



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 24 mars 2009

## **RÉSULTATS 2008 - PERSPECTIVES 2009 DE LA BANQUE POSTALE**

**En 2008, La Banque Postale a confirmé sa place unique et singulière sur le marché de la banque de détail en France**

**2009 : Face à de nombreux facteurs d'incertitude, La Banque Postale se place plus que jamais aux côtés de ses clients**

<p><b>Produit Net Bancaire 2008 : 4 815 millions d'euros</b> <b>(+ 4,6 % hors provisions PEL/CEL, effet Euronext et provisions pour dépréciations durables ou significatives)</b></p> <p><b>Encours à fin 2008 : 270,6 milliards d'euros (+ 7 %)</b></p> <p><b>Résultat Brut d'Exploitation consolidé : 400 millions d'euros (- 22,2 %)</b></p> <p><b>Résultat Net part du groupe : 302,6 millions d'euros (- 43,9 %)</b></p> <p><b>Coefficient d'exploitation : 91,8 %</b></p> <p><b>Ratio Tier One : 10,7 %</b></p>
---

Patrick Werner, Président du Directoire de La Banque Postale, a présenté ce jour les comptes et l'activité 2008 de la Banque et tracé les perspectives de son développement pour l'année 2009.

En 2008, l'activité de La Banque Postale représente 22,9 % du chiffre d'affaires consolidé du groupe La Poste qui s'élève à 20,8 milliards d'euros.

Pour son troisième exercice, La Banque Postale a évolué dans un contexte inédit marqué par une crise économique, une crise de confiance, une crise de liquidité. Dans cet environnement difficile, qui a vu la baisse générale de la valeur des actifs, La Banque Postale a su poursuivre son développement, à un rythme unique sur le marché, et faire la preuve de la solidité de son modèle.

Grâce à la qualité de sa gestion financière, La Banque Postale est la banque française la moins affectée par la crise et ne compte aucun actif toxique. Le bilan de la Banque, caractérisé par de larges capacités de financement et une solvabilité permettant de soutenir son développement, lui a permis d'éviter tout recours aux concours publics.

En 2008, le dynamisme commercial exceptionnel de La Banque Postale s'est ainsi traduit par des gains de parts de marché dans la totalité de ses activités. La Banque a su également se préparer à la généralisation de la distribution du Livret A et a continué sa marche vers une gamme complète de produits et de services pour ses clients particuliers.

### **▪ Activité et résultats de La Banque Postale en 2008**

> En 2008, le Produit Net Bancaire de La Banque Postale **progressé de 4,6 % hors variation de provision épargne logement, effet Euronext et provisions pour dépréciations durables ou significatives**, et s'est établi à 4 815 millions d'euros. Comptablement, la progression est de 1,5 %.

La Banque Postale a dégagé en 2008 un **résultat brut d'exploitation de 400 millions d'euros, en baisse de 114,5 millions d'euros par rapport à 2007**. La quote-part dans



le résultat net des sociétés mises en équivalence est inférieur de 96,5 millions d'euros au chiffre 2007, les effets de la crise financière impactant également les résultats de CNP Assurances. **Le résultat net annuel part du Groupe ressort à 302,6 millions d'euros. Le coefficient d'exploitation s'établit, dans ce contexte, à 91,8 % et un ratio Tier One à 10,7 %.**

Ces résultats sont le fruit :

- de la croissance du PNB consolidé, composé de marges d'intérêt pour 2 323 millions d'euros et de commissions nettes pour 1 653 millions d'euros ;
- d'un coût du risque maîtrisé, mais en hausse de 94,5 millions d'euros, par l'effet de la faillite de la banque Lehman Brothers. Hors cet effet, le coût du risque reste remarquablement maîtrisé et n'augmente que proportionnellement à la progression des encours de crédit à la clientèle ;
- d'effets négatifs liés à la chute des valeurs d'actifs qui impacte les résultats via la contribution de CNP Assurances, ou directement sur la Banque, ainsi que du fait de divers mouvements de provisions parmi lesquels la provision Epargne Logement (effet - 78 millions d'euros).

> Le dynamisme commercial de La Banque Postale s'est confirmé, en 2008. La Banque Postale a enregistré en 2008 des chiffres records, en particulier sur la collecte (16,7 milliards d'euros) et sur les crédits immobiliers. Le nombre de clients actifs continue de progresser, ainsi que le taux d'équipement des clients.

