

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017

BRED, LA BANQUE SANS DISTANCE

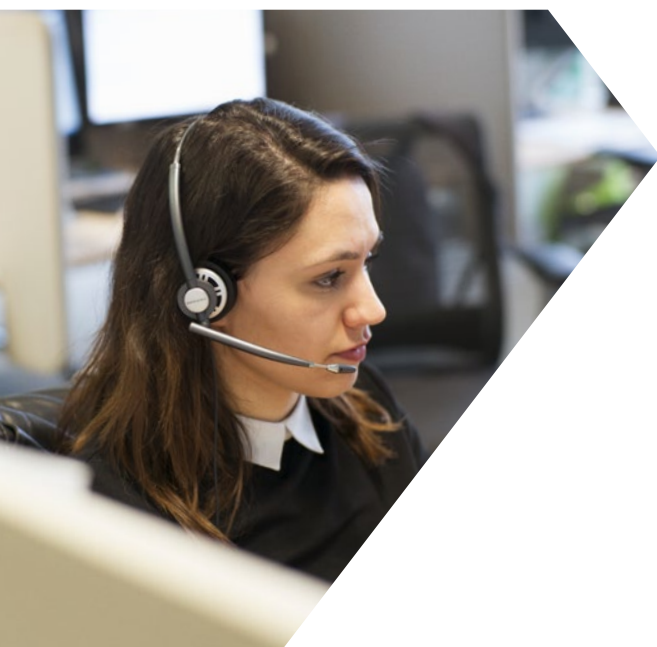


**UNE RELATION
GLOBALE
DE PROXIMITÉ**
P.10

**DYNAMIQUE SUR TOUS
SES MARCHÉS EN 2017**
P.16



**RESPONSABLE,
COOPÉRATIVE,
ENGAGÉE SUR SES
TERRITOIRES**
P.26



SOMMAIRE

MIEUX CONNAÎTRE LA BRED

P. 02 — 03

LE MESSAGE DU PRÉSIDENT

« UN DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE »

P. 04 — 05

INTERVIEW DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

**« LA BANQUE SANS DISTANCE,
MOTEUR DE NOS PERFORMANCES »**

P. 06 — 09

1 LA BANQUE SANS DISTANCE : UNE RELATION GLOBALE DE PROXIMITÉ

Notre modèle de Banque sans distance, c'est celui d'une banque qui ose une relation globale de proximité. Une relation qui se tisse au plus près des clients, au cœur des territoires.

P. 10 — 15

2 LA BANQUE SANS DISTANCE EN ACTES EN 2017

Retour sur une année riche en événements et en innovations qui renforcent ce modèle de proximité auprès des différents segments de clientèle.

P. 16 — 25

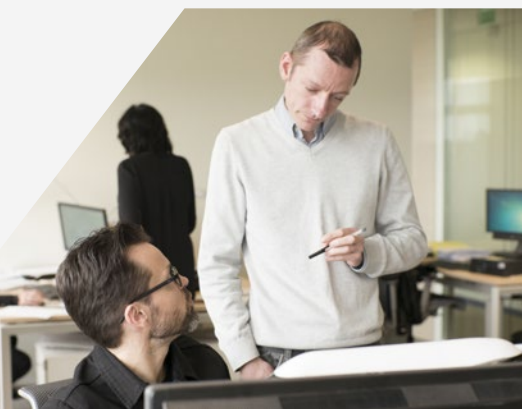
3 UNE BRED SANS DISTANCE : RESPONSABLE, COOPÉRATIVE, ENGAGÉE SUR SES TERRITOIRES

Notre modèle de relation de proximité s'exprime aussi dans la sphère publique à travers l'accompagnement des collaborateurs et des engagements responsables.

P. 26 — 32

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS 2017

P. 33



LA BRED, BANQUE SANS DISTANCE

La BRED est une banque populaire coopérative, forte de 180 000 sociétaires, de 4,1 milliards d'euros de capitaux propres et de 5 500 collaborateurs - dont 25 % hors de France et dans les TOM. Son cœur de métier est la banque commerciale, en France à travers ses implantations régionales en Île-de-France, Seine-et-Marne/Aisne, Normandie, La Réunion, Mayotte, Guadeloupe, Îles du Nord, Martinique, Guyane. Banque engagée sur ses territoires, elle déploie en France un réseau de 343 agences, 17 centres d'affaires, 13 cercles de gestion patrimoniale et un cercle dédié à la gestion de fortune. Elle entretient une relation de long terme avec plus d'1 million de clients.

BRED Banque Populaire, au sein de BPCE, regroupe des activités diversifiées - banque de détail, banque de grandes entreprises et Institutionnels, banque de gestion privée, banque à l'étranger, société de gestion d'actifs, salle des marchés, compagnie d'assurances, financement du négoce international. Elle exerce également son métier de banque commerciale à travers ses filiales bancaires en Asie du Sud-Est, dans le Pacifique et la Corne de l'Afrique.

En 2017, la BRED a réalisé un PNB consolidé de 1 152 M€ (+5,2%). La banque commerciale France poursuit sa dynamique avec une augmentation de 4 % de son PNB malgré un contexte fortement concurrentiel et une courbe des taux défavorable, contribuant ainsi aux deux tiers de la croissance du PNB global.

4,1 MDS€

de capitaux propres

180 000

sociétaires

5 500

collaborateurs dans le monde dont
25 % hors de France et dans les TOM

MIEUX CONNAÎTRE LA BRED

Une banque de proximité diversifiée
et performante, riche de nombreux atouts
géographiques, commerciaux et économiques

Nos implantations

EN MÉTROPOLE

En Normandie

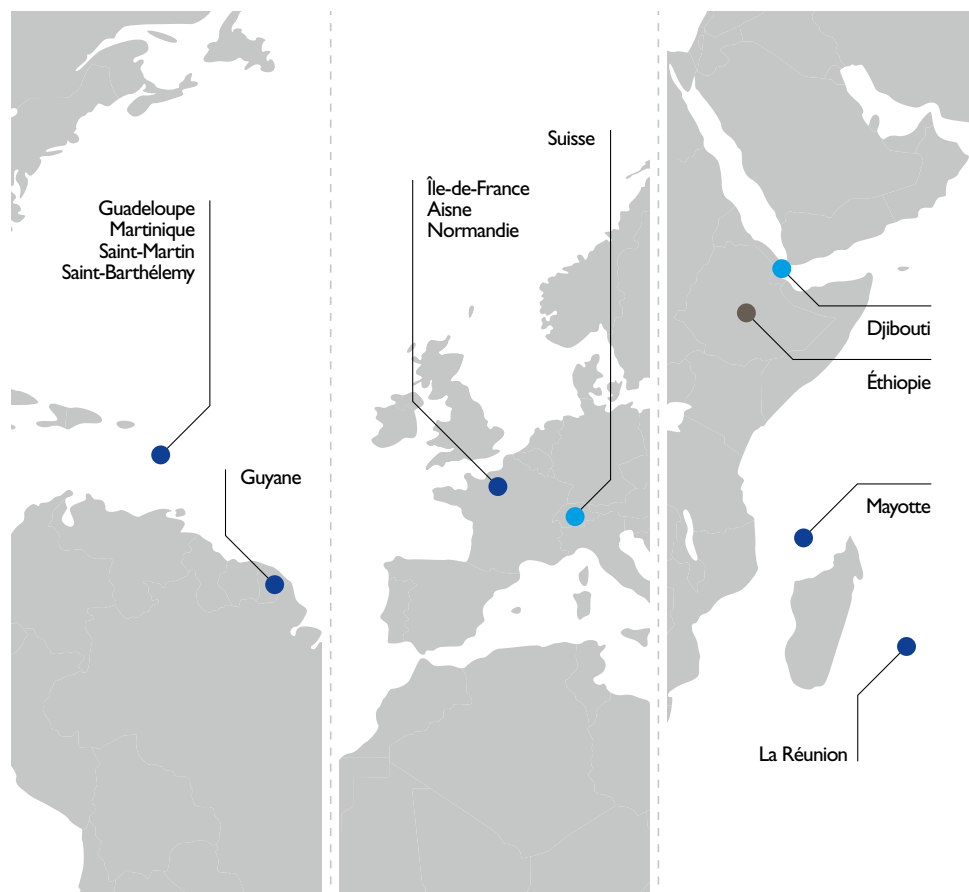
- 59 agences de proximité
- 2 cercles patrimoniaux
- 3 centres d'affaires
- 1 agence dédiée aux professions libérales

312 collaborateurs

En Île-de-France

- 2 sièges, à Paris et à Joinville
- 190 agences de proximité
- 8 cercles patrimoniaux
- 9 centres d'affaires
- 1 agence dédiée aux professions libérales
- 1 agence BRED Espace Outre-mer

2 949 collaborateurs
(dont 1 139 dans le réseau commercial)



EN OUTRE-MER

En Martinique et en Guyane

- 27 agences de proximité
- 2 agences dédiées aux professions libérales
- 1 cercle patrimonial
- 2 centres d'affaires

282 collaborateurs

En Guadeloupe-Îles du Nord

- 23 agences de proximité
- 1 agence dédiée aux professions libérales
- 1 cercle patrimonial
- 1 centre d'affaires

224 collaborateurs

À La Réunion et Mayotte

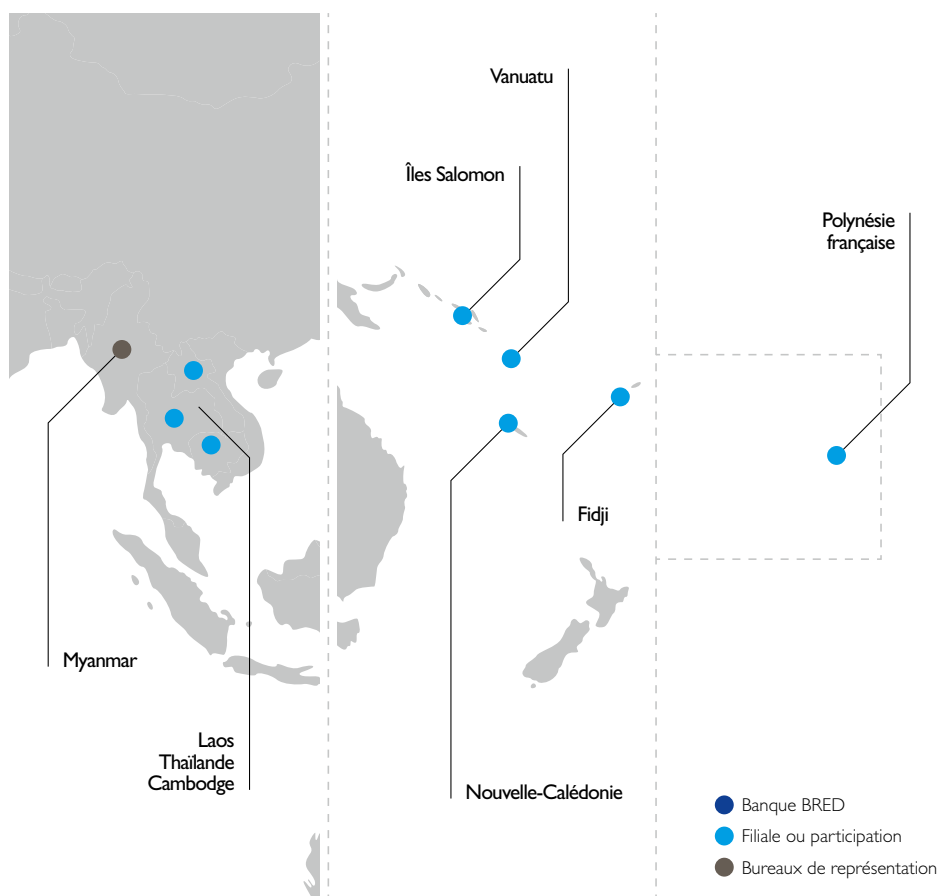
- 30 agences de proximité
- 2 centres d'affaires
- 1 cercle patrimonial
- 4 agences dédiées aux professions libérales
- 4 agences Sofider

