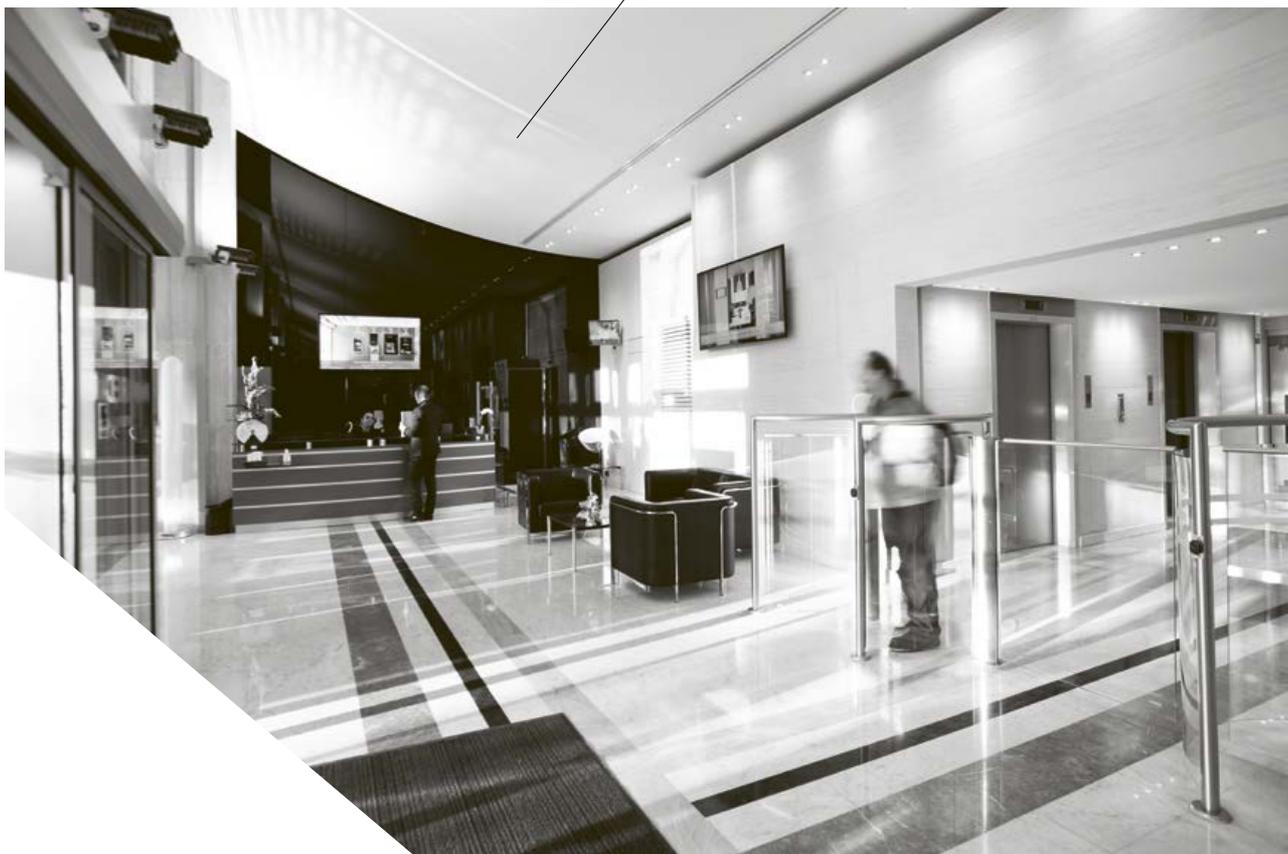


RAPPORT  
D'ACTIVITÉ  
2018

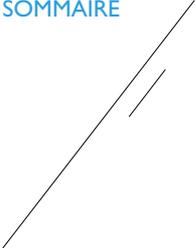


**BRED**, LA BANQUE  
SANS DISTANCE

**BRED**   
BANQUE POPULAIRE

**100** ANS  
ET TOUJOURS  
EN AVANCE

## SOMMAIRE



#100ans	01
#Profil	06
#Présence	08
#BanqueResponsable	10
#BanqueSansDistance	12

### **#EnActes 18**

#BanqueRelationnelle	20
#Agilité	24
#Innovation	26
#BanqueCoopérative	28
#DéveloppementÉconomique	30
#International	32

### **#Offres 34**

#ClientsParticuliers	36
#ClientsPatrimoniaux	38
#Professionnels	40
#PME	42
#GrandeClientèle	44
#International	46

### **#DifférenceCoopérative 48**

#ModèleCoopératif	50
#CapitalHumain	54
#Humain&Citoyen	56

### **#Résultats 60**

#RésultatsConsolidés	62
#Commentaires	63

100 ANS

***ET TOUJOURS  
EN AVANCE***

Coopérative, humaine, responsable,  
ancrée dans ses territoires, innovante,  
au service d'une relation durable et  
à forte valeur ajoutée, la banque de  
demain c'est la BRED d'aujourd'hui.

ENTREPRENDRE ET IMAGINER  
AU CŒUR DES TERRITOIRES  
EN RÉSONANCE AVEC LE MONDE



L'UNE DES  
PREMIÈRES  
BANQUES  
POPULAIRES À  
VOIR LE JOUR

02

1919 233 commerçants, industriels et artisans, réunis autour de Louis-Alexandre Dagot, Président de l'Union commerciale et industrielle de Vincennes, fondent le 7 octobre 1919 la Banque Populaire Industrielle et Commerciale de la Banlieue Est de Paris, l'une des premières banques populaires à voir le jour. En 1921, la banque compte 4 agences, près de

500 sociétaires, 20 employés. Très vite elle s'étend en Seine-et-Marne et dans l'Est parisien. Jusqu'en 1930, la banque connaît une période de fort développement tiré notamment par la croissance économique de son territoire. Elle sera toutefois durement frappée par la crise économique dans la décennie suivante. Si les années de guerre la contraignent à réduire son activité commerciale,

le redressement se concrétise sous la présidence de Pierre Boissou au début des années 40. Nommé en 1938 administrateur délégué, puis en 1940 PDG, Pierre Boissou prend en main le redressement de la banque. Il présidera aux grandes orientations de la BRED jusqu'en 1970. La BRED adopte la raison sociale « Banque Régionale d'Escompte et de Dépôts » en 1942.



## UN DÉVELOPPEMENT VIGOUREUX DU RÉSEAU D'AGENCES

**1950** Après la guerre, s'ouvre pour la BRED une période d'expansion continue. Elle diversifie ses services, développe son réseau en Seine-et-Marne, à Paris et en Normandie. Plus de 80 agences sont inaugurées

entre 1960 et 1970. De plus en plus d'agences sont ouvertes le samedi. L'utilisation précoce de l'informatique, avec la mise en service du premier ordinateur dès 1963, va par ailleurs permettre à la banque de moderniser la gestion des comptes.

Elle offre notamment à ses clients la possibilité d'effectuer toutes leurs opérations dans toutes les agences du réseau BRED. En 1969, la BRED crée Interépargne. Première société française de gestion de l'épargne salariale, Interépargne deviendra par

la suite une filiale de Natixis (Groupe BPCE). La BRED attire aussi la Casden au sein du Groupe Banque Populaire. Promépar gestion, filiale dédiée à la gestion de portefeuille boursier, est créée en 1974.



## LA DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS ET LE DÉBUT DES IMPLANTATIONS EN OUTRE-MER

**1980** Dans les années 80/90 la BRED témoigne d'une forte volonté de diversifier ses activités. Au début des années 80, elle crée une compagnie financière et prend le contrôle d'une société de bourse. Elle crée une filiale spécialisée, PREPAR et propose ainsi une gamme de produits d'assurance vie et des conventions d'épargne retraite. Dans le même

temps elle noue des accords de partenariat, notamment avec la Banque Nationale du Canada. Courant 1988, elle se dote d'une salle des marchés. En 1985, la BRED prend pied outre-mer à La Réunion. L'année suivante, elle s'installe en Guadeloupe, puis en Martinique (1990). Dès 1986, elle relie par satellite son centre informatique de Créteil aux agences de La Réunion. À trois secondes près ces

agences ont ainsi les mêmes informations que les agences métropolitaines. La BRED poursuit également le maillage de son réseau et le rénove. Une charte unique est appliquée et le logo BRED largement mis en évidence sur les façades. L'espace intérieur est décloisonné. Les guichets comptoirs font place à des espaces de réception ouverts. En 1986, 128 agences ont ainsi été rénovées.



04

**BANQUE COMMERCIALE  
EN MÉTROPOLE,  
EN OUTRE-MER ET  
À L'INTERNATIONAL**

**1990** Au tournant des années  
**2010** 1990, la BRED subit  
de plein fouet la crise  
immobilière.

Elle fait face en se recentrant sur son cœur de métier, la banque commerciale de proximité. Entre 1993 et 1997, les espaces libre-service se multiplient, visant à dégager du temps commercial au profit des activités de conseil. En 1993, la BRED ouvre Alodis, l'un des tout premiers centres de

relation téléphonique en France, qui devient BRED Direct en 1995. Cette même année, elle inaugure un site internet bancaire. La BRED développe aussi des niches de forte expertise, notamment la gestion des flux et de la trésorerie des entreprises et institutionnels. Très vite, elle investit dans le domaine de l'e-commerce et de la certification numérique. Elle accélère son développement ultramarin avec le rachat du Crédit Martiniquais, puis de

quatre sociétés de crédit aux Antilles, en Guyane et à La Réunion. Elle entre au capital de la Banque Calédonienne d'Investissement (BCI) en 2006 et de la Socredo, premier réseau bancaire polynésien, en 2007. À partir de cette même année, la BRED se diversifie à l'international dans des pays bénéficiant de fortes dynamiques de croissance. Elle acquiert la BCI Mer Rouge à Djibouti (2007) et crée BRED Vanuatu (2008).



