



Paris, le 18 mars 2010

## DOSSIER DE PRESSE

### RÉSULTATS 2009 ET PERSPECTIVES 2010 DE LA BANQUE POSTALE

<b>. RÉSULTATS 2009 DE LA BANQUE POSTALE.....</b>	<b>p. 2-13</b>
. Chiffres-clés 2009.....	p. 2
. Comptes 2009 de La Banque Postale.....	p. 3-5
. Faits marquants 2009.....	p. 6-8
. Forte contribution des filiales et participations aux résultats de La Banque Postale.....	p. 9-13
<b>. PERSPECTIVES 2010 DE LA BANQUE POSTALE .....</b>	<b>p. 14-18</b>
. Mise en marché de nouvelles activités : Crédits à la consommation, assurances de dommages .....	p. 14-15
. Multicanal : « Une nouvelle façon de vivre la Banque ».....	p. 16
. Autres nouveautés produits et services 2010.....	p. 17-18
<b>. ANNEXES.....</b>	<b>p. 19-34</b>
<b>. ANNEXE 1 : COMPTES 2009. DONNÉES COMPLÉMENTAIRES .....</b>	<b>p. 19</b>
<b>. ANNEXE 2 : BILAN 2009 PAR ACTIVITÉ.....</b>	<b>p. 20-33</b>
. Argent au quotidien.....	p. 20-21
. Epargne et Assurance .....	p. 22-24
. Prévoyance.....	p. 25
. Crédit immobilier.....	p. 26-27
. Entreprises, collectivités, associations.....	p. 28-30
. Banque unique, canaux multiples : une activité résolument multicanal.....	p. 31-32
<b>. ANNEXE 3 : FICHE TECHNIQUE : EVOLEO – MAI 20016 ; EVOLEO – PEA MAI 2016.....</b>	<b>p. 33</b>



# RÉSULTATS 2009 DE LA BANQUE POSTALE

## LES CHIFFRES-CLÉS 2009

- La Banque Postale a représenté **24,3 % du chiffre d'affaires consolidé 2009 du groupe La Poste.**

### RÉSULTATS 2009

- Produit Net Bancaire Consolidé : **5,019 milliards d'euros** (+ 4 %, sur base comparable\*)
- Charges d'exploitation consolidées : **4,343 milliards d'euros** (- 1,6 %)
- Résultat net annuel part du Groupe : **587,7 millions d'euros** (+ 94,2 %)
- Résultat brut d'exploitation : **676,2 millions d'euros** (+ 69,0 %)
- Encours clientèles épargne et dépôts à vue : **277,3 milliards d'euros**, à fin 2009 (+ 2,5 %)
- Encours crédits immobiliers : **32 milliards d'euros**, à fin 2009 (+ 16 %)
- Coefficient d'exploitation : **86,6 %** (- 5,2 %)
- Ratio Tier One : **11,3 %**
- Coût du risque : **51,6 millions d'euros**

### ACTIVITÉ 2009

- Nombre de clients actifs : **9,9 millions** (+ 3,9 %)
- Nombre de clients patrimoniaux : **plus de 880 000 clients** (+ 21,7 %)
- **11,3 millions** de comptes courants, associés à **plus de 6,3 millions** de cartes bancaires (+ 5,1 %)
- **Près de 1 million** d'offres groupées et nouvelles offres d'entrée en relation souscrites en 2009 (+ 12 %)
- **324 000** contrats d'assurance vie et **plus de 469 000** contrats de prévoyance souscrits en 2009

### SEUILS SYMBOLIQUES FRANCHIS EN 2009

- **1 million** de prêts immobiliers en portefeuille
- **plus de 2 millions** de contrats de prévoyance individuelle en portefeuille
- Encours d'actifs sous gestion pour La Banque Postale AM : **plus de 121 milliards d'euros**, à fin 2009.
- Encours assurance vie : **plus de 100 milliards d'euros**, à fin 2009
- Encours La Banque Postale Gestion Privé : **Plus de 500 millions d'euros**, à fin 2009

\* C'est-à-dire après correction de la variation de la provision épargne logement, neutralisation des effets de la modification de la rémunération du Livret A et prise en compte des provisions pour dépréciations durables ou significatives.

## COMPTES 2009 DE LA BANQUE POSTALE

En 2009, pour son quatrième exercice, La Banque Postale a évolué dans un contexte difficile et incertain, marqué par l'ouverture de la distribution du Livret A, la baisse des taux et la crise économique.

Grâce aux actions menées par la Banque, épaulée par le réseau postal (dynamisme commercial, maîtrise des charges, gestion financière prudente), celle-ci signe, en 2009, une année exceptionnelle. Elle apporte une nouvelle preuve de sa solidité financière et de la pertinence de son modèle de développement.

Sa bonne santé financière, liée au caractère solide de son bilan et à la qualité de sa gestion financière, a permis à La Banque Postale d'apporter une contribution importante au financement de l'économie française, au travers d'une hausse sans précédent de l'encours des crédits immobiliers accordés à ses clients, ainsi qu'un apport de liquidités significatif au système bancaire français.

> Les encours clientèles de crédit immobilier ont, comme en 2008, très significativement progressé (8,3 milliards d'euros de crédit mis en force en 2009, permettant aux encours de prêts immobiliers de s'élever à près de 32 milliards d'euros) **et la barre d'un million de contrats de prêts immobiliers en portefeuille a été franchie.**

La collecte en matière d'épargne a marqué le pas, sous l'effet de la baisse importante des taux de rémunération des produits d'épargne réglementés, qui a fortement réduit l'attractivité de ces placements. Des reports importants ont cependant été observés vers l'assurance vie ainsi que vers la gestion sous mandat dont les encours progressent fortement en 2009.

Le réel dynamisme commercial se traduit notamment par la forte progression du nombre de clients actifs, par la poursuite de l'équipement de la clientèle et la tonicité de l'offre de crédits immobiliers, sans modification des conditions d'octroi.

> Ainsi, les résultats 2009 de La Banque Postale se caractérisent par le **Produit Net Bancaire qui progresse en 2009 de 4 % sur base comparable\*** et s'établit à **5,019 milliards d'euros.**

Cette croissance s'inscrit dans une tendance que connaît La Banque Postale depuis sa création puisque, depuis 2006, le PNB de la Banque progresse en moyenne de + 4,3 % par an.

**En 2009, la progression du PNB concerne l'ensemble des activités de la Banque, qu'il s'agisse de la banque de détail, de l'assurance ou de la gestion d'actifs.**

Le PNB Banque de détail, qui constitue l'essentiel du PNB de la Banque (96,7 %), a cru de 3,9 % (3,6 % sur base comparable). Cette évolution trouve sa source à la fois dans la croissance soutenue des revenus d'intérêts et des commissions clientèles (+ 2,7 %). La contribution de la gestion d'actifs au PNB s'est fortement accrue avec une croissance de 24 % en 2009, porté par le développement des encours de La Banque Postale Asset Management correspondant au mandat reçu de CNP Assurances pour gérer les actifs des contrats d'assurance vie des clients de La Banque Postale et par l'action commerciale menée auprès des clients institutionnels.

La hausse du PNB du secteur assurance a été de 7,5 % sur l'année, tirée notamment par le dynamisme de l'activité de prévoyance individuelle.

---

\* C'est-à-dire après correction de la variation de la provision épargne logement, neutralisation des effets de la modification de la rémunération du Livret A et prise en compte des provisions pour dépréciations durables ou significatives.

> Les **charges d'exploitation consolidées, pour leur part, reculent en 2009** de 73 millions d'euros par rapport à 2008 (soit -1,6 %) **à 4,343 milliards d'euros**, sous différents effets.

Les frais de personnel progressent en raison de l'accroissement des effectifs de la Banque, liés notamment à la préparation et au lancement des nouvelles activités (crédits à la consommation, assurances de dommages).

En revanche, les charges liées aux conventions de service passées avec La Poste reculent très significativement pour le guichet et les back offices bancaires, grâce aux programmes d'efficacité opérationnels menés par La Banque Postale, au développement du dispositif multicanal qui permet un accès modernisé de nos clients à leur banque et aux efforts couronnés de succès de l'Enseigne pour maîtriser ses coûts.

Les investissements informatiques, quant à eux, progressent du fait de l'augmentation du plan de charge des métiers et des dépenses informatiques engendrées par les grands projets métier, ainsi que par les partenariats.

> **Au total, le résultat brut d'exploitation s'établit à 676,2 millions d'euros, en hausse de 276 millions d'euros par rapport à 2008 soit une croissance de 69 %.** Le coût du risque est en baisse importante de 60,8 millions d'euros, en raison d'un effet de base induit par les effets des provisions constituées en 2008 suite à la faillite de la banque Lehman Brothers à hauteur de 78 millions d'euros.

Hors cet effet, le coût du risque reste faible et évolue de façon linéaire avec la croissance des crédits accordés à la clientèle, sans mettre en évidence une dérive significative du taux d'encours à risque de la Banque.

> **Le coefficient d'exploitation s'améliore à 86,6 %, contre 91,8 % en 2008, soit une amélioration de plus de 5 points, la meilleure performance de la Banque depuis sa création.**

> La quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence progresse de 55,2 millions d'euros, sous l'effet du redressement des résultats de CNP Assurances. **Le résultat net annuel part du Groupe s'établit à 587,7 millions d'euros, en progression 94,2 %.**

> Au terme de l'exercice 2009, les fonds propres prudentiels Tier One progressent de 447 millions d'euros et le **ratio Tier One s'établit à 11,3 %.**

> **Le bilan consolidé de La Banque Postale s'établit à 171,3 milliards d'euros au 31 décembre 2009.** Sa structure singulière, avec un montant de dépôts significativement plus important que celui des prêts à la clientèle, s'est encore renforcée avec l'inscription au bilan au 1<sup>er</sup> janvier 2009 des encours de Livrets A, liée à la génération de la distribution de ce produit d'épargne. Le total de bilan de La Banque Postale progresse de 59,3 milliards d'euros, notamment sous l'effet des volumes de prêts et créances sur les établissements de crédit (+ 55,1 milliards d'euros, liés notamment à la centralisation des encours de livret A à la Caisse des dépôts et consignations) et sur la clientèle (+ 4,3 milliards d'euros).

## COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ DE L'EXERCICE 2009

En milliers d'euros	31 décembre 2008	31 décembre 2009
<b>Produit Net Bancaire</b>	<b>4 815 409</b>	<b>5 018 914</b>
Charges générales d'exploitation	(4 305 579)	(4 224 638)
Dotations nettes aux amortissements et dépréciations des immobilisations corporelles et incorporelles	(109 833)	(118 097)
<b>Résultat Brut d'Exploitation</b>	<b>399 997</b>	<b>676 179</b>
Coût du risque	(112 328)	(51 570)
<b>Résultat d'exploitation net</b>	<b>287 669</b>	<b>624 609</b>
Quote-part dans le résultat des entreprises des mises en équivalence	130 580	185 792
Gains ou pertes nets sur autres actifs	(731)	(1 795)
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>417 518</b>	<b>808 606</b>
Impôts sur les bénéfices	(114 851)	(220 908)
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>302 667</b>	<b>587 698</b>
Intérêts minoritaires	(85)	(105)
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>302 582</b>	<b>587 593</b>

### ▪ BILAN CONSOLIDÉ AU 31 DECEMBRE 2009

En milliers d'euros	31 décembre 2008	31 décembre 2009
<b>Actif</b>		
. Caisse, banques centrales	2 138 554	3 699 660
. Actifs financiers à la juste valeur par le résultat	8 468 249	6 580 587
. Instruments dérivés de couverture	272 400	363 254
. Actifs financiers disponibles à la vente	8 821 901	11 240 968
. Prêts & créances sur les établissements de crédit	18 889 024	73 966 537
. Prêts & créances sur la clientèle	28 795 903	33 074 805
. Ecart de réévaluation des portefeuilles couverts en taux	147 548	94 944
. Actifs financiers détenus jusqu'à l'échéance	37 649 538	34 626 622
. Actifs d'impôts et autres actifs	4 545 543	5 009 470
. Valeurs immobilisées	2 216 520	2 594 183
<b>TOTAL</b>	<b>111 945 180</b>	<b>171 251 030</b>
<b>Passif</b>		
. Passifs financiers à la juste valeur par le résultat	270 550	388 228
. Instruments dérivés de couverture	174 668	218 095
. Dettes envers les établissements de crédit	6 904 765	5 618 828
. Dettes envers la clientèle	92 302 124	149 830 946
. Dettes représentées par un titre	2 620 113	3 806 899
. Passifs d'impôts et autres passifs	4 897 401	5 730 552
. Provisions techniques des entreprises d'assurance	307 690	383 343
. Provisions	389 312	325 793
. Dettes subordonnées	500 993	502 232
. Capitaux propres part du Groupe	3 577 478	4 445 284
. Intérêts minoritaires	86	830
<b>TOTAL</b>	<b>111 945 180</b>	<b>171 251 030</b>

# FAITS MARQUANTS 2009

## ACTIVITÉ, PARTENARIATS, VIE D'ENTREPRISE

### ACTIVITÉ

- **Janvier 2009**
  - Le 1<sup>er</sup> janvier 2009, l'ensemble des établissements bancaires a été autorisé à distribuer le **Livret A**. La collecte de La Banque Postale, après un niveau exceptionnel atteint en 2008 dans le contexte particulier de taux et de crise financière, a connu une baisse attendue. Toutefois, l'ouverture de la distribution du Livret A n'a, à ce jour, pas significativement érodé la base de clientèle de La Banque Postale.
  - L'Enseigne, conjointement avec La Banque Postale, lance le projet « **Espace Service Clients** », une nouvelle organisation du bureau de poste visant à réduire les temps d'attente et à renforcer la visibilité de La Banque Postale.
- **Février 2009**
  - La Banque Postale signe un protocole de partenariat avec l'Etat, puis avec l'Union des auto-entrepreneurs en juin en vue **d'accueillir, conseiller et accompagner les auto-entrepreneurs**. Elle leur propose une gamme de produits et services bancaires et d'assurance dédiés et à un tarif préférentiel.
- **Mars 2009**
  - La Banque Postale Prévoyance lance un contrat **garantie homme-clé** afin de donner aux entreprises des solutions pour protéger et pérenniser leur activité en cas de disparition d'une personne jouant un rôle déterminant dans l'entreprise.
- **Avril 2009**
  - **L'éco-prêt à taux zéro** est accessible dans 11 banques dont La Banque Postale. Ce prêt permet de financer, à hauteur de 30 000 euros maximum, des travaux d'économie d'énergie et d'isolation thermique dans les logements construits entre 1948 et 1990.
  - La Banque Postale, Sogeti et IBM s'associent pour créer la « **Z Academy** », une formation sur mesure créée pour répondre aux besoins d'expertise en technologie grands systèmes. Par cette action La Banque Postale et Sogeti assurent le renouvellement des compétences et disposent d'ingénieurs justifiant d'une double expertise : mainframe et système d'information bancaire.
  - Pour répondre aux attentes de ses clients patrimoniaux, La Banque Postale Gestion Privée lance un contrat d'assurance-vie haut de gamme à délégation d'arbitrage : **Excelis**. Ce nouveau produit intègre tous les avantages liés à la gestion sous mandat au sein du cadre fiscal privilégié de l'assurance-vie et est accessible dès 75 000 euros.
- **Mai 2009**
  - En proposant « **Une nouvelle façon de vivre sa banque** », La Banque Postale permet à ses clients de choisir le mode d'entrée en relation qui leur convient le mieux, en fonction de leur profil, de leur besoin, de leur urgence : trois formules pour la gestion de leur compte bancaire : « le menu » (ponctuel et sans rendez-vous), « la carte » (régulier avec un conseiller dédié) et « le self-service » (à distance par téléphone ou Internet).
  - La Banque Postale propose des **applications dédiées** aux téléphones de troisième génération : « Bien déménager » et « Carnet Immo » sont des outils d'aide à la recherche d'un bien immobilier à acheter ou à louer. Ces applications permettent également de prendre un rendez-vous avec un Conseiller Spécialisé en Immobilier directement depuis un mobile.

- **Septembre 2009**
  - La Banque Postale poursuit le développement de nouvelles fonctionnalités Internet, comme l'ajout en ligne de nouveaux bénéficiaires de virements via le **service Certicode** ; le e-relevé pour les comptes courant ou comptes épargne ; la mise en place d'alertes multimédia ; la possibilité d'ouvrir en ligne un compte courant ou compte épargne.
  - La Banque Postale reçoit la « Corbeille d'Or 2009 » pour les performances sur un an de l'ensemble de la gamme de Sicav et FCP gérée par sa filiale de gestion pour compte de tiers, La Banque Postale Asset Management.
  - La Banque Postale lance à l'initiative du ministère de l'Education nationale et en exclusivité, le **Prêt à 0% dédié aux enseignants des secteurs public et privé**. Ce prêt est l'une des mesures mises en place par le ministère dans le cadre de sa politique d'accompagnement à la mobilité.
  - L'ensemble de la gamme Investissement Socialement Responsable (ISR) de La Banque Postale proposée aux particuliers est dorénavant labellisée par les organismes de référence : le fonds solidaire d'épargne salariale obtient le label Finansol (FCPE Décisiel Actions 70 Solidaire) et trois fonds actions obtiennent le label Novethic (LBPAM Responsable Actions Euro, LBPAM Responsable Actions Monde et LBPAM Responsable Actions Monde).
- **Octobre 2009**
  - EasyBourse, portail d'informations financières, filiale de La Banque Postale, lance, une **offre de courtage en ligne**. Celle-ci vient compléter le service de bourse existant sur le portail [labanquepostale.fr](http://labanquepostale.fr).
  - **Mastercard, la RATP et La Banque Postale** entrent dans la deuxième phase de leur projet visant à favoriser l'accès aux transports publics par carte de paiement sans contact. Une phase de tests techniques est lancée dans le réseau RATP début 2010.
- **Décembre 2009**
  - Partenaire de Solidarité Sida depuis 10 ans et de l'Unicef depuis 5 ans, La Banque Postale commercialise des cartes bancaires aux couleurs de ces deux associations. Les clients faisant le choix de ces cartes régleront, en plus de leur cotisation habituelle, une contribution annuelle de 2 euros reversée intégralement aux associations.
  - La Banque Postale lance une **offre d'assurance multirisque, professionnelle en ligne dédiée aux auto-entrepreneurs**.
  - La Banque Postale Asset Management fait partie des six sociétés de gestion sélectionnées par le Fonds de Réserve des Retraites (FRR) pour la gestion d'un mandat d'une durée de 5 ans portant sur des obligations crédit « Investment Grade » libellées en euro.
  - La Banque Postale reçoit, pour la deuxième année consécutive, le Laurier d'Or d'*Investir Magazine* pour les gammes de fonds actions et fonds diversifiés sur 5 ans.

## **PARTENARIAT**

- **Mars 2009** - A l'issue d'un processus détaillé reposant sur une analyse multicritère industrielle, financière et juridique, La Banque Postale est entrée en **négociations exclusives avec Groupama en vue de créer une filiale dédiée à l'assurance de dommages**. En octobre 2009, les accords définitifs sont conclus.
- **Avril 2009** - **La Banque Postale Financement** reçoit l'agrément du CECEI pour exercer son activité en tant qu'établissement financier. Issue du partenariat entre La Banque Postale et la Société Générale, cette filiale porte la gamme de crédits à la consommation de La Banque Postale. Le démarrage de l'activité est prévu pour la fin du premier trimestre 2010.
- **Mai 2009** - **La Banque Postale et la Mutuelle Générale entrent en discussions exclusives en vue de conclure un partenariat dans le domaine de la santé**. Leurs ambitions : développer une offre d'assurance santé d'un haut niveau de qualité et à destination du plus grand nombre. Ce partenariat permettra de créer une coentreprise détenue majoritairement par La Banque Postale.
- **Août 2009** - **La Banque Postale est choisie parmi une douzaine de candidats français et internationaux pour la cession de la majorité du capital de Tocqueville Finance**, société de gestion spécialisée dans la gestion dite « value ». La Banque s'est distinguée par la qualité de son projet industriel auquel le management de la société a adhéré. Cette opération permet à La Banque Postale de compléter ses savoir-faire en matière de gestion d'actifs et d'accéder à un nouveau mode de distribution : les conseillers en gestion de patrimoine indépendants.

## **VIE D'ENTREPRISE**

- **Mars 2009** - Les élections des représentants des salariés auprès du Comité d'entreprise et des Délégués du personnel se sont déroulées par vote électronique pour la seconde fois depuis la naissance de la Banque. Elles ont enregistré un fort taux de participation : 74,5 % des salariés de la Banque ont voté.
- **Novembre 2009** - La Banque Postale renouvelle les conventions annuelles de mécénat avec deux ONG partenaires, Planète Urgence et France Volontaires. Ce sont ainsi 82 collaborateurs citoyens qui, depuis 3 ans, sont soutenus par La Banque Postale.
  - La Banque Postale s'engage en faveur du handicap pour donner à tous, et particulièrement aux personnes en situation de handicap, l'accès aux métiers de la banque au cours de la semaine pour l'emploi des personnes handicapées.
- **Décembre 2009** - La Banque Postale signe avec 4 organisations syndicales représentatives de la Banque un accord unanime portant sur la diversité, l'égalité professionnelle et l'emploi des seniors. Cet accord confirme l'engagement de la Banque en faveur de la diversité et garantit à chacun, à tous les stades de la vie professionnelle, une égalité de traitement, fondée sur les compétences et les performances.
  - La Banque Postale signe avec 4 organisations syndicales représentatives de la Banque, un accord unanime portant sur le dialogue social et l'exercice du droit syndical à la Banque. Ce nouvel accord participe au maintien d'un dialogue social dynamique et constructif.
  - Trois collaborateurs de La Banque Postale ont obtenu le diplôme du Centre d'Etudes Supérieures de Banque (CESB) en 2009. Au classement général, deux d'entre eux se sont placés premier et deuxième.