286 collaborateurs

Des correspondants
bancaires dans plus de

150 pays

+ d'infos bred.fr



Le groupe BRED à l'étranger et dans les TOM

EN OCÉANIE

• BCI NC – Nouvelle-Calédonie

- 27 agences
- 5 bureaux périodiques
- 1 bureau de change

442 collaborateurs

• BVL – Vanuatu

- 2 agences au Vanuatu
- 1 succursale aux Îles Salomon

133 collaborateurs

• BBS – Salomon

- 1 agence (siège)

40 collaborateurs

• BBF – Fidji

- 6 agences retail

116 collaborateurs

EN ASIE DU SUD-EST

• BFL – Laos

- 21 agences dans 6 villes du pays dont 1 agence Women Banking à Vientiane

172 collaborateurs

• BBC – Cambodge

- 1 agence (siège)

89 collaborateurs

DANS LA CORNE DE L'AFRIQUE

• BCI MR – Djibouti

- 10 agences dont deux en région (Ali Sabieh et Tadjourah)
- 2 centres dédiés à la clientèle entreprise
- 1 bureau de représentation en Éthiopie à Addis Abeba

249 collaborateurs

EN EUROPE

• BIC BRED : financement du négoce international

- Paris (siège)
- Suisse - 1 filiale à Genève : BIC-BRED (Suisse) SA

39 collaborateurs



La BRED est également présente

- au Myanmar et en Éthiopie, via ses bureaux de représentation
- en Thaïlande où est installée une filiale informatique, BRED IT, dédiée à ses banques à l'étranger.

LE MESSAGE DU PRÉSIDENT



STÈVE GENTILI
Président

« Un développement responsable »

La BRED s'inscrit cette année encore dans une forte dynamique commerciale. Ces résultats – remarquables alors que l'environnement financier, les nouvelles réglementations et l'essor de la concurrence contraignent de grandes banques à la contraction – sont indissociables des valeurs coopératives constitutives de notre identité : la proximité, la solidarité, l'entrepreneuriat. Elles animent notre équipe de direction, nos collaborateurs et conduisent notre action.

Au cœur de l'économie réelle

Porteurs d'un modèle de développement responsable, nous utilisons les ressources collectées dans les régions pour accompagner leur croissance. Ne serait-ce qu'en 2017, nos encours de

crédit ont progressé de 12 %. Créés par des acteurs locaux pour faciliter leur accès au crédit, nous agissons conformément à notre vocation historique.

Immergés dans la vie locale, partout où nous sommes implantés, nous finançons les acteurs de l'économie réelle, hommes et femmes qui œuvrent jour après jour au dynamisme de leur région : particuliers, artisans, commerçants, agriculteurs, professionnels libéraux, chefs d'entreprise. Nous finançons également les structures régionales de l'économie sociale.

Attentifs à l'environnement sociétal des régions

En tant qu'entreprise coopérative, nous nous devons d'être attentifs à notre environnement non seulement économique mais aussi sociétal. Dans nos territoires d'implantation, nous soutenons des initiatives favorisant la cohésion sociale à travers l'insertion et l'égalité des chances, ainsi que des actions d'intérêt général dans le domaine culturel et sportif. Nous sommes également investis dans le développement du microcrédit.

Une approche entrepreneuriale et innovante

Notre idéal coopératif, nourri de l'esprit d'entreprendre, est ouvert à l'innovation. La question se pose aujourd'hui de savoir quelle banque et quelle économie nous voulons à l'ère numérique. À la BRED, nous faisons le choix de mettre le numérique au service de l'humain. La dématérialisation des produits et des services, qui permet d'effectuer en ligne ce qui hier nécessitait de se déplacer, ne rend pas superflues les relations humaines, bien au contraire.

« Notre idéal coopératif, nourri de l'esprit d'entreprendre, est ouvert à l'innovation. »

Nous faisons le choix de l'accompagnement personnalisé plutôt que celui du conseil standardisé. Notre concept de « banque sans distance », promu par notre direction générale, réinvente la proximité relationnelle dans l'environnement digital. En ligne, ou sur place dans nos agences, le conseil est l'essence même de notre métier. Un conseil global de qualité fondé sur une connaissance fine des projets et des besoins de nos clients.

Une banque qui appartient à ses sociétaires

Cette stratégie appelle un investissement humain et logistique encore plus qualitatif. Chaque année plus de 90 % de nos collaborateurs suivent au moins une formation. Plutôt que de réduire notre réseau d'agences de proximité, régulièrement modernisé, nous optimisons son organisation pour proposer à chaque client les meilleures expertises. Bien entendu nous mettons tout en œuvre pour fluidifier l'accès à nos services et en améliorer la praticité grâce au digital.

Banque coopérative, nous sommes accompagnés dans cette stratégie par nos sociétaires, seuls détenteurs de notre capital. Assurés de votre soutien, dont témoigne le succès de notre récente augmentation de capital, nous continuerons à investir dans la formation de nos collaborateurs, dans le perfectionnement de nos technologies et dans l'amélioration de nos services au bénéfice de nos clients. Nous poursuivrons notre développement en demeurant plus que jamais attachés à nos valeurs, en privilégiant les relations humaines, en conjuguant humanisme et efficacité, performance et éthique professionnelle.

Nous relèverons ainsi les défis qui ne manqueront pas de se présenter malgré le regain de dynamisme de l'économie mondiale.

« La question se pose aujourd'hui de savoir quelle banque et quelle économie nous voulons à l'ère numérique. »

« La Banque sans distance, moteur de nos performances »

Quel regard portez-vous sur 2017 ?

Pour la cinquième année consécutive le PNB de la BRED progresse dans toutes ses activités. En 2017, il s'établit à 1 152 M€, progressant ainsi de 5,2 %.

La banque commerciale France, notre activité cœur, contribue aux deux tiers de la croissance du PNB de la BRED. La progression de 4 % de son PNB consolidé est remarquable, eu égard au faible niveau des taux d'intérêts. Son bilan et ses commissions ont évolué de façon dynamique avec également une belle contribution de notre banque de grande clientèle, entreprises et Institutionnels. L'important effort commercial déployé par le réseau avec l'appui de nos filiales Prépar (assurances) et Promépar (gestion d'actifs) a eu un effet positif sur les ventes et les commissions.

Notre salle des marchés, orientée vers les clients, affiche 15 M€ de PNB supplémentaire par rapport à 2016, soit une progression de 14 %.

En progression de 7 %, les revenus de nos activités dans les TOM et à l'international, y compris notre activité de financement du commerce international, sont aussi très encourageants. D'autant que certaines de nos banques sont encore très jeunes et sont donc en capacité de progresser bien davantage.

Les charges du Groupe BRED sont en hausse de 2 % à périmètre constant, hors éléments exceptionnels.

Le coût du risque s'établit à 93,6 M€ et atteint le pourcentage moyen du coût du risque sur PNB des cinq dernières années.

Le résultat net comptable consolidé s'établit à 257 M€. Il aurait atteint 270 M€ à fiscalité constante, contre 266 M€ un an plus tôt.

Quels sont les choix stratégiques à l'origine de ces performances ?

Chaque année, depuis 5 ans, nos résultats progressent (+ 43 % depuis 2012).

Ces résultats confirment la pertinence de notre approche de « Banque sans distance ». Cette stratégie de développement est soutenue par un important effort d'investissement. Nous avons une politique volontariste de formation des collaborateurs, de déploiement des solutions digitales, comme de refonte des systèmes d'information et de modernisation du réseau d'agences.

Pouvez-vous nous donner votre définition de la Banque sans distance ?

La Banque sans distance est la promesse que nous faisons à nos clients d'un modèle de relation globale de proximité, intégrant la révolution digitale.

Ce modèle global de relation est fondé sur la pertinence et la personnalisation des réponses apportées, dans la durée, à l'ensemble des besoins de nos clients, dans chacune de leurs situations concrètes et à chaque moment de

« Pour la cinquième année consécutive le PNB de la BRED progresse dans toutes ses activités. La banque commerciale France contribue aux deux tiers de la croissance du PNB. »



OLIVIER KLEIN
Directeur général

« La Banque sans distance, c'est la promesse que nous faisons à nos clients d'un modèle de relation globale de proximité, intégrant la révolution digitale. »

leur vie ou de leur activité. Cette expertise repose elle-même sur un investissement très important dans la formation, qui représente à la BRED près de 6 % de la masse salariale, soit 6 fois plus que le minimum légal.

En outre, nos conseillers communiquent avec leurs clients dans les agences bien sûr; mais aussi bien via les canaux de communication téléphoniques ou digitaux, le digital permettant même d'enrichir la relation de proximité.

Vous ouvrez quelques nouvelles agences en métropole et outre-mer. Vous êtes donc convaincus que le réseau physique n'a pas dit son dernier mot ?

Oui, si nous l'adaptions aux nouveaux modes de vie. Nous mettons aussi en œuvre une digitalisation accélérée reposant sur des investissements très importants. Les opérations courantes étant réalisées dans les livres-services, en ligne, sur l'application ou au téléphone, les conseillers disposent d'encre plus de temps pour analyser les besoins de leurs clients et les contacter pour leur proposer des solutions adaptées et ainsi faciliter la préparation et le déroulement de leurs projets de vie.

Nous faisons bien sûr vivre notre réseau physique. Les agences « nouveau concept » prennent progressivement la place des anciennes agences,

avec leurs trois espaces clairement identifiés : libre-service, attente, conseil. Nous venons par ailleurs de scinder notre réseau normand en deux directions régionales pour renforcer la proximité relationnelle avec les clients et nous adapter le plus précisément possible aux spécificités de ces territoires. Nous allons faire de même en Seine-et-Marne qui est un département très étendu.

Et nous optimisons sans cesse la présence de nos forces commerciales, dans toutes leurs composantes, vis-à-vis de chaque type de clientèle et sur l'ensemble de nos territoires.

Quelle est la place réservée à l'international dans la stratégie de la BRED ?

Nous sommes présents en Asie, dans le Pacifique, dans la Corne Est de l'Afrique et en Suisse. Forts de l'expérience acquise aux Antilles et dans l'Océan Indien, nous nous sommes implantés en 2007 dans les TOM, en Nouvelle-Calédonie. Puis nous nous sommes installés hors de France : à Vanuatu, à Fidji, à Djibouti, au Laos, et enfin au Cambodge et aux îles Salomon il y a quelques mois. Nous disposons par ailleurs d'un bureau de représentation à Addis-Abeba, en Éthiopie, et nous sommes également présents en Birmanie, à Rangoon.