**UNE « BANQUE SANS DISTANCE » EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL**

**2010** Dans un environnement réglementaire et technologique en profonde mutation, la BRED poursuit sa croissance en déployant très tôt une stratégie : la « Banque sans distance ». Sa promesse s'inscrit dans une relation globale de proximité intégrant le digital tout en renforçant le contact humain et la valeur ajoutée, qui est apportée au client par un investissement massif dans la formation et dans les nouvelles technologies. Elle demeure ainsi dans l'esprit d'une banque coopérative,

moderne et profondément humaine. La révolution numérique modifie les attentes des clients. La BRED s'adapte et organise ses agences pour conseiller ses clients en face-à-face ou à distance. L'organisation du réseau est optimisée pour mettre à disposition toutes les expertises dans toutes les agences. Banque d'entreprise réputée, la BRED favorise les synergies entre tous ses métiers et propose des solutions à des entreprises de toutes tailles. Elle est capable de fournir des services haut de gamme, traditionnellement réservés aux très

grandes entreprises, à des entreprises de taille moyenne ou intermédiaire (PME et ETI). La BRED poursuit son développement bancaire en Océanie, en Asie du Sud-Est et dans la Corne de l'Afrique. Elle ouvre la Banque Franco-Lao en 2010, BRED Bank Fiji en 2012, BRED Bank Cambodia et BRED Bank Solomon en 2017. Elle a acquis par ailleurs des participations minoritaires dans la BCEL (2010) au Laos et dans ACLEDA au Cambodge (2011). Elle ouvre aussi des bureaux de représentation à Myanmar en 2014 et en Éthiopie en 2015.

## #Profil

Une banque coopérative engagée vis-à-vis de ses clients, de la société et de ses collaborateurs.

### LA BRED, BANQUE SANS DISTANCE

La BRED est une banque populaire coopérative, forte de 200 000 sociétaires, de 4,4 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 114 succursales et 322 agences, 16 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 2018, la BRED a réalisé un PNB consolidé de 1 191 M€ (+3,4 %). Hors exceptionnel, le PNB croît de 4,6 % et le résultat net s'établit à 277 millions d'euros, en augmentation de 8 %.

**4,4 Mds€**  
DE CAPITAUX  
PROPRES

**200 000**  
SOCIÉTAIRES

**5 500**  
COLLABORATEURS DANS LE MONDE DONT  
25 % HORS DE MÉTROPOLÉ ET DES DOM



## #Présence

### EN MÉTROPOLE

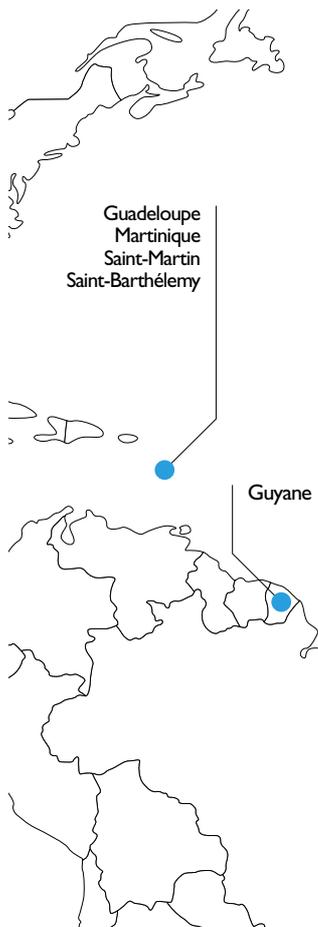
3 300 collaborateurs

#### En Normandie

19 succursales comprenant  
68 implantations \*

#### En Île-de-France

66 succursales comprenant  
– 2 sièges, à Paris et  
à Joinville  
– 204  
implantations \*



### EN OUTRE-MER

800 collaborateurs

#### En Martinique et en Guyane

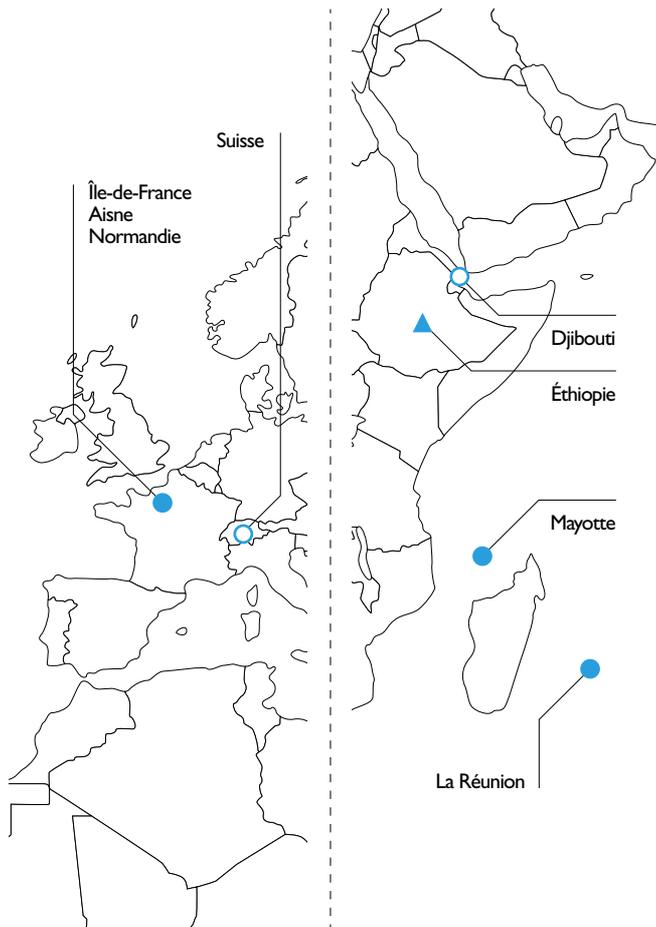
8 succursales comprenant  
36 implantations \*

#### En Guadeloupe-Îles du Nord

9 succursales comprenant  
27 implantations \*

#### À La Réunion et Mayotte

12 succursales comprenant  
39 implantations \*



### EN EUROPE

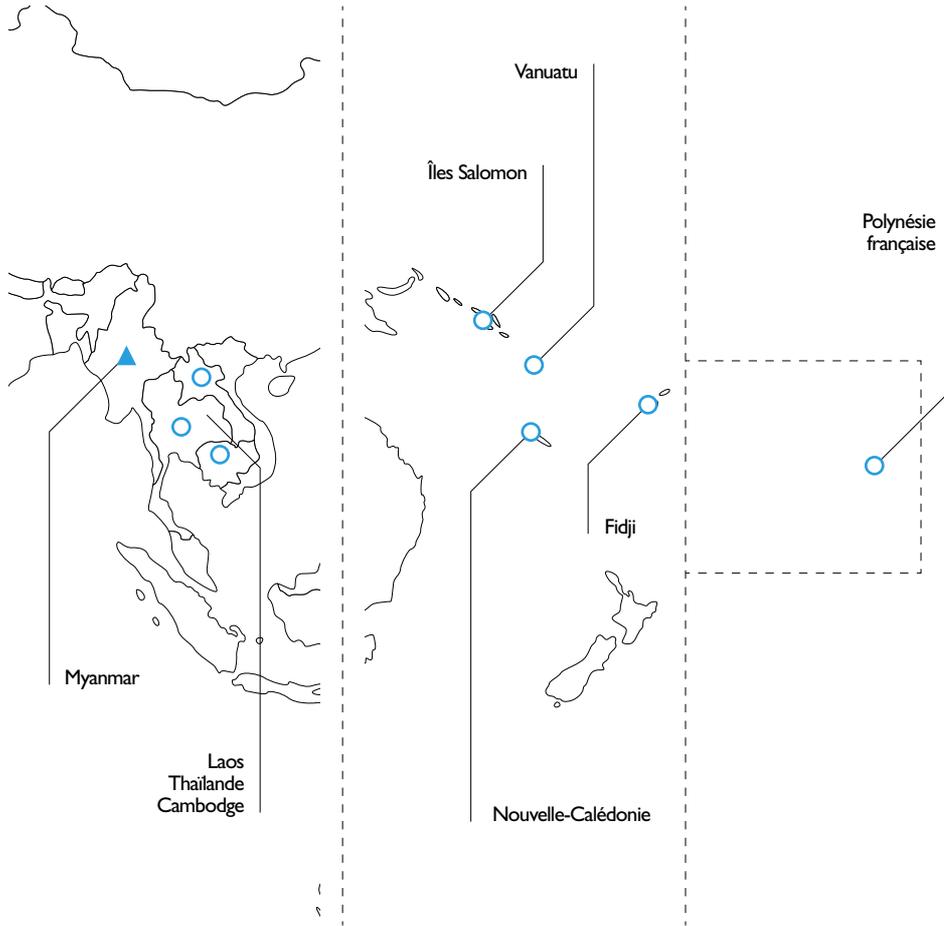
40 collaborateurs

#### • BIC BRED : financement du négoce international

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

\* agences, centres d'affaires,  
cercles patrimoniaux, agences  
dédiées aux professions libérales  
et agences spécialisées

- Banque BRED
- Filiale ou participation
- ▲ Bureau de représentation



## EN OCÉANIE

680 collaborateurs

- **BCI NC – Nouvelle-Calédonie**
  - 28 agences
  - 5 bureaux périodiques
  - 1 bureau de change
- **BVL – Vanuatu**
  - 2 agences au Vanuatu
  - 1 succursale aux îles Salomon
- **BBS – Salomon**
  - 1 agence (siège)
- **BBF – Fidji**
  - 6 agences retail

## DANS LA CORNE DE L'AFRIQUE

250 collaborateurs

- **BCI MR – Djibouti**
  - 10 agences dont deux en région (Ali Sabieh et Tadjourah)
  - 2 centres dédiés à la clientèle des entreprises
  - 1 bureau de représentation en Éthiopie à Addis Abeba

## EN ASIE DU SUD-EST

280 collaborateurs

- **BFL – Laos**
  - 12 agences dans 5 villes du pays dont une agence Women Banking à Vientiane
- **BBC – Cambodge**
  - 4 agences

La BRED est également présente

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

LE MESSAGE  
DU PRÉSIDENT

■ SE RÉINVENTER  
DANS LA FIDÉLITÉ  
À SOI-MÊME

En 2019, la BRED célèbre 100 ans d'engagement, d'activités, d'innovations qui ont accompagné le développement de ses territoires d'implantation. 100 ans pendant lesquels la banque n'a cessé de se réinventer dans la fidélité à elle-même et à sa vocation première de mettre ses forces vives au service de ses clients et de leurs projets.

