

RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2022

—

SOMMAIRE

L'ÉDITO ISABELLE GRATIANT	P. 4
L'INTERVIEW OLIVIER KLEIN	P. 6
LES ESSENTIELS LA BRED EN UN CLIN D'ŒIL	P. 10
SUCCESS STORIES LES TEMPS FORTS 2022	P. 12
CÔTE À CÔTE LA BRED AU CŒUR DES TERRITOIRES	P. 16
IN SITU LA BANQUE SANS DISTANCE	P. 22
ICI ET AILLEURS LA BRED OUVERTE SUR LE MONDE	P. 28
EN CONSCIENCE UNE BANQUE SOLIDAIRE ET RESPONSABLE LA BRED ENGAGÉE AUPRÈS DE SES COLLABORATEURS	P. 32
LE GRAND TÉMOIN YANN ALGAN, ÉCONOMISTE	P. 36
SYNTHÈSE DES RÉSULTATS 2022	P. 38

ISABELLE GRATIANT
PRÉSIDENTE DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION



NOTRE STATUT COOPÉRATIF
NOUS ASSURE D'ÊTRE
CONTINUUELLEMENT À
L'ÉCOUTE DE NOS PARTIES
PRENANTES.



C'EST ENSEMBLE QUE NOUS CONSTRUIRONS UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE ET SOLIDAIRE.

La BRED témoigne une nouvelle fois à travers ses très bons résultats financiers de sa capacité à accompagner chacune de ses parties prenantes – clients, sociétaires, collaborateurs, partenaires – de manière pérenne sans jamais se départir de ses valeurs coopératives qui fondent son utilité économique et sociale. Bien au contraire. C'est plus que jamais son engagement à accompagner dans une relation durable et de forte proximité tous ceux qui vivent et entreprennent dans chacun de ses territoires qui fait la force de la BRED.

À l'heure où les commerçants, les artisans et les entreprises évoluent dans un contexte économique, social et environnemental des plus incertains, où les clients particuliers fragilisés par le recul de leur pouvoir d'achat s'inquiètent, la BRED reste un partenaire de confiance.

Son modèle coopératif lui assure une vision de long terme de la relation bancaire, une proximité particulière avec ses territoires et donne la primauté à la relation humaine.

La solidité financière de la BRED ainsi que la détention de son capital par ses sociétaires lui permettent ainsi, loin de la pression court-termiste des marchés financiers, de se maintenir aux côtés de ses clients, en métropole et en outre-mer, et de poursuivre son développement à l'international.

Nous avons à cœur de contribuer au dynamisme économique et social

de nos territoires d'implantation. Cela implique de travailler en proximité et grande réactivité avec les acteurs économiques locaux. Les décisions de financement sont prises localement et l'épargne collectée sur un territoire sert à financer les projets sur ce même territoire. Nous avons également des liens forts avec le tissu associatif local de nos régions et un engagement accru en outre-mer où nous soutenons l'emploi, l'insertion et la culture entrepreneuriale des femmes et des jeunes déscolarisés. L'égalité des chances est ainsi un axe prioritaire de notre politique RSE car elle contribue au développement économique et à la cohésion sociale.

Notre statut coopératif nous assure d'être continuellement à l'écoute de nos parties prenantes, d'être en prise directe avec les enjeux de chacun de nos territoires, de conduire avec eux le changement qu'imposent les mutations actuelles. La BRED a ainsi obtenu une première notation en août 2022 de Moody's, un "Sustainability Rating" de A1 qui reflète le haut niveau de qualité des performances ESG (environnement, social, gouvernance) de la banque commerciale France (métropole et DROM). Cette notation correspond à la capacité et à la volonté « avancées » de la BRED d'intégrer les critères ESG dans sa stratégie, ses opérations et la gestion de ses risques. Cette démarche, effectuée en dehors de toute obligation légale, vient ainsi confirmer la volonté de la BRED d'être une banque responsable et engagée.

C'est ensemble que nous construirons une société plus juste et solidaire. ●

OLIVIER KLEIN
DIRECTEUR GÉNÉRAL



LA CONFIANCE, MOTEUR DE PERFORMANCE.

Quels étaient les grands enjeux de l'année 2022 ?

Abstraction faite des graves événements géopolitiques, le fait marquant de l'exercice écoulé a été sans conteste, pour tous les établissements bancaires, la hausse des taux d'intérêt orchestrée par les banques centrales pour juguler l'inflation. Défavorable transitoirement au taux de marge nette

d'intérêt bancaire, cette hausse n'est pas terminée.

La fin de l'année 2022 a également été marquée par une légère augmentation du coût du risque. Pendant plusieurs années, ce coût est resté inférieur à sa moyenne historique pour deux raisons. D'une part, les taux d'intérêt longs très bas par rapport



LES RÉSULTATS DE 2022
VIENNENT COURONNER
LA TRAJECTOIRE DE LA BRED
DEPUIS PLUSIEURS ANNÉES.



au taux de croissance ; de l'autre, les soutiens légitimes de l'État aux entreprises pendant la période de pandémie. Cette situation a permis à certaines entreprises de survivre alors qu'elles auraient disparu si les taux d'intérêt avaient été « normaux » ou s'il n'y avait pas eu de pandémie. Le coût du risque reviendra progressivement à sa moyenne historique.

Au-delà de la situation des banques, le contexte géopolitique est tendu et mouvant, avec la guerre en Ukraine et son évolution difficilement prévisible. Les prix de l'énergie – dont les hausses se feront encore sentir en 2023 – demeurent un sujet sensible pour toutes les entreprises, ainsi que pour les particuliers. Enfin, l'inflation, dont le niveau, après avoir été stable et très bas – donc aisément prévisible –, est aujourd'hui élevé, induit des négociations de prix et de salaires plus complexes.

Dans ce contexte, quels ont été les résultats de la BRED en 2022 ?

La BRED a connu une année 2022 remarquable, poursuivant l'excellente trajectoire des dix dernières années. Avec un produit net bancaire (PNB) et un résultat net en croissance continue, respectivement de

+ 12,4 % et de + 23 %, nous réalisons, cette année encore, de très belles performances. Nous pouvons également souligner le très bon niveau du coefficient d'exploitation à 54,1 %, ainsi que la progression des capitaux propres de 7,3 % à 6,2 Md€.

Comment expliquez-vous ces résultats historiques ?

Cette croissance continue est le résultat de notre stratégie de Banque sans distance, avec ses agences 100 % conseil, portée par tous les métiers, en France et à l'international. Nous l'ajustons en continu pour l'adapter aux évolutions économiques et sociétales. Nous n'avons eu de cesse de la renforcer en investissant dans le digital, mais aussi dans l'humain, seul à même d'assurer durablement la relation de confiance et d'apporter la qualité d'écoute et d'expertise attendue par nos clients, qu'ils soient particuliers ou entreprises de toute taille. Je suis convaincu que cette stratégie participera à la bonne tenue de la BRED en 2023 sur tous nos marchés.

La salle des marchés a également très bien progressé. Et nos banques à l'international ont connu une croissance remarquable.



LA BRED DISPOSE DE TOUS LES ATOUTS
POUR POURSUIVRE SEREINEMENT
SON DÉVELOPPEMENT AU SERVICE
DE L'ÉCONOMIE DE SES TERRITOIRES.



Comment la BRED aborde-t-elle 2023 ?

Face à ce changement de paradigme économique et financier, la BRED va poursuivre le cap d'une stratégie qui lui a si bien réussi jusqu'à présent, tout en ajustant ses pratiques aux remous de ce nouvel environnement. Sa solidité lui permet de continuer à contribuer au développement économique de ses régions d'implantation, en finançant les projets de vie et d'entreprise de ses clients.