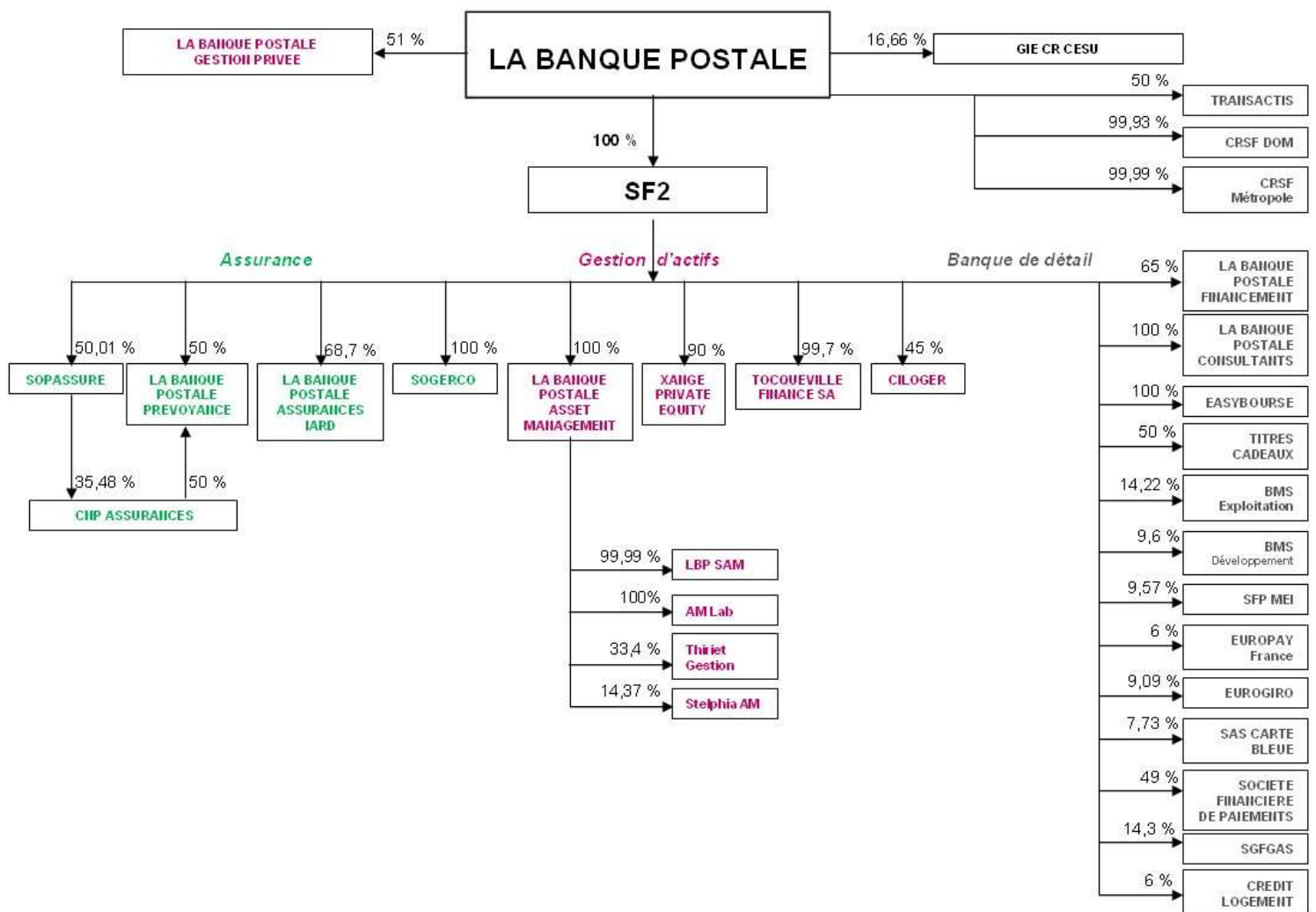
## FORTE CONTRIBUTION DES FILIALES ET PARTICIPATIONS AUX RESULTATS 2009 DE LA BANQUE POSTALE

Fortement intégrées à l'activité de La Banque, à laquelle elles apportent des savoir-faire spécialisés, les filiales et participations ont confirmé, en 2009, leur rôle essentiel sur les plans stratégique, financier et technique.

A l'exception de La Banque Postale Gestion Privée, de Transactis et de deux SCI qui regroupent ses implantations immobilières détenues en propre, **les filiales et participations de La Banque Postale sont regroupées dans la société holding SF2**, créée en décembre 2000 et s'organisent autour de trois activités :

- **L'assurance** (CNP Assurances, La Banque Postale Prévoyance, La Banque Postale Assurances IARD, Sogercos, Sopassure) ;
- **La gestion d'actifs** (La Banque Postale Asset Management, La Banque Postale Gestion Privée, Tocqueville Finance, XAnge Private Equity, Ciloger) ;
- **La banque de détail** (La Banque Postale Financement, Titres Cadeaux, Easybourse, Crédit Logement, BMS, la Société Financière de Paiement (SFDP), Transactis, Europay France, SAS Carte Bleue, Eurogiro, ...).

### Structure juridique simplifiée de La Banque Postale au 31 décembre 2009



**En 2009, les filiales et participations de La Banque Postale ont connu un développement soutenu et ont très significativement contribué à la performance de La Banque Postale.**

Dans le domaine de l'assurance :

• **La Banque Postale Prévoyance**, 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.

En 2009, La Banque Postale Prévoyance a continué à se développer à un rythme soutenu tant en nombre de contrats produits, qu'en chiffre d'affaires. En effet, **469 000 contrats de prévoyance individuelle ont été souscrits en 2009**, portant à plus de 2 millions le nombre de contrats de prévoyance individuelle en portefeuille à La Banque Postale. **Elle a réalisé, en 2009, un résultat net de plus de 26,2 millions d'euros, en progression de 58 % par rapport à 2008 pour un chiffre d'affaires de 352,4 millions d'euros (+ 10 %)**. En 2009, le périmètre d'activité de la société s'est élargi grâce en lancement d'une Garantie Homme clé, premier contrat à destination de la clientèle Entreprises de La Banque Postale.

• **La Banque Postale Assurances IARD**, société d'assurance de dommages

La Banque Postale Assurances IARD est une filiale détenue à 65 % par SF2 et à 35 % par Groupama. Agréée le 15 décembre 2009 par l'Autorité de Contrôle des Assurances et des Mutuelles, cette société a vocation à porter la gamme de produits d'assurance de dommages de La Banque Postale, qui sera commercialisée courant du second semestre 2010.

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

Sogerco est une filiale détenue à 100 % par SF2 ; elle est conseil et maître d'œuvre dans la conception des gammes d'assistance et d'assurance dommages que La Banque Postale est autorisée à proposer. Expert en montage de produits livrés « clés en main », Sogerco est également l'architecte des nouvelles offres d'assurances et de services commercialisés auprès des entreprises et associations. En outre, Sogerco intervient en tant que conseil en assurance interne pour toute mission que la banque ou le groupe La Poste souhaite lui confier.

En 2009, Sogerco a vu son chiffre d'affaires passer de 35,4 millions d'euros à 36,7 millions d'euros, soit une croissance de 3,6 % sur l'année. Son résultat net progresse de 6,3 % par rapport à 2008, à 20,6 millions d'euros.

• **Sopassure**

Holding commune de La Banque Postale et BPCE, détenue à 50,02 % par La Banque Postale, Sopassure regroupe les participations de La Banque Postale et BPCE dans CNP Assurances. Sopassure détient près de 36 % du capital de CNP Assurances.

Le résultat net publié du groupe CNP Assurances s'établit à 1 004 millions d'euros, en hausse de 37,5 %.

La contribution de CNP Assurances aux résultats consolidés de La Banque Postale en 2009 est en hausse de 55 millions d'euros par rapport à 2008 et **s'établit à 186 millions d'euros (+ 42 %)**.

Dans le domaine de la gestion d'actifs :

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

La Banque Postale Asset Management (LBPAM), société de gestion collective, détenue à 100% par SF2 depuis le 4 septembre 2006, est la société de gestion pour compte de tiers de La Banque Postale.

La Banque Postale Asset Management signe, en 2009, une belle année. **Son résultat net 2009 s'élève à 24,9 millions d'euros, en progression de plus de 23 %**. La collecte nette s'élève à 2,6 milliards d'euros, en 2009. Au 31 décembre 2009, la plus ancienne filiale de La Banque Postale gère 140 OPCVM représentant **121,3 milliards d'euros d'encours** (contre 109 milliards fin 2008). Elle se place ainsi au 5<sup>ème</sup> rang des sociétés de gestion en France en termes d'encours et en 6<sup>ème</sup> position des groupes financiers selon Europerformance en termes de part de marché. 2009 a été marquée par le fort essor de l'activité de réponses aux appels d'offres ; parmi ceux remportés, citons le Fonds de Réserve pour les Retraites (FRR) qui a choisi LBPAM pour la gestion d'un mandat d'une durée de 5 ans portant sur des obligations crédit « Investment Grade » libellées en euro.

- **La Banque Postale Gestion Privée**, société de gestion de portefeuille

La Banque Postale Gestion Privée est une filiale, détenue à 51 % par La Banque Postale et à 49 % par Oddo & Cie, dédiée à la gestion sous mandat de portefeuilles de valeurs mobilières. 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.

Elle compte près de 506 millions d'euros d'encours au 31 décembre 2009, soit une progression de 172 % par rapport à 2008, dans une année pourtant peu favorable à l'investissement boursier.

- **Tocqueville Finance**, société de gestion de portefeuille spécialisée dans la gestion « value »

En 2009, La Banque Postale est choisie parmi une douzaine de candidats français et internationaux pour la cession de la majorité du capital de Tocqueville Finance, société de gestion de portefeuille créée en 1991 à l'initiative de Tocqueville Asset Management (TAM) à New York et qui développe en France une expertise autour de deux métiers principaux : la gestion privée et la gestion collective actions, de type « value », visant à bénéficier du potentiel de valorisation qu'offrent les valeurs décotées.

La Banque Postale s'est distinguée par la qualité de son projet industriel auquel le management de la société a adhéré. Cette acquisition permet à la Banque de compléter ses savoir-faire en matière de gestion d'actifs et d'accéder à un nouveau mode de distribution : les conseillers en gestion de patrimoine indépendants.

A fin 2009, Tocqueville Finance distribue 9 OPCVM et gère environ 1,7 milliard d'euros d'encours.

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

XAnge Private Equity a été créée en 2004. Son capital est détenu à 90 % par La Banque Postale et à 10 % par le management. La société gère 10 FCPI à vocation généraliste (représentant un encours global de plus de 160 millions d'euros), un FCPR de capital développement (51 millions d'encours) et Actys2, un fonds de fonds de 45 millions d'euros d'encours, par délégation de LBPAM. XAnge Private Equity conseille également la SCR XAnge Capital, dotée de 64,2 millions d'euros, qui a pour vocation d'investir dans des entreprises dont les activités sont connexes aux métiers postaux. Deutsche Bank a renouvelé, en 2009, la mission de conseil relative à un portefeuille de valeurs technologiques allemandes de 35 millions d'euros à fin 2009 qu'elle avait confiée à XAnge Private Equity pour son fonds VCG III.

Ainsi, **le montant total des capitaux conseillés ou gérés par XAnge Private Equity s'élève à plus 350 millions d'euros**, à fin 2009. Le chiffre d'affaires 2009 de XAnge Private Equity atteint près de 8,1 millions d'euros, en progression de 6 % par rapport à 2008.

- **Ciloger**, société de gestion de produits d'épargne immobilière non cotés (SCPI / OPCI)

Ciloger, détenue à 45 % par SF2, a été créée en 1984 sous l'égide de la Caisse des dépôts et consignations. Elle conçoit et développe des Sociétés Civiles de Placement Immobilier (SCPI) et des Organismes de Placement Collectif Immobilier (OPCI).

Agréée en tant que Société de Gestion de Portefeuille en 2007 par l'AMF, Ciloger a créé 13 OPCI, dont 5 en 2009, qui revêtent la forme juridique de Sociétés de Placement à Prépondérance Immobilière à Capital Variable (SPPICAV) ; 11 sont des OPCI à règles de fonctionnement allégées (OPCI RFA), réservés aux investisseurs institutionnels, et 2 sont des OPCI destinés aux particuliers. Ciloger propose, ainsi, une offre complète de produits d'épargne immobilière non cotés pour les particuliers, clients de ses deux actionnaires principaux que sont La Banque Postale et le Groupe Caisse d'Épargne : 4 SCPI fiscales, investies en logements ; 6 SCPI de rendement, investies en immobilier d'entreprise ; 2 OPCI majoritairement investis en immobilier d'entreprise.

