185	728 350
. Instruments dérivés de couverture	120 647	36 741
. Dettes envers les établissements de crédit	15 835 829	7 360 171
. Dettes envers la clientèle	92 066 465	91 581 273
. Dettes représentées par un titre	2 912 291	690 288
. Passifs d'impôts et autres passifs	5 916 230	6 975 907
. Provisions techniques des entreprises d'assurance	253 508	185 637
. Provisions	349 375	434 479
. Dettes subordonnées & autres fonds propres	501 417	624 874
Capitaux propres part du groupe	3 918 101	3 731 704
Intérêts minoritaires	2	654
<b>TOTAL</b>	<b>122 003 050</b>	<b>112 350 078</b>

\*\* IFRS.

\*\*\* Pro Format IFRS.

# BILAN 2007 PAR ACTIVITÉ

## ARGENT AU QUOTIDIEN

### Une croissance soutenue du nombre de comptes en 2007

Avec 11,1 millions de comptes courants, La Banque Postale est un acteur majeur de la banque de détail en France. Cette position s'est confirmée en 2007 grâce aux performances commerciales exceptionnelles réalisées, tant au niveau des ouvertures de comptes que du point de vue de l'équipement de la clientèle.

Ainsi, plus de 850 000 nouveaux comptes ont été ouverts en 2007, en croissance de plus de 13 % par rapport à 2006.

Cette croissance soutenue du nombre de comptes s'explique par la notoriété acquise, l'image et les valeurs que véhicule La Banque Postale en termes de politique tarifaire, de proximité et d'accessibilité de son offre.

Les « offres groupées » de La Banque Postale, packages de services bancaires essentiels, au meilleur prix, répondant aux besoins différenciés de chacun des clients ont très largement contribué à ces résultats. En effet, **près de 835 000 de ces packages ont été ouverts, en 2007, soit à des nouveaux clients, soit à des clients existants. Au total, plus de 3,8 millions de clients de La Banque Postale (soit plus de 34 %) ont opté pour ces offres.**

### SUCCÈS CONTINU POUR LE COMPTE *BAGOO*

A noter en particulier le succès continu du compte Bagoo, dédié aux 16-25 ans. La Banque Postale compte en effet 210 000 nouvelles souscriptions, en 2007, **en progression de 5 % par rapport à 2006.**

Reconnue par de nombreuses études comparatives pour son meilleur rapport qualité/prix sur les jeunes, l'offre Bagoo existe en deux formules :

- le compte **Bagoo 16/17 ans**, offre adaptée pour un premier contact avec la banque, composée d'une carte sécurisée (la carte **Réalys**, à autorisation systématique) et d'assurances perte et vol très complètes ;
- le compte **Bagoo 18/25 ans**, offrant un choix plus large de moyens de paiement (carte **Réalys**, carte **Bleue Visa** associée à une autorisation de découvert personnalisée \*\*\*\* à un taux préférentiel, chéquier), les mêmes assurances perte et vol très complètes et un grand nombre de réductions et d'avantages tarifaires sur les voyages, les spectacles, la téléphonie...

**Ce sont désormais plus de 900 000 jeunes clients qui ont opté pour cette convention de compte adaptée à leurs besoins, soit une hausse de plus de 5 % par rapport à 2006.**

\*\*\*\* Sous réserve d'acceptation du dossier. Découvert à régulariser sous 30 jours. Conditions commerciales et taux d'agios au 01/07/2007 dans le cadre du découvert autorisé.

### **ADISPO, QUATRE NIVEAUX DE PRESTATIONS ADAPTÉS AUX BESOINS DE CHACUN**

Les conventions de compte *Adispo*, proposées aux plus de 25 ans, équipent quant à elles désormais 2,9 millions de clients, **en croissance de 21 % par rapport à 2006**. Elles proposent quatre niveaux de prestations, adaptés aux besoins de chacun :

- ***Adispo Essentiel***, destiné aux clientèles modestes, modèle des Gammes de Paiements Alternatifs proposées par les banques,
- ***Adispo Equilibre***, offre milieu de gamme,
- ***Adispo Privilège***, dédié à la clientèle dont La Banque Postale est la banque principale,
- ***Adispo Premier***, déclinaison haut de gamme.

**En 2007, ce sont plus de 625 000 nouvelles offres Adispo qui ont été souscrites par les clients de La Banque Postale, dont 300 000 conventions *Adispo Essentiel*.**

**A fin 2007, plus de 1 million de clients sont équipés d'une convention *Adispo Essentiel*, près de 700 000 d'une convention *Adispo Equilibre*, 1,1 million d'une convention *Adispo Privilège* et 75 000 d'une convention *Adispo Premier*.**

En outre, La Banque Postale a rénové en 2007 son offre de découvert et le contenu et la présentation de ses relevés de comptes pour mieux satisfaire ses clients.

### **UNE OFFRE DE DÉCOUVERT PARTICULIÈREMENT ATTRACTIVE**

La Banque Postale propose désormais une offre de découvert autorisé particulièrement attractive pour l'ensemble de ses clients et à un taux uniforme de :

- 12,50 %, pour les clients détenteurs d'offres groupées Adispo ou Badoo,
- 14,00 % pour tous les autres clients.

En cas de dépassement du découvert autorisé, le taux est de 15,30 % pour l'ensemble des clients de la banque, soit un taux conforme à la politique tarifaire raisonnable de La Banque Postale en matière d'incident de paiement.

L'autorisation de découvert personnalisé est à présent fixée à l'ouverture du compte, sans frais de mise en place, ni de gestion et pour une durée d'utilisation pouvant aller jusqu'à 30 jours consécutifs.

Cette offre de découvert a permis, en 2007, à 3 millions d'utilisateurs en moyenne de gérer leur budget avec souplesse.

### **DES RELEVÉS DE COMPTE PLUS COMPLETS ET PERSONNALISÉS**

En 2007, les relevés de compte de La Banque Postale ont évolué tant sur la forme que sur le fond. Au passage au format standard A4, plus facile à conserver et à classer et au graphisme modernisé, s'ajoute une démarche volontaire pour faciliter la lecture du document et le rendre le plus clair possible. Désormais, les différentes informations sont identifiables en un coup d'œil, grâce notamment à un tableau des opérations plus clair ou encore un regroupement des dépenses à débit différé avec leur date de prélèvement.

En outre, dans le but de faire du relevé de compte un canal d'information à part entière complémentaire des services en ligne, La Banque Postale a enrichi ses relevés de compte de nouvelles informations personnalisées, selon le profil du client et ses produits bancaires, et essentielles à la gestion quotidienne du compte, comme :

- une zone « votre compte en résumé », offrant une situation en bref du compte et un total des frais bancaires perçus sur le mois ;
- un espace décomptant les points Adésio, si le client détient le service en option de sa carte de paiement, avec la date d'échéance des points ;
- une zone « contacts » reprenant l'ensemble des coordonnées indispensables pour contacter La Banque Postale ;
- ou encore des zones de messages personnalisés, en en-tête et en fin de relevé pour informer le client des nouveautés relatives aux produits et services de La Banque Postale.

Ce nouveau relevé concerne tous les clients de La Banque Postale, (personnes physiques et personnes morales), détenteurs de CCP ou de compte épargne (Livret A, Livret de développement durable, LEP, PEL,...).

## Une progression des moyens de paiement supérieure au marché

En 2007, le nombre de cartes bancaires CB de paiement a continué de croître. Avec 1,1 million de nouvelles cartes délivrées, La Banque Postale a connu **un rythme de progression de l'ordre de 6 %, sur ce segment, supérieur à celui du marché (4,4 %)**. Le nombre de cartes bancaires CB de La Banque Postale en circulation s'élève à fin 2007 à 5,73 millions. Cette croissance a permis à La Banque Postale d'améliorer légèrement sa part de marché en cartes de paiement à 10,7 %.

L'utilisation de ce moyen de paiement a connu une forte progression en 2007, tant pour les paiements (+ 9,8 %) que pour les retraits (+ 5,7 %).

Les nouveaux moyens de paiement ont également connu une forte croissance en 2007, notamment grâce à la nouvelle gamme de cartes cadeau bancaires de La Banque Postale et au développement du commerce sur Internet. Le CADO CHÈQUE s'est, en outre, fortement développé en 2007.

En 2007, La Banque Postale a proposé deux nouvelles cartes bancaires cadeaux, compte tenu de la levée de l'interdiction du comarquage des cartes bancaires en France :

- l'émission d'une **série limitée de cartes cadeaux bancaires, en partenariat avec l'Unicef** a été renouvelée. Pour chaque carte achetée, La Banque Postale a reversé à l'Unicef 1 euro, soit 10 doses de vaccins contre la polio. Par cette action, La Banque Postale réaffirme son engagement aux côtés de l'Unicef et son soutien en faveur des enfants dans le monde.

- le lancement pour les fêtes de fin d'année, d'une carte à l'effigie du héros du film Shrek Le Troisième en partenariat avec Dreamworks.

La Banque Postale démontre ainsi sa capacité à répondre aux nouvelles attentes relationnelles et affinitaires des consommateurs.

**Commercialisées depuis octobre 2006, les cartes cadeaux bancaires de La Banque Postale ont été vendues à plus de 10 000 exemplaires en 2007, portant le nombre de cartes émises depuis leur lancement à près de 20 000 unités.**

Commercialisé depuis novembre 2006, le CADO CHÈQUE, premier chèque cadeau multienseigne émis et distribué par des établissements bancaires, a séduit de nombreux clients. A fin 2007, le montant de la valeur faciale émise a atteint **55 millions d'euros. Ce succès s'explique notamment par l'achat du CADO CHÈQUE par 400 000 particuliers.** Bénéficiant des techniques bancaires les plus abouties, notamment en matière de sécurisation et de traitement des remboursements, CADO CHÈQUE est proposé dans plus de 3 600 bureaux de poste pour les particuliers et via les Conseillers Spécialisés en Entreprises pour la clientèle Entreprise, soit la plus grande force de distribution du marché. En 2007, le réseau d'enseignes partenaires s'est enrichi de 18 nouveaux noms. Ce sont désormais plus de 70 grandes enseignes nationales partenaires (tels que Carrefour, Darty, Séphora, Orange,...) soit plus de 10 000 points de vente partout en France qui acceptent le chèque cadeau de La Banque Postale.

En outre, La Banque Postale est un des principaux acteurs du développement du porte-monnaie électronique Moneo, dont elle accompagne la croissance au travers des grands partenariats qu'elle a noués dans de nombreux secteurs tels que le transport, les horodateurs, ou encore la restauration rapide. **Distribué à tous ses clients en inclusion sur la carte bancaire ou sur un support dédié, ce service compte près de 120 000 utilisateurs réguliers à La Banque Postale.**

## LA GAMME DE PRODUITS PRÉPAYÉS DE LA BANQUE POSTALE

La Banque Postale propose une large gamme de produits prépayés qui se compose de :

- **la Carte Cadeau Bancaire** qui, comme une carte de paiement classique, permet de disposer librement de la somme offerte au crédit jusqu'au dernier centime d'euro (entre 40 et 799 euros), dans une parfaite sécurité d'utilisation, via une puce, une piste et un code confidentiel. Elle est acceptée par 1,1 million de commerçants en France et 24 millions de commerçants affiliés au réseau Visa dans le monde. Pour personnaliser ce cadeau, 8 visuels différents correspondant à des événements heureux de la vie sont proposés (mariage, naissance, anniversaire, Noël,...). Les cartes cadeaux de La Banque Postale sont disponibles sur Internet via le site portail de la Banque : [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr), rubrique « Argent au quotidien », par téléphone au 3639 et dans 5 600 bureaux de Poste en France ;

- **CADO CHÈQUE, le chèque cadeau multienseigne**, créé en partenariat avec Natixis, dans le cadre de la coentreprise Titres Cadeaux, est un des produits les plus sécurisés du marché, disposant au recto comme au verso d'une dizaine de marques de contrôle pour éviter les falsifications ou contrefaçons. Destiné à la fois aux entreprises, comités d'entreprise et aux particuliers, CADO CHÈQUE est accepté dans plus de 10 000 points de ventes affiliés appartenant à 75 grandes enseignes nationales présentes sur tout le territoire (tels que Carrefour, Darty, Séphora, Orange,...) ;

- **le porte-monnaie électronique Moneo**, proposé en inclusion sur la carte bancaire ou sur support dédié.