INTERVIEW DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Nous allons dans des pays faiblement bancarisés et dont les perspectives de croissance sont fortes. Partout, nous exerçons notre métier de banque commerciale. Nous sommes la seule banque française, et même européenne, présente et sommes toujours soutenus par les autorités locales.

Nous tentons partout d'offrir à nos clients les meilleurs standards internationaux.

La BRED célébrera son centenaire en 2019. Dans quelle mesure votre statut coopératif est-il encore adapté à votre modèle de développement ?

Notre statut de banque coopérative, détenue par ses sociétaires sous forme de parts sociales non soumises aux aléas des marchés, est une chance et un atout car nous pouvons nous projeter dans la durée, dans le temps long.

Spécificité du modèle coopératif, nos clients-sociétaires occupent une place centrale dans

notre dispositif de gouvernance. Leurs intérêts sont représentés par nos administrateurs, tous sociétaires de la BRED, élus par l'Assemblée Générale des sociétaires. Ils sont ainsi associés à nos choix et les soutiennent, comme en témoigne le succès de chacune de nos récentes augmentations de capital.

Pour conforter ces liens, nous convions nos sociétaires à des réunions dans nos agences, qui sont autant d'occasions d'échanger et de recueillir leurs réactions. Cette très grande proximité relationnelle entretenue avec nos clients sociétaires est pleinement cohérente avec la Banque sans distance, moteur de notre développement.

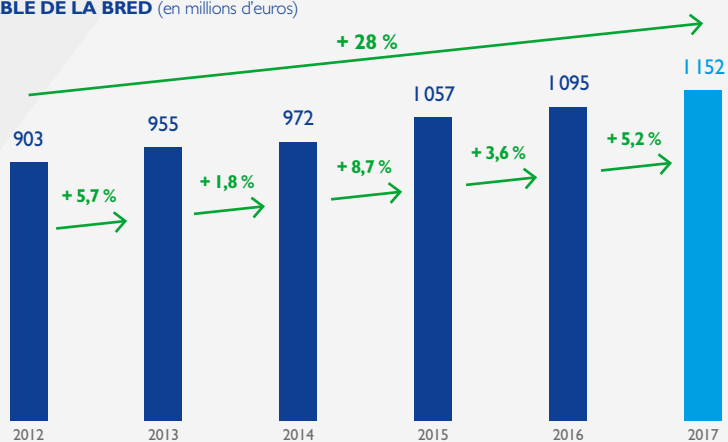
« À l'étranger, nous allons dans des pays faiblement bancarisés et dont les perspectives de croissance sont fortes. »



PNB CONSOLIDÉ

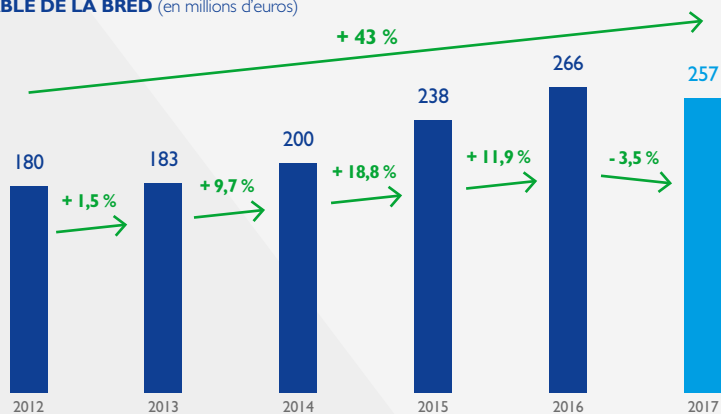
1 152 M€ +5,2 %

PROGRESSION DU PRODUIT NET BANCAIRE CONSOLIDÉ COMPTABLE DE LA BRED (en millions d'euros)



« Le résultat net s'établit à 257 M€, en progression de 43 % depuis 2012. »

PROGRESSION DU RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ COMPTABLE DE LA BRED (en millions d'euros)







LA BANQUE SANS DISTANCE : UNE RELATION GLOBALE DE PROXIMITÉ

En 2017, nous avons encore approfondi notre démarche de Banque sans distance, dans tous nos métiers. En voici quelques exemples.



Les cinq piliers de la démarche :

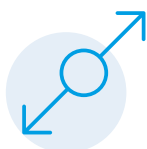
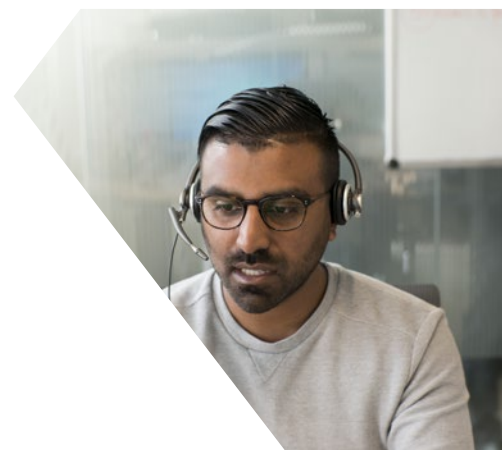
- accessibilité
- praticité
- réactivité
- proactivité
- valeurs coopératives.

Comment construire notre Banque sans distance ?
Focus sur les actions menées par les différents métiers de la banque.



ACCESSIBILITÉ : LIBERTÉ DE CHOISIR SON MODE DE RELATION

L'enjeu est d'offrir le meilleur service via tous les canaux. Nos clients peuvent ainsi combiner toutes les façons de communiquer et de contractualiser : par exemple, rencontrer leur conseiller en agence mais aussi le joindre directement par téléphone ou mail ; souscrire un service en face-à-face ou à distance (convention de compte, services BREDConnect, cartes bancaires, prévoyance, compte sur livret, PEL...) ; ouvrir un compte en moins de dix minutes sur place dans l'agence ou en ligne.



PRATICITÉ DES OPÉRATIONS COURANTES, AUTONOMIE DES CLIENTS

La praticité de la banque réside à la fois dans les avancées technologiques favorisant l'autonomie des clients (automates dernière génération en agence, appli parmi les meilleures du marché, agrégation des comptes bancaires...), dans le partage de l'information (envoi d'un SMS à chaque étape de l'avancement d'un dossier de crédit ou pour confirmer les virements effectués, engagement sur les délais de traitement...) et dans l'organisation du service.



ÉCOUTE, EMPATHIE, RÉACTIVITÉ

L'attention portée aux demandes de nos clients, reconnus, considérés, est une priorité. Parmi les actions menées dans ce sens : des formations comportementales pour sensibiliser les commerciaux, des outils de mesure (enquêtes qualité, indicateurs), la mobilisation à tour de rôle dans

chaque agence d'un collaborateur en charge de l'accueil physique et téléphonique, la simplification des parcours clients et celle des parcours collaborateurs (circuits courts de décision, digitalisation des dossiers de prêt, etc.).

LES CINQ PILIERS DE LA BANQUE SANS DISTANCE

ZOOM

Valeur ajoutée : expertise et interlocuteur adapté au profil de client

Nous nous positionnons comme la banque des projets de vie et d'entreprise de nos clients, celle du long terme, celle qui répond à leur besoin d'accompagnement. La pertinence du conseil repose sur un investissement très important dans la formation, soit près de 6 % de la masse salariale (+ 40 % en 5 ans). Cela requiert aussi une adaptation très fine et évolutive de notre réseau pour mettre en face de chaque client les expertises adaptées à leur profil : particulier, patrimoniaux (3 niveaux d'intervention correspondant à des besoins et des patrimoines différents), professionnels, professions libérales, associations, entreprises (suivant leurs tailles et leurs métiers), institutionnels...

LA BANQUE SANS DISTANCE, UN ENGAGEMENT DE TOUS NOS COLLABORATEURS POUR CONSTRUIRE UNE RELATION GLOBALE DE PROXIMITÉ AVEC NOS CLIENTS.

PROACTIVITÉ, ANTICIPATION DES BESOINS DES CLIENTS

Il s'agit également d'anticiper les besoins de nos clients avec des propositions adaptées. Prérequis indispensables : une connaissance des clients acquise dans la durée par leur conseiller attitré, complétée par l'analyse pointue des données (CRM) ; une culture de la proactivité et une aptitude à dialoguer en face-à-face ou à distance (des formations ciblées et 2 heures d'appels aux clients par jour pour chaque conseiller) ; enfin et surtout, plus de temps commercial au bénéfice du conseil (diminution des tâches à faible valeur ajoutée, recentrage des forces commerciales dans des dispositifs commerciaux de taille plus importante pour plus de fluidité opérationnelle et un gain de temps).



DES VALEURS COOPÉRATIVES, UN ANCRAGE RÉGIONAL

Banque coopérative, la BRED, qui appartient à ses clients-sociétaires, se développe dans le respect des intérêts de sa clientèle. Les bénéfices réalisés, à 95 % repris en réserve, renforcent ses fonds propres et financent l'investissement productif. Ancrée dans ses territoires, la BRED y redistribue, sous forme de prêts, l'épargne collectée. Ses encours de crédit augmentent ainsi de 12 % en 2017. Elle soutient également de nombreuses associations locales. Régulièrement conviés par leur agence (55 réunions en 2017) à échanger sur l'activité de la BRED et ses projets, les sociétaires sont également représentés au plus haut niveau par les administrateurs de la BRED.



COMMENT CONSTRUIRE UNE BANQUE SANS DISTANCE ?

Le modèle de Banque sans distance, notre vision pour la BRED, relève à la fois de l'organisation, des comportements, de la technique et de l'expertise. Tous les métiers sont concernés, dans le réseau commercial comme dans les fonctions supports : informatique, développement, back et middle offices, ressources humaines. Chacun sur toute la chaîne, met en œuvre les évolutions nécessaires pour faire vivre notre concept avec une qualité optimale, parce qu'il n'y a qu'ainsi que nous gagnerons notre pari : offrir à nos clients le meilleur de la banque de réseau et de la banque digitale.

* Informatique : passer en mode agile



Simone de Oliveira,
Directrice de l'informatique

Aujourd'hui, elle est en ordre de marche pour produire mieux et plus vite, pour interagir efficacement avec les métiers, tout en maîtrisant ses coûts de production d'une part et la sécurité du système informatique existant d'autre part.

Nous adaptons notamment nos méthodes de travail pour adopter l'approche de "Think Design" qui s'appuie beaucoup sur un processus de co-créativité impliquant des retours de l'utilisateur final.

Accompagner l'innovation en interne

La BRED a aussi structuré en interne une démarche d'innovation participative depuis 2016.

Plus de 7 initiatives sont déjà en phase d'industrialisation. »

« Redonner la main aux métiers

L'informatique, c'est tout le support de notre activité, la conservation des données, comme la capacité matérielle à communiquer avec nos clients. Ces cinq dernières années l'informatique BRED a énormément investi pour accompagner les évolutions tout en assurant une qualité et une fiabilité de service.

* La formation et les talents au sommet des priorités

« Notre stratégie de Banque sans distance est partagée, portée, mise en œuvre par l'ensemble des collaborateurs de la banque.

6 % de la masse salariale consacrée à la formation

Nous investissons massivement dans la formation pour accompagner la montée en compétence de chacun. Cela représente en 2017 près de 6 % de la masse salariale, soit 6 fois plus que le minimum légal.

Lancée tout début 2018, notre école des conseillers BRED accompagne les commerciaux nouvellement embauchés à la BRED.