J'ajoute que la BRED, outre ses excellents chiffres, a reçu, en 2022, le prix de la meilleure banque de gestion privée en France. Et le prix de la meilleure banque du marché monétaire européen, pour le placement des titres courts émis par les grandes entreprises européennes auprès des investisseurs financiers mondiaux. Enfin, et ce n'est pas le moins important, elle a reçu une très bonne note de Moody's pour son action dans le domaine de la Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) : A.I.

Quel regard portez-vous sur l'évolution de la BRED au cours de cette dernière décennie ?

La BRED sort de cette décennie largement renforcée. Elle a vu croître son

PNB de plus de 80 %, son résultat net a été multiplié par 2,8 et ses capitaux propres par 2,7. Sur chacun de ses marchés en métropole, en outre-mer, hors de France, la BRED a conforté ses positions.

Avec sa banque commerciale France, la BRED s'est imposée en France comme la banque de proximité relationnelle forte et reconnue pour la qualité de ses services et de ses conseils. Une banque experte et agile. La BRED a maintenu son réseau d'agences et l'a modernisé pour répondre aux nouveaux usages des clients. Nos agences 100 % conseil sont un vrai succès. Par ailleurs, son développement hors de France porte de beaux fruits.

Ce succès reflète l'engagement de tous nos collaborateurs, sur tous nos métiers, des particuliers aux grandes entreprises, dans la mise en œuvre de notre stratégie de Banque sans distance. Nous n'avons cessé de faire émerger les talents en favorisant l'égalité des chances. À l'étranger comme en France, au sein de la communauté BRED, chacun est conscient de la volonté et de la capacité de notre banque à marier éthique et efficacité envers nos clients, comme envers nos collaborateurs. L'une ne peut fonctionner sans l'autre. Et réciproquement. C'est un enjeu crucial pour toute entreprise qui se veut pertinente et juste. ●

PERFORMANCE

PROXIMITÉ **CONFIANCE**

EFFICACITÉ
COOPÉRATION

ÉTHIQUE
TERRITOIRES

ENTREPRENEURIAT
SOCIÉTARIAT
EXPERTISE COLLECTIF

CONSEIL

LA BRED EN UN CLIN D'ŒIL

200 000

SOCIÉTAIRES

6,2 Md €

DE CAPITAUX PROPRES

6 300

COLLABORATEURS
DONT 30 % À L'INTERNATIONAL
ET DANS LES COM

1,3 M

DE CLIENTS
Particuliers, patrimoniaux, professionnels,
entreprises et institutionnels

DES FILIALES SPÉCIALISÉES

PREPAR-VIE
ASSURANCE

Assurance-vie,
dommages et prévoyance

IALINK

Solutions de connaissance
client (KYC) automatisées
et de signature électronique

ADAXTRA
CAPITAL

Capital-investissement

INGEPAR
Ingénierie - Finance - Investissement

Arrangeur de financements
structurés et de
placements défiscalisés
pour le développement
de l'outre-mer

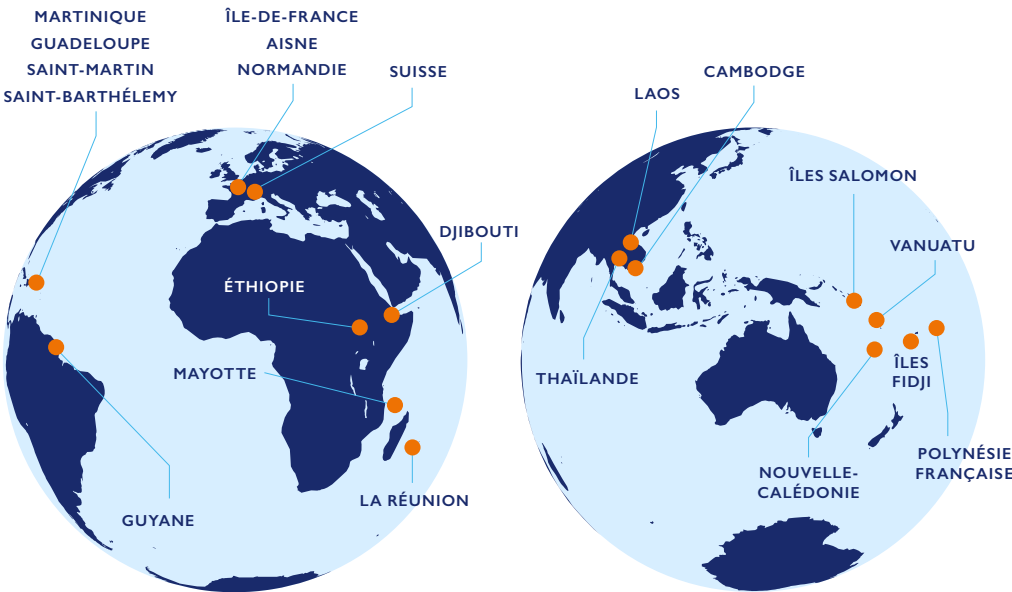
PROMEPAR
ASSET MANAGEMENT

Gestion d'actifs

BIC-BRED (Suisse) SA
Commodity Trade Finance & Corporate Banking

Financement du
commerce international

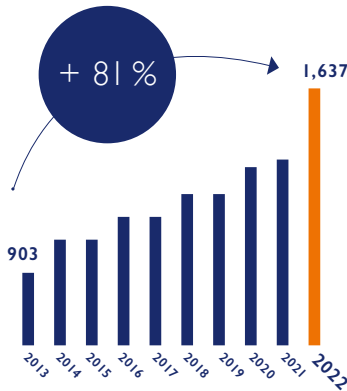
NOS IMPLANTATIONS



475 IMPLANTATIONS DONT 75 À L'INTERNATIONAL

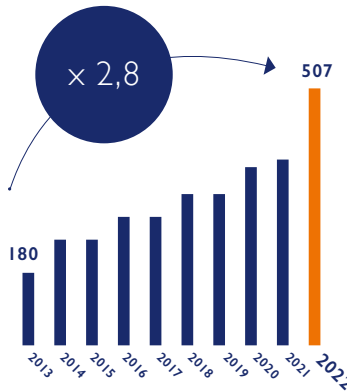
DES RÉSULTATS HISTORIQUES

**PROGRESSION DU PNB
COMPTABLE CONSOLIDÉ**
(en millions d'euros)



1 636,8 M € DE PRODUIT NET BANCAIRE
+ 12,4 %
PAR RAPPORT À 2021

**PROGRESSION DU RÉSULTAT
NET COMPTABLE CONSOLIDÉ**
(en millions d'euros)



507,4 M € DE RÉSULTAT NET
+ 23 %
PAR RAPPORT À 2021

PROGRESSION DU PNB PAR ACTIVITÉ

- BANQUE COMMERCIALE FRANCE **+ 8,3 %**
- PÔLE INTERNATIONAL **+ 32,9 %** (À CHANGE CONSTANT)

COEFFICIENT
D'EXPLOITATION

54,1 %

RATIO DE
SOLVABILITÉ
CET1

15,7 %

LES TEMPS FORTS 2022

INNOVATIONS, PERFORMANCES,
PARTENARIATS, LA BRED S'EST DISTINGUÉE
SUR TOUS LES PLANS CETTE ANNÉE.

MEILLEURE BANQUE PRIVÉE 2022



* Catégorie «Banque Privée affiliée à une banque multi-activités».