Au 31 décembre 2009, la valeur des actifs immobiliers sous gestion dépasse 1,8 milliard d'euros, avec plus d'un milliard détenus par des OPCI RFA et investis dans le secteur du commerce, faisant ainsi de Ciloger un investisseur de référence dans cette classe d'actifs.

Dans le domaine de la banque de détail :

- **La Banque Postale Financement**, société financière spécialisée dans le crédit à la consommation

La Banque Postale Financement est une filiale détenue à 65 % par SF2 et 35 % par la Société Générale. Agréée par le CECEI en mai 2009, elle porte la gamme de crédits à la consommation de La Banque Postale qui sera accessible sur l'ensemble du territoire et l'ensemble de ses canaux, internet, téléphone et bureau de poste, à partir d'avril 2010.

Nouvel acteur sur le marché du crédit à la consommation, La Banque Postale Financement a pour ambition de conquérir sa part de marché naturelle en redéfinissant les repères d'un marché en profonde mutation.

- **Titres Cadeaux, SAS**

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

Ce sont désormais près de 13 000 points de vente partout en France et dans les DOM qui acceptent le chèque cadeau multi-enseignes et multi-enseigne DOM et ce dans près de 100 grandes enseignes nationales, leaders sur leur secteur d'activité.

Grâce au développement en 2009 de toute une gamme de chèques cadeaux (CA DO CHÈQUE *Culture* et CA DO CHÈQUE *Sélection*), CA DO CHÈQUE dispose désormais d'une offre proposant des biens et services culturels et répondant aux besoins de clients entreprises à la recherche de remise sur valeur faciale.

Fin 2009, la valeur faciale des titres vendus par Titres Cadeaux s'est élevée à 76,5 millions d'euros en progression de 23,2 % par rapport à 2008.

- **EasyBourse**, courtier en ligne du groupe La Banque Postale

Easybourse est une filiale à 100 % de SF2, acquise en 2008. Site d'informations financières, la société a été agréée en 2009 en tant que prestataire de services d'investissement devenant ainsi le courtier en ligne du groupe La Banque Postale. Ainsi, EasyBourse propose depuis octobre 2009, aux clients de la Banque et aux prospects, une offre de courtage en ligne complémentaire au service de bourse existant sur le portail [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr). Ceux-ci peuvent gérer de façon autonome leur épargne boursière en négociant leurs ordres de bourse sur la plateforme sécurisée et conviviale [www.easybourse.com](http://www.easybourse.com).

- **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.

Avec l'ouverture d'une nouvelle agence dédiée en province, la SFdP est désormais directement présente dans les 4 principales villes françaises (Paris, Lyon, Marseille et Lille) au travers des 25 agences. L

Ce développement du réseau d'agences en propre ainsi que les partenariats de distribution noués notamment avec Travelex et Attijariwafa Bank ont contribué au développement de l'activité, avec la distribution du service au travers de 45 points de vente.

En 2009, la SFdP a passé le cap de plus d' 1 million de transactions soit une progression de 16 % par rapport à 2008. Ce résultat est le fruit de la politique de consolidation de l'organisation et de l'optimisation de l'efficacité dans le réseau en propre démarrée l'année passée. Malgré un début d'exercice difficile, la SFdP a su résister et enregistrer une progression de 8 % de ses revenus liés à l'activité de transfert d'argent.

- **Transactis**

Créée en janvier 2008, Transactis est une coentreprise détenue à parts égales par La Banque Postale et la Société Générale. Elle a vocation à mettre en commun les activités de développement et d'exploitation de leurs systèmes monétiques (traitements relatifs à la monétique porteur, à l'acquisition des transactions liés aux cartes bancaires, aux opérations des commerçants et aux automates bancaires) pour mutualiser les savoir faire et les investissements. Dans un marché en très forte évolution (SEPA, réglementation, concentration et nouvelles technologies, ...), l'objectif est de disposer d'une plate-forme commune à même de répondre aux exigences de réactivité, de qualité de service et de compétitivité.

Les premières bascules opérationnelles ont été réalisées en 2009 pour le routage des opérations de retrait des cartes sur les distributeurs de billets des deux banques et en septembre pour le référentiel des contrats monétiques des commerçants.

# PERSPECTIVES 2010 DE LA BANQUE POSTALE

Mise en marché de nouvelles activités, développement du multicanal...l'année 2010 s'annonce comme un tournant pour La Banque Postale.

Cette année verra la réalisation ou l'approfondissement des actions entreprises pour toujours mieux répondre aux besoins des clients de La Banque Postale, à l'évolution de leurs modes de vie et de leurs comportements.

Un cap important sera franchi dans le dispositif multicanal de la Banque. Expérimenté d'abord sur le crédit à la consommation puis sur l'assurance de dommages, ce nouveau « mix canal », combinant les canaux Internet, Téléphone et Bureau de Poste jusqu'ici juxtaposés, sera ensuite progressivement étendu à l'ensemble de l'offre de la Banque.

## **Mise en marché de nouvelles activités : crédits à la consommation, assurances de dommages...**

En 2010, La Banque Postale pourra se battre à armes égales avec ses concurrents sur le marché des particuliers grâce à la **mise en marché du crédit à la consommation et de l'assurance de dommages**.

### **> Crédits à la consommation : lancement de l'activité début avril 2010**

**Début avril 2010, le déploiement du crédit à la consommation sur tout le territoire et sur tous les canaux sera effectif.**

L'arrivée de La Banque Postale sur le marché du crédit à la consommation intervient dans un environnement d'évolution programmée du cadre législatif et réglementaire autour des produits et pratiques qui lui sont liés.

La Banque Postale a pu anticiper et intégrer ce nouvel environnement d'autant plus facilement qu'il est en complète adéquation avec les valeurs qu'elle incarne et avec son appréhension responsable du métier qu'elle exerce au service de tous ses clients.

Avec cette nouvelle activité, La Banque Postale souhaite redonner confiance dans le crédit à la consommation en plaçant l'intérêt de ses clients au centre de son action.

Transparence, responsabilité, accessibilité seront les principales caractéristiques de l'offre de La Banque Postale, fidèle à ses valeurs et à ses manières de faire. La prévention et la gestion du surendettement fera l'objet d'une attention particulière et constituera un axe fort et différenciant de son entrée sur ce marché.

### **> Assurance de dommages : une mise en marché d'ici la fin de l'année**

En arrivant sur le marché de **l'assurance de dommages des particuliers** d'ici la fin de l'année 2010, La Banque Postale se donne pour ambition d'« inventer » le nouveau modèle des dix prochaines années, qui permettra à la Banque de trouver rapidement sa place sur le marché en satisfaisant ses clients et en créant de la valeur pour ses actionnaires.

Afin de fournir dès le démarrage de l'activité une offre attractive pour créer puis entretenir un lien de confiance avec ses clients, ce nouveau modèle sera fondé sur **une distribution, une gestion et une relation avec les clients totalement multicanal**.

Ainsi, quel que soit le canal utilisé (bureau de poste, téléphone, Internet) spontanément par le client, l'offre d'assurance de dommages de la Banque sera accessible, sans rupture ni perte d'information si le client souhaite basculer d'un canal à l'autre.

Par cette action, La Banque Postale veut élargir l'accès à l'assurance de dommages en s'adressant au plus grand nombre, y compris aux clients les plus modestes.

### **> Assurance santé : La Banque Postale en discussion exclusive avec la Mutuelle Générale**

Pour développer son offre d'assurance santé, La Banque Postale a choisi un acteur reconnu du secteur et est entrée, en 2009, en discussions exclusives avec La Mutuelle Générale.

Ce partenariat, fondé sur les valeurs de solidarité et d'accessibilité partagées par les deux groupes, s'articulerait autour d'une filiale commune détenue majoritairement par La Banque Postale, avec pour ambition de développer une offre de qualité, d'un bon niveau de couverture et à destination du plus grand nombre.

La Mutuelle Générale est un partenaire historique de La Poste. Ce partenariat permettrait de créer une co-entreprise détenue majoritairement par La Banque Postale. La Mutuelle Générale apporterait son savoir-faire ainsi que les moyens de développer la future filiale. De son côté, La Banque Postale apporterait l'accès à sa clientèle, par le biais de son dispositif de distribution multicanal.

Les solutions opérationnelles de souscription et de gestion seraient sous traitées à des spécialistes sélectionnés sur la base d'une consultation des meilleurs acteurs du marché.

Les deux partenaires, qui ont signé des accords de principe fin 2009, ont pour objectif de conclure les accords définitifs dès que possible, pour une première mise en marché en 2011.

### **> Financement des entreprises...**

**Sur le marché des Entreprises et Associations**, qui représente 6 % du PNB de La Banque Postale en 2009, celle-ci a poursuivi avec succès le développement des services qu'elle propose à ses clients tels que :

- dans le domaine des Flux, une offre d'Internet transactionnel

(*LBP@ccess 24 et LBP Net Entreprises*) ;

- dans le domaine de l'Ingénierie Sociale, le lancement de la Garantie Homme-Clé ;

- dans le domaine des placements, une offre OPCVM orientée ISR (Ex. : le fonds structuré *LBP Responsable Garantie Novembre 2011*).

Faute de pouvoir employer en crédits aux PME les sommes provenant du Livret A et du Livret de développement durable (LDD) destinées à cet effet par la réglementation, celles-ci (soit plus de 6 milliards d'euros à fin 2009) ont été centralisées à la Caisse des dépôts.

Afin d'apporter tout son concours au financement de l'économie, La Banque Postale étudie les possibilités de poursuivre son développement vers les entrepreneurs et les entreprises, notamment les plus petites, dans la ligne récemment ouverte par le Président de la République.

## **Multicanal : « Une nouvelle façon de vivre la Banque »**

De plus en plus, le client, selon son profil, son besoin, son urgence, souhaite accéder à sa banque par le canal de son choix : Internet, téléphone ou agence ; et désire une réelle complémentarité des canaux dans sa gestion au quotidien.

Parmi les objectifs stratégiques à horizon 2010 de La Banque Postale, figure l'ambition d'être la banque multicanal la plus proche de ses clients.

2010 sera donc pour La Banque Postale l'année du « mix canal », combinant les canaux Internet, Téléphone et bureau de poste jusqu'ici juxtaposés pour permettre aux clients de la Banque d'utiliser chaque canal à sa guise pour ce qu'il a de mieux : Les Conseillers pour un conseil personnalisé, les canaux à distance pour leur disponibilité et leur rapidité.

Ce développement de l'offre multicanal de La Banque Postale se fonde sur la liberté du client de pouvoir choisir le ou les modes de contact et de fonctionnement avec sa banque en fonction de sa connaissance des questions bancaires, de son mode de vie et de ses attentes vis-à-vis de la Banque. C'est cela la « nouvelle façon de vivre la Banque » !

La Banque Postale propose donc de nouveaux services favorisant l'accès à La Banque Postale (lancement du site Internet Mobile) et simplifiant leurs démarches quotidiennes (paiement sans contact, sécurisation des paiements sur Internet).

Dans le détail :

> Depuis le 8 mars 2010, **La Banque Postale met à disposition de ses clients un nouveau site Internet Mobile** ([www.labanquepostale.mobi](http://www.labanquepostale.mobi)) consultable sur tous types de téléphones mobiles, offrant la majorité des services que le site [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr) (localisation des bureaux de poste, consultation de comptes, virements de compte à compte, accès aux simulateurs et à l'information sur les produits et services de la Banque). Par cette action, La Banque Postale accompagne l'évolution des comportements de ses clients et leurs modes de vie afin de leur permettre de « vivre la Banque comme ils l'aiment ».