C'est à l'aune de la fidélité à son engagement coopératif, comme de sa capacité de résilience dans un environnement économique et réglementaire peu favorable au secteur bancaire, qu'il convient d'apprécier les très bons résultats de la BRED pour l'année 2018. Alors que le secteur bancaire est confronté à la financiarisation combinée à la globalisation bancaire et à la dématérialisation favorisée par l'ère numérique, la BRED, en accord avec ses valeurs, fait le choix de l'humain et de l'ancrage régional tout en fournissant à ses clients des outils digitaux aux plus hauts standards.

Car pour la BRED, plus que jamais fidèle à sa vocation historique d'être un établissement de crédit pour tous, il y a partout, dans tous les territoires, en France et à l'international, dans tous les milieux, tous les secteurs d'activité, des énergies neuves à soutenir pour accompagner le nouveau économique.

Et si nous avons su prendre le tournant du numérique, les outils ne supplantent pas l'humain mais le suppléent. À l'ère de l'intelligence artificielle, le plus important à nos yeux est que tout cela n'entrave pas nos clients sociétaires dans leur vie quotidienne, mais les serve. La dématérialisation de nos services va de pair avec l'importance accordée à nos agences et à un relationnel de proximité avec nos conseillers, sur place ou en ligne.

Faire ensemble une banque coopérative, c'est aussi défendre un mode de vie, s'engager pour une certaine idée de la société. Aussi la BRED soutient-elle des projets, des réalisations au service de l'insertion sociale et de l'égalité des chances, du microcrédit, du développement culturel et sportif. Notre combat est plus que jamais celui de l'avenir; celui du progrès, un progrès non seulement technologique et matériel mais aussi un progrès maîtrisé, comme à nos origines, au service de l'humain.

C'est notre ambition et tel est, depuis plus d'un siècle, le sens de l'aventure de la BRED, telle demeurera sa raison d'être.

STÈVE GENTILI  
Président



LE MESSAGE  
DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

100 ans déjà !

Cent ans depuis sa création dans la région parisienne par des entrepreneurs insatisfaits des banques traditionnelles.

Que d'événements et de bouleversements la BRED a-t-elle traversés avec succès au cours du temps, à l'instar de ses consœurs bancaires !

Pourtant, jamais plus qu'aujourd'hui, l'avenir des banques n'est-il mis en question. Nombre de commentateurs, futurologues et autres prospectivistes chevronnés essaient régulièrement de prévoir leur avenir, en sombrant souvent dans le catastrophisme.

La question du futur de la banque commerciale peut se résumer aujourd'hui ainsi, selon nous : les banques à réseau seront-elles finalement désintermédiées et en voie de disparition, car inadaptées aux nouveaux usages et dépassées par de nouveaux acteurs ? Ou, en s'appuyant sur le caractère invariant et essentiel de leur rôle économique et social, auront-elles trouvé les leviers pour développer bien davantage

encore une forte relation de proximité, éthique et utile, avec leurs clients, leur apportant le service et la valeur ajoutée au niveau attendu ? Et répondre ainsi de façon pertinente à leurs changements de comportement et à leur légitime surcroît d'exigence ?

La réponse à cela n'est pas qu'une question de conviction, mais avant tout le résultat d'une analyse raisonnée.

À la BRED, loin du repli sur soi, notre stratégie est le choix d'être une « Banque sans distance ». La Banque sans distance, c'est être parmi les meilleurs dans le digital, mais comme une condition nécessaire et non suffisante pour assurer une relation fidélisante et durablement profitable avec ses clients. C'est, en outre, promouvoir sans cesse une banque toujours plus proche, plus relationnelle et plus humaine. Au conseil à forte valeur ajoutée. Capable de proposer un service aux clients impeccable, que ce dernier soit assuré lors du déplacement dans nos agences et bureaux ou au téléphone, par e-mail, etc., ou chez nos clients eux-mêmes.



La Banque sans distance c'est ainsi abolir les distances, physiques comme relationnelles. Ne jamais tenir le client à distance. C'est s'appuyer sur le triptyque proximité relationnelle – grâce également au sociétariat –, proximité décisionnelle et proximité managériale. Parce que ce triptyque assure une forte implication des équipes. Parce qu'il permet de mieux comprendre les projets de vie ou d'entreprise de nos clients. Donc d'anticiper au mieux leurs attentes et leurs évolutions, afin d'y répondre avec pertinence et efficacité. C'est ce qui permet enfin d'entretenir avec eux une relation durable, mutuellement confiante et profitable.

Ces principes sont vrais pour nous quelle que soit la géographie. En Métropole, comme dans les DOM et COM, ainsi que dans les pays émergents où nous sommes implantés. Et quel que soit le type de clientèle, particuliers, y compris en gestion privée, professionnels, entreprises de toutes tailles, institutionnels, etc.

Outre des innovations et des évolutions en termes d'organisation et d'approche des clients, cette stratégie implique un constant investissement à haut niveau dans notre capital humain, comme dans les nouvelles

technologies. L'humain et le digital, bien articulés l'un à l'autre, doivent nous permettre de respecter rigoureusement ce qui fait l'essence de la relation bancaire, tout en intégrant au mieux les évolutions dans les modalités d'utilisation des banques par nos clients.

Cette philosophie d'action, bien comprise et partagée, est portée en confiance et avec engagement par l'ensemble des collaborateurs du Groupe BRED.

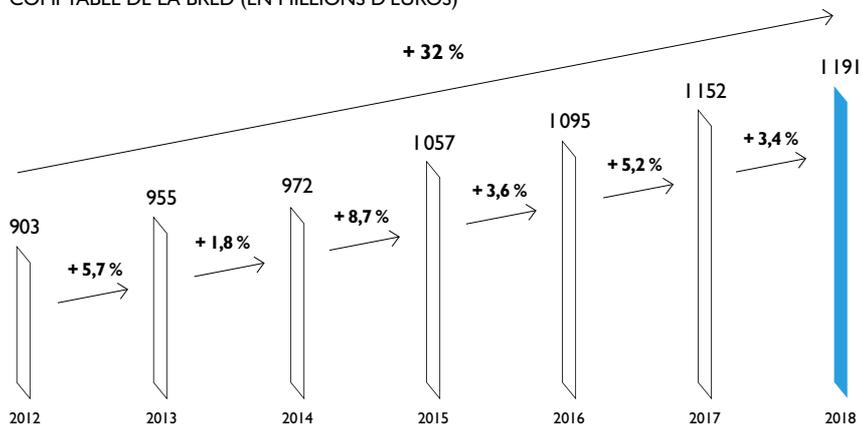
Parce qu'elle est liée intimement à notre ADN coopératif de Banque populaire et à nos valeurs entrepreneuriales qui fondent notre banque et que permet sa taille, notre stratégie tend à faire de la BRED une banque dynamique et adaptative, qui, si elle perpétue durablement ses vertus propres, sera apte, j'en suis convaincu, à assurer pleinement son rôle et son rayonnement pour les cent années à venir !

OLIVIER KLEIN  
Directeur général

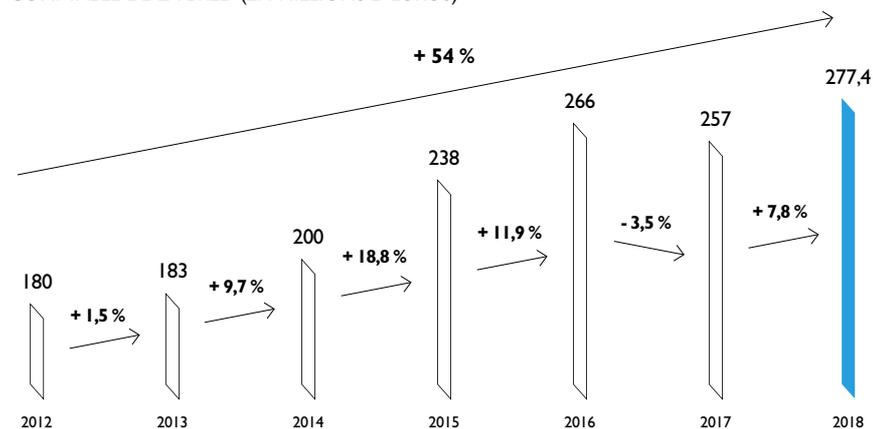
PNB CONSOLIDÉ  
2018

1 191 M€ +3,4%

PROGRESSION DU PRODUIT NET BANCAIRE CONSOLIDÉ  
COMPTABLE DE LA BRED (EN MILLIONS D'EUROS)



PROGRESSION DU RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ  
COMPTABLE DE LA BRED (EN MILLIONS D'EUROS)



« Le résultat net  
s'établit à 277,4 M€,  
en progression de  
54 % depuis 2012. »

## LES CINQ PILIERS DE LA BANQUE SANS DISTANCE

■ Une banque sans distance, c'est aussi une banque qui ne met pas à distance ses clients.

### **Accessibilité : liberté de choisir son mode de relation**

L'enjeu est d'offrir le meilleur service via tous les canaux. Quels que soient les modes de communication, le client doit pouvoir interagir à tout moment avec sa banque.

### **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, dans le partage des informations (SMS à chaque étape de l'avancement d'un dossier de crédit, confirmation de virement...) et dans l'organisation du service.

### **Écoute, empathie, réactivité**

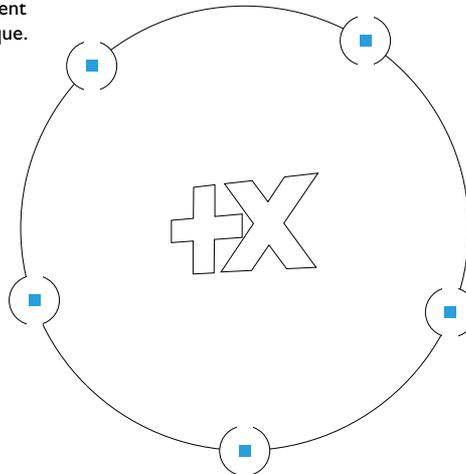
L'attention portée aux demandes de nos clients est une priorité. Cela passe par le suivi de la satisfaction de nos clients, par la mobilisation dans chaque agence, à tour de rôle, d'un collaborateur en charge de l'accueil et par une simplification des processus.