Après une première distinction en 2021, BRED Banque Privée a été élue meilleure banque privée en France dans la catégorie « Banque privée affiliée » en 2022.

Ce Trophée d'or, obtenu au Sommet du patrimoine et de la performance, est un immense succès pour la banque privée de la BRED, distinguée par ses pairs. Pour les équipes de Gestion privée et de Gestion de fortune, c'est la reconnaissance d'un professionnalisme qui conjugue expertise, qualité relationnelle et recherche d'excellence. C'est sa trajectoire de croissance qui est récompensée par cette plus haute marche. ●



VALVIE INVEST
PATRIMOINE II
BANQUE POPULAIRE



PERI BRED
BANQUE POPULAIRE

DEUX LABELS D'EXCELLENCE EN ÉPARGNE RETRAITE

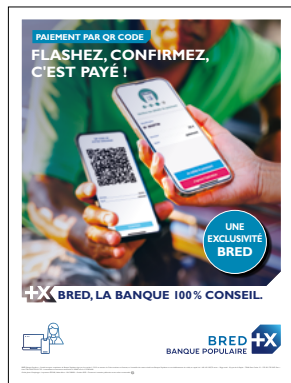
Le contrat d'assurance-vie PREPAR VIP II, distribué par la BRED, et son plan épargne retraite individuel (Peri) ont été récompensés en 2022, pour la deuxième année consécutive, par le label d'Excellence des Dossiers de l'épargne !



TROIS AWARDS POUR LA SALLE DES MARCHÉS DE LA BRED

La BRED, grâce à sa salle des marchés, a été reconnue comme meilleure banque pour le placement de la dette à court terme des grands émetteurs européens auprès des investisseurs mondiaux. Elle a été récompensée par trois awards :

- Best European Money Market Dealer
- Best NEU CP Money Market Dealer
- Best Corporate Money Market Dealer



INSTANTANÉ : LE PAIEMENT PAR QR CODE !

La BRED innove avec cette nouvelle solution de paiement instantané pour ses clients ultramarins. Simple, sécurisé et accessible depuis l'application mobile BREDConnect, ce nouveau service offre aux clients – commerçants, professionnels et particuliers – ayant des besoins d'encaissement monétique ponctuels la possibilité de se faire payer via leur téléphone sans terminal de paiement et sans carte bancaire. ●



ALLÔ, BRED RÉUNION ?

La BRED ouvre un nouveau Centre de relation clientèle (CRC) à Saint-Denis, à La Réunion.

Ce nouveau CRC, qui vient compléter celui de Joinville en Île-de-France, de Caen en Normandie et de Fort-de-France en Martinique, assure une plus grande réactivité de nos conseillers pour répondre aux demandes de nos clients métropolitains et ultramarins. Ces derniers peuvent joindre la BRED de 6 h à minuit. ●

« MON ESPACE RETRAITE »

La préparation de la retraite est plus que jamais d'actualité. Pour accompagner ses clients particuliers, la BRED propose aux abonnés de BREDConnect un espace leur permettant de préparer leur retraite, ainsi que de nombreuses informations sur ce sujet.



BRED ESPACE FAIT PEAU NEUVE

BRED Espace, la banque en ligne de la BRED, évolue au quotidien pour être toujours plus proche des attentes de ses clients affinitaires. Pour accompagner ce développement, BRED Espace fait peau neuve : nouveau design, ergonomie claire et adaptée à la navigation sur mobile, nouveaux contenus. Une banque en ligne qui répond aux spécificités de chacun de ses clients ultramarins, expatriés, étudiants, professionnels...

COUP DE MAÎTRE

L'équipe de France masculine d'épée s'est offert cet été, face à l'Italie, un nouveau titre de championne du monde au Caire.

Coup de chapeau à Alex Fava*, qui mène de front une double carrière de chargé de communication à la BRED et de sportif de haut niveau. Il se prépare aujourd'hui pour les Jeux olympiques de Paris 2024 ! ●

* Voir témoignage page 20.

LA BRED À L'ARRIVÉE DE LA ROUTE DU RHUM

Armel Le Cléac'h, skipper du Maxi Banque Populaire XI, a terminé 7^e de la Route du Rhum 2022, la plus prestigieuse des transatlantiques. À son arrivée en Guadeloupe, il a été accueilli chaleureusement par les collaborateurs et clients de la BRED qui ont partagé ensemble des temps forts. ●



POUR EN SAVOIR PLUS, RENDEZ-VOUS SUR LE SITE DE LA BRED



AUX CÔTÉS DU GROUPE GORGÉ DANS L'ACQUISITION D'IXBLUE

« La BRED nous témoigne aujourd'hui sa confiance renouvelée en nous accompagnant dans l'acquisition de la société iXblue, ce qui permettra de créer un acteur mondial de premier plan sur les technologies de pointe pour des missions critiques »,

👉 Raphaël Gorgé, PDG du Groupe Gorgé.

Le financement de ce leader technologique français, en prise ferme, s'inscrit résolument dans la stratégie de la BRED d'accompagner ses grands clients au plus haut niveau dans leurs opérations stratégiques.



Sustainability Rating

MOODY'S | ESG Solutions

PERFORMANCES ESG

La BRED a obtenu une notation A1, de très haut niveau, pour la qualité des performances ESG (environnement, social, gouvernance) de la banque commerciale France (métropole et DROM), attribuée par Moody's ESG Solutions. Cette notation répond à la capacité et à la volonté « avancées » de la BRED d'intégrer les critères ESG dans sa stratégie, ses opérations et la gestion de ses risques.

LA BRED AU CŒUR DES TERRITOIRES

C'EST ANIMÉE DU MÊME ESPRIT
ENTREPRENEURIAL DEPUIS PLUS D'UN
SIÈCLE QUE LA BRED ACCOMPAGNE
CHACUN DE SES CLIENTS DANS LEURS
PROJETS DE VIE ET D'ENTREPRISE.

Son modèle coopératif, qui place le client au cœur de sa gouvernance, lui assure une vision de long terme de la relation bancaire, une connaissance fine des enjeux régionaux et une proximité relationnelle forte avec ses clients, sur chacun de ses territoires, en métropole, dans les DROM et à l'international.

Sa stratégie de Banque sans distance, avec ses agences 100 % conseil, s'adapte en permanence aux usages de ses clients afin de leur offrir le meilleur de la banque au quotidien et de la banque de conseil. Les synergies entre ses différents métiers – gestion privée et de fortune, banque de grande clientèle, assurance, gestion d'actifs et capital investissement, financement du négoce international, salle des marchés – en font une banque complète offrant les solutions d'investissement et de placements les plus pertinentes.

Pour incarner sa stratégie de Banque sans distance, la BRED peut compter sur l'expertise et l'engagement de ses collaborateurs. Animés par le sens du conseil, du service, tous œuvrent au succès de son modèle agile, durable et centré sur l'humain.

Ils sont clients, sociétaires, collaborateurs, partenaires... Ils racontent comment leurs projets et leurs rêves prennent vie avec la BRED.

Présent dans 41 pays, sur trois zones géographiques (l'Afrique, les Antilles et l'Europe), le Groupe RUBIS est spécialisé dans la distribution d'énergies du quotidien. Conscient des enjeux de transition énergétique, le groupe a entamé un virage stratégique avec dernièrement l'acquisition de Photosol, l'un des principaux producteurs indépendants d'énergie photovoltaïque en France.