Stéphane Vanoni,
Directeur des ressources humaines



Dès 2014, nous avons par ailleurs créé avec HEC une École des Managers BRED.

Tous nos managers, quel que soit leur métier ou leur niveau hiérarchique, ont aujourd'hui suivi ce cursus, y compris les managers des filiales du groupe BRED, en français ou, si nécessaire, en anglais.

La détection des talents et la gestion des carrières

Des mécanismes ont aussi été mis en place pour valoriser les deux voies de progression professionnelle que sont l'expertise et le management, car nous avons besoin de tous nos talents pour construire la Banque sans distance. »

Éric Montagne,
Directeur général adjoint



Miser sur l'excellence de notre réseau

« Notre Banque sans distance vise à garantir à nos clients sur le long terme le meilleur niveau d'expertise et de conseil, à chaque moment de leur vie ou de leur activité.

Un dispositif commercial optimisé

Nous optimisons sans cesse notre dispositif commercial pour mettre à disposition de nos clients toutes les expertises dont ils ont besoin. Avec comme enjeu toujours davantage de valeur ajoutée.

Nous avons également déployé un nouveau concept d'aménagement de toutes nos agences, en phase avec notre approche de Banque sans distance, orientée vers le conseil, tout en offrant

plus de praticité et d'autonomie à nos clients pour leurs opérations courantes.

Des managers recentrés sur leurs fonctions de pilotage des équipes

Nous recherchons aussi en permanence l'organisation locale la mieux adaptée pour mobiliser nos managers sur leur rôle primordial : donner du sens à l'action, accompagner les collaborateurs et piloter rigoureusement leur action au quotidien, tout en restant bien sûr très présents dans la maîtrise des relations commerciales à fort enjeu. »



Françoise Epifanie,
Directrice du développement

* Une expérience client au meilleur niveau

« Le digital est une opportunité majeure pour une Banque sans distance toujours plus innovante.

Simplifier

La Banque sans distance appelle l'excellence opérationnelle. Nous enrichissons par exemple régulièrement notre service de banque en ligne BREDConnect. Depuis quelques mois, nos clients peuvent demander la réattribution de leurs identifiant et mot de passe, commander des fonds, consulter et modifier leur plafond de carte bancaire ! Nous proposons aussi une ouverture de compte 100 % digitalisée avec signature électronique.

Innover

La Banque sans distance est ouverte sur son écosystème. Lancées avec succès en 2017, nos offres JUMP PRO et FID PRO, outils de connaissance clients et accélérateurs de chiffre d'affaires pour les commerçants, ont par exemple été développées avec une fintech indépendante.

Anticiper

La banque a également la grande chance de disposer d'un grand nombre de données. Retraitées dans notre plateforme de CRM, elles contribuent à notre faculté d'anticiper les besoins de nos clients avec des propositions toujours plus pertinentes. »



La fluidité des process pour une qualité de service optimale



Michèle Boulet,
Directrice des services bancaires à la clientèle

« La simplification des parcours clients et celle des parcours collaborateurs sont liées. Les collaborateurs des fonctions supports, back et middle offices, sont ainsi entrés pleinement dans la Banque sans distance.

Citons par exemple la numérisation des dossiers de crédits immobiliers, et plus récemment des prêts professionnels et entreprises, qui a permis aux commerciaux comme aux back-offices de gagner en fluidité et en efficacité.

De nouvelles pistes sont explorées pour automatiser des actions effectuées aujourd'hui manuellement. Les expérimentations ont commencé depuis quelques mois avant un déploiement à de nombreux back et middle offices.

La Banque sans distance, c'est aussi un état d'esprit. L'organisation d'ateliers participatifs permet aux collaborateurs d'être à la fois acteurs et concepteurs dans la mise en œuvre des évolutions. Le plus : les bonnes pratiques identifiées au sein d'une direction peuvent être adaptées et étendues à d'autres middle et back-offices. »





LA BANQUE SANS DISTANCE EN ACTES EN 2017

Portée par la croissance de ses résultats, la BRED continue d'investir en 2017, afin de poursuivre son développement en France et à l'international et d'innover au service de ses clients : particuliers, patrimoniaux, professionnels, PME, grandes entreprises et institutionnels.

2017 : quels temps forts pour la Banque sans distance ?

2017 : une BRED encore plus pratique, des conseillers toujours plus experts.

L'enjeu de 2017 : mieux segmenter les clientèles pour mieux les servir.

2017 : cap sur la montée en valeur.



2017 : QUELS TEMPS FORTS POUR LA BANQUE SANS DISTANCE ?

Portée par la croissance de ses résultats, la BRED continue d'investir en 2017, afin de poursuivre son développement en France et à l'international et d'innover au service de ses clients.



JANVIER

- * L'offre assurance emprunteur de la BRED reçoit un label des dossiers de l'épargne.
- * La signature électronique des contrats en face-à-face est en pilote dans 20 agences, de métropole et d'outre-mer.

Normandie.

- * Du 23 au 27 janvier, la BRED et sa filiale la Banque Franco-Lao sont partenaires de la deuxième édition des Rendez-vous de Vientiane.

FÉVRIER

- * Bred.fr fait peau neuve : nouvelle page d'accueil, meilleure visibilité et fluidité d'accès aux contenus.

La BRED dédouble sa direction régionale de Normandie afin d'augmenter encore sa proximité et son ancrage local.

MARS

- * L'inauguration de BRED Bank Cambodia, le 2 mars, marque l'ouverture officielle de notre banque au Cambodge. L'ambition est de se hisser en termes de taille au niveau des 5 à 10 plus gros acteurs du marché sous cinq ans.



AVRIL



- * Prépar, filiale d'assurance de la BRED, est récompensée lors des Trophées d'or des contrats d'assurance vie du magazine Le Revenu.



160 alternants accueillis en 2017

MAI

- * Avec JUMP PRO et FID PRO, la BRED propose à ses clients commerçants un outil de fidélisation et de recueil de données.
- * Dans le prolongement de l'assemblée générale de la BRED, à Caen, le 30 mai, quelque 300 entreprises prennent part à l'événement Cap international inauguré par Olivier Klein, directeur général de la BRED, et Hervé Morin, président de la région Normandie.



JUIN



* La BRED inaugure, le 14 juin, une nouvelle agence dans le quartier de Chanteraine à Alfortville, Val-de-Marne, seule agence bancaire dans ce quartier en pleine rénovation.



* Valvie III, contrat multisupports BRED, remporte la Victoire de Bronze 2017 Multisupports diversifiés, lors des Victoires de l'assurance vie du magazine Le Particulier.

JUILLET

150M€

* C'est le montant de l'Euro PP que la BRED arrange pour ORPEA, leader européen de la prise en charge globale de la dépendance. L'émission obligataire est distribuée auprès d'institutionnels, clients de la salle des marchés.

AOÛT

BRED BANK SOLOMON (BBS)



Première banque européenne présente aux îles Salomon BRED BANK SOLOMON (BBS), nouvelle implantation de la BRED dans la zone Pacifique, ouvre ses portes le vendredi 11 août 2017 avec succès !

SEPTEMBRE



* La BRED réagit immédiatement aux dégâts considérables engendrés par l'ouragan Irma : rétablissement rapide du service et solidarité avec les habitants et les collaborateurs.

* La BCI remplit sa mission de banquier de proximité avec l'ouverture d'un 33^e point de vente à Koutio, dans le grand Nouméa.

* La BRED est partenaire du fonds de dette Eiffel Croissance Directe conjointement créé avec AG2R LA MONDIALE et Eiffel Investment Group et lancé le 8 septembre.

OCTOBRE

* Vendredi 6 octobre, la BRED organise une matinée d'intégration pour ses 160 nouveaux alternants.



* Élu, pour la troisième année consécutive, banque de réseau la moins chère pour les jeunes, la BRED reçoit les trophées 2018 de meilleurebanque.com pour les régions Île-de-France, Normandie et Hauts-de-France.

BCIMR

Groupe BRED

* La BCI MR, filiale de la BRED à Djibouti, lance sa solution de Home et Mobile Banking pour ses clients corporate et privés.

NOVEMBRE

* PROMEPAR Asset management, filiale de gestion d'actifs de la BRED, est primée aux grands prix de la gestion d'actifs 2017.

DÉCEMBRE

* La BRED Banque Populaire clôt son augmentation de capital 2017, sursouscrite à hauteur de 137 %, et lève 153 millions d'euros.

* VIALINK, filiale de la BRED, expert en sécurité numérique, innove avec une solution de connaissance clients 100 % digitale qui sécurise la procédure réglementaire de KYC (Know Your Customer).

* ADAXTRA CAPITAL, filiale de la BRED, lance Adaxtra Sélection, mettant pour la première fois un fonds professionnel diversifié de capital-investissement à la portée des clients patrimoniaux.

L'équipe d'ADAXTRA CAPITAL



2017 : UNE BRED ENCORE PLUS PRATIQUE, DES CONSEILLERS TOUJOURS PLUS EXPERTS

95%

des clients sont satisfaits de l'utilisation de leur espace client (site internet bred.fr et application) (QHD digital décembre 2017)

PARTICULIERS : À CHAQUE MOMENT DE VIE, LE SERVICE ADAPTÉ

UNE BANQUE PLUS ACCESSIBLE, PLUS PRATIQUE, PLUS DIGITALE

Nos clients choisissent leur mode d'accès à nos services : dans leur agence, mais aussi en ligne avec bred.fr ou leur **appli mobile** aujourd'hui classée par les stores parmi les meilleures du marché. Nos services évoluent pour toujours plus de praticité. L'entrée en relation est par exemple désormais facilitée, avec un parcours au choix du client, à distance, en face-à-face ou les deux tour à tour. Autre avancée importante pour le confort et l'autonomie de nos clients : depuis février 2017, ils peuvent agréger l'ensemble de leurs comptes, épargne ou encore crédits détenus dans les autres banques. Plus simple pour la gestion des comptes.

Pour simplifier les transactions courantes, toutes nos agences sont par ailleurs dotées d'espaces libre-service accessibles de 6h / 22h, équipés en 2017 de la toute dernière génération d'automates de remise d'espèces ou dépôt de chèques.

Notre centre de relation clientèle, accessible 6 jours sur 7 à des horaires élargis pour les opérations courantes et les conseillers dédiés de **BRED Espace**, notre banque en ligne, complètent ce dispositif.

Avec l'**appli mobile BRED**, simple et pratique, nos clients ajustent leur plafond de paiement par carte ou bloquent son utilisation sur certaines zones géographiques. Le plus : le meilleur de l'innovation, avec entre autres, l'identification par empreinte digitale.

Plus de

150

banques sont référencées dans l'**agrégateur BRED**

Les conseillers dédiés de **BRED Espace** répondent aux attentes de clientèles affinitaires comme les étudiants, dont ceux des grandes écoles, les Ultramarins, les non-résidents, les professions libérales et plus généralement les personnes en mobilité géographique.

LE CONSEIL AU CŒUR DE LA RELATION

Nous optimisons régulièrement notre organisation pour mettre dans toutes nos agences les expertises adaptées en face de chaque client. Directement joignables par mail ou téléphone, nos conseillers connaissent bien leurs clients et accompagnent leurs projets de vie, grands ou petits, à court ou long terme, dans leur dimension familiale et patrimoniale et dans leur globalité. En 2017, notre base de données (CRM), outil complémentaire pour anticiper les besoins de nos clients, a continué de s'enrichir.