. Avec **11,2 millions de comptes courants postaux (CCP)**, La Banque Postale a confirmé sa position d'acteur majeur de la banque de détail en France, tant au niveau des ouvertures de comptes que du point de vue de l'équipement de la clientèle en produits d'argent au quotidien (offres groupées, moyens de paiement...). Ainsi, plus de 740 000 nouveaux comptes ont été ouverts en 2008.

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, et de sécurité.

**Le nombre de clients actifs de La Banque Postale atteint, à fin 2008, 9,53 millions et celui de ses clients patrimoniaux, plus de 728 000.**

. 2008 est une année record en matière de crédits immobiliers pour la Banque : ses conditions d'octroi sont restées inchangées tout au long de l'année. Sa liquidité totalement assurée par son bilan lui a permis de continuer à consentir des prêts immobiliers sans en resserrer l'accès, à une tarification attractive.

**Ainsi, en 2008, les prêts immobiliers mis en force dépassent 7,7 milliards d'euros, en hausse de 15,1 % par rapport à 2007. Ces bons résultats ont permis un gain de 1,7 point de part de marché. Quant aux encours de crédit, ils dépassent les 29 milliards d'euros, en hausse de plus de 18 % par rapport à 2007.**

Au total, La Banque Postale a accompagné 106 000 foyers dans leur projet d'accession à la propriété ou de rénovation. Près du tiers des prêts concernent les jeunes.

. **Le Livret A de La Banque Postale est détenu par 21 millions de clients. A fin 2008, les encours sur le Livret A s'élèvent à 59 milliards d'euros, soit une hausse de 15,6 %. La collecte, importante tout au long de l'année, a atteint 6 milliards d'euros.** Afin de préparer la généralisation de la distribution du Livret A, La Banque Postale a organisé en 2008 la défense de son Livret A et de ses encours au travers d'une opération de fidélisation de ses clients et de deux campagnes de communication valorisant les atouts du produit préféré des Français « I ♥ L. A » et « Livret A Puissance 10 ». Associées à deux hausses successives du taux de rémunération, à la chute des marchés boursiers, ces actions ont suscité un véritable engouement **avec l'ouverture de plus d'un million de Livret A en 2008.**

. Le chiffre d'affaires Assurance Vie de La Banque Postale atteint près de **11,5 milliards d'euros à fin 2008, en baisse de 3,4 % (contre -10,6 % pour le marché), en tenant compte des transferts Fourgous, et en hausse de 10,7 %, hors transferts « Fourgous »**. Ces résultats s'expliquent par une gamme de contrats attractive et une offre de supports enrichie - notamment en support en euros pour répondre à la baisse des marchés financiers - et le lancement d'un nouveau contrat d'assurance vie haut de gamme.

. Après une année 2007 remarquable, la prévoyance a en 2008 confirmé une nouvelle fois son bon niveau d'activité. Plus de **458 000 contrats de prévoyance individuelle** ont été souscrits en 2008, pour un **chiffre d'affaires de 200 millions d'euros, qui progresse de 5,6 %**.

Forte d'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 près de 1,9 million de contrats individuels en portefeuille, en croissance de 19 % par rapport à 2007**.

#### ▪ **Hors CNP Assurances, forte contribution des filiales et participations aux résultats de La Banque Postale**

Fortement intégrées à l'activité de La Banque, à laquelle elles apportent des savoir-faire spécialisés, les filiales et participations ont confirmé en 2008 leur rôle essentiel sur les plans stratégique, financier et technique. Principalement détenues par la holding SF2, elles ont très significativement contribué à la performance de La Banque Postale.

**CNP Assurances confirme sa solidité**. En dépit d'un résultat net courant en sensible progression et supérieur aux prévisions, la baisse des marchés financiers a limité sa contribution aux résultats consolidés de La Banque Postale (- 42 %, à 131 millions d'euros).