### **Des valeurs coopératives, un ancrage régional**

Banque coopérative, la BRED, qui appartient à ses clients sociétaires, se développe dans le respect des intérêts de la 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.

### **Proactivité, anticipation des besoins des clients**

Aller au-devant des clients avec des propositions adaptées implique une relation personnalisée dans la durée. Cela repose sur une connaissance fine de ses clients et des entretiens réguliers, en agence ou à distance, au sujet de leurs projets personnels ou professionnels.





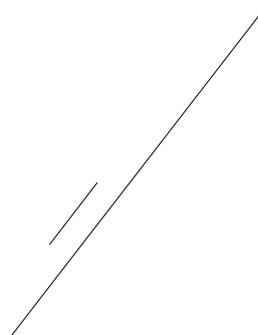
■ Notre fierté est notre vision de la banque  
comme acteur de l'économie.





## #EnActes

AGIR DANS LA DURÉE  
AU BÉNÉFICE  
DE NOS CLIENTS



#BanqueRelationnelle	20
#Agilité	24
#Innovation	26
#BanqueCoopérative	28
#DéveloppementÉconomique	30
#International	32

■ Comprendre, partager et co-construire, à tous les niveaux, la stratégie à mener et l'organisation à mettre en place.

## #EnActes #BanqueRelationnelle

### Renforcement du réseau d'agences

À la fin du premier semestre 2018, la BRED revisite l'organisation de son réseau de proximité au bénéfice de ses collaborateurs et de ses clients. Le rôle des managers est dorénavant dévolu au pilotage de l'activité commerciale des équipes et à la conduite du changement. Les processus décisionnels sont plus courts. Les expertises des collaborateurs sont continuellement renforcées pour améliorer la qualité du service rendu aux clients.

### Top départ pour l'École des Conseillers BRED

L'ouverture début janvier 2018 de « l'École des Conseillers BRED », école maison, par laquelle passeront dorénavant tous les nouveaux conseillers, pendant 3 mois, témoigne de l'importance attachée à leur formation.

La BRED, qui privilégie la valeur ajoutée d'un conseil personnalisé, continue à recruter des conseillers et à les former. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : en 2018, la BRED a consacré près de 6 % de la masse salariale, soit près de six fois le minimum légal, à la formation.

“Faire vivre notre banque relationnelle de proximité pour toujours plus de qualité de service et de conseil.”

ÉRIC MONTAGNE  
Directeur général adjoint

« Pour répondre à l'appétence de nos clients – nos études qualité en témoignent – pour plus de praticité, de disponibilité et de conseils, nous avons fait le choix d'une banque sans distance, experte, à la fois humaine et digitale, accessible et proactive via tous les canaux. Tout l'enjeu des récentes évolutions de notre dispositif commercial est de faire vivre concrètement ce modèle relationnel de proximité.

Il s'agit notamment d'optimiser la présence et l'efficacité de nos forces commerciales vis-à-vis de tous nos clients et sur tous nos territoires. Nous capitalisons ainsi sur la mutualisation des équipes sous la responsabilité d'un seul manager et la représentation des expertises sur tous nos sites. Par ailleurs nos managers, recentrés sur cette fonction essentielle, pourront accompagner encore davantage leurs équipes, plus expertes, plus proactives, plus réactives pour une prise en charge optimum des demandes et des projets de vie et d'entreprise de nos clients : une qualité de service qui est pour nous une priorité essentielle. »

■ L'École des Conseillers BRED met l'accent sur la proactivité avec un temps d'immersion sur la plateforme téléphonique.



## #EnActes #BanqueRelationnelle

### Patrimonial : la BRED rénove ses implantations normandes

La BRED, qui ambitionne de doubler son activité de banque privée à l'horizon 2020, valorise ses implantations normandes. En février, le cercle patrimonial de Rouen, entièrement rénové, est inauguré en présence du maire, Yvon Robert, et du député de Seine-Maritime, Damien Adam. En octobre, c'est au tour du cercle patrimonial de Caen d'arborer des locaux flambant neufs.

### Un nouveau centre de relation clients par téléphone

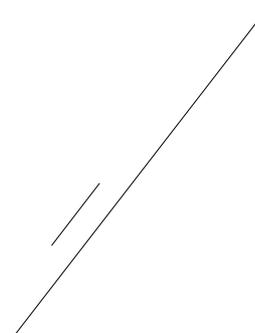
La BRED décide d'installer un nouveau centre de relation clients par téléphone à Caen, en Normandie. Il a vocation à accroître la prise en charge des appels téléphoniques de nos clients. Cela permettra d'intensifier la réactivité des réponses aux demandes des clients tout en libérant du temps commercial en agence au profit d'un conseil à valeur ajoutée. Les équipes sont recrutées à la fois en interne et en externe. Un bénéfice est également d'offrir des débouchés professionnels aux jeunes des régions concernées. Cela représente aussi une opportunité supplémentaire d'évolution pour les collaborateurs de la BRED via des passerelles entre les agences et BRED Direct, ou inversement. Un deuxième centre téléphonique ouvrira courant 2019 à Fort-de-France.

### Nouvelles agences BRED professions libérales

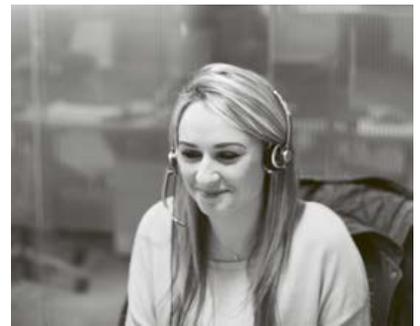
En métropole, après Paris et Rouen, la BRED ouvre à Caen à l'automne 2018 une agence réservée aux professions libérales. Des experts au fait de leurs problématiques spécifiques y sont dédiés à ces clients. Le concept a déjà été mis en œuvre avec succès par le réseau outre-mer qui vient d'ouvrir une nouvelle agence professions libérales à Cayenne en Guyane.

### Un nouveau look pour les agences

La BRED s'est engagée en 2016 dans un vaste plan de rénovation de son réseau de proximité. Le nouveau concept vise à offrir aux clients un accueil d'excellence tout en créant un environnement propice à la proactivité et à l'efficacité commerciale. L'objectif est aussi de proposer des agences plus modernes et plus connectées, en phase avec les nouveaux usages de nos clients (automates nouvelle génération, écrans digitaux, etc.)



**47**  
C'EST LE NOMBRE D'AGENCES DU RÉSEAU BRED RÉNOVÉES SELON LE NOUVEAU CONCEPT DE BANQUE SANS DISTANCE EN 2018.



### BREDConnect toujours plus pratique et plus ergonomique

L'espace personnel transactionnel BRED-Connect a évolué sur Internet comme sur l'application mobile.

Une navigation plus intuitive offre un accès facilité à ses comptes (comptes à vue, épargne, bourse, assurance vie, prêts, autres comptes détenus dans d'autres banques...) et un meilleur accompagnement dans la gestion de son budget au quotidien.

Par ailleurs, de nouveaux services sont venus enrichir BREDConnect :

- la gestion des plafonds de carte bancaire (suivi des utilisations et modification),
- l'autorisation ou le blocage des paiements sur Internet ou à l'étranger;
- la commande de fonds, pour les professionnels et les particuliers,
- la prise de rendez-vous avec son conseiller dédié pour un entretien en agence ou par téléphone.

*En un clic, prendre rendez-vous pour un  
entretien en agence ou par téléphone  
avec son conseiller dédié.*

**2<sup>e</sup>**  
LA NOUVELLE APPLI BRED SE PLACE  
EN 2<sup>e</sup> POSITION SUR LE PODIUM DES APPLIS  
BANCAIRES, DEVANT LES NÉO-BANQUES  
ET BANQUES EN LIGNE.



### La BRED innove avec Google Home

La BRED a été la première banque à proposer la gestion de compte via Google Home. Dès l'été 2018, les clients BRED peuvent passer par Google Home pour consulter leur compte, appeler leur conseiller ou opérer un virement de compte à compte – une première en France ! Grâce à cette innovation, la BRED étoffe encore sa gamme de services à distance, tout en restant attachée à la qualité de conseil et à la relation de proximité.

### Découvrir Samsung Pay !

Simple et pratique, le paiement mobile « sans contact » est une solution rapide et sécurisée pour réaliser ses achats sans contact. Après Apple Pay, la BRED propose à ses clients de payer d'un geste leurs achats chez les commerçants avec Samsung Pay.

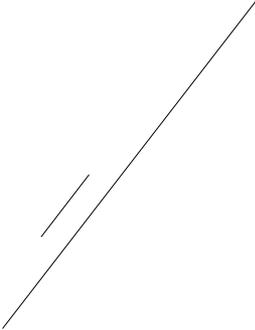


### KYC : une offre Vialink et Docapost

Avec la mondialisation des échanges et la digitalisation de l'ensemble de la société, la réglementation se renforce pour lutter contre la fraude ou le blanchiment d'argent, ou encore protéger les données personnelles (RGPD). Vialink, filiale de la BRED, s'associe à Docapost, filiale du Groupe La Poste, pour créer une offre KYC (Know Your Customer) globale associant la puissance de calcul de l'intelligence artificielle aux capacités d'analyse et d'expertise humaines.



# Coopérathon 2018



Guy Cormier, Président des Caisses Desjardins, Olivier Klein, Directeur général de la BRED, Michel Roux, Directeur général de la Fédération Nationale des Banques Populaires, Lucia Baldino, Directeur général de Desjardins Europe.

