



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 8 septembre 2011

### **La Banque Postale se donne les moyens de conduire son développement commercial**

#### **Au 30 juin 2011 :**

Produit Net Bancaire Consolidé : **2 671 millions d'euros**

Résultat Brut d'Exploitation consolidé : **441 millions d'euros**

Résultat net part du Groupe : **258 millions d'euros**

Coefficient d'exploitation : **83,6 %**

Ratio Core Tier One : **10,6 %**

Philippe Wahl, Président du Directoire, a commenté ce jour l'activité et les résultats de La Banque Postale au premier semestre 2011. Dans un contexte de marché défavorable, La Banque Postale affiche des résultats solides. Portée par le dynamisme du crédit immobilier et le démarrage réussi des nouvelles activités, et renforcée par l'augmentation de capital apportée par le Groupe La Poste, La Banque Postale se donne les moyens de conduire son développement commercial.

#### ▪ **Activité de La Banque Postale au premier semestre 2011**

> Au premier semestre 2011, l'équipement de la clientèle de La Banque Postale continue sa progression, tant en matière d'argent au quotidien, que d'épargne et de prévoyance.

Ainsi, La Banque Postale compte près de 400 000 ouvertures de CCP et 2 millions de clients ont souscrit une formule de compte ou offre d'entrée en relation de la Banque.

La Banque Postale a également poursuivi le développement de son parc de cartes bancaires qui a atteint les 6,8 millions de cartes en juin (+ 4,4 %).

En matière d'assurance, 131 200 contrats d'assurance vie et plus de 204 000 contrats de prévoyance individuelle ont été ouverts au premier semestre. Dans un contexte difficile pour l'assurance vie, pénalisée par les incertitudes sur la fiscalité au premier trimestre et la concurrence des produits d'épargne de court terme, le succès de la commercialisation du contrat haut de gamme Cachemire ne s'est pas démenti (26 500 contrats ouverts au premier semestre 2011).

Le chiffre d'affaires en assurance vie s'établit à 4,9 milliards d'euros au 30 juin 2011, en baisse de 10,6 %. Cette baisse est comparable à celle constatée sur l'ensemble du marché (- 11 %).

En matière de crédits immobiliers, La Banque Postale a connu un bon premier semestre. Elle réalise une production en croissance de 17 % par rapport au premier semestre 2010, portant les encours de crédits immobiliers à près de 39,7 milliards d'euros à fin juin 2011 (+ 16 %).

La commercialisation du crédit à la consommation de La Banque Postale s'est accélérée au premier semestre 2011. La production cumulée du premier semestre 2011 s'élève à 828 millions d'euros pour près de 95 000 dossiers financés. Depuis le lancement en avril 2010, plus de 200 000 dossiers ont été financés. Les encours s'élèvent à 1,4 milliard d'euros.

La commercialisation de l'assurance de dommages, lancée en décembre 2010 sur les canaux à distance et progressivement déployée dans les bureaux de poste entre juin et octobre 2011, est également dynamique, avec 40 000 contrats en portefeuille au 30 juin 2011. Plus de 10 000 contrats ont été souscrits sur le seul canal Internet.

Le nombre de clients actifs de La Banque Postale progresse et atteint plus de 10,3 millions au 30 juin 2011.

Les encours clientèle ont progressé de 6 milliards d'euros par rapport à juin 2010 pour atteindre 286 milliards d'euros au 30 juin 2011.

Le Livret A, détenu par près de 20 millions de clients de La Banque Postale, voit ses encours progresser et s'élever, au 30 juin 2011, à 55,2 milliards d'euros. Au premier semestre 2011, 241 400 Livrets A ont été ouverts.

Par ailleurs, en matière d'épargne classique, Optimys PEL, un nouveau produit d'épargne de bilan lancé en février 2011, a rencontré un beau succès, avec plus de 310 millions d'euros de collecte et plus de 24 000 contrats ouverts.