Pour répondre aux attentes de nos clients, notre **offre** évolue en permanence.

La qualité du conseil requiert toujours plus d'expertise. Par exemple, notre École des Conseillers BRED mise en place en 2017 forme et accompagne les nouveaux conseillers sur une période de 3 mois dès leur arrivée à la BRED.

En 2017, en lien avec nos filiales Prépar et Promepar Asset Management, nos offres de gestion d'actifs pour les clients particuliers ont évolué pour toujours mieux servir une clientèle en recherche des meilleurs équilibres entre performance et sécurité pour ses avoirs.

« Nous accompagnons nos clients dans leurs projets de vie, grands ou petits, à court ou long terme, dans leur dimension familiale et patrimoniale et dans leur globalité. »



UNE GESTION DE POINTE POUR LES CLIENTS PATRIMONIAUX

- plus de **100 conseillers privés**
- **13 cercles patrimoniaux** dans nos directions régionales
- **un cercle premier** dédié à la gestion de fortune

Nos cercles patrimoniaux sont le plus souvent implantés sur le même site que nos centres d'affaires dédiés aux PME. Les **chefs d'entreprise** peuvent ainsi facilement aborder la valorisation de leur patrimoine comme la transmission ou la cession de leur affaire.

La BRED, qui vise un doublement de son activité de gestion patrimoniale à horizon 2020, met à disposition de tous ses clients, particuliers, professionnels, et entreprises, son expertise pointue tant sur le plan fiscal et successoral que financier.

Un dispositif complet accompagne nos clients particuliers et **chefs d'entreprise**, dans leurs objectifs patrimoniaux.

Par ailleurs, les synergies avec le réseau d'agences continuent de se renforcer avec la généralisation d'une double relation pour les clients aux avoirs supérieurs à 150 K€ : un conseiller privé en agence pour les services de « banque au quotidien » et un conseiller patrimonial en Cercle Patrimonial pour les opérations de « banque conseil et de gestion ».

UNE OFFRE EN ARCHITECTURE OUVERTE

En 2017, l'offre de gestion d'actifs, privilégiant un modèle en architecture ouverte, a été enrichie, en lien avec nos filiales **Prépar et Promepar Asset Management**.

BRED Banque privée est également en mesure d'offrir des placements et des solutions sur mesure en lien avec ses spécialistes en ingénierie patrimoniale, financière et immobilière ainsi qu'avec notre salle des marchés et nos filiales spécialisées.

UN CADRE ET DES PRESTATIONS ÉVÉNEMENTIELLES HAUT DE GAMME

Pour offrir à nos clients des conditions d'accueil optimales, nos cercles patrimoniaux font l'objet d'un important programme d'investissement. Nous venons notamment d'inaugurer à Rouen, notre nouveau cercle patrimonial, entièrement rénové.

Par ailleurs nos clients patrimoniaux sont régulièrement invités à participer à des manifestations événementielles.

ZOOM

Adaxtra Capital, filiale de la BRED

Adaxtra Capital, filiale de la BRED, met pour la première fois un fonds professionnel diversifié de capital-investissement à la portée des clients patrimoniaux. Son nouveau véhicule, Adaxtra Sélection 2017, est structuré pour faciliter l'accès au capital-investissement en tant que classe d'actifs, via un panel de fonds aux stratégies et géographies diversifiées. Axé sur la recherche de la performance, il vise des investisseurs avertis, avec un investissement minimum de 100 000 euros et des avoirs financiers de 500 000 euros minimum.

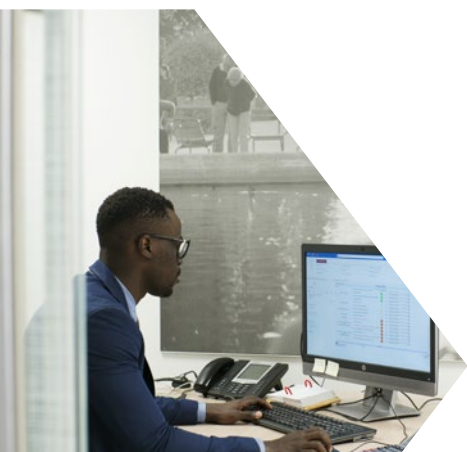
En savoir plus
adaxtra.com

Régulièrement récompensée pour une offre innovante, **Prépar**, filiale d'assurances de la BRED a été parmi les toutes premières à proposer une offre de fonds Euro croissance, plébiscitée par nos clients en 2017.

En savoir plus
www.prepar-vie.fr

Promepar Asset Management, filiale de gestion d'actifs de la BRED, met à la disposition des clients de BRED Banque privée une palette complète de prestations : gestion sous mandat, gestion pilotée en assurance vie, fonds « maison ». Son offre de gestion obligatoire a notamment été primée à l'issue de l'édition 2017 des Grands Prix de la Gestion d'Actifs, organisée par L'Agefi.

En savoir plus
www.promepar.fr



L'ENJEU DE 2017 : MIEUX SEGMENTER LES CLIENTÈLES POUR MIEUX LES SERVIR

Parmi les 9 professionnels primés lors de la 26^e édition du prix National de la Dynamique Agricole et de la Pêche,

3 lauréats étaient présentés par la BRED.

Nous avons déployé une démarche collaborative avec nos clients, pour tester notre offre **FID PRO**.

ZOOM

Une agence BRED professions libérales à Rouen

Installée dans un cadre haut de gamme, l'agence affiche clairement sa vocation avec le sigle « BRED Professions libérales » inscrit en façade. « Modalités d'installation, de création, d'achat de parts, formes juridiques, notre métier s'exerce avec une connaissance pointue des spécificités de cette clientèle et de l'actualité économique qui l'impacte. Nous sommes à la disposition de nos clients sur place, dans l'agence, mais aussi à distance ou sur rendez-vous dans leurs bureaux ou cabinets professionnels », indique Anne-Laure Hue, la directrice de l'agence.

AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DES PROFESSIONNELS

UNE DOUBLE CULTURE « PRIVÉ/PROFESSIONNEL »

Dans ses agences de proximité, la BRED met à disposition des professionnels un conseiller unique, pour leurs problématiques privées et professionnelles. Il intervient, le cas échéant, avec nos experts en matière de flux, IARD, ingénierie sociale, développement international, franchise, etc.

UN ACCOMPAGNEMENT DANS LA TRANSFORMATION DIGITALE

Consciente de l'importance du digital pour la compétitivité des entreprises, la BRED innove pour répondre à ces enjeux. Dernière-née en 2017, l'offre **FID PRO** propose aux commerçants de développer leur activité en transformant la carte bancaire de leurs clients en carte de fidélité. De nouvelles fonctionnalités sont aussi venues enrichir l'espace professionnel BREDConnect, comme la possibilité de commander billets et monnaie depuis son application mobile ou son ordinateur.

UNE PROXIMITÉ AVEC LES MÉTIERS

La BRED agit notamment dans les domaines de la formation, de l'apprentissage et des financements aux côtés des chambres de métiers et de l'artisanat, des chambres de commerce et d'industrie, des organisations professionnelles, etc.

Proche des professions libérales, la BRED a ouvert au cœur de Paris et à Rouen des agences entièrement dédiées. Un concept déjà largement plébiscité par nos clients dans les territoires d'outre-mer. Par ailleurs, dans toutes les régions, un expert sensibilisé aux spécificités de ces métiers est à leur disposition. Dans le secteur de l'agriculture, la BRED a également constitué une équipe d'experts.

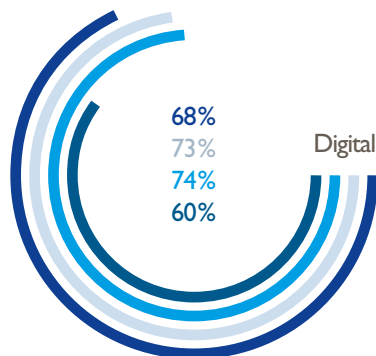
UNE BANQUE ENGAGÉE AUPRÈS DE SES CLIENTS

Notre approche des financements tend à réduire le formalisme, accélérer les délais et alléger les **garanties personnelles** grâce à notre Socama. Première société de caution mutuelle de France, elle est administrée par des professionnels, élus des chambres de métiers et des organisations professionnelles représentatives, qui apportent leur expertise des métiers au sein de comités de crédit locaux.

Nous venons d'intégrer dans notre gamme le prêt **Innov&Plus** disponible en 2018, qui financera, avec un recours limité aux **garanties personnelles**, les dépenses liées à l'innovation, enjeu stratégique pour une entreprise.

LE DIGITAL, UNE OPPORTUNITÉ POUR LES TPE

Selon un sondage récent auprès des patrons de TPE (étude CSA-CNP assurances) sur l'apport de la digitalisation à l'entreprise. Cela entraînerait :



- L'acquisition d'une nouvelle clientèle
- L'occasion de sécuriser et sauvegarder des informations
- L'accroissement de la visibilité de leur entreprise
- Un besoin d'accompagnement dans leur développement numérique



En 2017, nous avons relayé notre positionnement commercial à travers une importante campagne média en lien avec la refonte de la partie éditoriale de notre espace entreprises sur le site bred.fr

Nos conseillers peuvent intervenir sur :

- la transmission d'une entreprise en croissance
- la reconstitution d'actionariat
- la croissance à l'international

En savoir plus

<https://www.bred.fr/entreprises/articles/devenir-client-pme>

BANQUIER DES PME ET DE LEURS DIRIGEANTS

PROXIMITÉ RÉGIONALE ET AUTONOMIE DE DÉCISION

Pour une meilleure proximité géographique avec leurs clients, nos 16 centres d'affaires dédiés aux PME sont intégrés dans nos directions régionales, au bénéfice d'une plus grande réactivité des décisions.

UN INTERLOCUTEUR ATTITRÉ, DES COMPÉTENCES

Dans tous nos centres d'affaires, chaque entreprise dispose d'un conseiller unique.

Un parcours de formation d'excellence est proposé aux conseillers, de manière à ce que chacun d'entre eux puisse apporter un regard expert sur la situation financière des entreprises clientes et la faisabilité de leurs projets, accompagner les clients dans leurs réflexions stratégiques et avoir la capacité de construire, avec l'appui des directions expertes, des solutions sur mesure.

BANQUIER DE PREMIER CERCLE

La BRED se positionne en tant que banque partenaire des dirigeants, banquier conseil de 1^{er} cercle :

- en offrant **conseil et accompagnement aux chefs d'entreprises** sur le plan entrepreneurial et patrimonial ;
- en travaillant en **synergie** avec les différentes structures d'expertises de la banque (BRED Banque Privée, Direction des Solutions de Financement, Salle des marchés, experts flux, experts internationaux, filiales, etc.).