BRUNO KRIEF
DIRECTEUR GÉNÉRAL FINANCE DE RUBIS

La BRED possède un maillage territorial proche du nôtre, c'est donc naturellement que nous travaillons ensemble depuis plus de 20 ans. C'est une relation de long terme. Ainsi, nos filiales dans les Antilles, à La Réunion, mais aussi à Djibouti sont suivies par les équipes des centres d'affaires de la BRED ainsi que par les équipes de la Banque de grande clientèle (BGC). Nous apprécions la qualité d'écoute de nos conseillers, leur connaissance de notre groupe et de ses besoins ainsi que leur réactivité dans les solutions de financement proposées et la gestion de nos flux. La BRED est une banque importante du pool bancaire de RUBIS et nous souhaitons poursuivre notre partenariat pendant encore de nombreuses années.

MAXENCE BLIN
DIRIGEANT DE CHEZ MAX



À seulement 25 ans, ce jeune entrepreneur a repris le salon de coiffure familial et en a ouvert 13 autres en Normandie sous l'enseigne Chez Max, coiffeur-barbier. Accompagné par son conseiller BRED, il a aussi ouvert un centre de formation et envisage de se développer en franchise.

En 2016, j'ai repris le salon de mes parents à Caen avec un concept de barbershop. Les réseaux sociaux m'ont fait connaître, j'avais envie d'entreprendre et j'ai vite ouvert d'autres salons à des emplacements stratégiques. Après avoir consulté la BRED pour un projet immobilier personnel, je l'ai choisie pour mon activité professionnelle, ayant apprécié la qualité de leur accompagnement et de leurs conseils. J'ai une excellente relation avec mon conseiller, basée sur la transparence et une confiance réciproque. Mon conseiller est plus qu'un conseiller bancaire ; il sait m'accompagner à chaque étape de la vie de mon entreprise, que ce soit, par exemple, pour mettre en place un dispositif d'épargne salariale ou réfléchir à un réseau de franchise. L'entreprise se structure et se diversifie, mais elle reste familiale et ancrée dans son territoire, comme la BRED. Cet ancrage territorial et cette connaissance fine du tissu local sont à mes yeux essentiels et je suis fier, en tant que sociétaire, de pouvoir échanger avec les acteurs locaux et les experts de la BRED sur des sujets toujours enrichissants.

BENJAMIN AUBÉRY
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CAP CRÉOLE

Après le rachat de Cap Créole en 2018, j'ai voulu investir dans une deuxième unité de production. Client de la BRED depuis mon premier compte bancaire, j'ai été accompagné par mon conseiller pour concrétiser ce projet. La proximité avec mon centre d'affaires BRED crée la singularité de notre relation. Toute son équipe est concernée par mes projets, elle aime nos produits et cette relation humaine est faite pour durer. En tant que chef d'entreprise, j'apprécie qu'elle connaisse bien l'économie locale et qu'elle soit aussi capable de nous apporter une vision et du recul sur les affaires. Cette expertise est essentielle pour nourrir de nouveaux projets, comme le passage à la vente en ligne et l'ouverture d'une boutique à Paris !



Forte de 43 salariés, cette PME antillaise est leader en Guadeloupe et en Martinique dans la production de poissons fumés des Caraïbes. Reconnue entreprise du patrimoine vivant pour son savoir-faire, bien implantée en grandes surfaces, en restauration et grâce à ses cinq boutiques locales, elle dispose d'un bel avenir et souhaite poursuivre son développement avec la BRED.

Avec plus de 30 magasins aux couleurs de neuf enseignes et 35 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel, le groupe familial est leader de l'équipement de la personne en Martinique, en Guadeloupe et à Saint-Martin. Accompagnée par la BRED depuis toujours, l'entreprise a encore un beau potentiel de croissance.



PHILIPPE BELLAÏCHE

DIRIGEANT DE DINE FASHION GROUP AUX ANTILLES

Certains de nos magasins aux Antilles, comme Promod, Pimkie, Celio ou Okaïdi, font partie des meilleurs points de vente de ces franchises !

Le marché de l'habillement se porte très bien en Martinique, en Guadeloupe et à Saint-Martin, c'est, en grande partie, grâce à notre capacité à importer par avion en seulement 72 heures de nouveaux modèles et du réassort toutes les semaines et, surtout, à les vendre au même prix qu'en métropole. Nous sommes l'un des premiers importateurs aériens des Antilles et grâce aux cautions bancaires de la BRED, qui couvrent toutes nos expéditions, nous avons gagné la confiance de nos fournisseurs, ce qui facilite beaucoup les expéditions. Fidèle en affaires, je suis aussi très attaché à la BRED en qui j'ai une confiance absolue et qui gère ainsi, depuis plus de 40 ans, tous mes comptes. Que ce soit pour décrocher un prêt pour un nouveau fonds de commerce, ou à titre personnel pour des conseils en gestion de patrimoine, je préfère avoir un seul interlocuteur avec une vraie proximité relationnelle et décisionnelle. C'est tout naturellement que je suis devenu sociétaire pour suivre les projets de la BRED sur le territoire.

ALEX FAVA

CHAMPION DU MONDE D'ÉPÉE
ET COLLABORATEUR DE LA BRED



Sportif de haut niveau, médaillé d'or par équipe en 2022, Alex Fava est chargé de communication institutionnelle à la BRED.

Les sportifs de haut niveau représentent selon moi des profils très intéressants pour les entreprises car ils rapprochent deux mondes qui peuvent s'apporter l'un à l'autre. Mon entreprise m'aide à avoir une approche professionnelle de mon sport, notamment en termes de rigueur et de prise d'initiative, ainsi que pour trouver une solution à chaque problème et pour maximiser l'efficacité de mon temps d'entraînement. D'un autre côté, le sport m'apporte des aptitudes en termes d'engagement, de sens de l'effort, de gestion de la pression et de travail d'équipe, qui m'aident dans mon quotidien professionnel. Je bénéficie d'un emploi du temps aménagé qui me permet de m'entraîner tous les jours et de participer aux très nombreux déplacements qui rythment la saison sportive. La BRED possède une bonne part de cette médaille, car elle m'apporte un équilibre bénéfique à la performance sportive, et mes collègues m'envoient constamment des ondes très positives. Au moment de préparer les Jeux olympiques, je suis très heureux et fier que la BRED s'investisse et soutienne des sportifs.

FLORENT VALLÉE

DIRECTEUR DÉLÉGUÉ DE L'URGENCE
ET DES OPÉRATIONS DE SECOURS À LA CROIX-ROUGE



Très vite après le début du conflit en Ukraine, la BRED a apporté son soutien aux opérations de la Croix-Rouge pour fournir aux populations sur place et aux réfugiés des biens de première nécessité, des soins, des hébergements... La proximité humaine, l'esprit de coopération et le réseau international rapprochent ces deux partenaires sur bien des plans.

La BRED nous a fait confiance tout de suite alors que nous avions très peu de visibilité sur ce qui allait être mené. Pour des structures comme la nôtre, un tel soutien est indispensable pour venir très vite en aide aux populations locales. La générosité française nous a permis d'être l'un des plus gros pourvoyeurs de matériel sur place et de fournir 900 000 kits migrants. La Croix-Rouge doit aussi beaucoup à son réseau à l'étranger pour créer une grande chaîne de solidarité tout au long du parcours migratoire de ces réfugiés. Mais en France aussi, notre ancrage local sur 1 200 bassins de vie nous permet de nous adapter aux besoins de chacun et de répondre aux vrais besoins de ceux que nous soutenons. En cas de catastrophe, comme au quotidien, nos actions reposent sur la relation humaine et elles s'inscrivent dans le temps long, parce nous avons la chance que nos partenaires s'engagent sur la durée !