>Fortement intégrées à l'activité de la Banque, à laquelle elles apportent des savoir-faire spécialisés, les filiales et participations ont contribué, au premier semestre 2011, au développement de l'activité de la Banque.

Au 30 juin 2011, La Banque Postale Asset Management, la société de gestion de la Banque, gérait près de 126 milliards d'euros ce qui la place au 5<sup>ème</sup> rang des sociétés de gestion en France. Si un mouvement de décollecte a été enregistré au cours du premier semestre 2011, en phase avec la tendance du marché des OPCVM, la collecte auprès des particuliers et des personnes morales est redevenue positive aux mois de juillet et août 2011.

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 209 millions d'euros à fin juin 2011 (+ 0,8 % par rapport à 2010). Il est porté par le dynamisme de l'assurance emprunteur qui affiche un chiffre d'affaires en hausse de +13,4 % pour s'établir à 54,4 millions d'euros, en lien avec l'augmentation de l'encours de prêts.

## ▪ Résultats de La Banque Postale au premier semestre 2011

>Le Produit Net Bancaire de La Banque Postale s'élève à 2 671 millions d'euros, en hausse de 1,2 %. Il progresse au premier semestre de 32 millions d'euros<sup>1</sup> dans tous les secteurs d'activité de la Banque.

Au 30 juin 2011, le résultat brut d'exploitation de La Banque Postale s'établit à 441 millions d'euros, soit un niveau proche de celui de 2010, avec une baisse limitée à -14 millions d'euros (- 3,3 %) compte tenu de la progression du produit net bancaire, portée par les crédits, et de la maîtrise des charges.

Les charges d'exploitation consolidées s'élèvent à 2 230 millions d'euros. Elles restent maîtrisées à + 46 millions d'euros (+ 2,1 %), alors que La Banque Postale poursuit le déploiement de l'organisation et de la commercialisation de nouvelles activités. Hors effet périmètre des entités logeant ces nouvelles activités (assurance santé, assurances de dommages), la progression des charges sur un an est limitée à + 1,8 %.

Le coefficient d'exploitation s'élève à 83,6 %.

Le coût du risque, de 193 millions d'euros à fin juin 2011, est affecté par l'impact de la décote sur titres souverains grecs. En effet, La Banque Postale a décidé de participer au plan de soutien à la Grèce acté le 21 juillet 2011 pour surmonter la crise liée à son endettement et garantir la stabilité financière de la zone euro. Ce plan de soutien à la Grèce intègre une décote de 21 % du nominal des titres de dette arrivant à échéance entre mi - 2011 et fin décembre 2020 détenus par les prêteurs privés. La Banque Postale a donc passé, dans ses comptes semestriels 2011, une décote de 158 millions d'euros de ces titres grecs.

Hors effet de ce plan de soutien, le coût du risque reste faible à 35 millions d'euros contre 29 millions d'euros au premier semestre 2010.

Après quote-part du résultat de CNP Assurances mise en équivalence, le résultat net part du Groupe s'établit à 258 millions d'euros.

La Banque Postale continue de disposer d'une position de liquidité particulièrement favorable et, grâce à la première augmentation de capital depuis sa création<sup>2</sup>, renforce encore sa solvabilité.

La position de liquidité de La Banque Postale reste marquée à la fois par un fort excédent des dépôts par rapport aux crédits et par la qualité des actifs en portefeuille. En effet, le ratio crédits / dépôts<sup>3</sup> reste stable et à un niveau particulièrement bas (49 %) dans le paysage bancaire. Par ailleurs, la part significative des titres disponibles et éligibles en garantie auprès de la BCE (près de 90 %) offre un volant de liquidité important.

En matière de solvabilité, les ratios prudentiels de La Banque Postale au 30 juin 2011, avant augmentation de capital, se maintenaient à un niveau élevé : le ratio de solvabilité atteignait 14,7 % et le ratio *Core Tier 1* s'établissait quant à lui 10,6 % pour un montant de fonds propres prudentiels de 5,05 milliards d'euros.