Xavier Leprêtre

DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE CONTROLAB

« Nous cherchons en permanence à gagner des parts de marché dans les pays en voie de développement et cette stratégie n'est pas sans risque. Elle suppose une véritable solidité financière et des besoins en fonds de roulement importants. C'est pourquoi nous devons pouvoir compter sur des partenaires bancaires capables de sécuriser nos paiements dans des pays situés dans des zones à risque. La BRED Banque Populaire est pour cela précieuse. Elle dispose d'un réseau dense de correspondants au Maghreb et en Afrique subsaharienne et peut émettre rapidement des garanties lorsqu'il s'agit par exemple de répondre à un appel d'offres public. »

UNE BASE DE CLIENTÈLE ÉLARGIE

En 2017, nous avons affiné notre organisation selon la taille et la typologie des entreprises. Le périmètre de nos centres d'affaires a ainsi été élargi et la segmentation affinée. Ils se mobilisent ainsi sur deux segments de clientèle :

- les entreprises réalisant un chiffre d'affaires entre 1,5 et 5 millions d'euros, confiées à des conseillers dédiés, dotés d'un profil adapté. L'idée étant de renforcer le suivi de ces entreprises et de faciliter le cas échéant leur mise en relation avec nos experts ;
- et celles réalisant un chiffre d'affaires entre 5 et 200 millions d'euros, avec un suivi spécifique pour les PME en forte croissance et les PME internationales.

ZOOM

Eiffel Croissance Directe : une opportunité de financement pour les PME et ETI

Lancé en septembre 2017, Le Fonds de dette Eiffel Croissance Directe est le fruit d'un partenariat de la BRED avec Eiffel Investment Group, AG2R La Mondiale et La DIRECCTE Ile-de-France. Il s'agit d'une solution de financement pour les PME dont le CA est compris entre 5 et 100 M€, qui associe un prêt bancaire moyen terme et un financement de fonds de dette privé long terme, particulièrement adapté à des entreprises à fort potentiel en phase de croissance. Il propose des financements à partir d'un million d'euros pour des maturités allant jusqu'à 10 ans, avec ou sans différé d'amortissement. Il peut financer des investissements immatériels (recrutements...) et intervenir dans tous secteurs d'activité.

2017 : CAP SUR LA MONTÉE EN VALEUR

LA BANQUE DE GRANDE CLIENTÈLE : ALLER AU DEVANT DES ATTENTES DES CLIENTS

Créé en 2017, le pôle « **veille et innovation flux** » a vocation à anticiper les moyens de paiement de demain, notamment l'*Instant Payment*. Ses équipes travaillent également sur les technologies *blockchains* et leurs points d'application.

Notre **salle des marchés** place quotidiennement plus d'un milliard de « commercial papers ».

En 2017, notre filiale de *Private Equity* est devenue **Adaxtra Capital**. Sa stratégie est d'investir sur des projets de capital développement et de transmission pour des tickets unitaires de 1 à 5 M€.

DES CONSEILLERS SPÉCIALISÉS PAR SECTEUR

Nous accompagnons nos clients, institutionnels, entreprises et professionnels de l'immobilier, au quotidien comme dans leurs opérations stratégiques. Chaque client est suivi sur le long terme par un spécialiste du secteur. Ce spécialiste, pivot de la relation commerciale, fédère nos expertises pour proposer des solutions porteuses de valeur ajoutée, qui correspondent aux besoins de nos clients. Nous avons également élargi notre intervention sur le marché immobilier en adaptant notre approche des financements aux contraintes de certains secteurs, soumis à des effets de cycle, tout en préservant une gestion rigoureuse des risques.

EXPERTISE ET INNOVATION

Nous pensons que la conception de solutions sur mesure est le premier point fort d'une relation sur le long terme avec nos clients.

Nous figurons parmi les tout premiers intervenants pour la gestion des flux, classiques ou dématérialisés. L'ensemble de nos équipes est impliqué au service de nos clients : *back*, *middle* et *front offices*. En 2017, nous avons réuni nos meilleures expertises dans un centre de compétences *cash-management*, à la fois appui aux réseaux et **pôle d'innovation**.

Notre **salle des marchés** orientée vers les clients, PME, grandes entreprises et investisseurs institutionnels, met à leur disposition ses activités de change, gestion de taux, placements monétaires et obligataires notamment.

Le développement des activités de **capital investissement** a été poursuivi en 2017 afin d'accompagner en fonds propres les projets de développement ou de transmission d'entreprises en croissance ainsi que les activités de structuration de solutions sur mesure.

Jean-Paul Mochet

DIRECTEUR GÉNÉRAL – GROUPE FRANPRIX-LEADER PRICE

« Cela fait très longtemps que nous travaillons avec la BRED et, à ce titre, ce que nous apprécions le plus, c'est sa vision 360°, que ce soit pour un petit franchisé ou pour de très grosses opérations en financement. La BRED a une parfaite connaissance de notre business et de la façon dont nous le rendons relutif. »



Jean-Paul Julia, Directeur de la banque de grande clientèle

Bâtir un modèle d'organisation créateur de valeur

Sur le marché des entreprises, la BRED dispose de réels atouts, notamment son esprit entrepreneurial, son agilité, sa réactivité et sa compétence marché. Nous mettons tout en œuvre pour préserver ces forces, en nous appuyant sur deux leviers :

- travailler en lien étroit avec toutes les composantes de la BRED et notamment les *middle* et *back-offices*. Cette coordination contribue à la qualité de nos services ;
- approfondir notre relationnel avec les clients sur le long terme et leur apporter toujours plus de valeur ajoutée en nous plaçant en amont de leurs besoins. Pour cela nous avons affiné et renforcé notre organisation et notre compétence sectorielles.

En savoir plus
www.bred.fr/entreprises

16

millions de règlements
internationaux traités
en 2016

François Huchet

DIRECTEUR FINANCES ET
CONTRÔLE DE GESTION
RAZEL BEC GROUPE FAYAT

« C'est souvent sur des dossiers complexes que l'on apprécie ses partenaires financiers. Je trouve auprès de la BRED une banque à mon écoute, pragmatique, réactive, apportant des solutions. Elle sait comprendre les spécificités de nos projets, y compris à l'international, dans des zones les plus difficiles. »

« Le bon développement de BRED Bank Cambodia valide notre stratégie de grappage de plusieurs banques dans des zones très dynamiques. »



INTERNATIONAL ET COM : LE DÉVELOPPEMENT AU CŒUR DE L'ACTUALITÉ

Nous accompagnons nos clients pour leurs opérations d'import-export comme pour leurs implantations à l'étranger grâce à notre réseau de correspondants, constitué pour notre activité de paiement de pensions dans plus de 150 pays, et en nous appuyant sur nos présences physiques à l'étranger.

Présente à l'international et dans les TOM via son activité de banque de détail dans le Pacifique Sud, l'Asie du Sud-Est et la Corne de l'Afrique, la BRED possède également une activité de financement du négoce international avec un bureau à Paris et un à Genève, proposant à ses clients des financements sous forme de crédits documentaires ou de crédits en blanc.

En 2017, la BRED a poursuivi sa stratégie de développement ciblé visant à établir des hubs régionaux dans les zones où le Groupe est déjà établi, avec l'ouverture de **BRED Bank Cambodia**, seule banque française et européenne au Cambodge, et de BRED Bank Solomon, première banque européenne ouverte aux Îles Salomon. Ces nouvelles implantations bénéficient ainsi de l'expérience acquise dans nos hubs régionaux et des moyens déjà déployés, permettant de mettre en œuvre des synergies de développement.

Ouverte début 2017, **BRED Bank Cambodia**, envisage de déployer de nouvelles agences à partir de 2018 pour atteindre une quinzaine d'agences en 3 ans. Un important effort de formation, qui sera poursuivi, et un fort niveau d'organisation et de structuration de la banque permettent d'envisager une croissance rapide et sécurisée de l'activité.

2 questions à

Marc Robert, Directeur de l'international

Votre implantation au Cambodge est un succès. Quels sont selon vous les facteurs de réussite ?

Le bon développement de BRED Bank Cambodia valide notre stratégie de grappage de plusieurs banques dans des zones très dynamiques et dans des pays encore faiblement bancarisés. La sécurité qu'offre BRED Bank Cambodia, comme seule banque française et européenne au Cambodge, filiale d'un groupe solide, est également un point important, de même que notre positionnement de banque commerciale destinée à servir toutes les clientèles – retail, PME et corporate. BRED Bank Cambodia a par ailleurs réalisé des études poussées en amont pour comprendre les besoins des clients et les services à développer. Enfin, nous avons appuyé notre implantation par une communication importante qui va s'accroître avec le déploiement du réseau.

Autre fait marquant de 2017 : le développement de vos activités de financement du négoce international. Comment la BRED est-elle organisée à cet égard ?

Filiale à 100 % de la BRED, la BIC BRED a accompagné l'évolution du négoce international de matières premières, qui durant les trente dernières années a vu émerger de très grandes sociétés, qui cohabitent avec de nombreux petits négociants. La BIC BRED intervient auprès de l'ensemble des acteurs à travers deux entités. À Paris, la BIC BRED a choisi de se concentrer sur les marchés de l'agroalimentaire, à Genève, la première place mondiale de négoce international, la BIC BRED (Suisse) SA accompagne les entreprises de négoce actives dans les matières premières énergétiques, agricoles et les métaux. En 2017 ces activités se sont fortement développées, en progression de 30 % pour chacune de ces deux entités.





UNE BRED SANS DISTANCE : RESPONSABLE, COOPÉRATIVE, ENGAGÉE SUR SES TERRITOIRES

La BRED construit un modèle de Banque sans distance
en cohérence avec ses valeurs coopératives.

Notre modèle
coopératif, au service
de nos clients
et de nos territoires.

Promouvoir les talents,
dans le respect
de la diversité
et dans l'équité.

Diffuser la culture,
force motrice
du développement.

NOTRE MODÈLE COOPÉRATIF AU SERVICE DE NOS CLIENTS ET DE NOS TERRITOIRES

Banque coopérative à taille humaine, enracinée dans ses régions et ancrée dans l'économie réelle, la BRED noue des liens de confiance avec ses clients et sociétaires.

Un capital détenu sous forme de parts sociales

Éligibles au PEA, les parts sociales BRED bénéficient du même régime fiscal que les actions mais ne sont pas cotées en Bourse. **La BRED ne prélève ni frais de souscription ni de droits de garde.** Le taux de rémunération est déterminé lors de l'assemblée générale annuelle. Le succès de notre récente augmentation de capital de 153 M€, portée par un taux de souscription de 137,3 %, témoigne de l'adhésion de nos clients à notre modèle coopératif.

Un mode de gouvernance spécifique

La BRED appartient à ses **180 000 clients-sociétaires**. Ils sont représentés par les membres du conseil d'administration élus en assemblée générale des sociétaires. Ces administrateurs, hommes et femmes engagés, de tous les horizons professionnels, veillent aux intérêts des clients et à la prise en compte de leurs besoins et de leurs attentes. Répartis en plusieurs comités, ils concourent par leurs travaux à l'élaboration des décisions prises lors des conseils d'administration.

UNE BANQUE COOPÉRATIVE qui appartient à ses sociétaires

Un développement dans la durée

Notre statut coopératif garantit un parfait alignement entre l'intérêt de nos clients et ceux de la BRED. En effet, la totalité du capital de la BRED est détenue par ses sociétaires, tous clients. Par ailleurs, la mise en réserve de la quasi-totalité de nos bénéfices assure un socle solide pour notre développement futur, dans une perspective de moyen-long terme.

Des liens étroits avec les sociétaires

Pour rendre compte de l'activité de la BRED, de ses projets et répondre aux questions des sociétaires, des **réunions** sont régulièrement organisées dans les agences (55 en 2017). Ce dialogue est renforcé sur notre site **bred-societaires.fr**, espace d'information et d'échanges sur les sujets liés au modèle coopératif. La BRED a également engagé une démarche de **co-construction** de ses produits et services, testés avec certains de ses sociétaires.