Enfin, la **e-carte bleue de La Banque Postale**, solution sécurisée de paiement sur Internet, a séduit cette année encore de nombreux utilisateurs. Ce service compte, à fin décembre 2007, **165 000 clients abonnés, soit une progression de 16 % et a permis d'effectuer 1,26 million de transactions en ligne**, pour près de 83 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une croissance de 41,9 % par rapport à 2006.

Toujours à la pointe de l'innovation en matière de moyens de paiement, La Banque Postale s'est associée, en 2007, à des opérateurs de téléphonie mobile et à d'autres opérateurs bancaires afin de développer une solution de paiement sans contact via la puce du téléphone mobile : le service « Payez mobile ». Actuellement en test à Strasbourg et Caen, ce nouveau service devrait être opérationnel à horizon 2009-2010.

## LA BANQUE POSTALE ET LA SOCIÉTÉ GÉNÉRALE CRÉENT UNE CO-ENTREPRISE

En outre, **La Banque Postale et Société Générale ont signé un protocole d'accord pour mettre en commun les activités de développement et d'exploitation de leurs systèmes monétiques**. En mutualisant les investissements, les coûts de maintenance et d'exploitation d'une plate-forme monétique, La Banque Postale et Société Générale souhaitent partager leur savoir faire tout en abaissant le coût de leurs opérations. Les traitements informatiques courants et à venir seront centralisés au sein d'une co-entreprise détenue à parts égales par les deux établissements. Une gestion partagée des systèmes de transactions liés aux cartes bancaires, aux opérations des commerçants et aux automates bancaires permettra de diminuer les coûts d'investissement, de maintenance et d'exploitation des deux banques.

### **Un fort développement des solutions de transferts d'argent internationaux**

Grâce à son offre complète de solutions de transferts d'argent internationaux, La Banque Postale reste, cette année encore, l'acteur majeur en France pour les transferts d'argent internationaux auprès des particuliers **avec plus de 10 millions de transactions traitées en 2007, pour un montant global de 5,1 milliards d'euros, en progression de 8,8 % par rapport à 2006**.



Pour mieux servir ses clients, La Banque Postale a déployé, en 2007, un nouveau portail informatique, baptisé **Transfert de Fonds Internationaux** (TFI). Il permet :

- de proposer le produit le mieux adapté à la demande du client, en fonction du pays destinataire, du prix et du délai d'acheminement souhaités,
- d'accélérer le traitement de l'opération, notamment grâce à la mémorisation du profil des clients réguliers,
- de sécuriser la traçabilité des opérations vers l'étranger.

Il participe ainsi à la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.

**Le portail TFI a permis de saisir en bureau de poste 650 000 Mandats Ordinaires Internationaux, entre mai et décembre 2007.**

La deuxième étape du projet, qui sera déployée fin 2008, intégrera également les Mandats Express Internationaux, les transferts d'argent Western Union et d'ici 2010, toute la gamme de La Banque Postale à l'international (virements, chèques de voyage, opérations de change).

En outre, La Banque Postale a signé, en 2007, deux nouveaux accords à l'international afin d'élargir le nombre de pays acceptant les Mandats Express Internationaux avec l'Office des Poste du Mali et la Poste Russe.

### **UNE GAMME COMPLÈTE DE TRANSFERTS D'ARGENT**

Outre les virements de compte à compte, La Banque Postale offre une gamme de transferts d'argent adaptée à tous les besoins, tant en termes de rapidité que de prix. Elle se compose de trois niveaux de service :

- **le transfert Western Union**, moyen le plus rapide d'envoyer de l'argent partout dans le monde, reconnu mondialement par sa fiabilité et sa performance. Il assure la disponibilité des fonds transférés le jour même dans 200 pays destinataires.
- **le Mandat Express International**, qui assure la disponibilité des fonds transférés sous 48 heures, dans les territoires d'outre-mer et les 14 pays destinataires comptant parmi les plus demandés au départ de la France.
- **le Mandat Ordinaire International**, moyen le plus économique d'envoyer de l'argent vers plus de 150 pays dans le monde. Il assure la disponibilité des fonds transférés dans un délai moyen de 5 à 10 jours selon les pays destinataires.

Les services Mandat Express International et Mandat Ordinaire International sont proposés dans 14 000 bureaux de poste.

Quant au service de transfert Western Union, il est désormais disponible dans 6 000 bureaux de poste et dans les 59 agences, dont 23 en propre de la Société Financière de Paiement (SFdP), filiale commune dédiée à la distribution des services Western Union. A l'étranger, les bénéficiaires des transferts ont accès à un réseau international de 270 000 points de vente répartis dans plus de 200 pays et territoires.

**En 2007, l'activité de La Banque Postale a atteint 6 millions de transferts Western Union, en progression de 5 % par rapport à l'année précédente.**

Forts de ces bons résultats, La Banque Postale et Western Union, ont, en 2007, renouvelé pour cinq années supplémentaires leur partenariat en se donnant les moyens de poursuivre le développement du service.

## ÉPARGNE ET ASSURANCE

Avec, à fin 2007, près de **40,3 millions de comptes et contrats en épargne et assurance**, et plus de **211 milliards d'euros d'encours gérés en produits d'épargne**, La Banque Postale a poursuivi en 2007 son développement tant en terme de collecte Epargne et Assurance que d'équipement de sa clientèle.

### Une progression supérieure au marché en matière d'assurance vie

Le chiffre d'affaires Assurance Vie de La Banque Postale atteint près de **12 milliards d'euros à fin 2007, soit un niveau équivalent à celui réalisé en 2006, en tenant compte des transferts dits « Fourgous »**. Ces résultats, réalisés dans un contexte de marché en recul, s'explique par le succès des transferts dits « Fourgous » (2 milliards d'euros de transferts et 1,3 milliard d'euros de versements complémentaires), la fidélisation accrue des clients, le niveau élevé d'affaires nouvelles (486 000 contrats d'assurance vie ouverts en 2007) et le développement du chiffre d'affaires en unités de compte (+ 2,7 % alors que l'ensemble du marché est en recul). Ces chiffres sont d'autant plus positifs que La Banque Postale est moins sensible aux transferts des PEL anciens vers l'assurance vie, qu'elle n'encourage pas, considérant que, de manière générale, la clôture des PEL anciens n'est pas de l'intérêt du client.

**La collecte nette Assurance Vie de La Banque Postale** s'élève, en 2007, à 4,1 milliards d'euros, en baisse de 15 % par rapport à 2006, dans un contexte de marché en retrait de 18 % (source FFSA).

Le dynamisme de l'activité d'assurance vie de La Banque Postale est porté par de développement de l'équipement de la clientèle. L'ensemble de la gamme assurance vie (*Vivaccio*, *Ascendo*, *Solesio*) s'est développée en 2007 : En effet, 486 000 nouveaux contrats d'assurance vie ont été ouverts en 2007. Pour sa deuxième année d'existence le contrat **Vivaccio** confirme son succès avec 322 000 nouveaux contrats souscrits. En outre, les contrats retraite ont connu en 2007 un regain d'intérêt puisque 147 000 ont été souscrits.

### VIVACCIO, LE CONTRAT D'ASSURANCE VIE POUR LA VIE

Grâce à ses 5 formules, *Vivaccio* est un contrat d'assurance vie multisupports véritablement innovant. Il accompagne le client tout au long de sa vie et s'adapte à ses attentes ou ses projets tout en lui permettant de se constituer un capital en douceur, avec des garanties pour une sécurité optimale, dans le cadre fiscal et contractuel spécifique de l'assurance vie, et cela sans changer de contrat. *Vivaccio* conjugue ainsi épargne, garanties, services d'assistance et associe des contrats de prévoyance spécifiques. Il se décline en 5 formules qui correspondent aux grandes étapes de la vie du client :

- **Vivaccio Initial**, pour les parents qui souhaitent constituer un capital pour leurs enfants et les aider à démarrer dans la vie,
- **Vivaccio Essor**, pour les jeunes actifs qui découvrent l'assurance vie,
- **Vivaccio Vitalité**, pour tous les actifs qui souhaitent se constituer ou valoriser un capital,
- **Vivaccio Revenus**, pour une clientèle senior qui souhaite profiter de revenus complémentaires réguliers,
- **Vivaccio Harmonie**, pour les seniors qui veulent transmettre un capital.

**En 2007, le contrat s'est enrichi de trois nouveaux supports d'unités de compte dans le cadre de la formule Vivaccio Vitalité Pluriel.**

Ce succès commercial du contrat Vivaccio a permis de rajeunir l'âge moyen de la clientèle souscriptrice d'assurance vie de 8 ans, de développer massivement la mise en place des versements programmés (39 % des contrats souscrits en versements programmés contre 30 % pour les multisupports du marché selon la FFSA) et de développer le chiffre d'affaires réalisé en Unités de Compte.

### **UN INTÉRÊT CONFIRMÉ EN 2007 POUR LES TRANSFERTS FOURGOUS**

Depuis 2006, près de 130 000 clients ont profité de l'amendement dit Fourgous, qui permet de transférer l'épargne en compte sur les anciens contrats monosupport en euros *Poste Avenir*, *Excelius* et *Valorys* vers les contrats multisupports *Vivaccio* ou *Ascendo* et d'investir à hauteur de 20 % minimum en unités de compte tout en conservant l'antériorité fiscale du contrat d'origine. Ces transferts se sont élevés à 2 milliards d'euros en 2007.

**La gamme de contrats retraite a poursuivi son développement en 2007 : La Banque Postale a commercialisé 147 000 contrats retraite, en progression de 68 % par rapport à 2006.**

	Lancement en 2004	Nature du produit	Commercialisé par	Nombre de contrats au 31/12/2007
<b><i>Solesio Vie</i></b>	le 12 janvier	Contrat à fiscalité assurance vie	Conseillers financiers	452 000
<b><i>Solesio Prefon Retraite</i></b>	le 14 avril	Contrat spécifique "fonctionnaire" en points	Conseillers financiers	74 200
<b><i>Solesio PERP Horizon</i></b>	le 3 mai	Contrat PERP en points	Conseillers financiers	
<b><i>Solesio PERP Evolution</i></b>	le 20 juillet	Contrat PERP multissupports	Conseillers Spécialisés en patrimoine	

### **L'Épargne classique**

Avec les hausses des taux d'épargne réglementée intervenues en 2007, un relèvement du plafond de dépôt du Livret de développement durable (ex-Codevi), **l'épargne ordinaire à La Banque Postale a connu une collecte importante dépassant le milliard d'euros en 2007, en progression de 45 %.**

#### **Livret A**

A travers son rôle de réseau collecteur du Livret A, La Banque Postale remplit pleinement deux missions d'intérêt général : favoriser l'accessibilité aux services bancaires et contribuer au financement du logement social.

Suite à une plainte émanant de banques françaises, la Commission européenne a ouvert une procédure d'infraction à l'égard des droits spéciaux attachés à la distribution du Livret A. Le 10 mai 2007, la Commission rend sa décision et demande à la France d'élargir la distribution du Livret A à l'ensemble des banques dans un délai de 9 mois. En outre, elle reconnaît, pour la première fois, les missions d'intérêt général assurées par le Livret A en matière de financement du logement social et d'accessibilité bancaire. Elle procède, dans sa décision, à un chiffrage du coût net de la mission d'accessibilité bancaire.

L'Etat, d'une part, La Banque Postale et les Caisses d'épargne d'autre part, et d'autres intervenants, ont déposé des recours devant le Tribunal de Première Instance des Communautés Européennes en annulation de la décision concernant le Livret A.