En tenant compte de l'augmentation de capital, le ratio de solvabilité est porté à 17,2 % et le ratio *Core Tier 1* à 13,2 %, sur la base des données du 30 juin 2011 pour un montant de fonds propres prudentiels de 5,91 milliards d'euros.

---

<sup>1</sup> Dont 8 millions de reprise de provision d'épargne logement.

<sup>2</sup> Sur l'augmentation de capital, voir page 4.

<sup>3</sup> Hors encours d'épargne centralisés à la Caisse des dépôts.

- **Second semestre 2011 : la Banque Postale se donne les moyens de conduire son développement commercial**

#### **>La Banque Postale lance une augmentation de capital de 860 millions souscrite par le Groupe La Poste**

Le Conseil d'Administration du Groupe La Poste, réuni le 26 août 2011 sous la présidence de Jean-Paul Bailly, a autorisé la souscription par La Poste d'une augmentation de capital de La Banque Postale à hauteur de 860 millions d'euros.

Le principe d'un tel apport avait été décidé lors du Conseil d'Administration du Groupe La Poste du 7 juillet dernier. Il s'inscrit pleinement dans le cadre du plan stratégique « Ambition 2015 » du Groupe La Poste dont le plan d'investissement de près de 7,5 milliards d'euros entre 2011 et 2015 est destiné à soutenir le développement de tous ses métiers.

Cette augmentation de capital a pour but de soutenir l'activité commerciale de la Banque portée notamment par le développement de l'activité de crédits immobiliers mais aussi par le crédit à la consommation ainsi que le crédit aux personnes morales, dont le lancement se fera d'ici la fin de l'année. Cette décision permet, également, une gestion plus diversifiée du bilan de la Banque en exploitant sa forte position de liquidité. Elle permet, enfin, de respecter les obligations réglementaires et de contribuer à la solidité et à la solvabilité de la Banque.

#### **>La Banque Postale obtient l'agrément pour le crédit aux personnes morales**

La Banque Postale a obtenu le 5 septembre dernier l'agrément de l'Autorité de Contrôle Prudentiel lui donnant l'autorisation de financer les personnes morales (PME, TPE, associations, bailleurs sociaux, etc).

Cette offre de financement sera, notamment, portée par une nouvelle filiale, *La Banque Postale Crédit Entreprises*.

Avec le financement des personnes morales, La Banque Postale franchit une nouvelle étape et propose l'intégralité des produits et services d'une banque de détail.

#### **>Pour l'ensemble de sa clientèle, La Banque Postale innove et lance de nouveaux produits et services...**

- **Des offres privilégiées avec La Poste Mobile**

Dans le cadre de ses synergies avec le Groupe La Poste, La Banque Postale développe des offres avec La Poste Mobile, la nouvelle filiale de téléphonie mobile du Groupe.

Une offre de rentrée permet ainsi aux jeunes clients de La Banque Postale de bénéficier d'un remboursement exclusif de 40 euros sur l'achat d'un portable pour toute souscription à La Poste Mobile.

A partir de septembre 2011, l'application bancaire de La Banque Postale sera présente sur les téléphones proposés en bureaux de poste.

Enfin, d'autres offres sont actuellement en construction notamment à destination des clientèles fragiles.

- **Un dispositif nouveau : des automates et des scanners pour l'encaissement des chèques**

La Banque Postale et le réseau de bureaux de poste procèdent au déploiement d'automates et de scanners permettant un encaissement des chèques le jour du dépôt. 2 500 bureaux seront équipés d'ici à juin 2012. Les chèques y seront directement numérisés.

- **La Banque Postale lance un nouveau contrat d'assurance décès et garantie maladies redoutées**

La Banque Postale lance *Sérénia* afin de répondre aux attentes de sa clientèle en matière de protection de la famille et du patrimoine pour faire face aux conséquences d'un décès, d'une invalidité grave ou d'une maladie. Ce contrat permet de souscrire un capital pouvant aller jusqu'au montant élevé de 3 millions d'euros en cas de décès ou d'invalidité grave. *Sérénia* est un des rares contrats du marché à offrir la garantie maladie redoutée à tous les assurés en inclusion dans le contrat et non en option.