**La Banque Postale Asset Management (LBPAM)**, société de gestion des OPCVM de La Banque Postale, a remarquablement résisté à la crise et considérablement développé ses activités. Son résultat net pour 2008 s'élève à 20,2 millions d'euros, en progression de plus de 14 % par rapport à 2007. La collecte nette OPCVM a battu des records avec près de 7 milliards d'euros, ce qui place La Banque Postale au 2<sup>ème</sup> rang des grands réseaux pour la collecte 2008 et lui permet d'afficher une progression d'encours de 5,4 % alors que le marché a connu une baisse globale de près de 18 %. A fin 2008, LBPAM compte près de 109 milliards d'euros d'encours sous gestion, ce qui place LBPAM au 6<sup>ème</sup> rang des sociétés de gestion d'OPCVM en France. 67 milliards d'euros de ces encours proviennent du mandat confié fin 2008 par CNP Assurances à LBPAM.

**La Banque Postale Prévoyance**, filiale à 50/50 avec CNP Assurances, porte la gamme des produits de prévoyance commercialisée par La Banque Postale. **Elle a réalisé un résultat net de près de 17 millions d'euros pour un chiffre d'affaires de 320 millions d'euros**.

**Sogerco**, filiale à 100 % de SF2, est la société de courtage en assurance de La Banque Postale. En 2008, elle a vu son chiffre d'affaires passer de 33,5 millions d'euros à 35,4 millions d'euros, soit une croissance de 5,6 % sur l'année. Son résultat net progresse de 0,6 % par rapport à 2007, à 19,4 millions d'euros.

▪ **2009 : Face à de nombreux facteurs d'incertitude,  
La Banque Postale se place plus que jamais aux côtés de ses clients**

L'année 2009 s'annonce incertaine et difficile. Durée de la crise, arbitrage entre épargne et consommation, niveau et hiérarchie des taux, valeurs des actifs, effet de l'ouverture de la distribution du Livret A, sont autant de facteurs d'incertitude qui exigent pour La Banque Postale réactivité et choix appropriés.

2009 verra la finalisation des négociations exclusives avec Groupama pour l'activité d'assurance de dommages et la mise en marché de l'offre de prêts à la consommation.

Par la politique de partenariats multiples et ouverts qu'elle mène, La Banque Postale a pour objectif de mieux servir ses clients, de pousser son développement et sa rentabilité, et d'apporter de nouvelles activités au groupe La Poste.

Au delà, l'action de La Banque Postale vise à poursuivre son développement à travers une offre de produits et de services de qualité à destination des particuliers comme des entreprises, associations et collectivités.

> Le 20 juin 2008, La Banque Postale initiait une consultation en vue de choisir son partenaire dans l'assurance de dommages. A l'issue d'un processus détaillé reposant sur une analyse multicritères industrielle, financière et juridique, **La Banque Postale**, lors de son Conseil de Surveillance du 11 mars 2009, **a décidé d'entrer en négociation exclusive avec Groupama**. La conclusion des accords définitifs interviendra avant la fin de l'année.

Ce partenariat se traduira par la création d'une co-entreprise spécialisée dans l'assurance de dommages, dont La Banque Postale sera l'actionnaire majoritaire.

Dernier arrivant sur le marché de l'assurance de dommages des particuliers, La Banque Postale souhaite, grâce à l'appui de son partenaire, « inventer » le nouveau modèle des dix prochaines années qui permettra à la société commune qui sera constituée entre La Banque Postale et son partenaire de trouver rapidement sa place sur le marché en satisfaisant ses clients et en créant de la valeur pour ses actionnaires.

> En juillet 2008, La Banque Postale a choisi la Société Générale comme partenaire exclusif pour la constitution et la mise en marché de son offre de crédits à la consommation.

Ce partenariat se traduit par la **création d'une co-entreprise**, détenue à hauteur de 65 % par La Banque Postale et 35 % par la Société Générale.

En attente d'agrément du CECEI, la nouvelle entité sera dénommée **La Banque Postale Financement** et prendra la forme d'une société anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance.

A travers une offre de crédit responsable, centrée sur le prêt personnel, et multicanale (accessible soit par le réseau des bureaux de poste, soit par téléphone ou Internet), **La Banque Postale Financement** cherchera à élargir l'accès au crédit en s'adressant au plus grand nombre, y compris aux clients les plus modestes ou traditionnellement exclus des offres de crédits à la consommation.

Une phase pilote pour tester l'offre et l'ensemble du dispositif est prévue pour l'automne 2009, avant un démarrage effectif et général de l'activité au début de l'année 2010.