### **LE LIVRET A DE LA BANQUE POSTALE** **ASSURE UNE MISSION D'ACCESSIBILITE BANCAIRE**

Le législateur a confié à La Poste une mission d'accessibilité bancaire. Cette mission est assumée par La Banque Postale dont une des règles fondamentales est l'accueil de tous et la recherche de la solution bancaire la plus appropriée aux besoins de chacun. La mission d'accessibilité bancaire traverse donc l'ensemble de l'activité de La Banque Postale. Elle n'est cependant clairement identifiable que sur le Livret A.

En effet, La Banque Postale a ainsi l'obligation d'ouvrir gratuitement un Livret A à toute personne qui en fait la demande. Elle est également tenue d'effectuer gratuitement toute opération à partir de 1,5 euro : versement, retrait, virement vers le compte courant du titulaire du livret, émission de chèques de banque au profit du titulaire du livret... En outre, elle assure le paiement des pensions et allocations par virement sur le livret ainsi que les prélèvements au profit de certains créanciers autorisés (factures d'électricité, de gaz, d'eau, de téléphone fixe et paiement des impôts).

Ces obligations spécifiques combinées au régime général du Livret A font de ce produit le principal vecteur de la mission d'accessibilité bancaire qui lui est dévolue.

### **LE LIVRET A DE LA BANQUE POSTALE.** **UN PRODUIT SIMPLE, ACCESSIBLE ET MODERNE**

Pour rendre l'utilisation du Livret A encore plus simple, La Banque Postale a poursuivi ses actions de modernisation en proposant à tous les clients qui le souhaitent l'envoi du relevé à domicile et la carte de retrait Postépargne. Alliant simplicité, gratuité, accessibilité 24h/24, ses services apportent des « plus » tangibles à tous, quel que soit le niveau de leur épargne. Avec le livret géré sur relevé, par exemple, le montant des intérêts annuels est communiqué automatiquement chaque début d'année, via un relevé envoyé à domicile. En outre, grâce à la carte Postépargne, il est possible de retirer de l'argent et de connaître son solde ou les dernières opérations effectuées via les DAB de La Banque Postale.

**Produit d'épargne préféré des Français, le Livret A est détenu par quelques 21 millions de clients à La Banque Postale. A fin 2007, les encours sur le Livret A s'élèvent à 51,1 milliards d'euros.**

#### **Epargne Logement**

**En matière d'épargne logement**, La Banque Postale, contrairement à d'autres établissements bancaires, n'a pas incité ses clients à transférer les avoirs de leurs PEL de plus de 10 ans vers l'assurance vie ou d'autres produits d'épargne, considérant qu'il était généralement de leur intérêt de conserver leurs PEL anciens qui bénéficient d'une rémunération encore attractive et d'une disponibilité quasi immédiate.

Pour autant, l'impact des mesures gouvernementales sur les PEL de plus de 10 ans s'est traduit, en 2007, par une baisse des encours de 7 %.

La forte progression des ouvertures de PEL (+ 68 %, près de 140 000 ouvertures) montre malgré tout l'importance de l'Epargne Logement dès que l'on veut se constituer un apport personnel en vue d'une opération immobilière. Une attitude qui retrouve toute sa pertinence dans une période où les conditions d'octroi de crédit semblent plus sévères.

#### **Livret de développement Durable**

Le Livret de développement durable (LDD) a connu en 2007 un regain d'intérêt de la part de la clientèle tant en termes d'ouverture que de versements : plus de 120 000 LDD ont été ouverts en 2007 soit une progression de 77 % et le montant des versements ont quasi doublé.

## **Livret Jeune**

Le livret Swing, livret jeune de La Banque Postale a connu également un fort succès en 2007 avec 237 000 ouvertures, en progression de 42 %.

## **L'offre de comptes à terme de La Banque Postale**

L'orientation de la courbe des taux a donné un nouvel élan aux souscriptions de Comptes à Terme. Déjà disponibles sur des durées de 6, 12 mois et 5 ans, La Banque Postale a lancé un nouveau Compte à Terme, destiné aux clients « particuliers » qui permet de bénéficier d'un rendement garanti et progressif sur une durée de 3 ans.

Les clients « grands comptes » ont également profité d'une offre spécifique. L'ensemble de la gamme a permis de collecter près de 800 millions d'euros, soit un triplement par rapport à 2006.

## **Une année soutenue pour les valeurs mobilières**

**L'encours des Valeurs mobilières** de La Banque Postale détenus sur un compte d'instruments financiers (ordinaire ou PEA) **s'élève à près de 20 milliards d'euros** en 2007, en croissance de + 1,2 %.

Pour la clientèle des particuliers, La Banque Postale a proposé, en 2007, **11 Fonds Communs de Placement** (*Intenseo*, *Sprinto* et *Libriel*), dont le capital investi est garanti à l'échéance tout en offrant des perspectives de rendement attractives. La diversité dans le choix de la durée de détention, les promesses proposées ainsi que les indices boursiers retenus ont permis de réaliser une collecte de près de 1,3 milliard d'euros sur ces produits, soit plus du double de la collecte réalisée en 2006.

### **Plan Bourse Primiel**

**Plan Bourse Primiel** est une offre inédite sur le marché de services associés conçue pour investir en Bourse avec plus de sérénité tout en bénéficiant de la fiscalité privilégiée du PEA. Elle s'adresse donc aux épargnants qui souhaitent être accompagnés pour leurs premiers pas en bourse. Accessible via une cotisation annuelle de 12 euros et disponible uniquement dans le cadre du PEA, **Plan Bourse Primiel** apporte trois services majeurs :

- la sécurisation des gains, (chaque mois, dès que la plus-value réalisée atteint 15%, elle est sécurisée vers l'OPCVM LBPAM PEA Court Terme),
- la mise en place de versements programmés,
- et une assurance contre les moins-values en cas de retrait anticipé suite à un coup dur (cette assurance garantit en cas de coup dur, le remboursement des moins-values éventuelles pouvant aller jusqu'à 50% du capital investi, dans la limite de 10 000 euros).

Dans le cadre de cette offre, les droits d'entrée sur l'OPCVM choisi sont réduits, s'élevant à 1,50 % sur les versements ponctuels et 0,90 % sur les versements programmés.

**Lancé en septembre 2007, l'offre Plan Bourse Primiel a séduit 55 000 clients en quatre mois.**

Pour ses **clients patrimoniaux**, La Banque Postale a lancé, en 2007, 2 nouveaux **Fonds Communs de Placement dans l'Innovation** (*La Banque Postale Innovation 3 et 4*), une **SCPI** « Robien recentré » (*Atout Pierre Habitation 2*) et une **Sofica** (*La Banque Postale Image 2*, qui investira majoritairement dans des films produits par des sociétés indépendantes françaises). La Banque Postale propose également à ses clients patrimoniaux la gestion sous mandat.

Au total, près de 70 millions d'euros ont été collectés via ces offres patrimoniales.

Pour les « Entreprises et Institutionnels », l'offre s'est enrichie en 2007, de quatre fonds (*LBPAM Obli Convergence Europe*, *LBPAM Obli Convertibles Europe*, *LBPAM Obli Court Terme* et *LBPAM Trésorerie*). Ces derniers fonds sont particulièrement adaptés pour répondre plus spécifiquement aux besoins de ces clients notamment en termes de montant de part et de niveau de frais.

La gamme OPCVM de La Banque Postale destinée aux particuliers se compose désormais de 30 fonds.

Dans la ligne des recommandations du rapport Delmas-Marsalet, cette gamme OPCVM est structurée en fonction des différents conseillers composant la ligne conseil de La Banque Postale. Ainsi, chaque conseiller dispose d'une gamme de produits dits « coeur de métier » répondant aux besoins et attentes des clients de son portefeuille, où chaque classe d'actifs est représentée. La gamme coeur de métier du conseiller financier est composée de 11 OPCVM, celle du conseiller clientèle de 22 OPCVM et celle du conseiller spécialisé en patrimoine de 30 OPCVM, soit la gamme complète proposée aux particuliers. La gamme de fonds proposés s'étoffe donc en fonction de la diversification des attentes des clients.

## CRÉDIT

**En 2007, les prêts immobiliers mis en force progressent avec une production de plus de 6,7 milliards d'euros sur un marché toujours très concurrentiel et dynamique, en hausse de 33 % par rapport à 2006.**

L'élargissement de la gamme *Pactys* de prêts immobiliers de La Banque Postale, composée désormais de 9 solutions, a été un élément très favorable.

**Le montant des prêts accordés s'est élevé à 8 milliards d'euros, en progression de 28,1 % par rapport à 2006. Ainsi, La Banque Postale a accompagné 95 500 foyers dans leur projet d'accession à la propriété ou de rénovation.**

En 2007, **25 900 prêts travaux *Pactys Simplicité* ont été mis en force, soit 4,4 % de plus qu'en 2006**, pour un montant de 162,5 millions d'euros (+29 % par rapport à 2006).

**A fin 2007, les encours de crédits immobiliers (y compris les prêts à taux zéro) dépassent les 24,5 milliards d'euros, en hausse de plus de 16 % par rapport à 2006.**

Ces performances résultent d'une adaptation permanente de l'offre, de la compétitivité des tarifs, d'un professionnalisme accru de la force de vente et d'innovation en matière de distribution. En outre, ces performances se sont accompagnées d'un enrichissement de la gamme de crédits immobiliers, pour mieux répondre aux attentes de la clientèle.

Ainsi, La Banque Postale a-t-elle lancé les offres *Pactys Environnement*, nouveau prêt de la gamme destiné à financer, dans les meilleures conditions, les travaux d'économie d'énergie et *Pactys Avenir*, une offre (prêt, assurance et garantie) favorisant l'accès à la propriété des jeunes actifs (18 à 35 ans).

En 2007, 1 740 prêts *Pactys Environnement* ont été souscrits pour un montant de 12,6 millions d'euros et 16 000 jeunes actifs ont bénéficié de l'offre *Pactys Avenir* pour un montant total de 1,4 milliard d'euros.

La Banque Postale a également souhaité aller plus loin dans l'accompagnement de ses clients emprunteurs en lançant, en collaboration avec sa filiale Sogercor, deux nouvelles assurances liées aux prêts : *Pactys'Immo Garantie Revente*, une assurance permettant de se prémunir contre une moins-value subie lors d'une revente précipitée du bien suite à un événement ou un accident de la vie et *Pactys'Immo Protection Juridique*, une protection juridique dédiée à l'immobilier et l'habitat.

### **PACTYS, UNE GAMME DE 9 SOLUTIONS ADAPTÉES AUX BESOINS DE CHACUN**

La gamme *Pactys* de prêts immobiliers de La Banque Postale est constituée de 9 solutions adaptées aux besoins et aux projets de chaque acquéreur. Elle dispose d'atouts particulièrement attractifs :

- les prêts *Pactys* (hors prêt relais et opérations de rachats de prêts) ne comportent pas de frais de dossier ;
- l'offre d'assurance emprunteur, en partenariat avec CNP Assurances, propose des garanties très complètes à un taux parmi les plus bas du marché ;
- les 742 conseillers spécialisés en immobilier, force de vente dédiée à cette activité, accompagnent les futurs acquéreurs tout au long de leur projet, en leur facilitant les démarches et en leur prodiguant leur expertise.

Pour l'ensemble des prêts immobiliers, les Centres Financiers ont traité **106 450 dossiers** en 2007.

Au total, ce sont 484 collaborateurs des services crédits des Centres Financiers et 116 collaborateurs du Centre National du Crédit qui instruisent les demandes de prêts et émettent les offres dans les meilleurs délais.

Depuis juin 2007, La Banque Postale a lancé, avec la Matmut, un partenariat en matière de distribution de crédits immobiliers, avec la création de la Plateforme de Vente de Crédits Immobiliers à Distance. Après un test sur quelques agences, le déploiement sur l'ensemble des agences Matmut s'est terminé début novembre 2007.

La Banque Postale a noué, en fin d'année 2007, un nouveau partenariat avec CMP Banque dans le cadre de ce nouveau mode de distribution de ses crédits immobiliers.



