

# Banque de détail à l'international

**Avec trois marchés domestiques en Europe, France, Italie et Grèce, et une présence forte en Europe du Sud et de l'Est, le Crédit Agricole constitue un réseau international de banques de proximité, support de développement de tous ses métiers.**

## LES CHIFFRES

**5** millions de clients

**2 080** agences

**27 150** collaborateurs

## EN SAVOIR + SUR INTERNET

Sur [www.credit-agricole.com](http://www.credit-agricole.com), retrouvez la présentation détaillée des filiales et l'accès à leurs sites.

### L'année 2007

L'année a été placée sous le signe de l'intégration et du développement commercial, après 18 mois marqués par des acquisitions majeures.

**En Italie**, l'acquisition de Cariparma FriulAdria, avec les agences rachetées à Intesa, a été réalisée en 3 étapes qui se sont achevées le 1<sup>er</sup> juillet. Ainsi, l'année 2007 est celle d'une intégration achevée dans des délais très courts.

**En Grèce**, Emporiki a débuté la mise en œuvre de son plan de transformation, présenté en début d'année. En parallèle, elle a relancé une dynamique de conquête auprès des particuliers et des entreprises, et ouvert 10 centres d'affaires dédiés aux PME.

**En Europe de l'Est**, le Groupe poursuit sa stratégie de croissance organique des filiales, en Pologne, Serbie et Ukraine, dans l'optique du renforcement des fonds de commerce.

**Le Crédit du Maroc** a fortement déployé son réseau, avec 30 ouvertures d'agences sur l'année. De nouvelles offres ciblées et innovantes ont été lancées, dont certaines, destinées aux particuliers, en synergie étroite avec LCL.

**Crédit Agricole Egypt** a mis en place un important programme d'ouvertures d'agences, une vingtaine par an. De nouvelles offres ont été très bien accueillies, notamment en crédit automobile et à la consommation et en monétique.

### Axes de développement

Après la phase d'intégration, le développement est un enjeu majeur. Grâce à sa capacité à croiser les expertises et à mettre en place des plates-formes communes, le Groupe peut faire de chaque banque un "porte-avion" pour développer tous ses métiers.

#### Italie et Grèce

Le plan 2007-2010 du groupe Cariparma FriulAdria vise à renforcer les segments de clientèle à potentiel élevé, étendre le réseau et réaliser des synergies avec les filiales du Groupe en assurance, services financiers spécialisés et gestion d'actifs. Pour Emporiki, son plan de transformation lui permettra d'être une banque tournée vers ses clients en Grèce et dans les pays balkans voisins.

#### Maroc et Égypte

Le Crédit du Maroc s'est engagé dans une accélération de la croissance avec pour objectif de figurer d'ici 2010 parmi les cinq premières banques du pays, avec une part de marché commerciale de 10 %. Crédit Agricole Egypt entend devenir l'une des quatre premières banques égyptiennes, tout en équilibrant son portefeuille d'activités au profit des particuliers.

#### Europe centrale et orientale

L'objectif du Crédit Agricole est de devenir un acteur significatif de cette région, par un accroissement du nombre d'agences et la mise en place d'un système d'information commun.

**Le nouveau concept d'agence :** une réorganisation commerciale et rationnelle de l'espace, en phase avec la stratégie d'intégration et de développement de la banque de détail à l'international.



**En Grèce, Emporiki** fait partie des indices de développement durable FTSE4Good et Ethibel Excellence