*Sérénia* est commercialisé en bureaux de poste, par les Conseillers clientèle, les Conseillers spécialisés en patrimoine et les Conseillers en gestion de patrimoine de La Banque Postale. (Pour plus d'informations, cf. fiche produit en annexe)

- **Lancement de l'assurance santé sur les canaux à distance**

D'ici la fin de l'année, La Banque Postale procèdera à la mise en marché de l'offre complète d'assurance santé, portée par *La Banque Postale Assurance Santé*, filiale détenue à 65 % par La Banque Postale et à 35 % par La Mutuelle Générale. Ancrée dans les valeurs de la Banque, cette offre s'engage à accompagner les clients au quotidien dans la gestion et le suivi de leurs dépenses de Santé. La commercialisation se fera de manière progressive. A partir du 15 novembre, les clients pourront souscrire sur les canaux à distance de la Banque, puis l'offre sera progressivement proposée en bureaux de poste. Un important plan de formation à destination de 20 000 collaborateurs (conseillers en bureau de poste et en centre financier) débutera au mois de novembre. Pour accompagner le développement de cette nouvelle activité, La Banque Postale implante, à Lille, son Centre de Relation Clients, une plateforme d'expertise dans l'assurance santé. Pour la prise en charge des contrats (souscription par téléphone, gestion des contrats et des prestations santé), La Banque Postale a fait appel au partenaire Solly Azar (Groupe Vespieren).

- **« La Banque Postale chez soi »**

Avec « La Banque Postale chez soi », La Banque Postale offrira, début 2012, à ses clients et prospects la possibilité de disposer d'une relation bancaire complète à distance. Ils pourront disposer de conseils sur une large amplitude horaire (du lundi au vendredi de 8h à 20h, le samedi de 8h à 17h), et poser leurs questions à une équipe de conseillers dédiés ou à un conseiller privilégié sur rendez-vous (conseiller financier, conseiller spécialisé en immobilier, expert patrimonial).

Les clients pourront être également accompagnés dans la souscription des produits par Internet et pourront utiliser de nouveaux moyens de communication avec leur banque : chat, mail, visio rendez-vous.

### **>La Banque Postale renforce l'accompagnement des clientèles fragiles**

Une offre sera prochainement proposée pour l'accompagnement des personnes en situation financière fragile, avec le projet REFLEX (Réagir Ensemble et Fédérer la Lutte contre l'Exclusion). Initié dans le cadre du partenariat entre La Banque Postale et l'Union Nationale des CCAS (UNCCAS), ce partenariat a pour objectif de coordonner les actions respectives de La Banque Postale (à la fois Centres Financiers et Bureaux de Poste) et des CCAS, en direction des clients de La Banque Postale en situation de fragilité financière, de manière à accompagner et faciliter la restauration de leur situation financière.

Le service déployé avec l'association CRESUS, mis en place dès le lancement de l'activité de crédit à la consommation en avril 2010, et visant à prévenir le risque d'endettement et accompagner les clientèles fragiles, a été reconduit pour un an. A ce jour, 171 accompagnements budgétaires ont été mis en place par l'association.

\* \*  
\*

En conclusion, Philippe Wahl a déclaré : « *En réalisant au premier semestre des résultats meilleurs que ceux initialement prévus, La Banque Postale démontre une nouvelle fois sa solidité. Dans un environnement économique et financier incertain, La Banque Postale, en restant innovante et en mouvement, se donne les moyens d'accélérer son développement commercial et d'atteindre les objectifs de son plan stratégique 2011-2015 : "L'intérêt du client d'abord, prouvons la différence" ».*

\* \*  
\*

### **La Banque Postale ([www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr))**

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

#### **Contacts presse :**

##### **Presse écrite :**

###### **David Lhôte**

Tél. : 01 55 44 22 42 – Fax : 01 55 44 22 62

[david.lhote@laposte.fr](mailto:david.lhote@laposte.fr)