## PRÉVOYANCE

Après un exercice 2006 remarquable, la prévoyance a en 2007 accéléré une nouvelle fois sa progression tant en nombre de contrats qu'en chiffre d'affaires. Près de **458 000 contrats de prévoyance individuelle** ont été souscrits en 2007, soit **une augmentation de 21 %** par rapport à 2006, pour un **chiffre d'affaires de plus de 189 millions d'euros qui progresse quant à lui de 23 %**.

Ces bons résultats ont été portés notamment par la commercialisation du contrat **Futurys**, proposé désormais en complément des ouvertures de PEL ou des souscriptions des contrats d'épargne de La Banque Postale. En outre, la relance du contrat **Résolys Obsèques Prestations** et l'intérêt pour le contrat **Protectys Autonomie** ont contribué pour plus de 70 % de la croissance du chiffre d'affaires de la prévoyance individuelle. La Banque Postale Prévoyance compte, à fin 2007, près de 84 000 contrats **Protectys Autonomie**, soit un doublement du nombre de contrats en portefeuille en deux ans.

**Le chiffre d'affaires global de la prévoyance (individuelle et collective) gérée par La Banque Postale Prévoyance**, filiale détenue à parts égales par La Banque Postale et CNP Assurances qui porte la gamme des produits de prévoyance commercialisés par La Banque Postale, **a crû de 54 % par rapport à 2006, atteignant 320 millions d'euros**.

Fort de **une gamme prévoyance parmi les plus complètes du marché**, La Banque Postale conforte cette année encore sa position sur le marché de la prévoyance, **au 3<sup>e</sup> rang des bancassureurs avec plus de 1 500 000 contrats individuels en portefeuille**.

La Banque Postale a choisi un positionnement original en commercialisant **une gamme de produits fondés sur ses valeurs d'accessibilité, de transparence et de service**. Chacun d'entre eux répond aux besoins essentiels de ses clients particuliers, avec des garanties utiles pour un juste prix, et des frais maîtrisés, à destination du plus grand nombre.

**Avec 11 produits** proposés dans les domaines de la santé, des accidents de la vie, du décès, des accidents de la vie, du décès, de la dépendance et obsèques, **la gamme de La Banque Postale est l'une des plus complètes du marché et couvre les besoins à tous les âges de la vie**.

	Nature du produit
<b>Complétys Santé</b>	Contrat de complémentaire santé, couvrant tous les domaines des frais de santé
<b>Prévialeys Accidents de la vie</b>	Contrat accidents de la vie, couvrant les conséquences graves des accidents de la vie privée (décès ou incapacité permanente au moins égale à 10%)
<b>Avisys Protection Famille</b>	Contrat permettant de protéger ses proches en cas de décès ou de PTIA toutes causes par le versement d'un capital adapté aux besoins et au budget du client
<b>Prémunys Accidents</b>	Contrat de prévoyance, permettant de verser au(x) bénéficiaire(s) de son choix une somme en cas de décès ou de PTIA accidentelle.
<b>Protectys Autonomie</b>	Contrat d'assurance dépendance (totale ou partielle) permettant de prévoir une rente mensuelle ainsi qu'un capital premiers frais de 3 000 euros.
<b>Quiétude Autonomie</b>	Contrat d'assurance dépendance totale, permettant de disposer d'un capital accessible et transmissible.
<b>Résolys Obsèques Financement et Résolys Obsèques Prestations</b>	Contrats obsèques assurant le versement d'un capital (et pour Résolys Obsèques Prestations de prévoir à l'avance l'organisation de ses obsèques) en cas de décès dans le but de financer ses obsèques.
<b>Séralys Premiers Frais</b>	Contrat d'assurance temporaire décès toutes causes permettant de régler les premières dépenses, alors que les comptes courants et les comptes d'épargne sont bloqués.
<b>Forfaitys Accidents</b>	Contrat permettant le versement d'un capital forfaitaire en cas d'invalidité permanente d'au moins 10 % suite à accidents (hors accident du travail)
<b>Futurys</b>	Contrat qui prévoit le versement d'un capital correspondant aux versements mensuels restant à réaliser sur un contrat d'épargne en cas de décès accidentel

La gamme Prévoyance de La Banque Postale offre :

- une réponse dans chaque domaine de la Prévoyance,
- des produits simples, accessibles avec un tarif ajusté pour le maximum de garanties,
- des produits qui proposent des prestations de services et d'accompagnement des clients ou de leurs proches, dans des moments difficiles de leur vie,
- des produits souples et adaptables : des formalités d'adhésion réduites au minimum, des modifications de contrat possibles en fonction de l'évolution de la situation de chacun.

### **FUTURYS, POUR GARANTIR LES VERSEMENTS FUTURS**

Le contrat Futurys a pour objectif de sécuriser la réalisation d'un projet important pour l'un de ses proches ou sa famille. En effet, il permet, en cas de décès accidentel, le versement d'un capital correspondant aux engagements mensuels restant à réaliser sur un contrat d'épargne. Futurys peut être associé aux contrats d'assurance vie Vivaccio et GMO mais aussi aux Plans d'Epargne Logement de La Banque Postale. La cotisation à ce contrat est unique et démarre à 10,35 euros.

## ENTREPRISES, COLLECTIVITES, ASSOCIATIONS

Avec plus de 415 000 associations, 68 000 commerçants et professions libérales, 24 000 PME, et 1 500 grandes entreprises qui lui font aujourd'hui confiance, **La Banque Postale occupe une place significative sur le marché des personnes morales.**

La Banque Postale est ainsi l'un des tout premiers partenaires du secteur associatif : près de 50 % des associations françaises détiennent aujourd'hui un CCP. Elle est également un partenaire pour des grands facturiers, des institutionnels ou des grandes entreprises.

N'ayant pas la possibilité de proposer de crédits aux personnes morales, l'offre de La Banque Postale se compose de trois grands types de produits :

- les produits de flux,
- les produits de placement et de gestion de trésorerie,
- les différents supports d'ingénierie sociale.

En matière de flux, La Banque Postale enregistre une **augmentation des encours gérés** ainsi qu'une **progression sensible de la performance commerciale** dans la distribution de Services et Moyens de Paiements sur l'ensemble de la clientèle, de la Très Petite Entreprise aux grands comptes, malgré un environnement fortement concurrentiel. **Plus de 2 200 nouveaux contrats monétiques ont été commercialisés**, et plusieurs très grandes entreprises ont accordé ou renouvelé leur confiance à la banque, comme par exemple GDF, la RATP ou GMF.

**Globalement, le PNB généré par la commercialisation de Services et Moyens de Paiements aux Entreprises, en Espaces Entreprises et au pôle « Grands Clients », a progressé de 8,45 % en 2007, pour s'élever à 105,2 millions d'euros.**

La gamme de produits de flux s'est enrichie en 2007 de l'offre *SwiftNet* permettant aux entreprises de communiquer d'une manière standardisée et sécurisée avec chacune de leurs banques, dans tous les pays couverts par le réseau Swift.

Un nouveau service d'externalisation du traitement des chèques des entreprises a également été mis en place en 2007, le service *Externéris*.

*Scellius Net*, solution de règlement sécurisée à distance par Internet, téléphone ou courrier, a poursuivi son développement. Près de 550 sites de e-commerce ont été équipés en 2007, et plus de 900 000 transactions CB ont ainsi été traitées.

Enfin, *OPNet*, le service de gestion des flux de virements, de prélèvement et d'effets de commerce sur Internet a poursuivi sa progression en 2007 avec quasiment 1 000 nouveaux abonnés.

Ces résultats illustrent concrètement l'ambition affichée par La Banque Postale de devenir une banque de référence dans le traitement et la gestion des flux d'ici 2010.

En matière de gestion et placement de trésorerie, la gamme de La Banque Postale s'est enrichie d'une offre de Certificat de dépôt et de Compte à terme.

S'agissant de l'offre d'ingénierie sociale, troisième pilier de l'offre commerciale aux personnes morales, l'offre de La Banque Postale a continué de se diversifier en 2007.

Destinée à valoriser et à motiver les salariés des petites et moyennes entreprises, le CADO CHEQUE est désormais commercialisé auprès des personnes morales. En outre, le service Genius, proposé par La Poste, qui permet de trouver facilement des prestataires de services à la personne agréés par l'Etat, a été inclus dans l'offre Titre CESU<sup>MD</sup> de La Banque Postale.

En 2007, 628 contrats ont été signés pour 1,385 million d'euros de CADO CHEQUE. Quant aux Titres CESU<sup>MD</sup>, La Banque Postale compte, après 18 mois d'activité, 550 entreprises clientes et plus de 300 000 titres émis pour près de 6 000 bénéficiaires.

La Banque Postale propose également une offre d'épargne salariale segmentée en fonction de la taille de l'entreprise :

- **Décisiel PACK**, une offre packagée destinée aux entreprises de moins de 20 salariés,
- **Décisiel ENTREPRISE**, une offre modulable pour les entreprises de taille supérieure.

La gamme de Fonds Communs de Placement Entreprise (FCPE) se compose de 5 fonds, répondant à toutes les sensibilités : sécuritaire, prudente, dynamique, socialement responsable...

En 2007, La Banque Postale s'est fortement investie par la mise en place d'une nouvelle organisation commerciale visant à optimiser la qualité, l'efficacité et le développement de la relation commerciale avec ses clients.

Désormais, La Banque Postale dispose de deux structures commerciales dédiées :

- **Le pôle « Grands Clients »** au sein de la Direction des Entreprises, des Collectivités et des Associations est au service des Grands Clients Corporate. Aujourd'hui au nombre de 160, ces derniers bénéficient du suivi personnalisé et de l'expertise de quatre Conseillers Spécialisés Grands Clients, travaillant chacun en binôme avec un Assistant Clientèle Spécialisé.

Avec près de 75 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2007 (+ 6,2 % par rapport à 2006), cette structure intégrée facilite et favorise une pro-activité accrue face aux attentes spécifiques et sur mesure de cette clientèle.

- **Les Espaces Entreprises**, réseau physique localisé en régions, ont vocation à optimiser les conditions d'accueil, de réception et de suivi commercial des 50 000 entreprises clientes régionales les plus représentatives. A fin 2007, La Banque Postale compte 115 Conseillers Spécialisés Entreprises (CSE) et 80 Assistants Commerciaux, répartis en 23 équipes régionales.

Courant 2007, ces deux organisations se sont vues renforcées par la création du **pôle « Appel d'Offres »**. Grâce à cette nouvelle structure dédiée à la recherche, l'analyse et la réponse aux appels d'offres nationaux et régionaux, La Banque Postale a répondu, en 2007, à 120 appels d'offres, contre 26 en 2006.

Les appels d'offres remportés ont notamment permis à La Banque Postale d'augmenter significativement ses volumes de TIP et de prélèvements. La Banque Postale traite désormais 30 millions de TIP, soit près de 23 % du marché.

La Banque Postale dispose également d'un numéro de téléphone, « Contact Entreprises » (le 0820 826 826), ainsi qu'un site Internet dédié, accessible à partir du site [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr). Structuré autour de 5 grands besoins (Encaisser, Régler, Placer, Motiver et Echanger), ce site qui s'appuie sur des témoignages concrets de clients de La Banque Postale, présente l'ensemble de l'offre de La Banque Postale destinée aux entreprises, aux institutionnels et aux associations.