LA BANQUE SANS DISTANCE

IZIPIZI, C'EST UNE HISTOIRE DE RENCONTRES. CELLE DE SES TROIS FONDATEURS ET CELLE DE LA BRED AVEC UNE JEUNE ENTREPRISE PROMETTEUSE QUI N'A CESSÉ DE SE DÉVELOPPER. DEPUIS 2010, LA BRED A SU RENOUVELER SON ACCOMPAGNEMENT ET S'ADAPTER EN PERMANENCE AUX ENJEUX DE LA MARQUE DE LUNETTES.

Derrière chaque créateur d'entreprise se cachent des réserves inépuisables d'énergie, d'inventivité, et de longues heures de travail. C'est pour les soutenir que la BRED s'engage à leurs côtés. Elle a

ainsi fait le pari d'accompagner Izipizi dès ses débuts, alors que deux de ses trois cofondateurs quittaient juste les bancs de l'école. C'était en 2010. Depuis, l'entreprise s'est développée, a lancé de nouvelles gammes de lunettes, embauché des talents, et a eu besoin de financements. Investissements, couverture des taux de change, présence à l'export... Les problématiques d'Izipizi se sont complexifiées.

En douze ans, la BRED a vu grandir ce client, aujourd'hui géré en centre d'affaires entreprises. L'été dernier, lors du changement d'actionnariat d'Izipizi, Charles Brun – cofondateur – a tenu à ce que la BRED soit chef de file d'une syndication aux côtés des trois banques engagées. La BRED a de nouveau démontré sa capacité à accompagner cette entreprise en pleine croissance.



Lyonnais d'origine, Charles Brun est âgé de 36 ans et papa d'une petite fille de 7 mois. Après un parcours d'études qui le mène au Canada puis à Paris, il commence sa carrière dans le domaine des fusions-acquisitions. Quand il se lance dans l'aventure Izipizi, il réalise son rêve : devenir entrepreneur, pour être libre de donner vie à un projet qui l'enthousiasme, avec les personnes qu'il a choisies.



LA BRED EST DEPUIS TOUJOURS
UN PARTENAIRE DE CONFIANCE
D'IZIPIZI, ELLE NOUS A SOUTENUS
DANS TOUTES LES ÉTAPES
DE NOTRE DÉVELOPPEMENT.



CHARLES BRUN
COFONDATEUR D'IZIPIZI

ENTREPRENEUR DE CŒUR

POUR CHARLES BRUN, COFONDATEUR DE LA MARQUE DE LUNETTES IZIPIZI, LA FIDÉLITÉ N'EST PAS UN VAIN MOT. IL A RENCONTRÉ SES DEUX ASSOCIÉS SUR LES BANCS DU LYCÉE, ET LA BRED EST LEUR PARTENAIRE BANCAIRE DEPUIS LEURS DÉBUTS.

Douze ans après sa création, Izipizi est devenue une entreprise florissante. Pouvez-vous nous raconter les origines de sa création ?

Izipizi, c'est d'abord une histoire d'amitié puisque j'ai cofondé cette entreprise avec Xavier Aguera et Quentin Couturier; que je connais depuis 2004. Nous avions 17 ans, nous étions lycéens, et, à l'époque, nous nous disions que nous créerions un jour une entreprise ensemble. Quelques années plus tard, en 2009 – le temps pour chacun d'avancer dans ses parcours respectifs –, nous nous sommes retrouvés autour du projet qui allait devenir Izipizi.

Comment votre relation avec la BRED a-t-elle démarré ?

À l'origine, Quentin avait imaginé pour sa mère un face-à-main à chaînette, inspiré des stylos mis à disposition en libre-service pour les clients dans les agences bancaires, postales, etc. Avec l'âge, elle était devenue presbyte et se plaignait d'oublier régulièrement ses lunettes et de ne pas pouvoir lire les menus au restaurant. Quentin cherchait à commercialiser son invention, et Xavier et moi avons décidé de placer son projet au cœur de notre master Entrepreneuriat, à l'ESCP Business School. Nous avons présenté un dossier complet d'étude de marché à l'issue de notre formation et nous avons remporté le prix Paris Initiative Entreprise de la mairie de Paris. Il nous a permis d'obtenir un prêt d'honneur, octroyé par la mairie de Paris, et

un prêt bancaire, accordé par la BRED, pour un montant total de 150 000 euros. Cette somme a été un tremplin pour nous lancer, et c'est à ce moment-là que notre partenariat avec la BRED a débuté.

Près de douze ans après sa création, qu'est devenue Izipizi ?

Au bout de trois ans, nous avons fait évoluer notre offre. Nous avons alors conçu la première ligne de lunettes de lecture qui allait devenir notre marque de fabrique : des lunettes esthétiques, colorées et accessibles à tous. C'est ce virage qui a permis à notre entreprise de décoller. Tout est allé très vite depuis. Des lunettes de lecture, aux solaires pour bébés, pour enfants et pour adultes, en passant par les lunettes adaptées au sport, et, dernièrement, les lunettes pour aider à trouver le sommeil... en moins de dix ans, nous avons développé une gamme complète de lunettes pour toute la famille, et pour tous les moments de la vie. Elles sont commercialisées dans 7 000 points de vente et 89 pays dans le monde. Nous employons 180 collaborateurs, dont 120 au siège à Paris. Il nous tient à cœur que nos équipes adhèrent aux valeurs de respect et d'engagement durable de notre entreprise. Nous partageons très régulièrement avec elles notre vision et nos objectifs. 2023 sera de nouveau une année riche en projets. Plus que jamais l'aventure continue, et nous comptons sur la BRED pour rester à nos côtés. ●



IZIPIZI EST UNE TRÈS BELLE SUCCESS STORY FRANÇAISE. EN 10 ANS, ILS ONT SU ASSEOIR LEUR MARQUE ET NOUS SOMMES FIERES DE LES ACCOMPAGNER DANS CETTE TRÈS BELLE AVENTURE ENTREPRENEURIALE QUI DÉPASSE AUJOURD'HUI NOS FRONTIÈRES.

CAMILLE CARTON
DIRECTEUR DU CENTRE
D'AFFAIRES ENTREPRISES –
PARIS-EST



Izipizi figure parmi les 30 entreprises certifiées Best workplaces (meilleures entreprises) de 50 à 250 salariés en France. (Source : classement Great Place to Work 2022.)



La gamme de lunettes Izipizi s'est étoffée de nouveaux modèles à un rythme cadencé depuis 2013. Elle compte aujourd'hui plus de 1 500 références. La dernière-née est une paire de lunettes facilitant le sommeil grâce à son filtre anti-lumière bleue.



Les lunettes Izipizi sont commercialisées dans 12 boutiques en nom propre, à Londres, Paris, Bruxelles, Lyon, Nice. D'autres ouvriront prochainement.



LA BRED OUVERTE SUR LE MONDE

LA BRED POURSUIT LE DÉVELOPPEMENT
DE SES ACTIVITÉS À L'INTERNATIONAL.

Présente dans le Pacifique Sud ainsi qu'en Asie du Sud-Est et dans la Corne de l'Afrique, la BRED capitalise sur ce qui fait le succès de sa stratégie de Banque sans distance : la proximité relationnelle et le conseil à forte valeur ajoutée. Ses activités de banque commerciale connaissent une très belle trajectoire et sa filiale BIC BRED Suisse, spécialisée dans le financement du négoce international, franchit un nouveau cap en 2022 !