> Soucieuse d'accompagner l'évolution des moyens de paiement et de les rendre accessibles au plus grand nombre, La Banque Postale émettra ses **premières cartes Visa sans contact** dans le cadre de l'opération « Nice ville sans contact », premier déploiement pré-commercial à grande échelle des services sans contact mobile en Europe qui démarrera en juin 2010.

Innovation, simplicité et rapidité caractérisent cette nouvelle carte grâce à la technologie NFC (Near Field Communication) qui vient compléter les fonctionnalités classiques des cartes bancaires de La Banque Postale.

> Afin de maintenir la confiance dans le commerce en ligne et favoriser ainsi la poursuite de son développement, La Banque Postale déploiera progressivement, auprès de ses clients porteurs d'une carte, la **solution CERTICODE** d'authentification forte à base de SMS, identique à celle utilisée pour l'accès à la Banque en Ligne. **Ainsi, les clients de La Banque Postale disposeront d'une seule méthode de sécurisation de leurs opérations financières sur Internet.**



## Autres nouveautés produits & services 2010

Banque de tous, La Banque Postale poursuit le développement de son offre de produits et de services pour mieux servir l'ensemble de sa clientèle. Forte de ses valeurs, la Banque adopte une démarche responsable sur l'ensemble de ses activités.

**Par ces actions, La Banque Postale réaffirme sa volonté constante de faire prévaloir la primauté de l'intérêt de tous ses clients.**

### > Pour tous ses clients

. La Banque Postale poursuit son action de modernisation des services liés au compte courant en proposant, courant 2010, un **nouveau relevé de compte multi-produit**.

**Ce relevé regroupera sur un même document les situations de l'ensemble des comptes ou contrats ouverts à La Banque Postale d'un même client**, apportant ainsi plus de praticité (date d'arrêté unique pour tous ses comptes) et plus de clarté.

Le relevé multi-produits sera disponible en format pdf sur les pages sécurisées de la Banque en Ligne.

. Un nouveau fonds garanti est également proposé à la clientèle des particuliers de la Banque : **Evoléo Mai 2016 & Evoléo PEA Mai 2016**. Sa période de commercialisation s'étendra du 8 mars 2010 au 7 mai 2010.

Pour plus d'informations, cf. fiche technique en annexe du dossier de presse.

### > Pour les Associations...

La Banque Postale lance, courant du premier trimestre 2010, **le site Internet [www.assoandco.fr](http://www.assoandco.fr), dédié à tous les Acteurs du monde associatif clients ou non de La Banque Postale**.

Ce site a pour ambition de **favoriser le partage d'informations** juridiques et légales sur le monde associatif. Ainsi, des actualités hebdomadaires, un dossier du mois ou encore des formulaires types sont disponibles gratuitement sur le site Asso&Co.

En outre, ce nouveau service proposé par La Banque Postale permettra aux membres des associations et/ou les bénévoles du monde associatif **d'échanger grâce notamment à un forum ou grâce à des espaces dédiés à chaque association**, leur permettant de faire connaître leur actualité, percevoir les cotisations de leurs adhérents, collecter des dons et adresser un reçu fiscal tenir leur comptabilité en ligne ou encore **recruter, puisque chaque association est invitée à mettre en ligne des offres de postes ou de candidatures**.

### > ...et les personnes morales

La Banque Postale proposera en 2010 de nouveaux produits et services à sa clientèle personnes morales :

> **Une gamme de cartes Visa Business** (Visa Classic, Visa Gold) sera commercialisée à partir de mars 2010, permettant d'offrir à la clientèle Entreprises de la Banque des moyens de paiement adaptés à ses besoins et proposant services, d'assurances et d'assistance tout à fait spécifiques.

Cette gamme vient compléter la carte *Realys Association* lancée en 2008 à destination du monde associatif.

> En outre, **de nouveaux fonds, conçus et gérés par La Banque Postale Asset Management, sont proposés aux personnes morales :**

. **LBP Responsable Garantie mars 2012**, un fonds à formule avec garantie du capital à l'échéance du 16 mars 2012.

La performance finale du FCP est liée à l'évolution d'un panier de 20 actions de grande capitalisation (zone Euro et GBP) sélectionnées par application d'un filtre "intensité carbone" et d'un filtre ISR, tels que définis par LBPAM.

Sa période de commercialisation s'étend du 2 février 2010 au 12 mars 2010.

. **LBP Responsable Trésorerie**, un fonds "Monétaire euro".

Le FCP sera essentiellement investi en titre de créance et instruments du marché monétaire (à taux fixe et à taux variable). L'ensemble des titres détenus par le FCP ont une maturité inférieure à 3 mois. L'agrément AMF a été obtenu le 16 octobre 2009.

. **LBPAM Obli Inflation**, un FCP "Obligations et autres titres de créances libellés en euro" qui a vocation à être majoritairement investi en titres de créances et instruments du marché monétaire indexés sur l'inflation émis par des pays de la zone euro.

> En outre, deux bascules importantes vont commencer à s'opérer en 2010, pour lesquelles La Banque Postale est totalement prête :

. **La migration des 2 000 clients en télétransmission utilisant le protocole ETEBAC à La Banque Postale.** Cette migration risque d'être délicate car elle va toucher 90 000 entreprises en France au cours des deux années à venir, soit 200 clients par jour. La Banque Postale, qui propose d'ores et déjà ces solutions, a mis en place l'organisation nécessaire, middle office et commerciale, pour accompagner ses clients dans ce changement.

. **La montée en charge des virements SEPA (SCT):**

Les volumes échangés sont encore faibles, moins de 1 % des volumes de virements en France à fin 2009. Ils devraient progresser en 2010, notamment avec les virements des Administrations et de la sphère sociale.

La Banque Postale a une offre de service pour les virements SEPA opérationnelle sur l'ensemble des media concernés, notamment la télétransmission et internet.

### > **Pour les clientèles fragiles**

Depuis le 30 mars 2007, La Banque Postale est autorisée à distribuer des microcrédits personnels garantis. 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 donc 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.

La Banque Postale a choisi de développer un modèle dans lequel les compétences des professionnels du secteur social et celles de la banque se complètent. Ce modèle, exigeant, suppose le développement de relations de confiance entre les acteurs, dans l'intérêt de l'emprunteur.

En adoptant cette 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.

**En 2010, La Banque Postale poursuit son engagement en matière de microcrédit personnel initié en 2007 qui a permis de conclure au total 53 partenariats avec des organismes œuvrant en matière d'inclusion sociale (UDAF, CCAS,...) dont la moitié réalisés en 2009.**

La part prise par La Banque Postale dans la distribution de micro crédits personnels en France devrait ainsi évoluer significativement, passant de plus de 5 % en 2009 à une estimation de 8% en 2010.

# ANNEXES

## Annexe 1

### **COMPTES 2009 : DONNÉES COMPLÉMENTAIRES**

---

#### ▪ **PRODUIT NET BANCAIRE**

#### **PNB 2009 DE LA BANQUE POSTALE : 5,019 MILLIARDS D'EUROS**

<b>Formation du PNB</b>	<b>en millions d'euros</b>
Marges d'intérêt :	2 911
Commissions nettes :	1 717
Autres :	391

#### ▪ **EVOLUTION DES ENCOURS CLIENTÈLE ENTRE 2008 ET 2009**

<b>Encours à fin 2009</b>	<b>en milliards d'euros</b>	<b>Variation en %</b>
Dépôts à vue	43,8	+7,2%
Livrets A et B	58,3	-5,9%
Comptes d'épargne logement (CEL)	6,4	+4,7%
Plans d'épargne logement (PEL)	18,4	+2,0%
Livrets d'épargne populaire (LEP)	11,4	-14,6%
LDD	4,1	+4,3%
Livrets Jeunes	1,1	-8,0%
Compte sur Livret	1,9	+30,5%
OPCVM et autres titres	26,1	+4,0%
Assurance vie	102,0	+8,5%
Bons d'épargne, CAT et autres produits	3,9	-16,2%
<b>Total général</b>	<b>277,3</b>	<b>2,5%</b>

#### **VENTILATION DES ENCOURS CLIENTÈLE EN 2009**

Epargne Bancaire (Livret A inclus)	37,1%
Assurance vie	36,8%
Dépôts à vue	15,8%
Valeurs mobilières et autres	10,3%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

## Annexe 2

### **BILAN 2009 PAR ACTIVITÉ**

---

#### **1. ARGENT AU QUOTIDIEN**

##### **Une croissance soutenue du nombre de comptes CCP en 2009**

Avec 11,3 millions de comptes courants à fin 2009, La Banque Postale a confirmé sa position d'acteur majeur de la banque de détail en France, grâce aux performances commerciales réalisées, tant au niveau des ouvertures de comptes que du point de vue de l'équipement de la clientèle en matière d'argent au quotidien (formules de compte, moyens de paiement...). **Ainsi, plus de 772 000 nouveaux comptes CCP ont été ouverts en 2009 (+ 4,3 %) et près de 1 million d'ouvertures d'offres groupées ou nouvelles offres d'entrée en relation, soit à des nouveaux clients, soit à des clients existants..**

Cette croissance soutenue du nombre de comptes s'explique par la notoriété, l'image et les valeurs de La Banque Postale ainsi que par l'attractivité de ses tarifs et l'accessibilité et de sécurité de son offre.

Les nouvelles offres d'entrée en relation de La Banque Postale, **lancées en mai 2009, ont séduit en huit mois de commercialisation quelque 775 000 clients.**

Celles-ci remplacent les offres groupées Adispo et Bagoo par des formules de compte laissant une plus grande liberté de choix au client, tant dans les produits d'équipement de son CCP que dans le mode de relation qu'il souhaite avoir avec sa banque.

##### **LA NOUVELLE OFFRE DE BANQUE AU QUOTIDIEN DE LA BANQUE POSTALE**

Depuis mai 2009, les nouveaux clients de La Banque Postale peuvent choisir les services bancaires liés au Compte Courant Postal et le mode d'entrée en relation qui leur convient le mieux. Trois formules pour la gestion de leur compte sont proposées : le « Menu », la « Carte » ou le « Self-service ».

Ces formules varient aussi bien en fonction du mode de contact choisi par le client (ponctuel et sans rendez-vous, régulier avec un conseiller dédié, ou encore à distance par téléphone ou Internet...) que des produits et services bancaires utiles dont il souhaite disposer.

Depuis son lancement, cette offre séduit une clientèle jeune puisque plus de la moitié des nouveaux souscripteurs sont des jeunes âgés de 18 et 34 ans.

**Au total, La Banque Postale compte plus de 4,8 millions de clients bénéficiant des offres groupées et formules de compte.**

Lancé en octobre 2008, le relevé de compte dématérialisé disponible en ligne, au format pdf, poursuit son développement : **plus de 240 000 clients privilégient désormais ce mode de consultation.**

##### **Une progression des moyens de paiement supérieure au marché**

Dans la continuité des années précédentes, 2009 a vu se poursuivre la croissance de l'équipement des clients en cartes bancaires. **Avec un parc de 6,3 millions de cartes, La Banque Postale a poursuivi sa forte croissance (+ 5,1%) alors que sur la même période le marché enregistrerait une croissance près de deux fois inférieure.**

Cette performance a permis à La Banque Postale d'affirmer sa progression à près de 11 % de part de marché.

En outre, le nombre de transactions de paiement réalisées par avec les cartes bancaires émises par La Banque Postale a augmenté de 10 % pour franchir le cap des 700 millions d'opérations pour près de 30 milliards d'euros.