## La BRED lance la 1<sup>re</sup> édition française du Coopérathon, le plus grand concours d'innovation au monde

Lancé au Québec en 2016 par le Mouvement des Caisses Desjardins et porté en France par la BRED et son laboratoire d'innovation, The Factory, le Coopérathon est la plus grande compétition ouverte d'innovation au monde. Il est organisé autour de 4 thématiques, santé, éducation, finance et environnement. Les projets innovants présentés, dans l'une de ces 4 thématiques, doivent répondre à des objectifs de développement durable de l'ONU.

## Partager les valeurs coopératives

En 2018, le nombre de réunions de sociétaires (110) organisées dans les agences a doublé par rapport à 2017. Une manière pour la BRED de vivre sa différence coopérative en faisant participer ses clients sociétaires à la vie de la banque, dont ils sont les uniques propriétaires.

## 176 M€

L'AUGMENTATION DE CAPITAL DU 6 SEPTEMBRE AU 6 DÉCEMBRE 2018, A PERMIS DE LEVER UN MONTANT RECORD DE 176 MILLIONS D'EUROS ET DE CONQUÉRIR PRÈS DE 10 000 NOUVEAUX SOCIÉTAIRES.

La BRED s'engage pour un développement durable et harmonieux de la société et des territoires.



### La BRED adhère à la charte pour le financement bancaire des PME

Le 12 novembre dernier, la BRED a signé avec la CCI Paris Île-de-France la Charte pour le financement bancaire des PME. La BRED rejoint ainsi un dispositif créé par la CCI Paris Île-de-France pour faciliter le financement des PME souhaitant candidater aux appels d'offres et répondre aux marchés du Grand Paris.

### La BRED arrangeur d'une belle opération d'Owner Buy Out (OBO) en Guadeloupe

Pour développer de nouveaux projets via des rachats ou des créations, Tropical Forest Park, un groupe familial leader dans les parcs touristiques en Guadeloupe, Martinique et Guyane

(400 000 visiteurs annuels), a souhaité engager une opération d'OBO pour ouvrir son capital aux managers et aux investisseurs. La BRED intervient comme arrangeur de la dette.

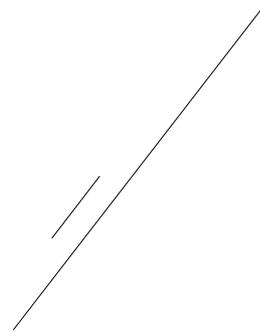
### 8,8 M€

EN JUILLET 2018, ADAXTRA CAPITAL, QUI A OUVERT L'ANNÉE PRÉCÉDENTE LE PREMIER FONDS DE FONDS PROFESSIONNEL À DESTINATION D'UNE CLIENTÈLE PATRIMONIALE ET INSTITUTIONNELLE « ADAXTRA SÉLECTION », LÈVE 8,8 MILLIONS D'EUROS POUR CE FONDS.

### 30 M€

LA BRED ACCOMPAGNE LE PROGRAMME NEU MTN (MARCHÉ DES TITRES NÉGOCIABLES À MOYEN TERME) MIS EN PLACE PAR UN ACTEUR DE RÉFÉRENCE DANS L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE AFIN DE DIVERSIFIER SA PALETTE D'OUTILS DE FINANCEMENT. LE GROUPE A CONFIE À LA BRED L'ARRANGEMENT DE TROIS ÉMISSIONS INAUGURALES SUR DES MATURITÉS DE 3 À 5 ANS POUR UN MONTANT DE 30 MILLIONS D'EUROS.





#### Inauguration de BRED Bank Solomon

4<sup>e</sup> banque commerciale opérationnelle et seule banque européenne présente aux îles Salomon, BRED Bank Solomon a ouvert ses portes en 2017 à Honiara, capitale des îles Salomon, en ciblant dans un premier temps le marché des entreprises. Elle s'est ouverte au grand public dans les premiers mois de 2018.

#### Une nouvelle application de mobile banking

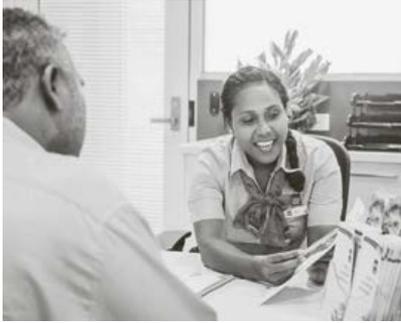
En octobre 2018, la seconde version de l'application BRED de *mobile banking* à destination des filiales internationales est déployée au Laos pour IOS et Android. Les filiales à Fidji, au Cambodge et à Djibouti suivent à la fin de l'année. Dotée d'une ergonomie plus fluide, la nouvelle appli conserve les spécificités régionales, dont les langues usuelles et locales.

#### BRED Bank Cambodia à Siem Reap

En octobre 2018, BRED Bank Cambodia inaugure une agence dans la province de Siem Reap. Il s'agit pour la filiale BRED, présente au Cambodge depuis un an et demi, de la deuxième ouverture d'agence, après l'ouverture d'une agence dans le quartier de Tuol Kork à Phnom Penh. Seule banque française et européenne présente dans le royaume, BRED Bank Cambodia compte désormais près de 2000 clients. La banque entend ouvrir 15 agences au Cambodge d'ici 2020, et être ainsi présente dans l'ensemble du pays.

### 30 ANS

EXCELLENT ANNIVERSAIRE À LA BCI NOUVELLE-CALÉDONIE  
FILIALE DE LA BRED ! LA BCI NC A FÊTÉ SES 30 ANS EN JUILLET 2018 !  
DERNIÈRE-NÉE DES 4 BANQUES DE NOUVELLE-CALÉDONIE,  
ELLE EST AUJOURD'HUI LEADER SUR LE TERRITOIRE.



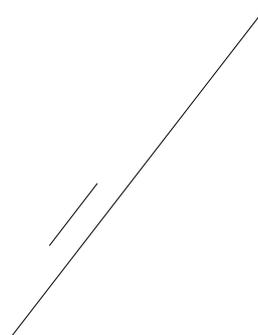
■ Les liens étroits avec nos sociétaires se retrouvent dans la co-construction des produits et services.





## #Offres

### LE CONSEIL AU CŒUR DE LA RELATION



#ClientsParticuliers	36
#ClientsPatrimoniaux	38
#Professionnels	40
#PME	42
#GrandeClientèle	44
#International	46

### Faciliter le quotidien de nos clients et anticiper leurs besoins

Tout est mis en œuvre afin que nos clients aient toujours la réponse la plus adaptée à leurs besoins et à leur mode de vie.

Cela commence par le libre choix du mode de consultation et de réalisation de leurs opérations quotidiennes, soit en agence avec leur conseiller ou directement au sein des espaces libres services accessibles de 6h à 22h, soit en toute autonomie, via le site bred.fr et l'appli mobile.

C'est aussi un service à valeur ajoutée, fondée sur un conseil personnalisé. Nos conseillers connaissent bien leurs clients, savent être réactifs dans le traitement de leurs demandes et plus encore, anticiper celles-ci, leur apporter un conseil adapté à chaque étape de leur vie et un suivi dans le temps. Ceci est rendu possible par une organisation toujours plus agile, des infrastructures technologiques innovantes et surtout des collaborateurs qui enrichissent leur expertise.

*Le digital s'allie à l'humain  
pour une Banque sans distance*

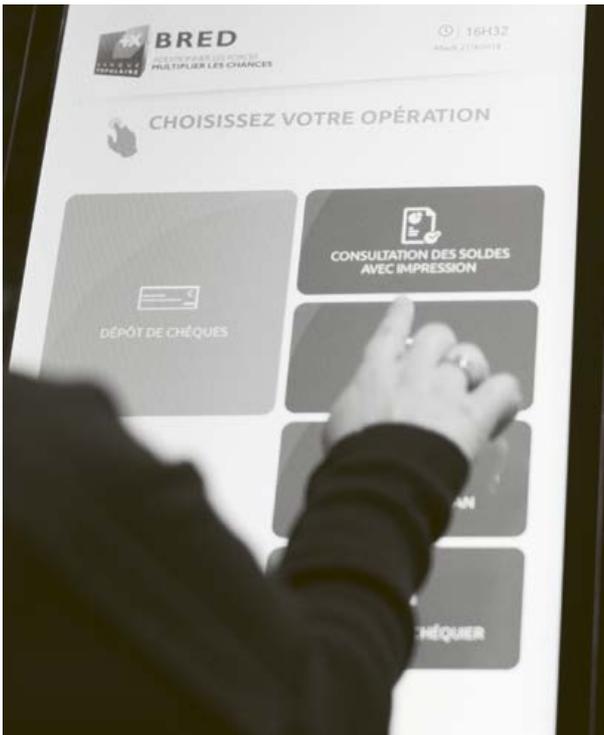
**79 %**  
DES FRANÇAIS  
CONSULTENT  
LEURS COMPTES  
VIA LE SITE DE  
LEUR BANQUE

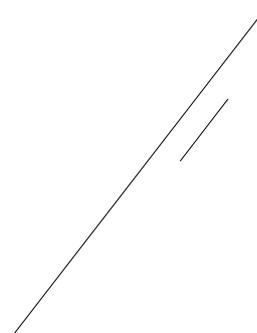
**70 %**  
DES CLIENTS  
JUGENT  
INDISPENSABLE LA  
RELATION AVEC  
LEUR CONSEILLER

**11,3**  
CONSULTATIONS  
DE LEUR APPLI  
BANCAIRE  
CHAQUE MOIS

**1<sup>er</sup>**  
CRITÈRE DE  
CHOIX DE  
LEUR BANQUE  
COMMERCIALE :  
L'AGENCE DE  
PROXIMITÉ

Sources : Fédération Bancaire  
Française, la Tribune.fr,  
frenchweb.fr





### Une gestion de pointe pour les clients patrimoniaux

BRED Banque Privée met à la disposition de tous ses clients l'expertise de ses conseillers pour répondre à leurs problématiques de structuration et de gestion de leur patrimoine, tant sur l'actif que sur le passif. Elle est organisée pour offrir un service patrimonial adapté selon les typologies des clients. Les synergies entre le réseau d'agences et les cercles patrimoniaux, ainsi que le cercle premier dédié à la gestion de fortune, sont facilitées.