###### **Marie Paumier**

Tél : 01 55 44 22 38 – Fax : 01 55 44 22 62

[marie.paumier@laposte.fr](mailto:marie.paumier@laposte.fr)

##### **Presse audio-visuelle :**

###### **Jacques Gourier**

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

[jacques.gourier@laposte.fr](mailto:jacques.gourier@laposte.fr)

# ANNEXES

## **Annexe 1 : La Banque Postale présente son plan stratégique 2011-2015 « L'intérêt du client d'abord : prouvons la différence »**

**La Banque Postale a défini ses objectifs et ses orientations stratégiques reposant sur deux axes forts : conforter son positionnement de banque différente et accélérer son développement commercial.**

Pour réaliser ses ambitions, La Banque Postale a adopté un plan d'actions autour de neuf axes majeurs de développement :

- Faire de la qualité de service un levier de satisfaction et de fidélisation des clients ;
- Offrir au client toutes les dimensions des relations multicanal ;
- Faire de la conquête et de la fidélisation des clients jeunes une priorité ;
- Proposer des solutions adaptées aux clients fragiles ;
- Accélérer l'activité de banque du patrimoine ;
- Refonder le partenariat avec l'Enseigne ;
- Faire du marché des associations et des bailleurs sociaux le deuxième marché de La Banque ;
- Obtenir de La Poste les fonds propres nécessaires au développement de La Banque ;
- Faire des postiers des ambassadeurs de leur Banque ;
- Mobiliser et former tous les acteurs du Groupe La Poste sur les objectifs de leur Banque ;
- Construire des solutions de vie pour les seniors ;
- Construire une offre de financement pour les entreprises.

Les orientations stratégiques posées par le plan « L'intérêt du client d'abord : prouvons la différence » doivent permettre d'atteindre en 2015 un produit net bancaire de 6,7 milliards d'euros, un résultat d'exploitation de 1,6 milliard d'euros et d'abaisser de 10 points le coefficient d'exploitation à 75 %.

La Banque Postale se fixe pour objectif de conquérir 120 000 jeunes clients banque principale par an et fidéliser 300 000 nouveaux clients parrainés par les postières et les postiers, de manière à atteindre les 11 millions de clients actifs en 2015.

## **Annexe 2 : La Banque Postale obtient l'agrément de l'Autorité de Contrôle Prudentiel pour le financement des personnes morales**

Avec 475 000 grandes entreprises, PME, TPE, associations, mutuelles ou bailleurs sociaux qui lui font aujourd'hui confiance, **La Banque Postale occupe une place significative sur le marché des personnes morales.**

En 2010, le marché des Entreprises et Associations a représenté 6 % du PNB de La Banque Postale. Sur le premier semestre 2011, les résultats de l'activité commerciale "Entreprise" sont particulièrement performants ; notamment les Commissions Bancaires encaissées qui s'élèvent à **75,5 millions d'euros** et l'Avoir Moyen Journalier à **10,8 milliards d'euros.**

La Banque Postale a obtenu **le 5 septembre dernier l'agrément de l'autorité de contrôle prudentiel** lui donnant l'autorisation de commercialiser ses premières offres de financement pour les personnes morales (PME, TPE, Pros associations, bailleurs sociaux, etc).

Cette offre de financement sera notamment portée par une nouvelle filiale, *La Banque Postale Crédit Entreprises.*

Avant la fin de l'année 2011, La Banque Postale mettra en marché ses premières offres de **crédit bail mobilier** (dont la gestion sera sous-traitée à Franfinance, filiale de la Société Générale) et de **facilité de caisse**. A l'issue d'une expérience pilote menée sur Paris, Lyon et Clermont Ferrand, le déploiement national sera opéré progressivement jusqu'à la fin du premier semestre 2012.