> Forte de son expérience auprès de la clientèle des particuliers mais aussi attentive aux évolutions des modes de consommation, La Banque Postale proposera prochainement **une nouvelle offre dans le domaine de la banque au quotidien**.

> La Banque Postale propose, à compter d'avril 2009, un contrat d'assurance vie multisupport, multigestionnaire et, pour la première fois, à délégation d'arbitrage. Dénommé *Excellis*, ce nouveau contrat haut de gamme propose, en plus d'une gestion libre, 2 formules de gestion au choix de délégation d'arbitrage :

- une formule « 100 % » OPCVM ;
- une formule composée de titres en direct et d'OPCVM.

Ce contrat vient compléter le nouveau contrat d'assurance vie haut de gamme *Cachemire* lancé fin 2008, qui connaît un grand succès.

> A partir du site d'informations financière, **Easybourse**, La Banque Postale va, d'ici la fin du premier semestre 2009, proposer une offre de courtage en ligne complémentaire à celle déjà proposée, depuis novembre 2001, via le portail de La Banque Postale, [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr). Easybourse offrira aux clients de la Banque une gamme complète de services portant sur les principaux marchés, instruments financiers ou types d'ordres et poursuivra sa couverture en matière d'information et de pédagogie financière.

> En signant un protocole de partenariat le 4 février 2009 avec l'État, représenté par Hervé Novelli, Secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services, La Banque Postale s'est engagée aux côtés des **auto-entrepreneurs**.

Fin mars 2009, La Banque Postale mobilise l'ensemble de ses canaux de distribution afin d'accueillir, accompagner et conseiller au mieux les auto-entrepreneurs. Elle propose également des solutions bancaires simples, nécessaires à la création et au développement de leurs activités et ce, à des tarifs compétitifs. Pour le lancement de cette offre, La Banque Postale offre, pour toute souscription avant fin septembre 2009, la gratuité des frais de tenue de compte et des services de banque en ligne pour l'ensemble de l'année 2009. L'offre sera complétée dans les mois qui viennent.

> La Banque Postale, forte de ses valeurs et impliquée dans le développement durable va enrichir sa gamme de prêt *Pactys* en proposant à ses clients, **un Éco Prêt : L'ECO-PTZ**. Elle a signé fin février 2009 avec l'État et d'autres établissements bancaires une convention pour mettre en œuvre l'Eco-prêt à taux zéro destiné à financer la rénovation thermique des logements.

Ce produit complète son offre de prêts finançant les travaux d'économie d'énergie composée de *Pactys Environnement*, commercialisé depuis avril 2007.

\* \*  
\*

**Fidèle à ses missions d'intérêt général, performante dans son développement, efficace dans sa politique de maîtrise des coûts, ouverte à toutes les actions et à tous les partenariats lui permettant de mieux répondre aux attentes de ses clients, dotée progressivement d'une gamme complète, La Banque Postale appuyée sur le réseau de La Poste compte poursuivre et accélérer le parcours accompli au cours de ses trois premières années.**

**La confiance de ses clients, l'engagement des acteurs de la Banque, et la qualité de sa gestion et de son bilan constituent ses meilleurs atouts pour y parvenir. Plus que jamais en 2009, pour La Banque Postale, ce sera l'intérêt du client d'abord, l'intérêt de la Banque ensuite.**

\* \*  
\*

**La Banque Postale c'est :**

- 4,815 milliards d'euros de PNB
- 11,2 millions de comptes courants postaux
- 9,53 millions de clients en banque principale
- 480 000 clients Entreprises, Collectivités et Associations
- 5 191 Dab/Gab en France
- 270,6 milliards d'euros d'encours clientèle
- Plus de 6 millions de cartes bancaires, soit 11 % du marché
- 17 000 points de contact

*Chiffres à fin 2008*

**Contacts presse :**

**Presse écrite :**

**Mouna Aoun**

Tél. : 01 55 44 22 39 – Fax : 01 55 44 22 62

mouna.aoun@laposte.fr

**Presse audio-visuelle :**

**Jacques Gourier**

Tél. : 01 55 44 22 43 – Fax : 01 55 44 22 62

jacques.gourier@laposte.fr