**Les nouveaux moyens de paiement ont également connu une forte croissance en 2009**, notamment grâce à l'enrichissement des cartes bancaires proposées par La Banque Postale (Ex. : cartes co-brandées avec l'UNICEF et Solidarité SIDA).

**Le CADO CHÈQUE**, chèque cadeau multi-enseignes créé par La Banque Postale et Natixis, dans le cadre de la coentreprise Titres Cadeaux, **s'est également fortement développé en 2009**.

#### **LE CADO CHEQUE DE LA BANQUE POSTALE**

CADO CHÈQUE est le chèque cadeau multi-enseignes créé par La Banque Postale et Natixis, dans le cadre de la coentreprise Titres Cadeaux.

Destiné à la fois aux particuliers, aux professionnels, aux entreprises et aux comités d'entreprise, CADO CHÈQUE présente de nombreux atouts :

- Une liberté de choix du cadeau grâce à un large réseau d'acceptation de **près de 100 grandes enseignes nationales** (Carrefour, Darty, Séphora, Orange, Virgin, Go Sport,...) représentant près de 12 000 points de vente partout en France ;
- Un cadeau aussi plaisant à offrir qu'à recevoir : un visuel élégant reprenant le nœud d'un ruban ; une pochette originale à l'image d'un paquet cadeau et sur laquelle est présentée la liste des enseignes partenaires ;
- Une disponibilité immédiate, en métropole comme dans les DOM, dans 3 602 bureaux de poste pour les particuliers et les professionnels et via les Conseillers Spécialisés Entreprises pour la clientèle personnes morales, soit la plus grande force de distribution du marché.

Depuis novembre 2009, chaque bénéficiaire de CADO CHÈQUE peut l'utiliser pour en faire don à l'Association Petits Princes, le Secours populaire et WWF.

**CADO CHÈQUE est le produit le plus sécurisé du marché, disposant au recto comme au verso d'une dizaine de marques de contrôle pour éviter les falsifications ou contrefaçons.** Il est proposé également dans les DOM / TOM.

Le Service e-Carte Bleue de La Banque Postale, solution sécurisée de paiement sur Internet, a franchi le cap des 200 000 **clients abonnés (213 000) soit une progression de 11 %**.

En outre, La Banque Postale poursuit le 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 plus de 200 000 utilisateurs réguliers à La Banque Postale.**

Enfin, La Banque Postale a poursuivi ses développements dans les nouveaux moyens de paiement sans contact, sur téléphone mobile ou sur carte bancaire, avec pour ambition de proposer une offre dans le courant de l'année 2010.

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

Dans un contexte de crise économique marquée, l'activité de transferts d'argent internationaux (virement international, Mandat Ordinaire International, Mandat Express International et Western Union) a continué de progresser de 3,75%. La Banque Postale a ainsi enregistré près de 10,4 millions d'opérations pour plus de 6 milliards d'euros.

Cette offre très complète est proposée à la clientèle dans près de 11 000 bureaux de poste pour les Mandats Internationaux et 6 000 bureaux pour les transferts Western Union.

## 2. EPARGNE ET ASSURANCE

### Acteur de poids sur le marché de l'assurance vie

La Banque Postale confirme, en 2009, son rôle majeur sur le marché de l'assurance vie. **Les encours assurance vie progressent de plus de 8,5 % et dépassent les 100 milliards d'euros, à fin 2009.** Après une fin d'année 2008 exceptionnelle due à la réussite de l'opération Livret A Puissance 10, la dynamique commerciale mise en œuvre en 2009 a permis de réaliser **un chiffre d'affaires 2009 de 11 milliards d'euros**, en léger retrait par rapport à 2008.

Malgré la reprise des marchés boursiers, les fonds en euros ont été fortement plébiscités. Cette tendance est plus marquée à La Banque Postale que sur le marché mais un rebond a été constaté en fin d'année 2009.

Au cours de l'année 2009, **324 000 contrats d'assurance vie ont été ouverts.** Le nouveau contrat patrimonial *Cachemire*, proposé depuis novembre 2008, s'inscrit dans cette dynamique avec déjà 75 000 contrats en portefeuille. Le lancement, en avril 2009, d'*Excelis*, contrat d'assurance vie haut de gamme à délégation d'arbitrage, connaît également des débuts prometteurs.

#### **CACHEMIRE, UN CONTRAT D'ASSURANCE VIE PARMI LES PLUS COMPLETS DU MARCHÉ**

Depuis novembre 2008, La Banque Postale propose à sa clientèle patrimoniale, *Cachemire*, un contrat d'assurance vie multisupport et multigestionnaire. Ce contrat, élaboré avec CNP Assurances, s'appuie sur l'expertise de La Banque Postale Asset Management en matière de gestion et de sélection de fonds.

Quels que soient ses objectifs patrimoniaux, son niveau d'expertise ou son tempérament, chaque client, avec l'appui de son conseiller patrimonial de La Banque Postale, dispose des supports d'investissement, de la formule de gestion et des garanties qui lui conviendront le mieux.

Accessible dès 25 000 euros, *Cachemire* permet à chaque client de construire le contrat d'assurance vie à sa mesure.

La Banque Postale, fidèle à ses valeurs, est le premier « bancassureur » à rendre accessible une offre aussi complète.

*Cachemire* est commercialisé par 3 catégories de conseillers : Les Conseillers de Clientèle, les Conseillers Spécialisés en Patrimoine et les Conseillers en Gestion de Patrimoine.

### Un nouvel environnement pour l'Épargne classique

L'année 2009 se caractérise par l'ouverture de la distribution du Livret A à l'ensemble des établissements bancaires et par une forte baisse de son taux de rémunération.

Rarement favorable à l'épargne liquide, la baisse des taux courts s'est accompagnée en 2009 de baisses importantes des taux de rémunération des produits d'épargne réglementée qui a fortement réduit l'attractivité de ces placements.

La collecte de La Banque Postale, après le niveau exceptionnel atteint en 2008 dans le contexte particulier de taux et de crise financière, a donc connu, en 2009, une baisse attendue. En effet, les clients ont réorientés leur surplus de liquidité vers des produits plus longs et notamment l'assurance vie.

Toutefois, l'ouverture de la distribution du livret A n'a, en 2009, pas significativement érodé sa base de clientèle.

## Le Livret A

**Produit d'épargne préféré des Français, le Livret A est détenu par quelque 21 millions de clients à La Banque Postale. A fin 2009, les encours sur le Livret A s'élevaient à 55,6 milliards d'euros** (en recul de 5,7 %). Cette diminution tient compte des clôtures et transferts.

Dans un contexte de banalisation de la distribution du livret A, le nombre d'ouverture de Livret A à La Banque Postale est resté soutenu en 2009 (562 000 Livrets A ouverts) et a notamment permis de limiter la baisse du nombre de Livret A sous gestion (-2 %).

**La Banque Postale a reçu près de 122 000 demandes de transferts en 2009.** Après traitement, 17 % des demandes ont été rejetées (principales causes de rejets : anomalies de bordereau, problèmes de signalétique clients, livrets conditionnels non transférables, livrets déjà clos, renonciations clients) et au final plus de 95 000 livrets A ont été transférés. Conformément à la procédure de place, certains dossiers seront dénoués début 2010.

Présente partout en France et forte de plus de 5 000 distributeurs de billets, La Banque Postale offre aux titulaires d'un Livret A de nombreux services et avantages : une carte de retrait gratuite, la possibilité de consulter ses comptes 24h/24, une gestion des comptes sur internet, un accès téléphonique simple, la possibilité de domicilier certains virements et prélèvements, un conseil personnalisé et des tarifs raisonnables.

### **LE LIVRET A DE LA BANQUE POSTALE**

A travers le 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.

En juillet 2008, lors de la signature du contrat de service public entre l'État et La Poste et lors de l'adoption de la Loi de Modernisation de l'Economie (LME), L'État a reconnu à la seule Banque Postale la mission de service public d'accessibilité bancaire au travers du Livret A. Cette mission de La Banque Postale est inscrite dans la Loi (LME) qui a fixé le nouveau régime du Livret A avant l'ouverture de sa distribution.

Ainsi, La Banque Postale a l'obligation d'ouvrir gratuitement un Livret A à toute personne qui en fait la demande. Elle est le seul établissement bancaire 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 loyers à des organismes HLM et paiement des impôts).

La mission d'accessibilité bancaire est assumée, de manière plus globale, 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. Cependant, elle n'est actuellement clairement identifiable et chiffrable que sur le Livret A.

## Une année de transition pour les valeurs mobilières

Après s'être fortement orientés sur les OPCVM monétaires en raison d'une rémunération exceptionnelle sur l'année 2008, l'érosion des taux des marchés monétaires en 2009 a conduit les clients à vendre les OPCVM achetés un an plus tôt. Dans le même temps, le redressement rapide des indices boursiers dans un contexte économique incertain n'a pas été un signal suffisant pour relancer la collecte sur les OPCVM actions.

Dans ce contexte d'après crise, La Banque Postale enregistre une progression modérée (+2.9% à 23 milliards d'euros) des encours OPCVM (y compris Unités de Compte) et une légère diminution du nombre de comptes d'instruments financiers (-5,4 % à 1,8 million).

En 2009, La Banque Postale a enrichi son offre de fonds ISR de la gamme « Investir Autrement » d'un fonds et à proposer à sa clientèle 7 nouveaux fonds garantis pour bénéficier de perspectives de rendements attractives sur les marchés boursiers tout en garantissant le capital investi à l'échéance (*Pulseo* et *Evoleo*).

#### **LA GAMME « INVESTIR AUTREMENT » DE LA BANQUE POSTALE**

La gamme « Investir Autrement » est désormais composée de 4 fonds ISR :

- . Un fonds diversifié de partage : Liberté et Solidarité en partenariat avec la FIDH ;
- . Trois fonds actions : LBPAM Responsable Actions Euro (ex LBPAM Actions Développement Durable) ; LBPAM Responsable Actions Monde ; LBPAM Responsable Actions Environnement.

Ces trois fonds actions socialement responsables sont gérés selon un processus en trois étapes :

- Avant toute analyse financière, les experts de La Banque Postale Asset Management appliquent le filtre ESG (Environnement, Social, Gouvernance) aux entreprises de l'univers d'investissement ;
- La Banque Postale Asset Management exclut systématiquement les titres des entreprises liées de près ou de loin à la production d'armes controversées ;
- Enfin une analyse financière des entreprises retenues est effectuée pour choisir les valeurs offrant le meilleur potentiel de performance boursière.

La collecte ISR s'élève à 54 millions d'euros en 2009.

En outre, La Banque Postale a, en 2009, enrichi son offre de bourse en ligne en lançant l'offre de **courtage en ligne d'Easybourse** ([www.easybourse.com](http://www.easybourse.com)). Celle-ci vient compléter le service de bourse existant sur le portail [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr).

#### **EASYBOURSE : L'OFFRE DE COURTAGE EN LIGNE DE LA BANQUE POSTALE**

Depuis octobre 2009, EasyBourse, la filiale de La Banque Postale, propose un service de courtage en ligne à tous les clients qui souhaitent gérer de façon autonome leur épargne boursière.

Selon sa connaissance ou son expérience de la bourse, selon le montant ou la fréquence de ses ordres, le client choisit une formule adaptée à son profil boursier. Donnant accès un large périmètre de marchés, d'instruments, de services et de fonctionnalités, l'offre d'EasyBourse est complémentaire au service de bourse en ligne existant sur le site [labanquepostale.fr](http://labanquepostale.fr).

A partir d'un site internet convivial et sécurisé, le client peut traiter ses opérations en ligne sur des actions au comptant ou à règlement différé (SRD), négocier des warrants ou des trackers, souscrire de nombreux OPCVM.