D'ici la fin de l'année, la Banque Postale prévoit également de lancer le **Crédit Moyen Terme de création / reprise d'entreprise** et de participer à des **Crédits Syndiqués.**

En 2012, la gamme d'offre sera élargie avec le lancement de **nouveaux crédits spécialisés**, (Crédit Bail Immobilier, puis Affacturage) et d'offres de **financement à ses clientèles de l'Economie Sociale** (Avances sur Subventions pour les associations et Crédits aux Bailleurs Sociaux) ».

La distribution des offres de financement se fera à travers le réseau des 19 Espaces Entreprises de La Banque Postale et via une Agence Multicanal en charge de conseiller les professionnels et les TPE et d'amorcer l'instruction des dossiers de crédits. Les clients Entreprises pourront également s'adresser aux conseillers en bureaux de poste pour être mis en relation avec l'Agence Multicanal.



### Annexe 3 : Caractéristiques techniques de *Sérénia*

	Garantie décès	Garantie PTIA	Garantie maladies redoutées (GMR)
<b>Âge de l'adhésion</b>	18-69 ans	18-69 ans	18-61 ans
<b>Fin des garanties</b>	Veille du 1 <sup>er</sup> jour du mois de l'échéance périodique de cotisation qui suit le 75 <sup>ème</sup> anniversaire	Veille du 65 <sup>ème</sup> anniversaire (veille du 70 <sup>ème</sup> anniversaire si la PTIA fait suite à un accident)	Date anniversaire de l'adhésion qui suit le 66 <sup>ème</sup> anniversaire
<b>Capital versé</b>	En l'absence de maladie redoutée indemnisée : 100% du capital décès/PTIA garanti Suite à une maladie redoutée indemnisée : 90% du capital décès/PTIA garanti	En l'absence de maladie redoutée indemnisée : 100% du capital décès/PTIA garanti Suite à une maladie redoutée indemnisée : 90% du capital décès/PTIA garanti	10% du capital décès/PTIA garanti
<b>Modalité de versement du capital</b>	Au choix de l'assuré : versé au(x) bénéficiaire(s) en une seule fois ou fractionné mensuellement au conjoint et enfants	Versé à l'assuré en une seule fois	Versé à l'assuré en une seule fois
<b>Options</b>	Doublement du capital garanti en cas de décès ou de PTIA accidentels Indexation annuelle du capital garanti en fonction de l'évolution du Plafond annuel de la Sécurité sociale (le choix de cette option se fait à l'adhésion et est définitif)		
<b>Les plus</b>	Une couverture provisoire est accordée à compter de la signature de la demande d'adhésion (pendant le délai de traitement de l'adhésion) en cas de décès ou de PTIA accidentels (dans la limite de 150 000 €). Possibilité de modifier en cours d'adhésion le capital garanti, les bénéficiaires, l'option « doublement du capital » en cas d'accident. Pour la Garantie Maladies Redoutées, <i>Sérénia</i> est le seul contrat du marché où la garantie est en inclusion		

PTIA : Perte Totale et Irréversible d'Autonomie

Les maladies redoutées et affections graves couvertes par *Sérénia* :

- Tous les cancers et tumeurs malignes, à l'exception des formes les moins graves (tumeurs bénignes, lésions précancéreuses, cancers localisés comme certains cancers de la peau ou micro cancers de la prostate).
- Les infarctus du myocarde diagnostiqués lors d'une prise en charge dans un milieu médical spécialisé.
- Toutes les affections cardiaques ayant nécessité un pontage chirurgical des artères coronaires.
- Les AVC avec séquelles neurologiques encore présentes au-delà de 90 jours : les AVC consécutifs à un traumatisme crânien ne sont pas couverts.
- Toutes les formes hémiplégiques, paraplégiques ou tétraplégiques de paralysie persistantes au-delà de 180 jours.
- Toutes les brûlures du 3<sup>ème</sup> degré touchant au moins 20 % de la surface du corps.

*La notice d'information est disponible sur demande auprès du service de presse.*