BIC BRED SUISSE S'IMPLANTE À DUBAÏ

L'AMBITION

**Devenir un acteur de référence
du financement du négoce
de matières premières à Dubaï**

EN ACTION

Dubaï occupe aujourd'hui une place incontournable dans le commerce international et plus précisément sur le marché des matières premières. Depuis quelques années, ce carrefour idéalement situé entre l'Europe, l'Afrique et l'Orient attire de nombreux négociants, qui orientent leur activité en fonction de la demande mondiale et s'adaptent au gré des facteurs géopolitiques.

BIC BRED Suisse, filiale genevoise de la BRED, spécialisée dans le financement des flux de matières premières, s'implante à Dubaï pour apporter son expertise aux acteurs du négoce des matières premières installés dans la région. « Notre présence au Centre financier international de Dubaï (DIFC), le plus grand complexe financier de la région, va nous permettre de poursuivre le développement de notre portefeuille de clients localement avec l'ambition de contribuer activement à la sécurisation des approvisionnements de matières premières, un enjeu stratégique pour les nations », explique Yassine El Halaissi, responsable de la succursale de Dubaï.

Cette succursale apporte ainsi un relais de croissance stratégique à BIC BRED Suisse dans la région du Moyen-Orient. « Dans notre



**Yassine El Halaissi, responsable
de la succursale de Dubaï.**

métier, il faut avoir une connaissance fine des clients et être en proximité forte avec eux. Avoir une présence locale est un atout indéniable car le suivi et la sécurisation de ces opérations requièrent beaucoup d'interactions avec les clients tout au long de la chaîne de valeurs. » Les équipes de BIC BRED Suisse à Dubaï assurent une vraie qualité de service, très appréciée par les négociants opérant sur la zone Afrique, Moyen-Orient et le sous-continent indien. « Pour diversifier notre offre, nous proposons également à nos clients un accès au dispositif de couverture bancaire de la BRED, très vaste, notamment en Afrique, et poursuivons notre développement dans de nouvelles zones telles que le sous-continent indien. Nos clients ainsi que les acteurs financiers de la région bénéficient aussi des services de la salle des marchés de la BRED », ajoute Yassine El Halaissi.

LES 10 ANS DE BRED BANK FIJI

L'AMBITION

**Renforcer notre présence
aux îles Fidji**

EN ACTION

Dix ans après son installation, BRED Bank Fiji enregistre une forte croissance de son activité ces trois dernières années. L'année 2022 aura été particulièrement marquée par le succès : le résultat net a augmenté de 700 %, atteignant un niveau historique de 20,1 millions de FJD (Fijian Dollar). BRED Bank Fiji va réinvestir ses bénéfices dans le pays, en ouvrant de nouvelles agences.



TROIS NOUVELLES AGENCES AU CAMBODGE



L'AMBITION

**Consolider notre positionnement
de leader bancaire au Cambodge**

EN ACTION

BRED Bank Cambodia, filiale à 100 % de la BRED, a démarré son activité de banque commerciale en 2017 ; elle est la seule banque française et européenne présente dans le pays. En quelques années, elle a su devenir une banque de référence pour la classe moyenne et supérieure des grands centres urbains, ainsi que pour des entreprises. En 2022, son réseau d'agences est passé de 9 à 13 agences et comprend également un centre d'affaires dédié aux entreprises.

LE PAIEMENT QR CODE AUX ÎLES SALOMON

L'AMBITION

**Proposer aux commerçants une
solution innovante répondant
aux besoins d'encaissement
monétique ponctuels**

EN ACTION

En 2022, BRED Bank Solomon a mis en place le paiement par QR code pour les commerçants et entrepreneurs individuels. Cette innovation est la première solution de ce type délivrée par une banque commerciale aux îles Salomon. Pour les commerçants qui affichent le QR code dans leur magasin, la solution est rapide, efficace, depuis leur téléphone mobile et sans manipuler d'argent. Pour les clients de BRED Bank Solomon, qui scannent le QR code et valident le paiement, le transfert est direct et sans frais. En déployant cette solution bancaire en Asie-Pacifique, BRED Bank Solomon démontre une fois encore sa capacité d'innovation pour ses clients locaux.



**EN SAVOIR PLUS SUR
LES IMPLANTATIONS
DE LA BRED
À L'INTERNATIONAL**

UNE PREMIÈRE AGENCE 100 % CONSEIL À DJIBOUTI



L'AMBITION

**Offrir aux Djiboutiens un service à
forte valeur ajoutée**

EN ACTION

La Banque pour le commerce et l'industrie – mer Rouge (BCI MR) est une banque universelle qui participe grandement au financement de l'économie djiboutienne, représentant environ 25 % du marché bancaire local. Elle est la première banque des projets d'infrastructures et des grandes entreprises du pays. BCI MR déploie la stratégie de Banque sans distance de la BRED avec l'ouverture de sa première agence 100 % conseil. Elle poursuit également sa transformation digitale pour servir au mieux ses clients. C'est ainsi un espace en libre accès et sécurisé pour les opérations bancaires quotidiennes, et des conseillers dédiés pour répondre aux projets de vie et d'entreprise de ses clients.

UNE BANQUE SOLIDAIRE ET RESPONSABLE

FIDÈLE À SON HISTOIRE ET À SES VALEURS COOPÉRATIVES, LA BRED SOUTIENT PLUS DE 100 ASSOCIATIONS INVESTIES LOCALEMENT DANS DES ACTIONS EN FAVEUR DE L'INSERTION SOCIALE, DE LA SOLIDARITÉ ET DE L'ÉGALITÉ DES CHANCES. FOCUS SUR LES ACTIONS PHARES DE 2022.

TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

SIX ACTIONS CLÉS

1 FINANCER LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

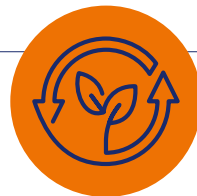
83 M €
de projets financés en production d'énergies renouvelables.

2 ACCOMPAGNER NOS CLIENTS DANS LEUR TRANSITION DURABLE

87 %
de nos clients grandes entreprises financés ont fait l'objet d'une analyse ESG.

3 RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DIRECTE DE LA BRED

D'ici 2030, objectif de réduction de **40 %** de consommation d'énergie pour les bâtiments d'une surface supérieure à 1 000 m². Levier essentiel de réduction des émissions de CO₂, ce plan d'action permettra d'améliorer l'étiquette énergétique de l'ensemble des sites de la BRED.



4 RECYCLER NOS DÉCHETS ET PARTICIPER À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

S'appuyer sur ATF Gaia, entreprise du secteur adapté, permet :

- **8,5** tonnes de déchets matériels électroniques et informatiques obsolètes recyclées ;
- **66 %** des matériels réemployés ;
- **155** tonnes d'émission de CO₂ évitées ;
- l'emploi de **9** personnes en situation de handicap.

5 PROPOSER À NOS CLIENTS DES SOLUTIONS DE PLACEMENT DURABLES

2 476 M €
d'encours de fonds intégrant dans leur politique de gestion des critères environnementaux et sociaux sont commercialisés par la BRED.

6 INVESTIR DANS DES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

55 %
des investissements financiers pour compte propre sont réalisés dans des fonds ayant une politique ESG, avec une progression de près de 12 % de la thématique « transition énergétique ».

PRIORITÉ À L'ÉGALITÉ DES CHANCES !

PARTENARIATS

« CAMPUS DE L'INNOVATION POUR LES LYCÉES » AU COLLÈGE DE FRANCE

La BRED est partenaire de ce dispositif innovant. Le principe : des professeurs du Collège de France interviennent au sein des lycées situés en zone rurale et en zone urbaine sensible pour partager leurs expertises, notamment dans les domaines des sciences économiques et sociales.