Une culture d'entreprise

Nos valeurs entrepreneuriales, attachées au lien social et humain sont au service d'une Banque sans distance qui se définit d'abord comme **un métier de relations humaines et de confiance**. Cet esprit d'entreprise est également en phase avec la stratégie de la BRED portée par le goût du progrès et la volonté d'innover au service de nos clients.



Un engagement sociétal

La BRED traduit son attachement à un développement responsable **dans sa pratique sociale et dans les actions menées sur ses territoires**. Elle est ainsi particulièrement impliquée en faveur de l'insertion et de la solidarité, et soutient activement le monde de l'éducation et de la recherche. Elle est également investie dans l'égalité des chances pour faciliter l'émergence des talents et leur accès aux filières d'excellence et ce quelle que soit leur origine.

PORTÉE PAR SES VALEURS

Proximité
Solidarité
Entrepreneuriat

Des partenariats actifs

Fondée par des entrepreneurs, porteurs du développement régional, la BRED a noué de longue date des **liens avec les acteurs du développement local** : les associations professionnelles, les organismes consulaires – chambres de métiers et chambres de commerce – les organismes de microcrédit ou d'aide à l'insertion sociale ou professionnelle. Grâce à une coopération active avec ces organismes, la BRED est ainsi capable d'accroître l'adaptation de ses services et de ses métiers aux réalités locales.

Un appui au développement territorial

Les banques coopératives sont, de par leur organisation, ancrées dans leurs territoires. La BRED, banque régionale, contribue au **développement économique local** en accompagnant les projets de vie ou d'entreprise de ses clients. En 2017, nos encours de crédit ont progressé de 12 % pour s'établir à 18,1 Md€, la croissance provenant tant du marché des entreprises (+0,9 Md€) que de celui des particuliers (+0,8 Md€).



EN 2017, LA BRED S'ATTACHE PLUS QUE JAMAIS À PROMOUVOIR ET ACCOMPAGNER LES TALENTS, DANS LE RESPECT DE L'ÉQUITÉ ET DANS LA DIVERSITÉ

Dans un secteur en profonde mutation, la BRED a adopté une stratégie créatrice de valeur pour ses collaborateurs qui portent collectivement la réussite de la Banque sans distance.

3 accords professionnels

Trois accords structurent la démarche de solidarité et de diversité de la BRED : un accord sur l'égalité homme-femme, un accord de génération et un accord Groupe sur le handicap. En 2017, la BRED a également obtenu le label **Égalité professionnelle** délivré par l'AFNOR, figurant ainsi au nombre des 80 entreprises et administrations labellisées.

La BRED affiche une volonté forte de **renforcer l'intégration des nouveaux collaborateurs**.

Cette volonté s'est traduite en 2017 par une nouvelle formule de journée d'accueil des nouveaux entrants co-animée par 4 membres du comité exécutif et par le lancement de l'École des Conseillers BRED « ECB », destinée aux nouveaux collaborateurs du réseau d'agences.

LE CHOIX DE L'HUMAIN

VALORISER LES FEMMES ET LES HOMMES DE LA BRED

La politique sociale de la BRED repose sur un investissement important en formation, un dialogue social permanent et une organisation qui développe l'employabilité, favorise l'autonomie en même temps que la reconnaissance collective, via l'intéressement et la participation (accord renouvelé en 2017).

LE RÔLE ESSENTIEL DE LA FORMATION

Former, valoriser les collaborateurs, accompagner la montée en compétence de chacun et l'appropriation du digital est une priorité.

Les méthodes et les contenus ont également évolué pour laisser plus de place à des parcours d'apprentissage multimodal, en présentiel mais aussi en e-learning, plus souple et personnalisable.

UN MANAGEMENT DE CONCERTATION

Dès 2014, nous avons créé avec HEC une École des Managers BRED à Paris-Joinville pour accompagner les 750 managers BRED dans leur rôle de « catalyseur » de talents, mais aussi de conduite du changement, fondamental dans le contexte évolutif de nos métiers. Après la Métropole et les DOM, l'EMB a aujourd'hui ouvert ses portes à Nouméa et Bangkok.

En 2017, nous avons également lancé le management de concertation, afin que chacun puisse contribuer à trouver, dans son domaine, des solutions concrètes destinées à simplifier le quotidien pour travailler mieux tout en améliorant nos performances.

UNE POLITIQUE DE RECRUTEMENT ÉQUILIBRÉE

Une banque coopérative, c'est également une banque dont la politique de **recrutement** tient compte de ses valeurs. La diversité est une des forces de la BRED, dans la recherche d'un équilibre hommes-femmes dans les embauches et dans les promotions, comme dans la mixité sociale.

En 2017, la BRED, banque à taille humaine, a poursuivi un rythme élevé d'embauches avec le recrutement de **500 collaborateurs**, dont 275 pour le réseau commercial.

2017 EN CHIFFRES

200 000

heures de formation, soit plus de **50 heures** en moyenne par collaborateur

97 %

des collaborateurs ont bénéficié d'au moins une action de formation

Près de

6 %

de la masse salariale consacrée à la formation, alors que le minimum imposé est de 1 % !

« Être dans la concertation, c'est laisser chacun avoir une capacité à être acteur dans son environnement direct, dans son équipe, et participer à certains choix d'organisation, dans le cadre évidemment d'une stratégie et d'une cohérence globales. »

Olivier Klein,
Directeur général de la BRED



NOTRE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

En cohérence avec sa vocation historique, la BRED perpétue les valeurs coopératives de proximité et de solidarité et développe une démarche responsable dans l'exercice de ses métiers.



« La BRED accompagne la réussite économique et humaine de ses territoires d'abord en exerçant son métier de banquier. »

Adie, Fondation de la 2^e chance, Habitat et Humanisme, les Écoles de la 2^e chance, Union sportive Créteil Voile, Entreprendre et Initiatives, etc.

BIEN EXERCER NOTRE MÉTIER DE BANQUIER

La BRED accompagne la réussite économique et humaine de ses territoires d'abord en exerçant son métier de banquier au plus proche des projets de vie et d'entreprise de ses clients. Son activité d'intermédiation entre les agents économiques disposant de capacité de financement et ceux ayant des besoins de financement est essentielle au développement d'une région. Elle contribue ainsi au dynamisme économique local par une politique de financement soutenu.

Fidèle à ses valeurs de solidarité dans l'exercice de son métier, la BRED accompagne ses clients particuliers et professionnels en difficulté ou surendettés pris en charge dans son département « recouvrement amiable » afin de consolider leur situation financière et favoriser leur retour à meilleure fortune. Elle est engagée auprès des clientèles fragiles par le biais de son agence dédiée aux Tutelles.

Autre manifestation de nos valeurs coopératives, le département des professions réglementées judiciaires accompagne les entreprises initialement non clientes dans le cadre des dispositions de la Loi de Sauvegarde de juillet 2005.

FAVORISER L'ÉGALITÉ DES CHANCES

Une banque coopérative, c'est aussi une banque qui fait partie intégrante de l'économie sociale et solidaire. L'engagement de la BRED est concret, au travers de partenariats avec des associations et acteurs locaux, en particulier pour leurs actions en faveur de l'**insertion** dans la société ou la cité.

L'égalité des chances est une préoccupation majeure. La BRED soutien de nombreuses structures qui œuvrent pour faciliter l'**émergence des talents** et leur accès aux filières d'excellence.

ZOOM Les prix de la Fondation BRED

La proximité étant l'une des valeurs essentielles de la BRED, chaque année, **La Fondation BRED** remet des prix distinguant des associations œuvrant dans le domaine de la solidarité et du développement local. En 2017, ces prix ont été attribués au Foyer d'entraide de la Légion Étrangère, à l'association Fée Cécilia, à l'association Ponto Solid'air, à la corporation des étudiants en médecine de Caen et au Deauville sailing Club.

Parrainage solidaire

Il existe à la BRED un dispositif de parrainage solidaire : lorsque nos clients parrainent un proche pour une ouverture de compte, la BRED reverse 5 € à l'une des associations suivantes : **Médecins Sans Frontières, la Fondation pour la Recherche sur Alzheimer et la Jeunesse au Plein Air.**

Fondation de la Légion d'honneur « un avenir ensemble », Internat de la Réussite Martinique, le Café de l'avenir, La Fondation HEC, etc.

DIFFUSER LA CULTURE, FORCE MOTRICE DU DÉVELOPPEMENT

La BRED est très attachée à la diffusion sous toutes ses formes de la culture, facteur de cohésion sociale et support indispensable d'une société innovante.

Fondation Flaubert de l'université de Rouen, Fondation d'entreprise Banque Populaire, le Ratriat, Les Douze Courts de Minuit, Les Musicales de Bagatelle, Classique au vert, Le Cercle Orchestre de Paris, etc.

UN ENGAGEMENT CITOYEN

TRANSMISSION DES SAVOIRS

Très attachée à l'apprentissage et au développement personnel, la BRED accompagne différentes initiatives relatives à la **formation**.

CFA des chambres de métier et d'apprentissage, HANDISUP Normandie, Réseau Entreprendre pour Apprendre, Harmonie Mékong, etc.

Soucieuse également de faire entendre sa voix et de partager une vision conforme à ses principes coopératifs, elle soutient des événements et colloques qui contribuent à la diffusion du **savoir économique** et à une réflexion sur des sujets impactant l'environnement économique et sociétal.

Assises Internationales de la Coopération et du Mutualisme, Nocturnes de l'Économie, etc.

MÉCÉNAT CULTUREL

La BRED accompagne la vie culturelle des régions où elle est implantée, en particulier par des actions de **mécénat culturel**. Celui-ci peut prendre des formes diverses : notamment, soutien de jeunes et talentueux musiciens ou d'initiatives contribuant à l'animation de la vie intellectuelle, culturelle et artistique d'une cité ou d'une région. Plus localement, la BRED sait aussi encourager les actions de quartier.

ZOOM

Encourager les initiatives innovantes

Cette année, la BRED a soutenu l'association **Tout en Mesure** dont l'ambition est de promouvoir une approche renouvelée de la musique classique.

La BRED soutient la **Fondation Flaubert**, en partenariat avec l'Université de Rouen, qui contribue à l'animation de la vie intellectuelle, culturelle et artistique de la cité, et au rayonnement de la région Haute-Normandie.



Développement durable

Au Cambodge, la BRED soutient l'association **Harmonie Mékong** qui a pour vocation d'encourager les initiatives en faveur du développement durable et s'attache à développer la diversité culturelle et l'enseignement du français avec la mise en place d'écoles et de bibliothèques.





SYNTHÈSE DES RÉSULTATS 2017

Compte de résultat :
vision comptable et de
gestion, IFRS.

Compte de résultat
hors élément
exceptionnel.

2 questions à
Olivier Lendrevie,
Directeur général adjoint.