Les spécialistes en ingénierie patrimoniale, financière et immobilière, en lien avec la salle des marchés et les filiales d'assurance et de gestion d'actifs, offrent des solutions sur mesure, en architecture ouverte, respectueuses du profil d'investissement des clients. Les clients patrimoniaux les plus avertis ont également accès au capital-investissement à travers Adaxtra Capital, une filiale de la BRED. Nos cercles patrimoniaux sont le plus souvent implantés sur le même site que nos centres d'affaires dédiés aux PME afin que nos clients chefs d'entreprise puissent facilement aborder la valorisation de leur patrimoine comme la transmission de leur entreprise.

**155**  
CONSEILLERS  
PRIVÉS DANS NOS  
AGENCES

**13**  
CERCLES  
PATRIMONIAUX DANS  
NOS DIRECTIONS  
RÉGIONALES

**1**  
CERCLE PREMIER  
DÉDIÉ À LA GESTION  
DE FORTUNE



■ Nous finançons les acteurs de l'économie réelle, qui œuvrent jour après jour au dynamisme de leur région.

## #Offres #Professionnels

### Une expertise métier au service des professionnels

Les clients professionnels disposent d'un conseiller unique qui répond à la fois à leurs problématiques professionnelles et privées, avec l'appui, le cas échéant, de nos experts en matière de flux, d'assurance IARD, d'ingénierie sociale, de franchise, de développement à l'international...

Des conseillers spécialisés sont également à leur écoute dans nos agences et au sein de BRED Banque Privée pour des questions d'ordre patrimonial, juridique et de prévoyance.

À l'instar de nos territoires d'Outre-mer, des agences dédiées aux professions libérales ont ouvert au cœur de Paris et en Normandie. Des experts, sensibilisés aux enjeux de chaque métier, sont à leur écoute dans toutes nos régions d'implantation. Dans le secteur de l'agriculture, la BRED a également constitué une équipe d'experts.

La BRED accompagne les professionnels au quotidien en facilitant la gestion de leurs comptes ainsi que le financement de leur développement, notamment par un recours limité au formalisme et aux garanties personnelles ainsi que des délais de traitements plus courts.

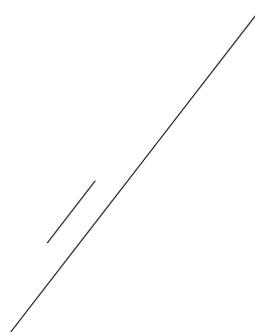
■ Apporter à nos clients avec dynamisme et proactivité les solutions dont ils ont besoin.



#Offres  
#PME

### Banquier conseil de 1<sup>er</sup> rang des PME et de leurs dirigeants

Banquier de 1<sup>er</sup> cercle des PME et de leurs dirigeants, la BRED dispose de 16 centres d'affaires, directement rattachés à ses directions régionales afin d'accélérer les processus décisionnels. Un conseiller unique, parfaitement aguerri aux problématiques des chefs d'entreprise, conseille et accompagne ces derniers à chaque étape de la vie de l'entreprise, en intégrant la vision patrimoniale de cet actif.

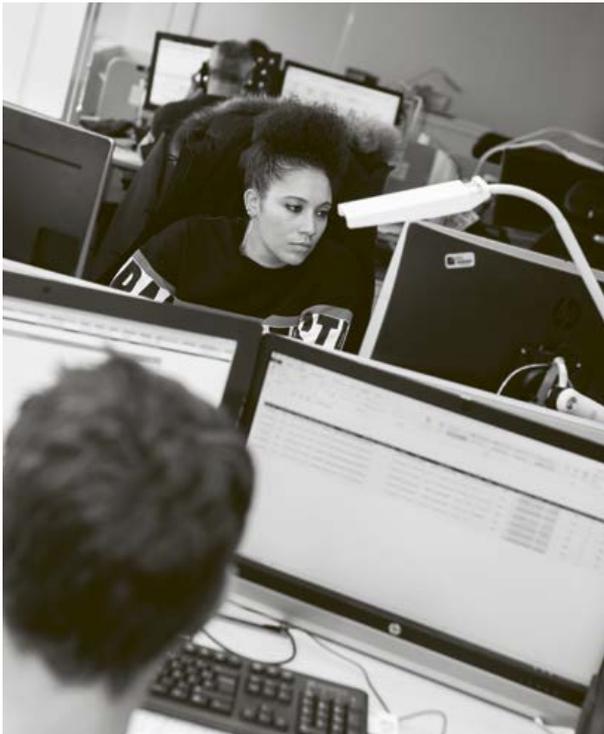


Les centres d'affaires travaillent étroitement avec les différentes structures d'expertise de la BRED (Direction des solutions de financement, experts flux, experts internationaux, salle des marchés, BRED Banque Privée, filiales...). Par ailleurs, la banque a affiné son organisation selon la taille et la typologie des entreprises afin que chaque entreprise bénéficie d'un suivi adapté et plus spécifique lorsqu'elle est en forte croissance ou intervient à l'international.

---

*Nos conseillers peuvent intervenir sur la transmission d'une entreprise en croissance, la recomposition d'actionnariat, la croissance à l'international.*  
En savoir plus : <https://www.bred.fr/entreprises/articles/devenir-client-pme>

**1230**  
EN 2018, NOS CENTRES  
D'AFFAIRES ONT FINANCÉ  
1230 PROJETS POUR 576 M€.



#Offres  
#GrandeClientèle

■ Nous croyons à la créativité des entreprises, à leur capacité d'innovation comme à leur dynamique.

BGC

### Une relation pérenne avec les entreprises et les institutionnels

La BRED est un partenaire de premier plan des institutionnels, des entreprises et des professionnels de l'immobilier. La Banque de Grande Clientèle (BGC) a développé des relations commerciales pérennes avec les entreprises et les institutionnels qui résultent d'une parfaite compréhension de leurs marchés et d'une anticipation de leurs attentes. Chaque client est ainsi suivi sur le long terme par un spécialiste du secteur, pivot de la relation commerciale et fédérant les expertises des différentes directions pour apporter toujours plus de valeur ajoutée avec des solutions sur mesure et innovantes. Les

clients disposent de notre expertise en matière de cash-management, de couverture du risque de change et de taux, de traitement des flux ou encore de commerce international. Ainsi, notre salle des marchés, dédiée à nos clients, met à leur disposition ses activités de change, de gestion de taux, placements monétaires et obligataires. Nous répondons également aux besoins spécifiques des professionnels de l'immobilier, à travers des offres de financement adaptées aux contraintes propres à certains opérateurs, tout en préservant une gestion rigoureuse des risques.

**1 Md€**  
NOTRE SALLE DES MARCHÉS  
PLACE QUOTIDIENNEMENT PLUS  
D'1 MILLIARD D'EUROS  
DE « COMMERCIAL PAPERS ».

■ La valeur ajoutée d'une banque tient dans sa capacité à accompagner les entreprises dans leur stratégie de développement.



## #Offres #International

### Des experts et un réseau de correspondants

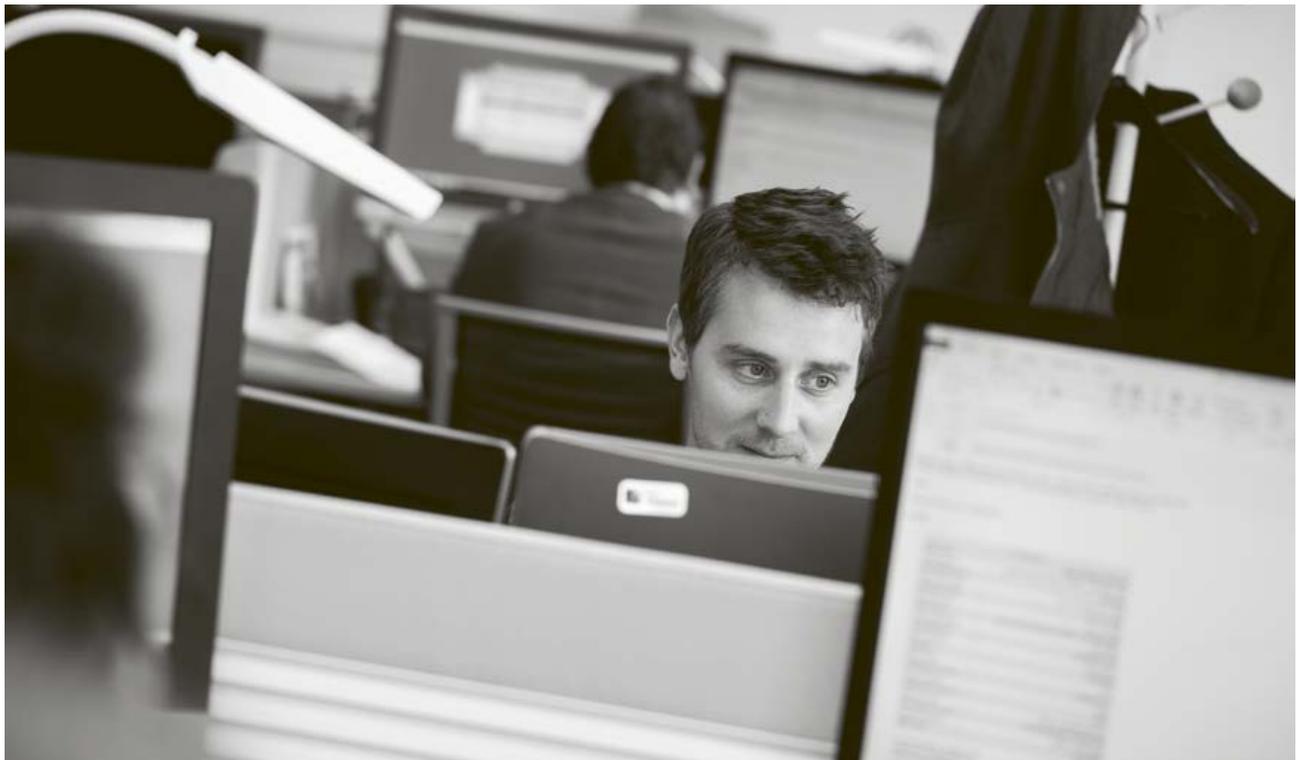
La BRED accompagne l'ensemble des entreprises pour leurs opérations d'import-export comme pour leurs implantations à l'étranger grâce à son réseau de correspondants, constitué pour son activité de paiement de pensions dans plus de 150 pays, et en s'appuyant sur sa présence à l'étranger.