## UNE ACTIVITÉ RÉSOLEMENT MULTICANALE

- **274 millions d'opérations guichet**
- **5,5 millions de Rendez-Vous Clients (+ 10 % par rapport à 2006)**
- **233 millions de contacts via les canaux de la banque à distance (serveurs vocaux, plates-formes téléphoniques, Minitel, Internet, courriels, SMS)**
- **DAB/GAB : 472 millions d'opérations (+ 3,7 %)**
- **4 millions d'abonnés au service de gestion de comptes par Internet (+ 14,3 % par rapport à 2006)**
- **Au total, 1 milliard de contacts clients tous canaux confondus**

La Banque Postale a pour ambition d'être la banque multicanale la plus proche de ses clients. Pour cela, pionnière de la relation commerciale à distance, La Banque Postale a développé depuis de nombreuses années une stratégie multicanale au service de ses clients qui s'appuie sur la complémentarité entre le réseau postal, fort de plus de 17 000 points de contact, les 23 Centres Financiers, plates-formes de relation commerciale à distance, de gestion et de production (accessibles par courrier, courriel et téléphone) et les possibilités offertes par les canaux automatiques (Internet, Internet sur téléphone mobile, automates de banque, téléphone, minitel, SMS...) en constant développement.

Ce dispositif, issu de la philosophie et des valeurs d'accessibilité, de simplicité et de confiance de La Banque Postale permet d'accéder aux produits et services de La Banque Postale 24h/24, 7j/7, en tout lieu et à tout moment.

### **Le bureau de poste, point de départ de la relation client**

**Le bureau de poste reste le point de départ de la relation client** (découverte des besoins du client, ouverture d'un compte) **et le lieu privilégié pour la souscription de produits d'épargne longue à incidence fiscale et/ou patrimoniale, nécessitant un conseil personnalisé.**

En bureaux de poste, des espaces conseil sont réservés aux entretiens entre les clients et les conseillers bancaires.

La Banque Postale a activement participé à la modernisation du réseau des bureaux de poste visant à améliorer les conditions d'accueil de sa clientèle. Au total, 2 000 bureaux de poste ont été modernisés à fin 2007. Pour les plus importants d'entre eux, cette rénovation a été réalisée selon le concept du « bureau du futur », ayant 3 ambitions : le réaménagement de la zone d'accueil du public pour mieux orienter les clients, le développement de la zone de libre service avec des automates facilitant les opérations courantes et la structuration de l'espace conseil réservé à La Banque Postale afin de créer un environnement de qualité pour les entretiens.

En outre, La Banque Postale participe également au projet « Contre toute attente » initié par le groupe La Poste, qui vise à réduire les files d'attente en bureaux de poste et fait de l'accueil des clients une priorité. En 2007, 1 000 bureaux ont été concernés par ce projet qui a conduit pour les activités bancaires à l'installation de terminaux libre service, d'urnes de dépôts de chèques et au déploiement de nouveaux applicatifs informatiques.

## LA LIGNE CONSEIL BANCAIRE EN BUREAUX DE POSTE

Les forces de vente en bureaux de poste dédiées à La Banque Postale sont structurées en fonction des besoins du client :

- le **gestionnaire de clientèle** assure l'accueil dans le bureau de poste. Il joue un rôle essentiel, recevant les clients sans rendez-vous pour toute demande d'information, pour ouvrir un compte ou souscrire à certains produits de la gamme ;
- le **conseiller financier** assure un niveau plus approfondi de la relation bancaire : il accompagne et conseille notamment la clientèle des jeunes et/ou en phase d'équipement dans la constitution progressive de leur patrimoine ;
- le **conseiller clientèle** apporte des conseils adaptés aux clients souhaitant optimiser leur épargne et constituer un patrimoine ;
- le **conseiller spécialisé en patrimoine** accompagne la clientèle plus avertie souhaitant optimiser son patrimoine et/ou à la recherche de solutions financières plus élaborées et répondant à des projets précis (bilan fiscal, succession, retraite...) ;
- le **conseiller en gestion de patrimoine** est dédié à la clientèle dite patrimoniale nécessitant une expertise spécifique. Cette force de vente sera mise en place en 2008.

A ces conseillers, s'ajoute deux catégories de conseillers spécialisés :

- le **conseiller spécialisé en immobilier**, dédié à la prescription de prêts immobiliers, conseille et accompagne les futurs acquéreurs tout au long de leur projet, en montant les dossiers de financement, en leur facilitant les démarches et en leur prodiguant leur expertise ;
- le **conseiller spécialisé en entreprises**, dédié à la clientèle Entreprises, conseille et accompagne les clients dans leur projet professionnel. Ils sont désormais implantés au sein des Espaces Entreprises.

En 2007, la ligne Conseil bancaire, c'est-à-dire les forces de ventes en bureaux de poste dédiées à La Banque Postale a connu une augmentation de 7 % de ses effectifs, qui s'élèvent à 10 564 conseillers.

Les forces de ventes dédiées à La Banque Postale, comptent, à fin 2007, 1 516 gestionnaires de clientèle, 4 915 conseillers financiers et 2 670 conseillers clientèle. Les conseillers spécialisés en patrimoine sont quant à eux passés de 652 à 721 et les conseillers spécialisés en immobilier de 694 à 742.

Au sein du bureau de poste, les guichetiers viennent compléter cette organisation commerciale et traiter les transactions des clients de La Banque Postale. **En 2007, ce sont 274 millions d'opérations bancaires qui ont été effectuées au guichet.**

En 2007, en partenariat avec les communes, 477 agences postales communales ont été créées ainsi que 210 relais poste commerçants. **Pour La Banque Postale, ces points de contacts de proximité permettent de traiter l'essentiel de leurs opérations courantes, lorsqu'ils ne peuvent se déplacer au bureau de poste.**

### **Les Centres Financiers, au cœur du dispositif**

En complément de l'action des conseillers du Réseau Grand Public, La Banque Postale s'appuie sur l'expertise des **Conseillers des Centres Financiers**, dans les différents domaines de la relation commerciale à distance : prise en charge des demandes clients, gestion et suivi des contrats, ventes de produits et de services simples liés à l'Argent au Quotidien, à la Prévoyance ou à la banque à distance. Au total, ce sont 1 600 conseillers qui assurent un lien direct avec les clients par téléphone, courrier ou courrier électronique, pour apporter la réponse la plus adaptée aux demandes courantes.

**En 2007, 743 300 souscriptions à distance ont été réalisées dont 525 900 pour des produits simples, 176 800 pour des offres groupées et 40 600 pour des produits de prévoyance.**

## **CHIFFRES CLÉS DE LA RELATION CLIENT EN CENTRES FINANCIERS**

- . 6 millions de lettres et 450 000 e-mails traités,
- . près de 18 millions d'appels téléphoniques reçus,
- . près de 750 000 souscriptions de produits ou de services à distance,
- . plus de 100 000 dossiers de prêts immobiliers traités.

### **Les services de banque automatique**

Enfin, La Banque Postale met à la disposition de tous ses clients les canaux et les services permettant de répondre à leurs attentes sans contrainte de lieu ou d'horaires, notamment grâce aux services de la banque à distance. Les canaux de **Banque électronique (DAB/GAB, Serveurs vocaux, Minitel, Internet, SMS)** offrent aux clients 24 h/24 :

- des informations sur les produits et services financiers de La Poste,
- des informations courantes et des services d'alertes (soldes de comptes, détail des opérations),
- des transactions (retraits, ordres de bourse, virements, gestion, modifications de contrats...)

avec un niveau de qualité de service, d'accessibilité, de simplicité d'utilisation et de sécurité reconnu.

#### ▪ **FORT DEVELOPPEMENT DE LA BANQUE EN LIGNE ([WWW.LABANQUEPOSTALE.FR](http://WWW.LABANQUEPOSTALE.FR))**

Le portail de La Banque Postale a enregistré 9 millions de visites par mois soit une progression de 60 % sur l'année. A fin 2007, le service de consultation et de gestion des comptes sur Internet comptait 4 millions d'abonnés, soit 500 000 de plus que l'année passée.

Tout au long de l'année 2007, La Banque Postale a fait évoluer son offre de banque en ligne : Les services de consultation et de gestion de compte en ligne sont désormais gratuits et une nouvelle offre de services d'alertes a été proposée sur abonnement.

Les services de consultation et de gestion de compte ont également été améliorés, notamment :

- recherche d'opération sur les comptes courants, comptes d'épargne,
- consultation des contrats d'assurance vie et de prévoyance sur Internet,
- commande de RIB, de chèquiers ou de chèque voyage en ligne,
- mise en place d'un dispositif de contrôle des ordres de bourse inhabituels,
- suivi des dépenses réalisées sur carte bancaire à débit différé.

En outre, de nouveaux sites ou et de nouveaux espaces d'informations ont été lancés en 2007. (Exemples : Les sites [www.labanquepostale-prevoyance.fr](http://www.labanquepostale-prevoyance.fr), [www.labanquepostale-gestionprivee.fr](http://www.labanquepostale-gestionprivee.fr) ; les espaces CESU pour les financeurs, Badoo pour les jeunes...).

Grâce au portail [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr), la relation bancaire est facilitée : il permet, par exemple, de découvrir les services et produits de La Banque Postale, de prendre rendez-vous avec un conseiller, de contacter les Espaces Entreprises, de disposer des formulaires de commande à distance de produits tels que TéléTVA ou Titres CESU, ou encore d'accéder à l'espace transactionnel sécurisé « Vidéoposte Net ».

#### ▪ **DAB / GAB : UN RÉSEAU EN DÉVELOPPEMENT ET DE NOUVELLES FONCTIONNALITÉS**

Les automates de banque (DAB/GAB) ont vu leur parc augmenter avec des fonctionnalités accrues : le réseau d'automates de La Banque Postale compte, à fin 2007, 5 080 automates, permettant de retirer de l'argent, mais aussi de consulter le solde des comptes et les cinq dernières opérations, soit 125 unités de plus par rapport à 2006.

## **Les partenariats : un nouvel axe de distribution pour La Banque Postale**

Fidèle à sa stratégie de distribution multicanal et en complément du réseau des bureaux de poste, La Banque Postale a noué, en 2007, des partenariats pour développer la distribution de ses produits et services en s'appuyant sur le réseau de distribution du partenaire.

Ainsi, **La Banque Postale a signé un accord de partenariat innovant avec La Matmut**, grand assureur mutualiste pour la distribution par le réseau de la Matmut de crédits immobiliers proposés par La Banque Postale.

Le réseau des 577 agences de la Matmut identifie la demande de ses sociétaires, la qualifie et l'oriente vers la plate-forme téléphonique dédiée de La Banque Postale. Cette dernière procède à l'instruction commerciale et administrative des dossiers et maîtrise l'octroi du crédit.

Après une période de test concluante dans deux régions (autour d'Amiens et de Rennes), l'offre de prêts *Pactys* de La Banque Postale, commercialisée sous le label « Matmut / La Banque Postale », a été étendue aux 2,7 millions de sociétaires de La Matmut depuis début novembre 2007. Ce nouveau canal de distribution affiche des résultats encourageants.

**En outre, La Banque Postale a également noué un partenariat commercial et financier avec CMP Banque**, filiale bancaire du Crédit Municipal de Paris, pour proposer une offre élargie visant à mieux servir leurs clientèles fragiles et modestes.

Actuellement et conformément à l'accord cadre, deux partenariats commerciaux concernant les crédits de restructuration et les crédits immobiliers ont été signés et sont progressivement généralisés, depuis fin 2007 aux clientèles de Paris et de l'Île de France.

Ainsi les clients de La Banque Postale en situation financière fragile bénéficient de l'expertise de CMP Banque en matière de crédits de restructuration, ce produit participant à la lutte contre l'exclusion bancaire. De leur côté, les clients de CMP Banque ayant un projet immobilier ont maintenant accès à l'intégralité de l'offre de crédit de La Banque Postale.

Une action conjointe en matière de micro-crédit social va prochainement être mise en place et, à terme, des produits développés en commun seront proposés pour les agents municipaux de la Ville de Paris et de l'AP-HP, ainsi que pour la clientèle en situation financière fragile.

Enfin, sur le plan financier, La Banque Postale s'est engagée à contribuer au développement de CMP Banque et pourra entrer progressivement dans son capital dans la limite de 19,9 %.



## FORTE CONTRIBUTION DES FILIALES AUX RÉSULTATS DE LA BANQUE POSTALE

Fortement intégrées à l'action de la banque, les filiales et participations de La Banque Postale apportent des savoir-faire spécialisés et jouent un rôle essentiel sur les plans stratégique, financier et technique.