Accessible dès 500 euros, le client ouvre ou transfère un compte titres ou un PEA chez EasyBourse en retournant un dossier d'ouverture de compte disponible en s'adressant au service commercial (n° vert 0800 802 200) ou en le téléchargeant directement sur le site internet [www.easybourse.com](http://www.easybourse.com).

Pour ses **clients patrimoniaux**, La Banque Postale a poursuivi, en 2009, la commercialisation de Fonds Communs de Placement dans l'Innovation (1 FCPI ISF *La Banque Postale Innovation 7* et 2 FCPI IR, *La Banque Postale Innovation 8* et 9). Elle a également proposé à ses clients de bénéficier du dispositif Scellier relatif à l'investissement en immobilier résidentiel neuf en distribuant la SCPI *Ciloger Habitat*. Enfin, la clientèle désireuse de contribuer au financement de la production cinématographique a pu investir dans la SOFICA *La Banque Postale Image 4*.

La Banque Postale propose également à ses clients patrimoniaux l'offre de gestion sous mandat de La Banque Postale Gestion Privée, qui rencontre un grand succès.



### 3. PRÉVOYANCE

Après une année 2008 remarquable, la prévoyance a en 2009 confirmé une nouvelle fois son bon niveau d'activité. Plus de **469 000 contrats de prévoyance individuelle** ont été souscrits, pour un **chiffre d'affaires de 219,5 millions d'euros en progression de 9 %**.

Ainsi, le **portefeuille de contrats de prévoyance individuelle de La Banque Postale Prévoyance a franchi la barre symbolique des 2 millions de contrats, en croissance de 16 % par rapport à 2008**. Ce résultat est la preuve que la prévoyance répond à des besoins essentiels et que la gamme développée par La Banque Postale et La Banque Postale Prévoyance, pertinente et adaptée, apporte une réponse à tous les âges de la vie.

Ces bons résultats 2009 ont été portés par les contrats cœur de gamme. En outre, l'activité soutenue des Centres financiers a dynamisé les résultats de la prévoyance individuelle grâce notamment à l'élargissement de la gamme de produits proposés.

**Résolys Obsèques** et **Protectys Autonomie** ont contribué pour près de 60 % à la constitution du chiffre d'affaires de la prévoyance individuelle. La Banque Postale Prévoyance compte, à fin 2009, près de 110 000 contrats **Protectys Autonomie**.

**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 atteint 352,4 millions d'euros (+ 10 %)**.

La Banque Postale conforte donc cette année encore sa position **au 3<sup>e</sup> rang des bancassureurs prévoyance**.

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, 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>Prévialys 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

## 4. CRÉDITS IMMOBILIERS

**En matière de crédits immobiliers, La Banque Postale a connu, en 2009, une année record.**

**Les encours de crédits immobiliers progressent de 16 %** et s'élevaient à près de 32 milliards d'euros, à fin 2009. Le montant des prêts immobiliers mis en force atteint **plus de 8,3 milliards d'euros** (y compris le Nouveau Prêt à 0 %), soit une hausse de 8,3 % par rapport à 2008, sur un marché en recul de l'ordre de 15 %.

Au total, La Banque Postale a accompagné, en 2009, 123 000 foyers dans leur projet d'accession à la propriété ou de rénovation. Plus du tiers concernent les jeunes de moins de 30 ans.

**Désormais, La Banque Postale compte un million de contrats de prêts immobiliers en portefeuille. La part de marché de La Banque Postale sur les prêts mis en force en 2009 progresse de 1,7 point sur un an, pour atteindre 8 %.**

Ces performances résultent d'une adaptation permanente de l'offre de crédits immobiliers de La Banque Postale, de la compétitivité des tarifs – tant sur le prêt immobilier que sur l'assurance emprunteur –, et du professionnalisme accru des Conseillers Spécialisés en Immobilier.

Elles ont été réalisées sans modification des conditions d'octroi des crédits immobiliers. En effet, la liquidité de La Banque Postale, totalement assurée par son bilan, a permis de continuer à consentir des prêts immobiliers sans en resserrer l'accès et en maîtrisant son coût du risque.

**En 2009, l'offre de crédits immobiliers de La Banque Postale s'est enrichie de l'Eco-Prêt à taux zéro et pour le personnel enseignant de l'Education Nationale, d'un Prêt à 0 %.**

Accessible dans 11 banques dont La Banque Postale, **l'Eco-Prêt à taux zéro** permet de financer, à hauteur de 30 000 euros maximum, des travaux d'économie d'énergie et d'isolation thermique dans les logements construits entre 1948 et 1990.

**Le Prêt à 0 % dédié aux enseignants des secteurs public et privé proposé en exclusivité par La Banque Postale**, depuis fin septembre 2009, est une initiative du ministère de l'Education nationale. Ce prêt est l'une des mesures mises en place par le ministère dans le cadre de sa politique d'accompagnement à la mobilité. A fin décembre 2009, plus de 700 prêts étaient accordés, pour 22,4 millions d'euros.

En outre, la distribution du prêt **Pactys Environnement** a été élargie, en décembre 2009, permettant désormais de financer des travaux d'économie d'énergie dans le cadre d'opérations plus larges (acquisition d'ancien et travaux, gros travaux incluant des travaux d'économie d'énergie éligibles).

Enfin, **l'offre d'assurance emprunteurs a été renouvelée**, en 2009, dans l'intérêt des clients de La Banque Postale (offre segmentée par âge, tarif parmi les plus bas sur le marché, extension de la couverture décès jusqu'à 74 ans, qualité des garanties).

La Banque Postale est un des seuls réseaux bancaires à disposer de 730 conseillers dédiés exclusivement au conseil en financement immobilier et présents sur l'ensemble du territoire. Ces conseillers accompagnent le client dans la réalisation de son projet immobilier dans des conditions optimales et apportent à chacun un conseil personnalisé en fonction de son profil, de son opération, de son besoin de financement. En 2009, ils ont été particulièrement attentifs à la situation des clients dans le cadre des opérations d'achat/revente, particulièrement pour ceux détenteurs d'un prêt relais.

### **PACTYS, DES SOLUTIONS ADAPTÉES AUX BESOINS DE CHACUN**

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

- les prêts *Pactys* (hors prêt relais, prêt « in fine », opérations de rachats de prêts et financement aux SCI) ne comportent **pas de frais de dossier** ;
- l'offre **d'assurance emprunteur**, en partenariat avec CNP Assurances, propose des **garanties très complètes** (Ex. : offre segmentée par âge, couverture décès de l'emprunteur étendue jusqu'au 74<sup>e</sup> anniversaire inclus) **à un taux parmi les plus bas du marché** ;
- les **730 conseillers spécialisés en immobilier, dédiés à cette activité**, accompagnent les futurs acquéreurs tout au long de leur projet, en leur facilitant les démarches et en leur prodiguant leur expertise.

En outre, dans l'intérêt du client, La Banque Postale n'accorde pas de prêts d'une durée supérieure à 25 ans.

## 5. ENTREPRISES, COLLECTIVITÉS, ASSOCIATIONS

Avec plus de 358 500 associations, 99 000 TPE et professionnels, 17 000 PME, et 2 000 grandes entreprises qui lui font aujourd'hui confiance, **La Banque Postale occupe une place significative sur le marché des personnes morales en tant que banque alternative pour les entreprises, puisqu'elle n'a pas la possibilité de proposer de crédit aux personnes morales.**

La Banque Postale est, notamment, 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, des grandes entreprises et des PME qui sont suivis par une équipe « Grands Clients » et un réseau de Conseillers Spécialisés en Entreprises (CSE) répartis dans 21 équipes régionales.

La Banque Postale propose aux Personnes morales une offre qui se compose de trois grands types de produits et de services :

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

### **L'OFFRE DE BANQUE ALTERNATIVE POUR LES PERSONNES MORALES**

La Banque Postale propose aux commerçants, artisans, professions libérales, travailleur indépendants et Très Petites Entreprises (TPE) des solutions pratiques, simples et adaptées dans les domaines de :

- **Gestion de Flux** : La Banque Postale met à votre disposition des produits traditionnels d'encaissement (TIP et mandats Internationaux...) et de décaissement (virements ; lettres chèques...), ainsi qu'un traitement de qualité des chèques et des espèces. Elle permet à vos clients de choisir leur mode de règlement en proposant une gamme de solutions monétique, et porte-monnaie électronique performante.

- **Gestion des Liquidités** : Pour gérer au mieux les excédents de Trésorerie, La Banque Postale propose des services automatisés permettant d'optimiser ses placements sur un grand nombre d'OPCVM à horizon différents plusieurs fois récompensés par la presse économique.

- **Ingénierie Sociale** : La Banque Postale dispose d'une offre spécifique d'Épargne Salariale modulable en fonction de la taille de l'Entreprise qui permet de renforcer l'implication des salariés en les intéressant aux résultats et à l'atteinte des objectifs de l'Entreprise. En outre, La Banque Postale est l'un des organismes habilités par l'Agence nationale des services à la personne pour émettre et commercialiser le CESU préfinancé. Associé au CadoChèque, La Banque Postale dispose ainsi d'outils pour apporter au dirigeant un levier de motivation complémentaire pour ses collaborateurs.

En s'appuyant sur ces trois piliers, les Conseillers Spécialisés Entreprises de La Banque Postale proposent ainsi une offre large et adaptée à l'entreprise et à tous les acteurs qui la composent et la font vivre à savoir : l'entreprise elle-même, le dirigeant et le personnel.

> **En matière de flux**, La Banque Postale enregistre, dans un environnement fortement concurrentiel en 2009, **une augmentation des encours gérés de près de 22 %**, ainsi qu'**une progression de 3 % 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.

**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 3 % en 2009, pour s'élever à plus de 142 millions d'euros.**

**Ces résultats illustrent l'ambition de La Banque Postale de devenir une banque de référence dans le traitement et la gestion des flux.**

Ainsi, plus de 3 600 nouveaux contrats monétiques ont été commercialisés et plusieurs très grandes entreprises ont accordé ou renouvelé leur confiance à la Banque.

La nouvelle offre de **Banque en Ligne** lancée en 2008 compte déjà près de 20 000 abonnés. Deux services adaptés aux différents types de clientèles et permettant sont proposés :

- **LBP@ccess24** pour notre clientèle de proximité (TPE, professionnels et associations)
- **LBPNet Entreprise** pour les PME et grandes entreprises

Cette offre permet de consulter le compte, gérer les paiements et encaissements (virements, prélèvements, effets de commerce) ou encore gérer la trésorerie en souscrivant et rachetant des OPCVM avec des informations intraday.

La Banque Postale a été parmi les toutes premières banques de la Place à proposer, dès décembre 2009, le protocole de communication Ebics, pour les échanges banque entreprise en télétransmission, en remplacement du protocole Etebac, amené à disparaître. Elle propose par ailleurs le protocole SwiftNet depuis 2008 et occupe le 16<sup>e</sup> rang mondial sur 227 groupes bancaires pour les échanges de fichiers par ce canal.

En outre, de nouvelles opérations menées en 2009 ont donné une nouvelle dimension à l'activité Entreprises de La Banque Postale comme le placement de l'emprunt EDF où la Banque s'est hissée au second rang des placeurs ou encore la coopération étroite avec sa filiale Ciloge.