### Des hubs régionaux

Elle déploie à l'international une stratégie ciblée sur des zones très dynamiques, dans des pays encore faiblement bancarisés. Implantée via son activité de banque de détail dans le Pacifique Sud, l'Asie du Sud-Est et la Corne de l'Afrique, elle construit ainsi des hubs régionaux lui permettant de mettre en œuvre des synergies de développement.

Elle possède également une activité de financement du négoce international avec un bureau à Paris et un à Genève, proposant à ses clients (entreprises et établissements bancaires) des financements spécifiques adaptés à la structure de leur opérations.

**+ d'1 Md€**  
TRAITÉ EN CRÉDITS  
DOCUMENTAIRES EN 2018,  
EN HAUSSE DE 40%  
SUR UN AN.



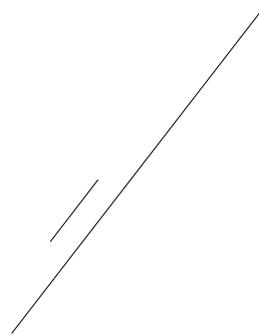
■ Nous croyons à la BRED au mariage de l'éthique et de l'efficacité.





## #DifférenceCoopérative

HUMAINE,  
RESPONSABLE,  
ENGAGÉE,  
DANS TOUS SES TERRITOIRES



#ModèleCoopératif	50
#CapitalHumain	54
#Humain&Citoyen	56

## #DifférenceCoopérative #ModèleCoopératif

*Une Banque qui appartient  
à ses 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 droits de garde. Le taux de rémunération est déterminé lors de l'assemblée générale annuelle. Le succès de notre récente augmentation de capital de 176 M€, en augmentation de 15 % et sursouscrite à 138 %, témoigne de l'adhésion de nos clients à notre modèle coopératif.

### 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.

### Un mode de gouvernance spécifique

La BRED appartient à ses 200 000 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.

### 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 (110 en 2018). Ce dialogue est renforcé sur notre site bred-sociétaires.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.

■ Nous restons fidèles à nos engagements premiers : mettre l'économie au service des femmes et des hommes.



## #DifférenceCoopérative #ModèleCoopératif

■ Une banque coopérative  
enracinée dans ses régions et  
finançant l'économie réelle.

*Une banque portée par ses  
valeurs : proximité, solidarité,  
entrepreneuriat*

### 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

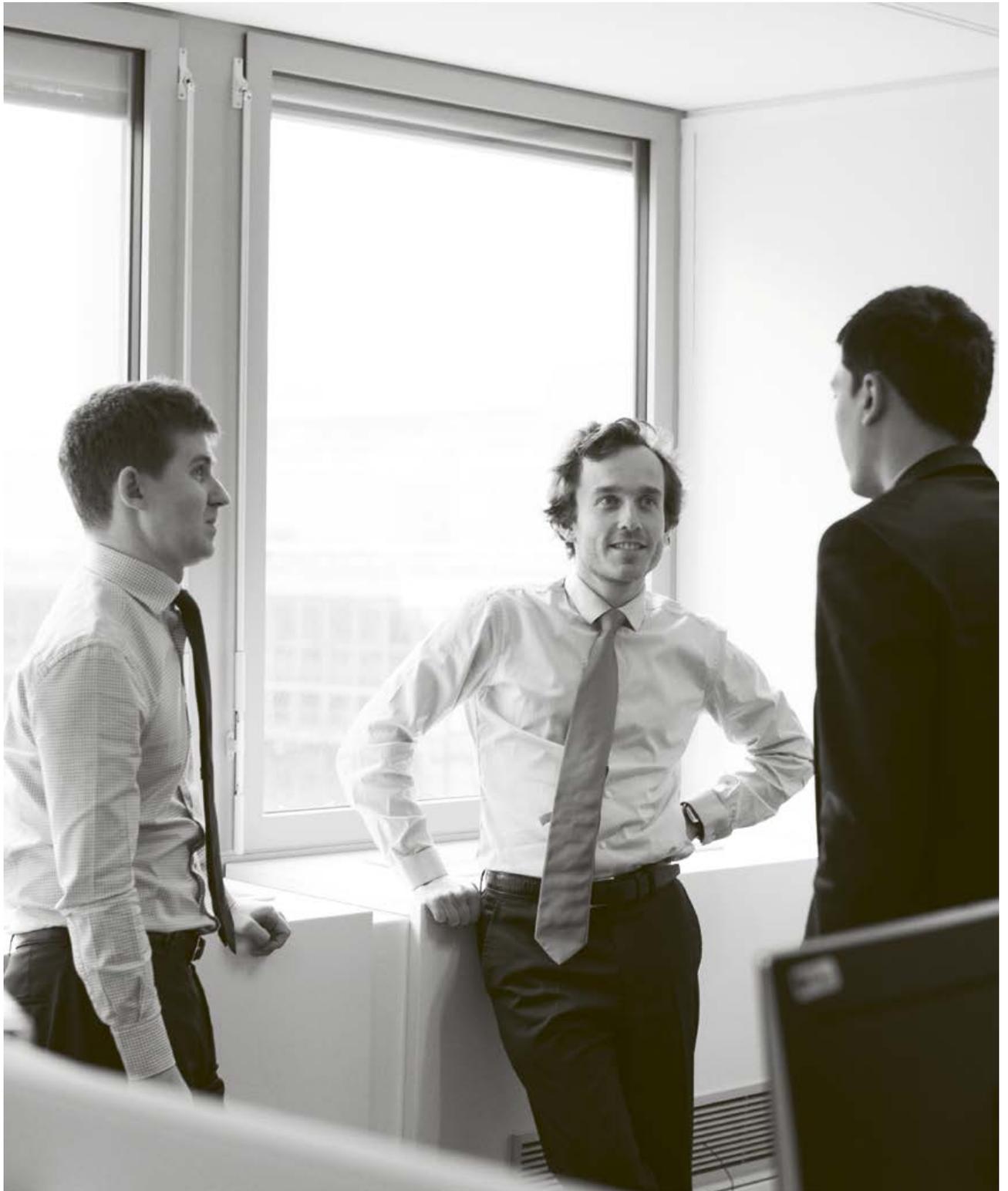
La BRED traduit son attachement à un développement responsable dans sa pratique sociale et dans les actions menées sur ses territoires. Elle est ainsi particulièrement impliquée en faveur de l'insertion et de la solidarité, et soutient activement le monde de l'éducation et de la recherche. Elle est également 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.

### 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, du fait de 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 2018, nos encours de crédit ont progressé de 12 % pour s'établir à 20,2 Mds€, la croissance provenant tant du marché des entreprises (+1,3 Md€) que de celui des particuliers (+0,6 Md€).



## #DifférenceCoopérative #CapitalHumain

### Accompagner la stratégie de Banque sans distance

La BRED reste fidèle à ses valeurs en privilégiant la dimension humaine et la valeur ajoutée du conseil dans les relations avec sa clientèle. Cette stratégie, portée dans sa dimension sociale par les ressources humaines, implique un investissement important en formation, un dialogue social continu et la valorisation des collaborateurs, en même temps que la reconnaissance collective, via l'intéressement et la participation. L'attention est aussi portée à l'équilibre femmes/hommes et à la mixité sociale, dans les embauches comme dans les promotions.

### Former les collaborateurs et faire progresser l'égalité des chances

Notre investissement en formation, équivalent à 6 % de la masse salariale, vise à entretenir l'employabilité et l'expertise de nos collaborateurs, au même titre, que la création, en interne, de deux écoles dédiées aux conseillers et aux managers. L'action de la BRED en matière de développement de l'égalité des chances a été récompensée par l'obtention du label « Égalité », délivré par l'AFNOR.

### Valoriser les femmes et les hommes de la BRED

Notre dispositif de gestion de carrière a pour objectif la co-construction avec les managers d'un plan de gestion de carrière individualisé pour chaque salarié. En cible également : l'anticipation de besoins de nos métiers en termes de formation et de recrutement.

L'instauration récente de deux filières d'excellence, « expertise » et « management », témoigne à cet égard de deux préoccupations fondamentales : la montée en compétences des collaborateurs pour toujours plus de qualité de services et le rôle crucial des managers pour expliciter, partager et mettre en œuvre la stratégie.

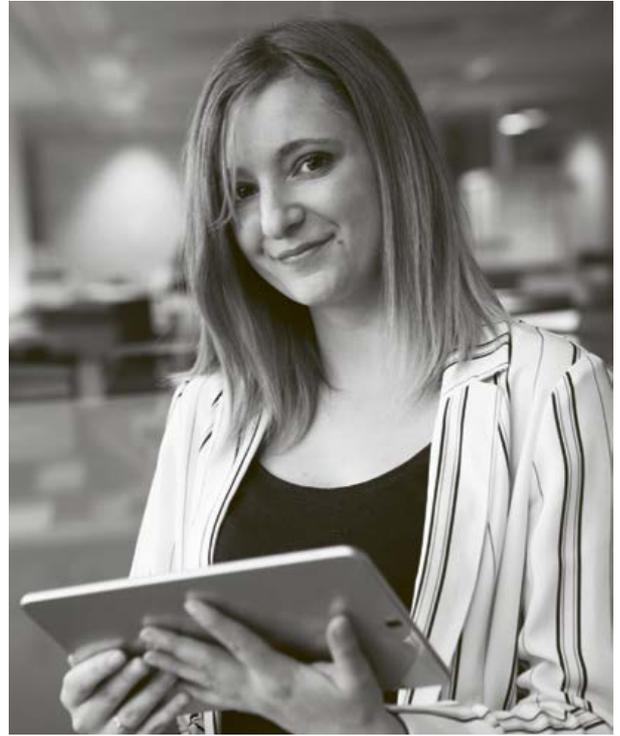
L'objectif est aussi que chaque collaborateur puisse être force de proposition dans son environnement direct, dans son équipe, et participer à certains choix d'organisation pour simplifier le quotidien et travailler mieux tout en améliorant nos performances. Ce management de concertation est dynamisé par les ressources humaines qui le pilotent avec l'ensemble des managers.