A l'exception de La Banque Postale Gestion Privée (ex-Efiposte Gestion), de quelques participations de place et de deux SCI qui regroupent ses implantations immobilières détenues en propre, **les filiales et participations opérationnelles de La Banque Postale sont regroupées dans la société holding SF2**, créée en décembre 2000.

Les filiales et participations de La Banque Postale s'organisent autour de **trois secteurs d'intervention principaux** :

- **assurance** (La Banque Postale Prévoyance, Sogerco, Sopassure) ;
- **gestion d'actifs** (La Banque Postale Asset Management, XAnge Private Equity, Ciloger) ;
- **moyens de paiement** (Titres Cadeaux, BMS, la Société Financière de Paiement (SFDP) Europay France, SAS Carte Bleue, Eurogiro, Crédit Logement,...).

Dans le domaine de l'assurance :

• **La Banque Postale Prévoyance** (*ex-Assurposte*), *société d'assurance de personnes*

La Banque Postale Prévoyance est une filiale détenue à parts égales par SF2 et CNP Assurances. Elle porte la gamme des produits de prévoyance commercialisés par La Banque Postale.

La Banque Postale Prévoyance a réalisé, en 2007, une année exceptionnelle, tant au niveau du nombre de contrats produits, qu'au niveau du chiffre d'affaires. En effet, 458 000 contrats en prévoyance individuelle ont été souscrits en 2007, soit une croissance de 21 % par rapport à 2006. Quant au chiffre d'affaires total, il progresse de 54 % par rapport à 2006, pour atteindre près de 320 millions d'euros.

La Banque Postale Prévoyance a réalisé un résultat net de près de 17 millions d'euros contre près de 15 millions d'euros en 2006, en progression de plus de 12 %.

• **Sogerco**, *cabinet de courtage d'assurances de La Banque Postale*

Sogerco est une filiale détenue à 100 % par SF2 ; elle est le conseil et le maître d'œuvre des produits d'assurances de risques que La Banque Postale est autorisée à proposer. En outre, elle intervient en tant que conseil en assurance pour toute mission que le groupe La Poste souhaite lui confier.

En 2007, Sogerco a vu son chiffre d'affaires progresser de 26,9 à 33,5 millions d'euros, soit une croissance de 24,6 % sur l'année.

Sogerco a réalisé un résultat net de 19,3 millions d'euros en 2007, en augmentation de 22,2 % par rapport à 2006.

- **Sopassure**

Holding commune de La Banque Postale et des Caisses d'Épargne, détenue à 50,02 % par La Banque Postale, Sopassure regroupe les participations de La Banque Postale et des Caisses d'Épargne dans CNP Assurances.

Sopassure détient près de 36 % du capital de CNP Assurances. CNP Assurances apporte, en 2007, une contribution de 227 millions d'euros aux résultats consolidés de La Banque Postale.

Dans le domaine de la gestion d'actifs :

- **La Banque Postale Asset Management (LBPAM), société de gestion collective**

La Banque Postale Asset Management, détenue à 100% par SF2 depuis le 4 septembre 2006, est en charge de la gestion des OPCVM de La Banque Postale.

En 2007, LBPAM a créé deux filiales spécialisées pour accélérer son développement et mieux répondre aux besoins de ses clients :

. La Banque Postale Structured Asset Management (LBPSAM), agréé par l'AMF, le 5 octobre. Filiale à 100 % de LBPAM, elle assure la gestion, la conception et le montage des fonds structurés (ou « à formule »). Forte de la reprise sous gestion des FCP structurés auparavant gérés par LBPAM et du succès commercial des offres lancées, LBPSAM affichait déjà 3,3 milliards d'euros sous gestion au 31 décembre 2007.

. LBPAM a également lancé en partenariat avec OFI Asset Management une société d'incubation de jeunes sociétés de gestion, appelée AmLab. Filiale détenue à parts égales, elle porte des prises de participation dans des sociétés de gestion sélectionnées qu'elle va soutenir au plan financier, juridique, marketing et commercial. Sous forme capital risque, elle investit dans des entreprises en création et injecte du capital développement pour de jeunes sociétés déjà rentables qui souhaitent aborder une nouvelle étape de leur croissance. AmLab a pour vocation de faire émerger en 5 ans, une quinzaine de sociétés de gestion susceptibles de devenir des moteurs de performances de demain grâce aux classes d'actifs ou techniques de gestion très pointues qu'elles développent.

Au 31 décembre 2007, LBPAM et LBPSAM géraient 33,3 milliards d'euros d'encours, en progression de 3,1 %, par rapport à 2006. 76 % de ces encours sont détenus par la clientèle des particuliers et 24 % par la clientèle institutionnelle. Le résultat net pour 2007 s'élève à 17,7 millions d'euros, en progression de 10 %.

- **XAnge Private Equity, société de gestion et conseil en capital investissement**

Le capital de XAnge Private Equity, créée en 2004, est aujourd'hui détenu à 90 %, par La Banque Postale après rachat de la participation d'ABN Amro France, et 10 % par le management. Il est envisagé d'ouvrir le capital dans le cadre d'un nouveau partenariat. La société gère 9 FCPI à vocation généraliste et un FCPR de capital développement.

En 2007, la société a poursuivi son développement et ses levées de fonds : Elle a géré un nouveau FCPI, La Banque Postale Innovation 4 de 30,5 millions d'euros et la levée du fonds de capital développement Xpansion s'est achevée pour un total de 50,5 millions d'euros dont 23% de capitaux d'origine étrangère.

XAnge Private Equity conseille également la SCR XAnge Capital, dotée de 65 millions d'euros, qui a pour vocation d'investir dans des entreprises dont les activités sont connexes aux métiers postaux.

Le chiffre d'affaires de XAnge Private Equity s'élève à près de 6,4 millions d'euros, en progression de plus de 36 % par rapport à 2006.

- **La Banque Postale Gestion Privée (ex-Efiposte Gestion), société de gestion de portefeuille**

La Banque Postale Gestion Privée est une filiale détenue à 100 % par La Banque Postale et dédiée à la gestion financière de portefeuilles de valeurs mobilières sous mandat.

Cette activité s'adresse principalement à une clientèle patrimoniale souhaitant diversifier son épargne sur les marchés financiers tout en bénéficiant des compétences et de l'expertise de gérants reconnus et expérimentés.

En 2007, l'activité de mandat de gestion a enregistré plus de 1 100 nouveaux comptes pour sa première année complète de distribution active.

Pour mieux servir ses clients patrimoniaux et leur proposer une gamme de produits et services répondant à leurs besoins spécifiques, La Banque Postale a conclu le 25 octobre 2007 un accord de partenariat avec Oddo & Cie qui se traduira notamment par une prise de participation de Oddo & Cie dans le capital de La Banque Postale Gestion Privée.

- **CILOGER, société de gestion de SCPI et d'OPCI**

Ciloger, détenue à 45 % par SF2, a été créé en 1984 sous l'égide de la Caisse des Dépôts et Consignations. Elle conçoit et développe des Sociétés Civiles de Placement Immobilier (SCPI), investies en immobilier d'entreprise et en logements et des Organismes de Placement Collectif en Immobilier (OPCI). En effet, le 10 juillet 2007, le collège de l'AMF a agréé Ciloger en tant que Société de Gestion de Portefeuille. Cet agrément a permis à la société de créer 2 OPCI et de transformer une SCPI en OPCI. Dédiés aux investisseurs institutionnels, ces 3 véhicules à règles de fonctionnement allégées sont des Sociétés de Placement à Prépondérance Immobilière et à Capital Variable (SPPICAV). Dans le même temps, Ciloger a maintenu une offre SCPI à destination des réseaux de ses deux actionnaires principaux que sont La Banque Postale et le groupe Caisse d'Épargne. Ainsi, au 31 décembre 2007, Ciloger assure la gestion de 5 SCPI fiscales, 3 SCPI de rendement et de 3 OPCI.

Les encours gérés par Ciloger atteignent, à fin 2007, le milliard d'euros, dont :

- . plus d'un tiers sont détenus par des OPCI RFA,

- . plus des deux tiers sont investis dans le secteur du commerce, faisant ainsi de Ciloger un investisseur de référence dans cette classe d'actifs.

Ciloger a déposé auprès de l'AMF une demande d'agrément pour une OPCI grand public destiné aux clients de La Banque Postale.

Ciloger propose une gamme complète de produits d'épargne immobilière : bureaux, locaux d'activité, centres commerciaux, boutiques et logements.

Dans le domaine des moyens de paiement :

- **Société Financière de Paiements (SFdP)**

La Société Financière de Paiements (SFdP), détenue à 49 % par La Banque Postale, est une filiale commune avec Western Union. Elle a pour objet de distribuer l'offre de transferts d'argent Western Union en France, dans des points de vente complémentaires à ceux de La Banque Postale.

En 2007, le réseau en propre de la SFdP est passé de 9 à 23 agences, dont 5 agences issues du réseau CPR Billets, acquises en 2006. La Société Financière de Paiements dispose au total de 59 points de distribution.

L'effectif de la société a triplé en 1 an, avec le recrutement, l'intégration puis la formation de 90 personnes.

Le développement du réseau d'agences en propre ainsi que le partenariat de distribution noué avec Travelex ont significativement contribué à l'augmentation de l'activité. La Société Financière de Paiements a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires de 8,57 millions d'euros, en progression de 68 %.

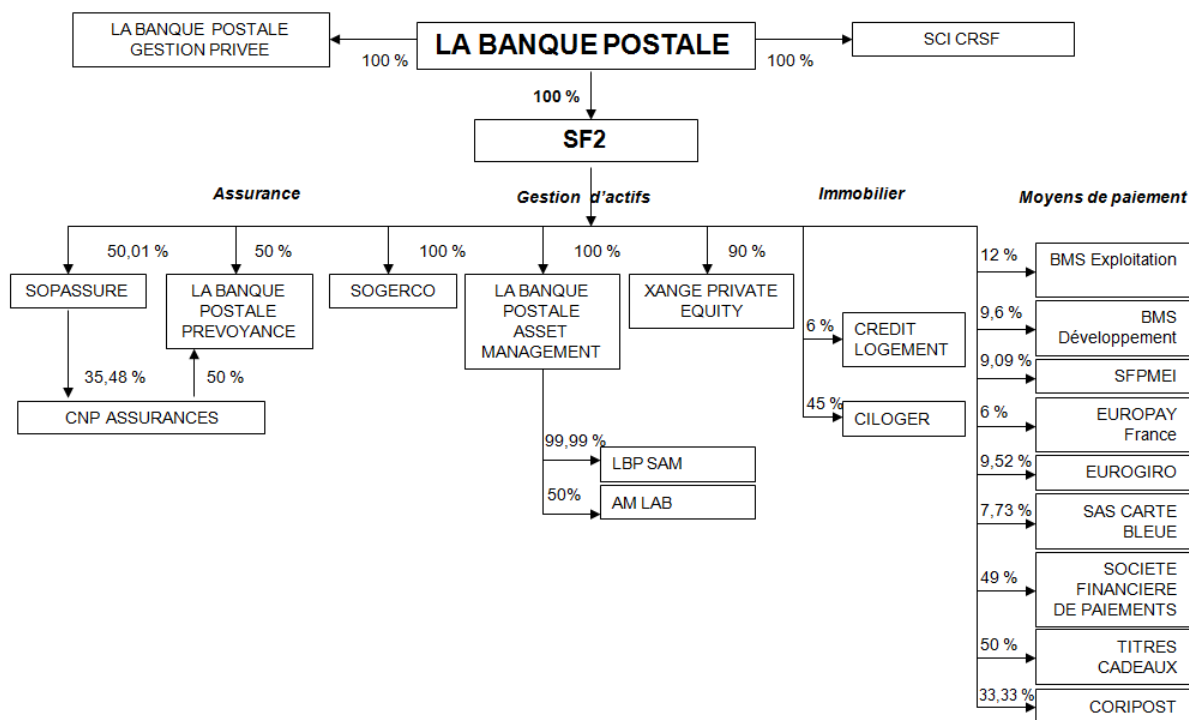
• **SAS Titres Cadeaux**

SAS Titres Cadeaux, créée en mars 2006, est une filiale de La Banque Postale et de Natixis, détenue à parts égales. Elle a pour objectif l'émission et la mise en marché de chèques et de cartes cadeaux multi-enseignes auprès des dirigeants d'entreprises, des comités d'entreprises et des particuliers au travers des réseaux de distribution de La Banque Postale et des Banques Populaires.