AUX CÔTÉS DES ÉTUDIANTS AVEC L'ALLIANCE FRANÇAISE DE PARIS ÎLE-DE-FRANCE

En 2022, la BRED a noué un nouveau partenariat avec l'Alliance française qui finance un programme de bourses à l'international. Ces dernières permettent à quatre étudiants des îles Fidji, du Vanuatu, du Cambodge et du Laos de bénéficier d'une bourse de 22 000 euros, afin de financer leurs frais de scolarité et de logement à Paris.

« HEC STAND UP » AU SERVICE DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

La BRED apporte son soutien financier au programme d'accompagnement et de formation « HEC Stand Up » dans les DROM (Guadeloupe, Martinique et La Réunion). Ce programme permet aux femmes de tous horizons sociaux et culturels d'accéder à une formation de haut niveau afin de mener à bien leur projet entrepreneurial et de se lancer rapidement.

👉 **675** entrepreneuses certifiées depuis 2019.

ODYSSÉE BUSINESS GAME SCHOOL

La BRED, engagée au côté de l'association Odyssée qui lutte contre le décrochage scolaire des jeunes Guadeloupéens, soutient leur projet Business Game School. Un outil pédagogique, innovant et ludique, pour sensibiliser les jeunes de la classe de 4^e au BTS au monde de l'entreprise et de l'économie. Neuf cents élèves l'ont déjà découvert et un partenariat a été conclu avec la BRED Guadeloupe et îles du Nord.

UN SOUTIEN AUX GRANDES CAUSES

MÉCÉNAT

AU MARCHÉ DE NOËL DE JOINVILLE AVEC L'ADIE

Les collaborateurs de la BRED étaient invités à découvrir le marché de Noël de l'Adie (Association pour le droit à l'initiative économique) où des entrepreneurs proposaient leurs produits écoresponsables ou faits main.

Depuis 25 ans, la BRED est mécène de l'Adie. Elle soutient des programmes de formation tels que « Je Deviens Entrepreneur » de l'Adie et finance tous les ans, sur chacun de ses territoires, le prix Créadie qui récompense et valorise les projets remarquables de microentrepreneurs.

« À LA BASTILLE » AVEC LES ENFANTS DE LA SCÈNE

Au programme en mai 2022, le spectacle « À la Bastille ! », au Théâtre Le Ranelagh à Paris. Ce spectacle a permis aux enfants de découvrir des personnages historiques et d'aborder des notions essentielles comme le principe de la démocratie. Il est proposé par l'association « Les Enfants de la scène », dont la BRED est partenaire. La somme récoltée par la vente du programme a été reversée à l'association de scoutisme laïque des Éclaireuses et Éclaireurs de France.

AU COLLÈGE DE FRANCE AVEC L'EXPOSITION CHAMPOLLION

À l'occasion des Journées européennes du patrimoine se tenait l'exposition *Champollion 1822* au Collège de France, qui célébrait le bicentenaire du déchiffrement des hiéroglyphes. Cette exposition s'inscrit dans le cadre du mécénat noué avec le Collège de France depuis 2019, et par lequel la BRED soutient financièrement la promotion du patrimoine de cette institution, au moyen d'expositions gratuites et ouvertes au public.

LA BRED ENGAGÉE AUPRÈS DE SES COLLABORATEURS

ÉGALITÉ, DIVERSITÉ, RESPONSABILITÉ SOCIALE. TROIS AXES ESSENTIELS POUR LA BRED QUI S'ENGAGE POUR ACCOMPAGNER, MOBILISER ET FIDÉLISER SES COLLABORATEURS.

EMPLOYABILITÉ

La BRED contribue à la montée en compétence de ses collaborateurs et renforce leur employabilité à travers ses programmes de formation, l'École de management BRED, créée en 2015 en partenariat avec HEC et l'École des conseillers BRED.

94 %

DE NOS COLLABORATEURS ONT SUIVI AU MOINS UNE FORMATION.

6 %

C'EST LE POURCENTAGE DE LA MASSE SALARIALE QUE LA BRED CONSACRE À LA FORMATION, SOIT SIX FOIS PLUS QUE LE MINIMUM LÉGAL.

MIXITÉ ET ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

L'association BRED Pluriel, ouverte aux collaborateurs et collaboratrices de la BRED, agit en faveur de la diversité et de l'inclusion. Elle vise à favoriser l'accession de profils diversifiés à des postes de responsabilité, mène des actions concrètes visant à sensibiliser tous les acteurs de l'entreprise et joue un rôle d'observateur et d'agitateur d'idées.

Depuis 2020, la démarche de la BRED est récompensée par le label Égalité professionnelle décerné par l'Afnor pour 4 ans.

82 / 100

C'EST L'INDEX D'ÉGALITÉ FEMME/HOMME.

HANDICAP ET INSERTION

Au sein de la BRED, la mission handicap pilote les actions d'insertion et favorise le maintien dans l'emploi des travailleurs en situation de handicap.

86

COLLABORATEURS EN SITUATION DE HANDICAP ONT ÉTÉ ACCOMPAGNÉS PAR LA MH EN 2022 DONT

27

AVEC UN AMÉNAGEMENT DE POSTE.

ACCORDS D'ENTREPRISE

Signé en 2021, pour 3 ans, le nouvel accord relatif à la Qualité de vie au travail (QVT) encadre la vie quotidienne des collaborateurs : conditions de vie au travail, télétravail, rénovation des agences et des sièges dans une démarche écoresponsable, accès des personnes à mobilité réduite...

833

NOUVEAUX COLLABORATEURS, SOIT 521 CDI, 77 CDD ET 235 ALTERNANTS.

235

NOUVEAUX ALTERNANTS ACCUEILLIS.

ACCÉLÉRER LE MOUVEMENT DE LA PARITÉ

Le 28 juin 2022, Corinne Léger-Licoine, directrice des opérations, Muriel Leclercq, directrice de la stratégie et de la transformation, et Simone De Oliveira, directrice générale adjointe en charge des systèmes d'information, ont participé à la 3^e édition des Assises de la parité. Cet événement réunit, autour de tables rondes et d'ateliers, de nombreux intervenants issus du monde politique, des médias, des entreprises afin d'approfondir les aspects de la parité dans la société. En tant que partenaire, la BRED s'engage activement à jouer un rôle pour accélérer le mouvement en métropole, en outre-mer et à l'international.



Yann Algan, économiste.

LA COOPÉRATION EST ESSENTIELLE EN TEMPS DE CRISE.

PROFESSEUR D'ÉCONOMIE À HEC, MEMBRE DU CONSEIL D'ANALYSE ÉCONOMIQUE ET DU CONSEIL SCIENTIFIQUE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, YANN ALGAN REVIENT SUR L'IMPORTANCE DE LA CONFIANCE DANS LA CAPACITÉ À FAIRE SOCIÉTÉ ENSEMBLE.



LE MODÈLE COOPÉRATIF DE LA BRED RÉPOND À LA QUÊTE DE SENS ET DE VALEURS DES JEUNES GÉNÉRATIONS.



La multiplication des crises – climatique, mouvement des gilets jaunes, pandémie de Covid, guerre en Ukraine – influence-t-elle notre confiance et notre optimisme ?

Oui, l'accélération des crises a joué un rôle important dans l'érosion de la confiance des citoyens envers les institutions, les experts, les scientifiques, jugés incapables de nous protéger des transformations sociétales importantes et de l'insécurité économique.