**> En matière de placement et de gestion de trésorerie**, la gamme de La Banque Postale dédiée aux personnes morales s'est étoffée, en 2009, de fonds intégrant la démarche Investissement Socialement Responsable. En effet :

- La gamme *Obligataire 1<sup>e</sup> catégorie*, plus particulièrement adaptée à la clientèle des Bailleurs Sociaux ou des Associations est devenue la gamme *Obligataire 1<sup>e</sup> catégorie ISR* ;
- *LBP Responsable Garanti Novembre 2011*, fonds garanti et ISR, conçu avec l'expertise de la filiale La Banque Postale Structured Asset Management (LBP SAM) a été proposé aux clients Entreprises. Sa commercialisation a remporté un vif succès ;

Ainsi, près de 5 milliards d'encours OPCVM sont détenus par les clients Personnes Morales de La Banque Postale.

En outre, des EMTN ainsi que des REPO ont été proposés par la Direction des Opérations Financières de la Banque aux clients Entreprises et Institutionnels de la Banque.

**> En matière d'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 2009.

**L'épargne salariale continue son développement avec une progression des encours de 90 millions d'euros soit un encours à fin décembre 2009 de 250 millions d'euros pour plus de 55 000 porteurs, ce qui place cette offre au centre de la gamme ingénierie sociale.**

La Garantie Homme Clé développée en commun avec La Banque Postale Prévoyance a été lancée en mars 2009 et a déjà séduit plus de 150 entreprises.

Destinée à valoriser et à motiver les salariés des petites et moyennes entreprises, le CADO CHÈQUE est commercialisé, avec succès, auprès des personnes morales. En 2009, plus de 1 300 commandes ont été enregistrées auprès des Professionnels, PME-PMI et Entreprises intermédiaires, **pour un montant de plus de 3, 5 millions d'euros.**

Quant à l'offre de Titre Cesu de La Banque Postale, elle a séduit de nombreux clients en 2009. Notre part de marché a doublé en un an, pour atteindre 5 % avec une progression en volume d'émission de 41%.

La Banque Postale compte désormais près de 1 500 entreprises clientes et plus de 2 800 000 titres ont été émis en 2009 pour près de 200 000 bénéficiaires.

## **L'ORGANISATION DE LA BANQUE POSTALE**

### **DEDIEE AUX PERSONNES MORALES**

- **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 200, 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. 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 2008, La Banque Postale compte 120 Conseillers Spécialisés Entreprises (CSE) et 70 Assistants Commerciaux, répartis en 17 équipes en métropole et 4 dans les DOM.

- **Les bureaux de poste** avec les Gestionnaires de clientèle pour une relation directe et de proximité, notamment avec les associations, les TPE et les professionnels.

La Banque Postale dispose également d'un **numéro de téléphone, « Contact Entreprises, Professionnels et Associations » (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.

## **6. BANQUE UNIQUE, CANAUX MULTIPLES : UNE ACTIVITÉ RÉSOLEMENT MULTICANAL**

- **266 millions d'opérations guichet**
- **6,2 millions de Rendez-vous Conseillers**
- **342 millions de contacts via les canaux de la banque à distance (serveurs vocaux, plates-formes téléphoniques, Minitel, Internet, courriels, SMS)**
- **DAB/GAB : 473 millions d'opérations**
- **2,5 millions de clients consultent leurs comptes sur Internet**
- **Au total, près de 1.1 milliard de contacts clients tous canaux confondus**

**La Banque Postale a pour ambition d'être la banque multicanal la plus proche de ses clients.** Pour cela, La Banque Postale a développé depuis de nombreuses années une stratégie multicanal au service de ses clients qui s'appuie sur la complémentarité entre le **réseau postal**, fort de 17 000 points de contact ; les **23 Centres Financiers**, centres de relation commerciale à distance, de gestion et de production (accessibles par courrier, courriel et téléphone) ; et les possibilités offertes par **les canaux en ligne** (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.

### **La relation en face à face dans le bureau de poste**

Au cœur du dispositif multicanal de La Banque Postale, le bureau de poste joue un rôle majeur d'accueil, de prise en charge et de conseil, s'appuyant sur la complémentarité de l'ensemble de ses acteurs, des guichetiers aux conseillers spécialisés pour répondre aux besoins des clients ou futurs clients de la Banque.

La ligne Conseil, à fin 2009, est forte de 10 500 conseillers (Gestionnaires de clientèle, conseillers financiers et conseillers clientèle, conseillers spécialisés en patrimoine, Conseillers en gestion de patrimoine et conseillers spécialisés en immobilier).

### **LA LIGNE CONSEIL DE LA BANQUE POSTALE**

Les équipes commerciales 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 avertie à la recherche d'optimisation du patrimoine et/ou 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. Ils sont implantés dans des lieux spécifiques.

A ces conseillers, s'ajoutent 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.

Au sein du bureau de poste, les 35 000 guichetiers viennent compléter cette organisation commerciale grâce à leurs missions d'accueil et de traitement des opérations bancaires des clients de La Banque Postale. Au total, ce sont 266 millions d'opérations bancaires qui ont été effectuées au guichet en 2009. « Espace Service Client » a été lancé en février 2009, il vise à améliorer la qualité de l'accueil en renforçant la visibilité de La Banque Postale et en réduisant les temps d'attentes.

### **Automates bancaires**

La Banque Postale favorise et facilite l'accès à ses automates (DAB/GAB), pour des opérations simples (retrait, historiques des dernières opérations, consultation du solde). Pour les clients en situation de handicap, 60% du parc de guichet automatique de banque (GAB) externe sont accessibles aux personnes à mobilité réduite, soit environ 3200 automates. De plus, tous les nouveaux GAB créés ou remplacés sont conformes aux normes Personnes à Mobilité Réduite (PMR). Avec un parc de 5 343 automates bancaires 2009, dont 125 nouveaux terminaux en libre-service à l'intérieur des bureaux, La Banque Postale participe au projet initié par le groupe La Poste de réduire le temps d'attente dans les bureaux de poste.

### **La relation à distance par téléphone**

Au cœur du dispositif multicanal, les 23 centres financiers de La Banque Postale informent et conseillent les clients à distance. Historiquement pionnière de la relation multicanal, par courrier, téléphone ou messagerie électronique, La Banque Postale s'appuie sur l'expertise des **Chargés de Clientèle des Centres Financiers**. Au total, ce sont 1 600 Chargés de Clientèle 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 2009, la gamme de produits et de services accessibles à distance auprès des centres financiers s'est développée. 791 000 produits ont ainsi été souscrits : offres groupées, épargne courante ou prévoyance.**

**13 % de la production nette prévoyance de la Banque sont réalisés à distance par les conseillers des Centres financiers, soit une croissance de +25 % des souscriptions via ce canal par rapport à 2009.**

#### **CHIFFRES CLÉS 2009 DE LA RELATION CLIENT EN CENTRES FINANCIERS**

- . 9 millions de courriers,
- . **626 000** e-mails
- . **20,1** millions d'appels téléphoniques reçus,
- . **791 000** souscriptions de produits ou de services à distance,
- . **123 000** dossiers de prêts immobiliers traités.

Le serveur vocal de consultation de compte, accessible à partir du numéro court de La Banque Postale, le 36 39, a également étendu ses fonctionnalités (accès aux encours de prêts, aux produits d'assurance...).

La baisse significative de la tarification du 36 39 en avril 2008 (de 0,34 euro à 0,15 euro TTC/min) a renforcé l'attractivité du service. Ce tarif unique offre une meilleure lisibilité et positionne La Banque Postale parmi les banques les moins chères des banques à réseau sur le canal téléphonique.

### **La relation à distance, via Internet fixe et mobile**

De plus en plus autonomes, **2,5 millions des clients de La Banque Postale consultent régulièrement leur compte sur Internet**. La prise en main par le client de sa relation avec sa banque s'amplifie également avec les téléphones mobiles. Consciente de ces nouvelles pratiques, La Banque Postale a adapté et complété son dispositif de nouvelles fonctionnalités qui ont été intégrées en 2009. Ainsi, il est désormais possible de souscrire en ligne des produits d'épargne simples et de réaliser une demande d'ouverture de compte courant. Les clients peuvent personnaliser leur espace de gestion sur Internet, mais aussi activer et paramétrer des alertes sur solde par SMS ou e-mail. La Banque Postale est l'une des premières banques à avoir proposé ses services sur mobile. Elle a créé en 2009 deux applications dédiées aux téléphones mobiles de troisième génération (un widget pour iPhone, Carnetimmo et le site biendemenager.mobi).



## Annexe 3

### FICHE TECHNIQUE : *EVOLEO – MAI 2016 ; EVOLEO - PEA MAI 2016*

<b>Catégorie</b>	Fonds à formule à capital garanti à l'échéance
<b>Durée de placement</b>	Maximum 6 ans
<b>Affectation des résultats</b>	Capitalisation
<b>Type de souscripteurs concernés</b>	Tous souscripteurs
<b>Éligibilité</b>	<i>EVOLEO Mai 2016</i> : Compte d'Instruments Financiers ordinaire et Assurance-vie <i>EVOLEO – PEA Mai 2016</i> : PEA
<b>Valeur liquidative d'origine</b>	100 euros
<b>Promesse financière</b>	<p>L'objectif de gestion est de faire bénéficier aux porteurs ayant souscrit avant le 7 mai 2010 (11h30) et ayant conservé leurs parts jusqu'à l'échéance de la formule, soit le 10 mai 2016, d'une valeur liquidative égale à la plus élevée des deux valeurs suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la Valeur Liquidative de Référence,</li> <li>- la Valeur Liquidative de Référence majorée de 70% de la Moyenne des Performances Relevées Semestriellement DJ EUROSTOXX 50 (l'"Indice"), constatée au 3 mai 2016.</li> </ul> <p>Toutefois, si à horizon de 3 ans, le 6 mai 2013, la moyenne des Performances Relevées Semestriellement de l'Indice est supérieure ou égale à 15% par rapport à son Niveau Initial (la "Condition d'Echéance Anticipée de la Formule"), le FCP garantit au porteur, le 10 mai 2013, une valeur liquidative égale à la Valeur Liquidative de Référence majorée de 15%, soit un taux de rendement actuariel annuel brut de 4,73%.</p>
<b>Code ISIN</b>	<i>EVOLEO Mai 2016</i> : FR0010854505 <i>EVOLEO – PEA Mai 2016</i> : FR0010854521
<b>Période de commercialisation active</b>	<u>Nouvelle souscription</u> : Du 8 mars 2010 au 7 mai 2010 avant 11h30 dans le CIFO et le PEA Du 8 mars 2010 au 30 avril 2010 dans le cadre de l'assurance-vie
<b>Modalités de souscription / rachat</b>	Les souscriptions et rachats se font à cours inconnu du 8 mars 2010 au 7 mai 2010 avant 11h30, sur cette période la valeur liquidative progressera régulièrement selon un taux proche du marché monétaire.
<b>Souscription minimum</b>	15 Euros
<b>Echéance de la promesse</b>	10 mai 2016. Après, gestion de type monétaire.
<b>Commission de souscription</b>	<u>CIFo</u> : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2% : Du 8 mars 2010 au 7 mai 2010 avant 11h30</li> <li>• A compter du 7 mai 2010 après 11h30 : 5 % pour toutes souscriptions</li> </ul>
<b>Commission de rachat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 0% : Du 5 mars 2010 au 7 mai 2010 avant 11h30</li> <li>• <u>Si la Condition d'Echéance Anticipée de la Formule est remplie</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4% : Du 7 mai 2010 après 11h30 au 10 mai 2013 avant 11h30 <ul style="list-style-type: none"> <li>- A compter du 10 mai 2013 après 11h30 : néant</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• <u>Si la Condition d'Echéance Anticipée de la Formule n'est pas remplie</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4% : Du 7 mai 2010 après 11h30 au 9 mai 2016 avant 11h30 <ul style="list-style-type: none"> <li>- A compter du 9 mai 2016 après 11h30 : néant</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>