La société Titres Cadeaux a développé des partenariats avec 75 enseignes de distribution et de services parmi les leaders en France sur leurs secteurs d'activité et dotées d'un véritable maillage national. Ce sont désormais plus de 10 000 points de vente qui acceptent le chèque cadeau multienseigne, CADO CHEQUE.

La valeur faciale des titres vendus par Titres Cadeaux s'est élevée, fin 2007, à 43 millions d'euros, représentant le triple de la valeur commercialisée en 2006.

**Structure juridique simplifiée  
de La Banque Postale au 31 décembre 2007**



# FAITS MARQUANTS 2007

## ACTIVITÉ, PARTENARIATS, VIE D'ENTREPRISE

### ACTIVITÉ

**10 mai 2007** – La Commission européenne rend sa décision sur la banalisation de la distribution du Livret A. Cette décision ouvre la distribution du Livret A à toutes les banques et reconnaît les missions d'intérêt général qui lui sont attachées : le financement du logement social et, pour la première fois, l'accessibilité bancaire.

**30 mai 2007** – La Banque Postale obtient du CECEI une extension d'agrément pour l'octroi de microcrédits sociaux.

**septembre 2007** – Jean-Paul Bailly, Président du groupe La Poste, décide de faire évoluer l'organisation de La Poste. Dans ce cadre, La Banque Postale met en place, le 1<sup>er</sup> janvier 2008, une direction commerciale dont la structure se décline au niveau national, régional et local.

**5 septembre 2007** – Pour accompagner le développement de La Banque Postale, La Poste recrute 1 000 Conseillers Financiers.

**10 septembre 2007** – Une nouvelle gamme de relevés de compte CCP et épargne est déployée. Plus clairs, plus lisibles et personnalisés, ces relevés au graphisme rénové offrent au client de nouvelles fonctionnalités qui lui donnent une vision synthétique et complète de leur compte.

**13 septembre 2007** – La Banque Postale dépose son propre recours devant le Tribunal de Première Instance des Communautés Européennes en annulation de la décision concernant le Livret A.

**21 septembre 2007** – La Banque Postale s'associe à la création de Coripost Africa SA, coentreprise qui associe 26 postes africaines pour échanger des mandats express internationaux (MEI). Dans le même temps elle signe un accord pour l'exploitation du MEI avec le Mali.

**27 septembre 2007** – La Banque Postale Asset Management (LBPAM) s'associe à OFI Asset Management pour lancer "AMlab" : une structure d'incubation pour de jeunes sociétés de gestion. Son objectif est de faciliter et d'accélérer le développement de nouvelles sociétés de gestion en leur apportant un soutien financier, juridique, marketing et commercial.

**5 novembre 2007** – La Banque Postale et son partenaire CNP Assurances, actionnaires à parts égales d'Assurposte font évoluer la raison sociale de leur filiale dédiée à la prévoyance : elle devient La Banque Postale Prévoyance.

**9 novembre 2007** – La Banque Postale, avec 6 grandes banques, quatre opérateurs de téléphonie mobile, Visa Europe et MasterCard Worldwide lancent l'opération « Payez mobile » qui vise à expérimenter le paiement sans contact par téléphone mobile. Objectif : mettre à disposition des clients un moyen de paiement rapide, simple et offrant le même niveau de sécurité que la carte bancaire, pour effectuer leurs transactions de la vie quotidienne, via la carte Sim des téléphones.

**24 octobre 2007** – La Banque Postale reçoit le feu vert de l'État pour élargir sa gamme de produits et de services aux particuliers aux crédits à la consommation.

**3 décembre 2007** – La Banque Postale lance le processus de sélection d'un partenaire industriel et financier pour le crédit à la consommation en vue d'une mise en marché en 2009.

## **PARTENARIATS**

**2 février 2007** – Le contrat de partenariat avec Western Union est renouvelé pour trois années supplémentaires pour les services de transferts internationaux de fonds.

**7 mars 2007** – La Banque Postale signe un accord avec Poste Maroc en vue de proposer des services financiers nouveaux aux Marocains en France, favorisant ainsi la double bancarisation de ses clients en France et au Maroc.

**16 avril 2007** – La Banque Postale et la Matmut concluent un partenariat pour la commercialisation de produits et services. Le premier point d'application de cet accord porte sur la distribution par le réseau de la Matmut de crédits immobiliers de La Banque Postale.

**24 mai 2007** – La Banque Postale devient partenaire de La Fondation du Bénévolat et contribue ainsi à faciliter concrètement le quotidien des bénévoles au sein des associations.

**13 septembre 2007** – La Banque Postale noue un partenariat commercial et financier avec la filiale bancaire du Crédit Municipal de Paris (CMP Banque).

**9 novembre 2007** – La Banque Postale signe une convention de mécénat pour trois ans avec la Fondation greffe de vie. Elle affirme ainsi ses valeurs de solidarité en devenant un relais actif au service du don d'organe.

**11 décembre 2007** – La Banque Postale noue un partenariat avec Oddo et Cie, pour mieux servir ses clients patrimoniaux. Ce partenariat s'articule autour de la filiale Efiposte Gestion dont Oddo et Cie va prendre une participation minoritaire. A cette occasion, Efiposte Gestion prend le nom de La Banque Postale Gestion Privée le 1<sup>er</sup> janvier 2008.

**21 décembre 2007** – La Banque Postale et Société Générale signent le protocole d'accord qui lance leur partenariat dans la monétique. Celui-ci s'inscrit dans une politique de développement des outils monétiques, de réponses aux défis du SEPA et aux évolutions technologiques.

## **VIE DE L'ENTREPRISE**

**3 mai 2007** – La Banque Postale met en place son pôle gestion d'actifs. Elle se dote ainsi d'une structure unifiée de pilotage et de management chargée de définir les orientations pour l'ensemble des activités de gestion d'actifs.

**25 juin 2007** – La Direction de l'Exploitation des Services Financiers de La Poste précise à son personnel le projet d'intégrer les équipes de la Direction des Opérations bancaires (DOB) de La Banque Postale. En novembre, 93 % des personnels, soit quelque 200 collaborateurs, approuvent leur transfert à La Banque Postale au 1<sup>er</sup> janvier 2008.

**14 décembre 2007** – La signature de l'accord sur l'aménagement du temps de travail crée le concept de crédit temps disponible et fixe les modalités de son fonctionnement pour un meilleur équilibre vie professionnelle, vie privée.

## PERSPECTIVES 2008 DE LA BANQUE POSTALE

Sur le marché de la banque de détail en France, La Banque Postale occupe une place unique et singulière. Aujourd'hui installée dans le paysage bancaire français, La Banque Postale a dessiné son modèle spécifique de banque à la fois « comme les autres », professionnelle, efficace et rentable, et « pas comme les autres », animée des valeurs postales de proximité et de service au plus grand nombre. Assumer ses missions d'intérêt général et créer de la valeur, notamment par l'amélioration de sa rentabilité, sont les fondements de la stratégie de La Banque Postale.

L'évolution de l'environnement de La Banque Postale accentue aujourd'hui la singularité de son modèle. La spécificité de son bilan se révèle ainsi être un atout précieux dans le contexte de crise financière que nous vivons depuis l'été 2007.

Cette singularité se situe d'abord au niveau de ses missions, notamment l'accessibilité bancaire. Au-delà, elle traverse l'ensemble de ses activités par des démarches originales de conception des produits et services, de relation client, par son positionnement tarifaire attractif, par son inspiration solidaire et son engagement dans le développement durable.

En 2008, le cadre dans lequel La Banque Postale exerce ses activités va changer : la réforme du Livret A, la préparation de la mise en place d'une offre de crédit à la consommation et l'ouverture probable à la complétude de gamme projettent La Banque Postale dans une nouvelle phase de développement.

Par rapport à ses concurrents, La Banque Postale dispose d'un potentiel de développement exceptionnel, du fait de l'importance et de la qualité de sa base de clientèle et des moyens (réseau postal, centres financiers, banque à distance) qu'elle déploie pour la mettre en valeur.

La sortie progressive de ses handicaps concurrentiels, notamment de limitation de gamme, permettra à La Banque Postale d'accélérer un développement qui, dès sa création, l'a placée dans le peloton de tête des banques françaises sur ce plan.

Le développement de La Banque Postale va s'accélérer par la montée en puissance de partenariats afin de partager les savoir-faire tout en abaissant le coût des opérations. Les partenariats avec Société Générale pour la monétique, et Oddo & Cie pour la gestion privée vont dans ce sens.

2008 verra la sélection d'un partenaire pour le crédit à la consommation, en attendant le feu vert pour l'assurance dommages.

La Banque Postale poursuit en 2008 le développement de son offre de produits et de services à destination des particuliers comme des personnes morales pour mieux les servir.

## Nouvelle offre CCP

Attentive aux nouveaux usages et aux nouvelles habitudes de ses clients, **La Banque Postale modernise son offre liée au compte courant postal**, en veillant à rester la moins chère des grandes banques à réseau, notamment pour les clientèles moyennes et modestes.

Avec 233 millions de contacts clients pour les services de banque à distance en 2007, la relation client se développe notamment par des contacts téléphoniques en constante augmentation et une fréquentation du site [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr) en plein essor. Forte de ce constat, la nouvelle offre repose sur :

- un accès généralisé à ces services pour l'ensemble de la clientèle, en complément du relevé de compte mensuel qui constitue une synthèse du compte,
- le relevé de compte en ligne qui sera lancé au cours de l'année
- une nouvelle politique tarifaire.

Ainsi, depuis le 1<sup>e</sup> avril 2008, la consultation des comptes par téléphone via le 36 39 baisse de 58 % pour un tarif unique de 0,15 euro TTC par minute. De même, à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2008, les frais de tenue de compte baissent de 35 %, passant de 4,60 euros par an à 3 euros par an, soit 0,25 euro par mois.

Cette nouvelle offre, respectueuse de la politique d'accessibilité et de modération tarifaire de La Banque Postale, propose également au client de conserver son relevé fréquent s'il le souhaite, au prix le plus compétitif du marché. A partir du 1<sup>er</sup> juillet 2008, le client peut choisir le relevé de compte mensuel gratuit ou garder sa fréquence forfait pour le rythme décadaire à 2,25 euros/trimestre, hebdomadaire à 3,25 euros/trimestre et quotidien à 11,25 euros/trimestre.

Pour remercier ses clients les plus fidèles, les comptes ouverts depuis plus de 40 ans peuvent conserver gratuitement la fréquence actuelle de relevé.

Rappelons que La Banque Postale offre, d'ores et déjà, à ses clients de nombreux services liés au fonctionnement du Compte Courant Postal, et cela gratuitement :

- Services de banque à distance sans frais d'abonnement (Téléphone, Minitel, Internet y compris les services Internet Bourse et OPCVM, Internet Mobile),
- retraits d'espèces gratuits aux guichets des Bureaux de Poste,
- retraits déplacés gratuits sur l'ensemble des Distributeurs Automatiques de Billets de la zone Euro,
- envoi gratuit à domicile des chéquiers...

Depuis le 15 mars 2008, les clients de La Banque Postale titulaires d'un compte courant postal reçoivent avec leur relevé une brochure leur présentant l'ensemble de cette nouvelle offre.