CHIFFRES CLÉS DU RÉSULTAT CONSOLIDÉ

Vision comptable et de gestion, IFRS (en millions d'euros)

	2017
Marge nette d'intérêts et divers	717,1
Commissions nettes	435,0
Produit net bancaire	1 152,1
Frais de personnel (hors Cambodge / Îles Salomon)	-399,1
Services extérieurs (hors Cambodge / Îles Salomon)	-210,8
Impôts et taxes	-39,6
Dotations aux amortissements (hors Cambodge / Îles Salomon)	-36,7
Total charges d'exploitation hors éléments exceptionnels et à périmètre constant	-686,3
Charges pour les implantations au Cambodge et aux Îles Salomon	-6,5
Total charges d'exploitation	- 692,8
Résultat brut d'exploitation	459,3
Coefficient d'exploitation	60,1 %
Coût du risque	- 93,6
Résultat d'exploitation	365,8
Quote-part de résultat net des entreprises mises en équivalences	30,2
Gains ou pertes sur autres actifs	- 2,3
Perte de valeur des écarts d'acquisition	- 1,2
Résultat avant impôt	392,4
Impôts sur les bénéfices	- 136,0
Résultat net	256,5
Intérêts minoritaires	0,8
Résultat net part du groupe	257,2

Hors éléments exceptionnels (en millions d'euros)

	2016	2017	2017 vs 2016	
Produit net bancaire	1 080,1	1 130,7	50,6	4,7 %
Total charges d'exploitation	- 664,9	- 685,9	- 21,0	3,2 %
Résultat brut d'exploitation	415,2	444,8	29,6	7,1 %
Coefficient d'exploitation	61,6 %	60,7 %	- 0,9 pt	
Résultat d'exploitation	341,7	351,3	9,5	2,8 %
Résultat avant impôts	371,8	377,9	6,2	1,7 %
Résultat net	256,7	259,4	2,7	1,1 %
Résultat net part du Groupe	255,3	260,2	4,9	1,9 %

Pour la cinquième année consécutive, le produit net bancaire consolidé de la BRED progresse, s'établissant à 1 152 M€ (+ 5,2 %).

Retraite des éléments exceptionnels, la croissance du PNB ressort à 4,7 %, un chiffre qui confirme la poursuite du développement pérenne des activités de la BRED et de ses filiales.

Les charges du Groupe BRED sont en hausse de 2 % sur l'exercice 2017, à périmètre constant hors exceptionnel. Elles traduisent une politique volontariste de formation des collaborateurs, et d'investissements dans les solutions digitales, dans la refonte des systèmes d'information et dans la modernisation du réseau d'agence.

Le coefficient d'exploitation continue de s'améliorer pour s'établir à 60,1 %, contre 60,9 % en 2016, un niveau parmi les meilleurs des banques françaises.

Le coût du risque s'établit à 93,6 M€, en augmentation du fait de quelques dossiers significatifs d'entreprises. Le niveau de coût du risque sur PNB s'établit au niveau moyen constaté sur les cinq derniers exercices.

L'impôt sur les sociétés est pénalisé par une surtaxe exceptionnelle mise en place par le gouvernement afin de compenser la suppression de la taxe sur les dividendes, engendrant 8,50 M€ d'impôts supplémentaires, traitée comme un élément exceptionnel.

Le résultat net, hors exceptionnels, progresse de 1,9 % pour atteindre 260 M€.

Le résultat net comptable consolidé s'établit à 257 M€.

Les capitaux propres part du groupe s'établissent à 4,1 Md€, en progression de 9,5 % (+351 M€) sur l'exercice grâce à l'excellent niveau de résultat net et une augmentation de capital de 153 M€ auprès des sociétaires.

Les ratios de solvabilité et de liquidité s'établissent à des niveaux très confortables.

Les ratios de solvabilité, en global comme en CET1, ressortent au très bon niveau de 15,85 %, en progression de 99 points de base sur un an, pour un minimum réglementaire pour le ratio global de 9,25 % et pour le ratio CET 1 de 5,75 %.

Le ratio de liquidité LCR s'élève à 128,5 % au 31 décembre 2017 pour une exigence minimale réglementaire de 80 % au 31/12/2017.

2 questions à

Olivier Lendrevie, Directeur général adjoint

Les résultats de la BRED en 2017 témoignent une nouvelle fois de son dynamisme. Parmi les faits marquants de cette année, quels obstacles à surmonter et/ou opportunités à saisir avez-vous identifiés ?

Un point à souligner, dans un contexte de taux peu favorable, est la progression de 2 % de notre marge nette d'intérêt, en grande partie grâce à un effet volume, complété par les retombées positives de notre gestion de risque de taux. Cette année encore, notre activité est en effet restée dynamique avec une croissance de 12 % de nos encours de crédit et de plus de 18 % de nos dépôts monétaires. Notre salle des marchés,

exclusivement au service de nos clients, a pour sa part, tiré profit d'un environnement de marché favorable qui a contribué à ses excellents résultats en 2017.

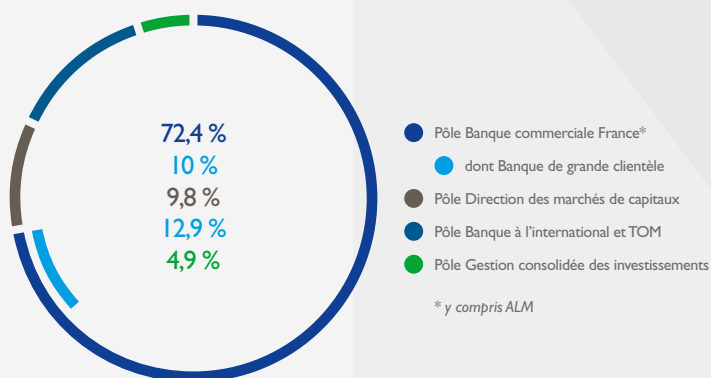
L'augmentation de capital 2017, d'un montant de 153 millions, sursouscrite à hauteur de 137 % est un succès. Quelles conséquences pour la BRED ?

Ce succès démontre la forte capacité de la BRED à créer des fonds propres au travers de l'émission de parts sociales auprès de ses clients sociétaires. Fonds propres qui bénéficient aussi de la mise en réserve de résultats. Ajoutons que la valeur des parts est fixée

statutairement. Les parts sociales ne sont pas cotées en Bourse et leur valeur reste stable. Ceci conforte la prise en compte des enjeux de moyen-long terme dans le pilotage de la banque. Les bénéfices sont prioritairement réinvestis pour assurer la poursuite du développement des activités. L'augmentation de nos fonds propres contribue également à la bonne tenue de nos ratios de solvabilité, garants de notre solidité financière et de notre capacité à exercer notre métier de banquier, en développant nos activités de financement.



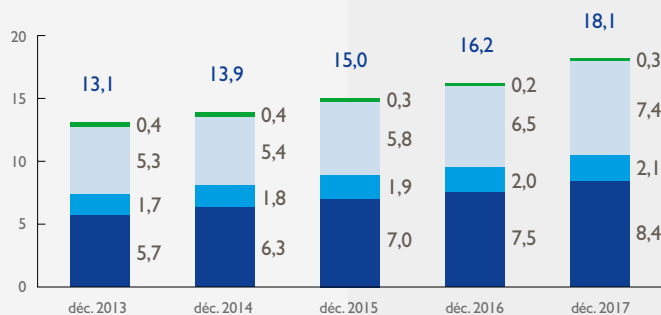
RÉPARTITION DU PNB HORS EXCEPTIONNEL PAR PÔLE D'ACTIVITÉ



En 2017, la Banque commerciale France, avec un PNB en hausse de près de 4 % en dépit d'un contexte défavorable de taux bas et d'intensification de la concurrence, contribue aux deux tiers de la croissance du PNB du Groupe BRED. Tous les pôles d'activité ont contribué à la croissance du PNB dans son ensemble.

EMPLOIS DE LA BANQUE COMMERCIALE FRANCE ET DE SES FILIALES

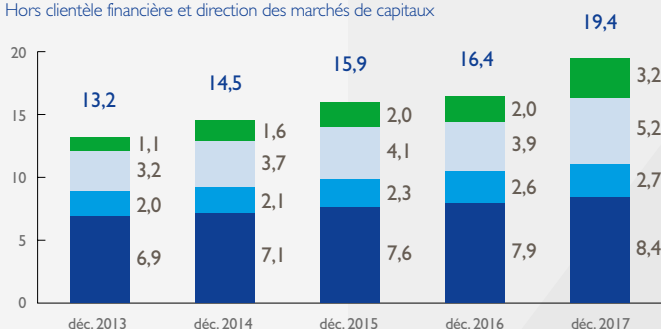
(en milliards d'euros, valeur moyenne à décembre)
Hors clientèle financière



Les encours de crédit ont progressé de 12 % sur l'exercice pour s'établir à 18,1 Md€, la croissance provenant tant du marché des entreprises (+0,9 Md€) que de celui des particuliers (+0,8 Md€).

DÉPÔTS DE LA BANQUE COMMERCIALE FRANCE ET DE SES FILIALES

(en milliards d'euros, valeur moyenne à décembre)
Hors clientèle financière et direction des marchés de capitaux



Les dépôts monétaires sont en hausse de plus de 18 % à 19,4 Md€ grâce à une collecte importante auprès des entreprises (+1,3 Md€) ainsi que des institutionnels (+1,2 Md€).



BRED Banque Populaire – Société anonyme coopérative de banque populaire régie par les articles L.512-2 et suivants du Code monétaire et financier et l'ensemble des textes relatifs aux Banques Populaires et aux établissements de crédit, au capital de 995 424 562 euros – Siège social : 18, quai de la Rapée – 75604 PARIS Cedex 12 – 552 091 795 R.C.S – Paris – IDENT.TVA FR 09 552 091 795 – Intermédiaire en assurances immatriculé à l'ORIAS sous le numéro 07 003 608.



Sur les photographies de ce rapport d'activité ne figurent que d'authentiques clients et collaborateurs de la BRED. Merci à eux d'avoir accepté. La plupart des clichés ont été réalisés par Patrick Messina, photographe de talent, auteur de *Wayfaring* (ed. Gwinzegal) et de *Courte Echelle* (ed. Filigranes).

La BRED est heureuse et fière de bénéficier de cet apport artistique pour mettre en valeur ses clients et collaborateurs des sièges du Quai de La Rapée et de Joinville et des sites de Saint-Marcel, Jeanne d'Arc à Rouen et Kléber à Paris.

www.bred.fr

Siège social : 18, quai de la Rapée - 75012 Paris
Tél. 01 48 98 60 00

—

Document réalisé par la Direction de la communication institutionnelle

—

Conception et réalisation : Éditions Stratégiques
Crédits photos : DR, Patrick Messina, Didier Goupy, Rémy Deluze, iStock, Babel/Getty Images.

Source témoignage p 23 : Publication Cockpit / Mars 2017



Marie Grillo, lauréate de la Fondation Banque Populaire

PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE C'EST BIEN, **FINANCER LES PROJETS DANS VOTRE RÉGION, C'EST MIEUX.**

Grâce à l'épargne que ses clients lui confient,
la BRED finance l'activité économique locale.

BANQUE & ASSURANCE



BRED Banque Populaire - Société anonyme coopérative de Banque Populaire régie par les articles L 512-2 et suivants du Code monétaire et financier et l'ensemble des textes relatifs aux Banques Populaires et aux établissements de crédit, au capital de 995 424 562 euros - Siège social : 18, quai de la Rapée 75604 Paris Cedex 12 - 552 091 795 RCS Paris - Ident.TVA FR 09 552 091 795 - Intermédiaire en assurances immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07 003 608. Crédits photos : Alison Wynn - Crédit agence : All Contents. Avril 2018.