Mais il existe une crise, plus profonde encore, d'érosion de la confiance dans les autres et dans notre capacité à faire société ensemble, qui est liée à notre société postindustrielle, composée d'individus isolés. Isolés dans leurs relations sociales de plus en plus désincarnées, dans les territoires avec une perte des services publics, au travail avec une perte de repères collectifs. Ainsi nous resserrons notre confiance dans un cercle très local. C'est très paradoxal, car les nouvelles crises du 21^e siècle – sanitaire ou écologique – montrent à quel point la coopération est essentielle pour s'en sortir.

Quels sont plus généralement les leviers à actionner pour redonner confiance ?

Aujourd'hui, la quête de sens et de valeurs est une préoccupation majeure de la population, notamment des plus jeunes générations. Quand ils cherchent leur premier emploi, les jeunes se tournent vers des structures citoyennes et responsables, qui leur inspirent confiance. Objectivement, c'est ce capital confiance envers sa direction, ses collaborateurs, les perspectives économiques et les valeurs de l'entreprise qui crée de l'engagement. Or, on a mesuré que ce capital immatériel ne concerne qu'un salarié sur deux⁽¹⁾. C'est comme si les entreprises se privaient de 50 % de leur capital humain. Il faut investir les leviers managériaux, la culture du feed-back, la formation... pour développer

la confiance en soi et la confiance envers l'institution, car les collaborateurs en sont les premiers ambassadeurs.

Selon vous, le modèle coopératif de la BRED est-il en lui-même vecteur de confiance ?

En effet, le modèle coopératif de la BRED répond à la quête de sens et de valeurs des jeunes générations et il est porteur de plusieurs dimensions de confiance. Premièrement, en traitant ses clients comme des citoyens et en reconnaissant chacun comme partie prenante. Deuxièmement, en inscrivant les relations dans le temps long pour concrétiser des projets, sans la pression des marchés financiers. Enfin, son ancrage dans les territoires joue énormément sur le sentiment d'appartenir à une communauté, ce qui est fondamental pour la confiance.

En tant qu'enseignant et passionné d'éducation, vous avez sans doute des messages à faire passer pour restaurer cette confiance ?

Quand les Français déclarent un niveau de bonheur inférieur à celui de citoyens de pays équivalents, ils expriment un sentiment entretenu par une défiance envers les autres, qui entretient de l'anxiété et de l'incertitude. Plus globalement, le constat du manque de confiance dans les autres et dans les institutions est lié au modèle très hiérarchique de notre enseignement. Les enquêtes Pisa montrent que les élèves français passent les deux tiers de leur temps à prendre des notes en silence et seuls 6 % décrochent la note maximale en travail collectif⁽²⁾. Il faut développer des méthodes pédagogiques qui apprennent le travail en groupe, qui développent des microstructures coopératives avec des mises en situation. Apprendre à faire ensemble restaure la confiance dans les autres et développe nos compétences sociales. La bonne nouvelle est que cela s'apprend à tout âge ! ●

(1) Indice national du capital confiance, Yann Algan et Sophie Vernay 2020.

(2) Enquête Pisa 2017. Pisa est un programme international pour le suivi des acquis des élèves, mené par l'OCDE, pour tester les compétences des élèves de 15 ans en lecture, sciences et mathématiques. L'enquête se déroule tous les 3 ans, avec une interruption en 2021 pour cause de Covid.

SYNTHÈSE
DES RÉSULTATS 2022

CHIFFRES CLÉS
DU RÉSULTAT CONSOLIDÉ

Compte de résultat comptable consolidé Groupe BRED - normes IFRS 9
(en millions d’euros)

	2022	Progression
Marge nette d'intérêt et divers	1 059,0	+ 11,6 %
Commissions nettes	585,3	+ 11,0 %
Produits et charges des autres activités	- 7,5	- 63,1 %
Produit net bancaire	1 636,8	+ 12,4 %
Frais de personnel	- 527,3	+ 9,3 %
Services extérieurs - hors cotisation BPCE	- 179,6	+ 11,7 %
Impôts et taxes - hors FRU	- 42,1	+ 36,6 %
Charges de location (vision IFRS 16)	- 29,6	+ 2,5 %
Dotations aux amortissements des immobilisations hors baux	- 46,1	- 1,4 %
Charges d'exploitation hors FRU et cotisation BPCE	- 824,7	+ 10,0 %
Fonds de résolution unique (FRU)	- 32,5	+ 17,3 %
Cotisation BPCE	- 29,0	+ 12,8 %
Charges	- 886,2	+ 10,4 %
Résultat brut d'exploitation	750,7	+ 14,9 %
Coefficient d'exploitation	54,1 %	- 1 pt
<i>Coût du risque sur encours sains (strates 1 et 2)</i>	<i>- 5,4</i>	<i>- 84,3 %</i>
<i>Coût du risque sur encours dépréciés (strate 3)</i>	<i>- 102,9</i>	<i>+ 14,5 %</i>
Coût du risque	- 108,3	- 12,8 %
Résultat d'exploitation	642,4	+ 21,4 %
Quote-part de résultat net des entreprises mises en équivalence	26,1	- 3,1 %
Gains ou pertes sur autres actifs et variation de valeurs des écarts d'acquisition	1,1	+ 57,7 %
Résultat avant impôt	669,6	+ 20,3 %
Impôt sur les bénéfices	- 152,7	+ 7,4 %
Résultat net	516,9	+ 24,7 %
Intérêts minoritaires	- 9,4	NS
Résultat net part du groupe	507,4	+ 23,0 %

Compte de résultat hors exceptionnels consolidé Groupe BRED
(en millions d’euros)

	2022	Progression
Produit net bancaire	1 635,7	+ 11,7 %
Charges d'exploitation hors FRU et cotisation BPCE	- 823,0	+ 8,6 %
Charges	- 884,5	+ 9,0 %
Résultat brut d'exploitation	751,2	+ 15,0 %
Coefficient d'exploitation	54,1 %	- 1,3 pt
Coût du risque	- 108,3	- 13,2 %
Résultat d'exploitation	642,9	+ 21,7 %
Résultat avant impôt	672,6	+ 21,1 %
Résultat net	519,7	+ 25,8 %
Résultat net part du groupe	510,3	+ 24,2 %

Document réalisé par la direction de la communication institutionnelle
Conception et réalisation : Agence Bergamote
Crédits photos : GettyImages/Carlota Navarro-EyeEm, Martin Colombet, GettyImages/Jack Hollingsworth,Vincent Curutchet BPCE, GettyImages/The Good Brigade, Gilles Dacquin, Julien Hay, Lou Denim Photographie, Fanny Fontan, Bizziteam, Croix-Rouge française, GettyImages/Constance Estrada Tourni de Tourniel-EyeEm, Léo-Paul Ridet, Izipizi, Lucie Werner, IStock/PeopleImages, Loris Von Siebenthal,Thomas Arrivé, M&B Studio www.mbstudiokh.com, Martin Colombet, toutes les autres images : BRED.

BRED Banque Populaire – Société anonyme coopérative de Banque Populaire régie par les articles L.5 12-2 et suivants du Code monétaire et financier et l'ensemble des textes relatifs aux Banques Populaires et aux établissements de crédit, au capital de 1 681 431 905,79 euros –
Siège social : 18, quai de la Rapée – 75604 Paris Cedex 12 –
552 09 1 795 R.C.S – Paris – IDENT.TVA FR 09 552 091 795 –
Intermédiaire en assurances immatriculé à l'Orias sous le numéro 07 003 608.



www.bred.fr

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