**465**  
COLLABORATEURS  
RECRUTÉS,  
DONT 234  
DANS LE RÉSEAU  
COMMERCIAL

**200 000**  
HEURES DE  
FORMATION, SOIT  
PLUS DE 48 HEURES  
EN MOYENNE PAR  
COLLABORATEUR

**100 %**  
DES  
COLLABORATEURS  
ONT BÉNÉFICIÉ D'AU  
MOINS UNE ACTION  
DE FORMATION

**6 %**  
DE LA MASSE SALARIALE  
CONSACRÉE À LA  
FORMATION, ALORS  
QUE LE MINIMUM  
LÉGAL EST DE 1 %



**#DifférenceCoopérative**  
**#Humain&Citoyen**

■ Il est naturel pour la BRED de faire vivre ses valeurs au cœur de ses métiers et de ses pratiques.

*Une démarche RSE  
recherchant l'équilibre entre  
performance financière et  
extra-financière*

**Notre responsabilité économique :  
bien faire notre métier de banquier  
de proximité au service de l'économie  
réelle de nos territoires**

Ancrée dans ses territoires, la BRED redistribue sous forme de prêts l'épargne collectée. Par ailleurs, nos sociétaires sont invités à s'exprimer sur une plateforme internet collaborative et dans le cadre de réunions organisées localement, pour échanger sur l'évolution des services de leur banque.

**Notre responsabilité sociétale :  
favoriser les initiatives de cohésion  
sociale dans les territoires**

Notre politique de mécénat soutient des partenaires engagés localement, en faveur de l'insertion économique et sociale des personnes en difficulté, de l'égalité des chances, de la transmission des savoirs, de la promotion de l'art et de la culture. Par ailleurs, l'accompagnement de clientèles fragiles est assuré, depuis près de 20 ans, par des structures spécialisées.



## #DifférenceCoopérative #Humain&Citoyen

### Notre responsabilité sociale : faire progresser l'égalité des chances

L'égalité des chances est un impératif pour la cohésion sociale et le développement économique de la France. Les actions de la BRED en faveur de l'égalité des chances dépassent le cadre interne de l'entreprise.

Ainsi, la BRED soutient par le mécénat, dans ses territoires d'implantations, notamment en Outre-mer, nombre d'associations et fondations accompagnant des étudiants boursiers méritants ainsi que des jeunes défavorisés et ayant des difficultés à entrer dans le monde du travail. La BRED octroie par ailleurs des prêts étudiants avantageux et sans caution à des jeunes accompagnés par certaines associations.

### Notre responsabilité environnementale : diminuer notre empreinte environnementale et accompagner la transition énergétique

L'actualisation annuelle de notre bilan carbone nous a permis de constater la réduction de 22 % de notre consommation d'énergie totale sur les 3 dernières années. Nous sommes actifs dans le financement de projets d'énergies renouvelables et nous mettons en œuvre une politique de crédit responsable, intégrant l'analyse des risques environnementaux et sociaux. Ces risques sont également pris en compte dans notre politique d'achat qui vise aussi à maximiser le recours à des fournisseurs locaux et à l'emploi de personnes handicapées.



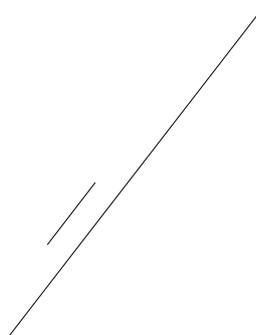
■ Nous sommes convaincus qu'en faisant bien notre métier nous créons de la valeur pour l'économie.





## #Résultats

DES RÉSULTATS  
EN HAUSSE  
POUR LA SIXIÈME  
ANNÉE CONSÉCUTIVE



#RésultatsConsolidés	62
#Commentaires	63

## SYNTHÈSE DES RÉSULTATS 2018

## CHIFFRES CLÉS DU RÉSULTAT CONSOLIDÉ

## Compte de résultat comptable consolidé Groupe BRED - normes IFRS 9

(en millions d'euros)

	2018	Progression
Marge nette d'intérêts et divers	728,9	2,7 %
Commissions nettes	462,2	4,5 %
<b>Produit net bancaire</b>	<b>1 191,2</b>	<b>3,4 %</b>
Frais de personnel	-413,3	2,9 %
Services extérieurs - hors cotisation BPCE	-184,5	1,3 %
Impôts et taxes - hors FRU	-29,2	3,9 %
Dotations aux amortissements des immobilisations	-38,6	3,3 %
<b>Charges - Hors FRU et cotisation BPCE</b>	<b>-665,5</b>	<b>2,5 %</b>
FRU	-18,3	59,1 %
Cotisation BPCE	-33,4	4,5 %
<b>Charges</b>	<b>-717,2</b>	<b>3,5 %</b>
<b>Résultat brut d'exploitation</b>	<b>473,9</b>	<b>3,2 %</b>
Coefficient d'exploitation	60,2 %	0,1 pt
Coût du risque affecté	-76,1	-23,5 %
Mouvements sur provisions collectives / IFRS 9 *	-33,0	NS
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>364,8</b>	<b>-0,2 %</b>
Quote-part de résultat net des entreprises mises en équivalences	24,0	-20,4 %
Gains ou pertes sur autres actifs	-0,6	NS
Perte de valeur des écarts d'acquisition	0,0	NS
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>388,3</b>	<b>-1,1 %</b>
Impôts sur les bénéfices	-111,7	-17,8 %
<b>Résultat net</b>	<b>276,6</b>	<b>7,8 %</b>
Intérêts minoritaires	0,9	13,9 %
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>277,4</b>	<b>7,9 %</b>

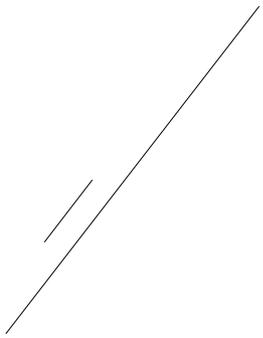
\* Les provisions collectives et sectorielles sont remplacées par les nouvelles dotations normes IFRS9 qui impliquent un provisionnement de l'ensemble des crédits, dès leur octroi et même sur ceux non dépréciés individuellement

## Compte de résultat hors exceptionnel consolidé Groupe BRED - normes IFRS 9

(en millions d'euros)

	2018	Progression
<b>Produit net bancaire</b>	<b>1 185,9</b>	<b>4,6 %</b>
<b>Charges - Hors FRU et cotisation BPCE</b>	<b>-665,5</b>	<b>2,5 %</b>
<b>Charges</b>	<b>-717,2</b>	<b>3,5 %</b>
<b>Résultat brut d'exploitation</b>	<b>468,6</b>	<b>6,2 %</b>
Coefficient d'exploitation	60,5%	-0,6 pt
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>359,5</b>	<b>3,4 %</b>
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>386,0</b>	<b>3,1 %</b>
<b>Résultat net</b>	<b>274,7</b>	<b>7,2 %</b>
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>275,6</b>	<b>7,3 %</b>

OLIVIER LENDREVIE  
Directeur général Adjoint



**De nouveau, pour la sixième année consécutive, le produit net bancaire consolidé de la BRED est en hausse. Il atteint 1 191 M€.** Retraitée des éléments exceptionnels, la croissance du PNB ressort à 4,6 %, un chiffre qui conforte les choix stratégiques du Groupe BRED.

Hors contribution au Fonds de Résolution Unique et hors cotisation à l'organe central, les charges d'exploitation du Groupe BRED progressent de 2,5 % en lien avec la modernisation du réseau, les investissements dans le digital ainsi que dans la formation.

Le coefficient d'exploitation, l'un des meilleurs du secteur des banques françaises, se stabilise en 2018 à 60,2 %. De 2012 à 2018, il s'est abaissé régulièrement de 67,2 % à 60,2 %.

Le coût du risque affecté s'élève à 76 M€ en diminution de 23 %. Le coût du risque intégrant les nouvelles normes IFRS 9 est toutefois mécaniquement augmenté du fait de nouvelles méthodes de calcul.

Le Groupe BRED signe un excellent exercice 2018 avec un résultat net en hausse de près de 8 % s'établissant à 277 M€. Ainsi, il a augmenté régulièrement de 180 M€ en 2012 à 277 M€ en 2018.

Les fonds propres comptables s'établissent à 4,4 Mds€, en progression de 10 % (+ 411 M€) sur l'exercice grâce à l'excellent niveau de résultat net et une augmentation de capital de 176 M€ auprès des sociétaires.

Le ratio de solvabilité CET1 ressort au niveau solide de 16,0 % et le ratio global s'établit à 16,1 %, pour un minimum réglementaire de 10,88 %.

Le ratio de liquidité LCR s'élève à 132,77 % au 31 décembre 2018 pour une exigence minimale réglementaire de 100 %.



[www.bred.fr](http://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 : BRED, Philippe Laurençon,  
Patrick Messina, Nicola Gleichauf, Andrew  
McLeish, Ducandas, Philippe Jaunet, Didier Goupy,  
Eric Guyenon

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 1 176 070 192,80 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.





Coopérative, humaine,  
responsable, ancrée dans  
ses territoires, innovante,  
au service d'une relation  
durable et à forte valeur  
ajoutée, la banque de demain  
c'est la BRED d'aujourd'hui.

Humain  
Valeur ajoutée  
Innovation  
Proactivité  
Réactivité  
Confiance  
Fidélité  
Solidarité  
Entrepreneuriat  
Proximité  
Empathie  
Expertise  
Performance  
Éthique  
Sociétariat  
Efficacité  
Patrimoine  
Long Terme  
Talent  
Formation  
Territoires  
Anticipation  
Modernité  
Agilité

100 ANS

ET TOUJOURS  
EN AVANCE