## Banque à Distance : amélioration des services

En 2008, La Banque Postale procédera à une série d'évolutions importantes destinées à développer et à faciliter l'accès à son offre de banque à distance :

**Ainsi, un nouveau portail Internet [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr) sera lancé, à la rentrée 2008.** Plus interactif, il facilitera la découverte de l'offre de produits et services en adaptant l'information affichée sur le site en fonction du parcours de chaque internaute. En outre, de nouveaux outils de simulation (Ex. : simulateur immobilier, comparateur épargne, calcul de la retraite, etc.) seront proposés afin d'aider l'internaute à préciser son projet et son besoin et des espaces dédiés à la mise en relation directe avec La Banque Postale seront développés. L'internaute pourra ainsi, via des formulaires à compléter, demander des informations et/ou recevoir une documentation ou être rappelé au téléphone pour prendre un rendez vous avec un conseiller financier ou un conseiller spécialisé en patrimoine ou en immobilier.



**Des espaces seront également dédiés aux différentes clientèles de La Banque Postale pour mieux répondre à leurs besoins spécifiques.** Ainsi, dès le 11 avril 2008, les jeunes actifs disposeront d'un espace regroupant l'ensemble des informations, produits et services adaptés à leurs attentes.

**Les services de consultation et de gestion en ligne des comptes seront enrichis de nouvelles fonctionnalités.**

Ainsi, par exemple, les opérations de virements en ligne seront traités en temps réel, les relevés de comptes seront disponibles en format pdf, les opérations d'arbitrage sur les contrats d'assurance vie seront désormais possible. Les encours de prêts, tout comme les comptes sur livrets ou les valeurs de rachat des contrats d'assurance vie seront bientôt consultables en ligne.

Grâce à l'augmentation du niveau de sécurité des transactions, **la souscription de produits et de services sur Internet sera également disponible à l'aide de la signature électronique.**

**Enfin, l'espace transactionnel sera personnalisé.** Des messages pourront y être postés, grâce à une messagerie sécurisée et une offre de coffre fort électronique sera proposée.

## **Crédits immobiliers : une gamme enrichie**

**La Banque Postale enrichit sa gamme de crédits immobiliers et développe de nouveaux services pour faciliter et accompagner les projets de ses clients.**

Près de 750 conseillers spécialisés en immobilier de La Banque Postale proposent, depuis janvier 2008 :

- ***Pactys Investisseur***, l'offre de prêt de La Banque Postale destinée à financer des opérations à usage locatif.

*Pactys Investisseur* est une offre adaptée aux attentes des clients investisseurs. Elle permet de financer l'achat d'un bien immobilier à usage locatif sur une durée pouvant aller jusqu'à 300 mois, même sans apport personnel.

Comme les autres prêts de la gamme *Pactys* (à l'exception du prêt relais), *Pactys Investisseur* ne comprend pas de frais de dossier et les frais de garantie et de notaires peuvent être financés, dans la limite de 10 % du coût de l'opération hors frais.

Simple et lisible, ce prêt immobilier propose des taux particulièrement attractifs, sous conditions de domiciliation d'un certain niveau de revenus ou de surface financière à La Banque Postale et donne accès à une tarification privilégiée de l'assurance emprunteur groupe de CNP Assurances (assurance décès invalidité : 0,22 % du capital emprunté, le risque incapacité de travail n'étant pas couvert).

Dans le courant de l'année 2008, l'offre de crédits immobiliers s'enrichira de deux nouveaux prêts :

- ***Pactys Relais In Fine***, prêt relais à différé total

*Pactys Relais In Fine* est un prêt relais à différé total où le remboursement du capital et des intérêts se fait à la revente du bien permettant ainsi d'alléger la charge de remboursement des emprunteurs tant qu'ils n'ont pas encore revendu leur bien.

*Pactys Relais In Fine* complète l'offre de prêt relais de La Banque Postale *Pactys Relais*, dont le différé de remboursement porte uniquement sur le capital.

Ce nouveau prêt, d'une durée de 12 mois maximum, propose un taux unique quel que soit le montant du prêt (15 000 euros minimum, calculé sur la base de 80 % de la valeur du bien à vendre, avec possibilité de racheter le capital restant dû sur le bien à vendre).

Le remboursement anticipé partiel ou total est possible à tout moment et sans frais.

Les frais de dossier s'élèvent à 0,5 % du montant du *Pactys Relais In Fine*, avec un minimum de 200 euros et un maximum de 1 000 euros.

- **Pactys In Fine**, prêt « in fine » à taux fixe

*Pactys In Fine* est un prêt immobilier à taux fixe permettant de rembourser le capital emprunté à la dernière échéance du prêt (remboursement de capital différé). Les intérêts sont constants et remboursés mensuellement.

Il est destiné à être vendu conjointement à un contrat d'assurance vie qui, sur la base de versements mensuels, doit au terme du prêt être au moins d'un montant équivalent au capital à rembourser. Cette assurance vie sera affectée à la garantie du prêt (nantissement).

C'est un produit réservé à une clientèle désireuse d'optimiser sa fiscalité et disposant donc de hauts niveaux de revenus et de patrimoine. Il sera exclusivement vendu dans le cadre de *Pactys Investisseur* et proposé par un tandem Conseiller Spécialisé en Immobilier et Conseiller Spécialisé en Patrimoine, à partir de juin 2008.

En outre, La Banque Postale proposera en 2008 une offre de **financement aux SCI, permettant** l'ouverture de la gamme de prêts *Pactys* aux Sociétés Civiles Immobilières de type patrimonial.

Ce type de financement répond aux besoins de clients souhaitant par le biais des SCI :

- . Transmettre « en douceur » du patrimoine immobilier à leurs enfants grâce à des donations de parts de SCI.
- . Eviter certains aléas d'un achat en indivision, notamment pour les familles recomposées, les investisseurs privés, les détenteurs de « maisons de famille »...

## **Nouveautés produits**

### **Le Compte sur Livret de La Banque Postale**

Afin de répondre aux attentes des clients dans la recherche de solutions attractives pour placer leurs liquidités, et qui disposeraient déjà de livrets d'épargne défiscalisés ayant atteint leurs plafonds réglementaires, La Banque Postale propose, depuis le 10 mars 2008, un nouveau livret bancaire.

Ce Compte sur Livret bénéficie des fonctionnalités et des caractéristiques identiques à celles des livrets bancaires fiscalisés diffusés par les grands réseaux (disponibilité, sécurité, rémunération par quinzaine, absence de frais,...).

A l'occasion de son lancement, La Banque Postale organise une opération spéciale, baptisée « 5 / 5 / 5 », qui offre au client pour toute première ouverture de son Compte sur Livret effectuée jusqu'au le 17 mai 2008 :

- un taux de 5 % bruts,
- durant 5 mois,
- à hauteur des 5 000 premiers euros versés.

Au-delà de ce montant et à l'issue de la période de 5 mois, les dépôts sont rémunérés par tranche d'encours aux taux bruts suivants :

- 3,50 % jusqu'à 50 000 euros,
- 3 % de 50 000 euros à 150 000 euros,
- 2,50 % au-delà de 150 000 euros.

Très régulièrement, La Banque Postale adaptera les conditions de rémunération des dépôts afin de permettre à tous de profiter des conditions les plus avantageuses pour une épargne qui reste toujours disponible, en toute sécurité.

## **Elancéo, le nouveau fonds garanti de La Banque Postale**

Commercialisé depuis le 31 mars 2008, *Elancéo* est un fonds garanti qui met en avant une thématique environnementale jusqu'à présent non utilisée par La Banque Postale dans son offre de fonds garantis.

Les problématiques de raréfaction des matières premières, notamment énergétiques, de réchauffement climatique et de traitement de l'eau sont au cœur de l'actualité. Elles incitent les gouvernements à conduire des politiques plus respectueuses de l'environnement. Dans ce contexte, les entreprises évoluant dans ces secteurs voient, depuis 10 ans, leurs débouchés s'élargir régulièrement. Leurs perspectives de valorisation sont intéressantes et devraient permettre d'obtenir un supplément de performance par rapport à un investissement boursier plus classique. C'est ce que La Banque Postale cherche à capter, pour ses clients, à travers *Elancéo*.

Le principe du fonds est de comparer les performances d'un panier d'indices représentatif de trois grandes zones géographiques mondiales (Japon, Etats Unis et Zone Euro) et d'un panier d'indices dédiés à la thématique environnementale et investis dans des sociétés contribuant à la transition vers une consommation en énergie plus respectueuse de l'environnement et des sociétés spécialisées dans la gestion et le traitement de l'eau.

Les évolutions des deux paniers sont régulièrement constatées et comparées. La meilleure des performances est alors retenue.

Si la moyenne des performances ainsi retenues est négative ou nulle, le client bénéficie de la garantie du capital initialement investi (hors commissions de souscription).

Si la moyenne des performances retenues est positive, le client perçoit :

- 50 % de cette moyenne pour *Elancéo 5* (version 5 ans du fonds),
- 70 % de cette moyenne pour *Elancéo 8* (version 8 ans du fonds).

Le fonds peut être souscrit dans le cadre d'un Compte d'Instrument Financier (ordinaire ou PEA) et/ou d'un contrat d'assurance vie. Il est proposé sur deux durées : 5 ou 8 ans.

## **Lutte contre l'exclusion bancaire : signature de partenariats locaux en matière de micro crédit social**

Depuis le 30 mars 2007, La Banque Postale est autorisée à distribuer des micro-crédits sociaux. A cet agrément, s'ajoute la garantie du Fonds de Cohésion Sociale, géré par la Caisse des Dépôts et Consignations, obtenue le 10 mai 2007.

La Banque Postale finance des projets individuels portés par des personnes physiques en situation d'exclusion bancaire du fait de leur faible solvabilité.

Il s'agit de prêts de montant et de durée limitée, de 300 à 3 000 euros et d'une durée comprise entre 6 mois et 36 mois. Les taux de ces prêts s'inscrivent dans la politique de modération tarifaire pratiquée par La Banque Postale, notamment pour les personnes modestes.

L'année 2008 a débuté avec la conclusion de quatre partenariats avec des structures en charge de l'accompagnement social et budgétaire, en Indre, Seine-Maritime et dans le Nord. D'autres partenariats sont en discussion, au niveau local et national.

En adoptant une politique de partenariat active, La Banque Postale s'affirme comme un acteur du développement local et confirme sa place majeure dans la lutte contre l'exclusion bancaire et l'accès du plus grand nombre à des services bancaires de qualité.

## ANNEXE 2007

### ▪ **PRODUIT NET BANCAIRE**

#### PNB 2007 DE LA BANQUE POSTALE : 4 745 MILLIONS D'EUROS

<b>Formation du PNB</b>	<b>en millions d'euros</b>
Marges d'intérêt :	2,458
Commissions nettes :	1,653
Autres :	0,632

### ▪ **COLLECTE**

La collecte globale nette en produits financiers s'élève à 4 227 millions d'euros.

### ▪ **EVOLUTION DES ENCOURS CLIENTÈLE ENTRE 2006 ET 2007**

<b>Encours à fin 2007</b>	<b>en milliards d'euros</b>	<b>Variation en %</b>
Dépôts à vue	39,6	+ 2,3 %
Livrets A et B	54,3	+ 4,2 %
Comptes d'épargne logement (CEL)	6,2	0 %
Plans d'épargne logement (PEL)	20,9	- 8,4 %
Livrets d'épargne populaire (LEP)	13,3	+ 1,9 %
Codevi	3,1	+ 26,8 %
Livrets Jeunes	1,2	+ 3,0 %
OPCVM	16,1	+ 1,7 %
Assurance vie	89,0	+ 9,0 %
Bons d'épargne, Comptes-titres et autre produits	7,0	+ 19,7 %
<b>Total général</b>	<b>250,7</b>	<b>+ 4,5 %</b>

#### VENTILATION DES ENCOURS CLIENTÈLE EN 2007

Epargne Bancaire (Livret A inclus)	40,7 %
Assurance vie	35,5 %
Dépôts à vue	15,8 %
Valeurs mobilières et autres	8,0 %
<b>Total</b>	<b>100 %</b>