

# Banque de proximité en France

## Caisses régionales de Crédit Agricole

Premier réseau bancaire français\*, les Caisses régionales confortent leur position par une politique d'innovation active en matière de produits et services, et de modes de distribution, au plus près des attentes de leurs clients.

### Banque de la relation durable

Sociétés coopératives et banques de plein exercice, les Caisses régionales de Crédit Agricole occupent la première place sur la quasi-totalité des marchés de proximité en France : particuliers, agriculteurs, professionnels, entreprises et collectivités locales. Elles s'appuient sur un réseau dense de 7 025 agences, renforcé par autant de "points verts" chez des commerçants qui offrent les services bancaires les plus courants.

\* Sources : Banque de France, étude IPSOS 2007

### L'année 2007

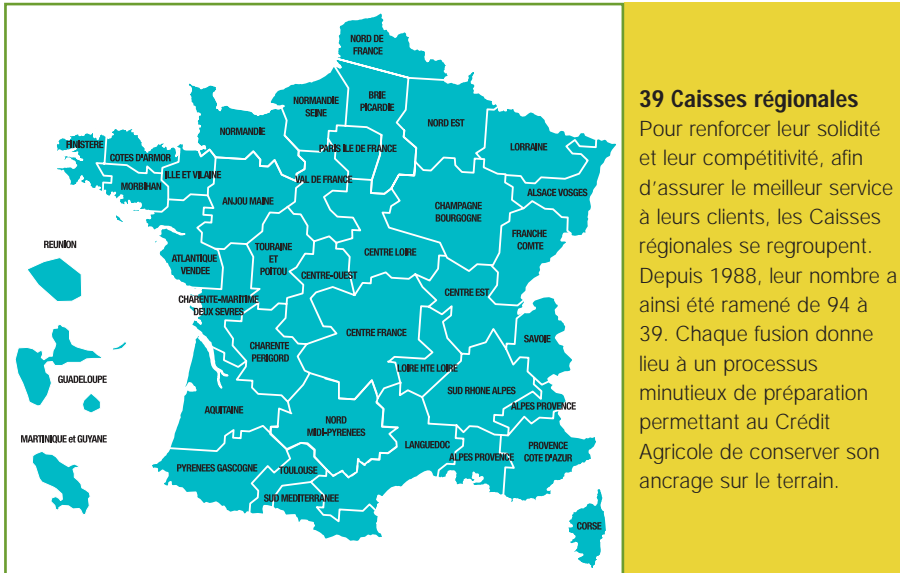
Les Caisses régionales ont poursuivi leur dynamique de conquête auprès de toutes leurs clientèles, dans un contexte toujours fortement concurrentiel.

### 300 000 ouvertures de comptes

Auprès des particuliers, elles ont atteint leur objectif d'ouvertures de comptes DAV, en concentrant l'effort sur les jeunes et jeunes actifs. En matière d'épargne, le Crédit Agricole décline sa volonté d'une relation durable dans la construction des offres : il commercialise notamment une gamme de fonds communs de placements avec des services associés et une gamme de contrats d'assurance-vie multi-supports. Sur les livrets non réglementés, il a choisi d'accompagner le mouvement de hausse des taux intervenu en milieu d'année, proposant ainsi des livrets à prix compétitifs, dans un but de conquête et de fidélisation.

### L'innovation, support de conquête

Banque professionnelle principale de 84 %\* des agriculteurs, le Crédit Agricole poursuit le développement de produits innovants dédiés. Auprès des professionnels, la dynamique relancée en 2006 rencontre des succès tangibles pour ses offres en épargne, assurance et financements. Avec les entreprises, comme avec les collectivités, le Crédit Agricole a enregistré des performances commerciales élevées.



### 39 Caisses régionales

Pour renforcer leur solidité et leur compétitivité, afin d'assurer le meilleur service à leurs clients, les Caisses régionales se regroupent. Depuis 1988, leur nombre a ainsi été ramené de 94 à 39. Chaque fusion donne lieu à un processus minutieux de préparation permettant au Crédit Agricole de conserver son ancrage sur le terrain.

## • • • FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE



**Banquier et assureur**, le Crédit Agricole mène une politique d'innovation active. Parmi les succès de 2007, l'option capital décote en assurance auto, la complémentaire santé, la garantie obsèques qui a conquis plus de 20 % du marché en 9 mois.



**Dans l'immobilier**, le Crédit Agricole s'affirme comme un acteur majeur du marché de la transaction avec la marque nationale "Square Habitat", lancée par 25 Caisses régionales.

## LES CHIFFRES

**20 millions** de clients

**24 %** du marché des particuliers\*

**80 %** des crédits aux agriculteurs\*

\* Sources : Banque de France, étude IPSOS 2007

CRÉDITS ET COLLECTE :  
UNE ACTIVITÉ SOUTENUE

En milliards d'euros



## EN SAVOIR + SUR INTERNET

Sur [www.credit-agricole.fr](http://www.credit-agricole.fr), retrouvez l'actualité des produits et services du Crédit Agricole, les campagnes de communication, les liens vers les sites de chaque Caisse régionale et l'accès aux services en ligne

## Un développement fondé sur la conquête

Pour conforter, voire développer, leur position de premier acteur de la banque de proximité en France, les Caisses régionales s'inscrivent dans une dynamique de conquête. Elles élargissent leur offre de produits et services dans le cadre d'activités qui les associent étroitement à Crédit Agricole S.A. et à ses filiales. Ainsi, de nouveaux produits et services viennent réinventer la banque du quotidien.

## Une gamme "cartes" élargie

L'approche innovante en matière de cartes bancaires - du "low cost" au haut de gamme en passant par les cartes affinitaires - a prouvé son succès. En moins de deux ans, l'"Autre carte" a conquis plus de 500 000 clients, et la carte Gold Mastercard en équipe plus de 600 000 aujourd'hui.

## Des filières dédiées

Certains marchés spécifiques sont développés dans le cadre de filières dédiées : c'est notamment le cas du marché haut de gamme,

avec la BGPI et le pôle assurances. C'est aussi le cas des entreprises, qui bénéficient d'un réseau de 720 chargés d'affaires spécialisés.

## Un modèle unique dans l'immobilier

Près de 25 Caisses régionales ont lancé une activité immobilière, représentant 485 agences, dont la plupart sous l'enseigne "Square Habitat". Le Crédit Agricole s'affirme ainsi comme un acteur majeur sur le marché de l'immobilier. La marque est appuyée par le site [squarehabitat.fr](http://squarehabitat.fr), lancé avec succès fin 2006.

## Multicanal : un développement accéléré

En 2007, le nombre de clients utilisant Internet a augmenté de 14 %, les connexions progressant de 30 %. Au stade de la prospection, les partenariats avec des sites comme [seloger.com](http://seloger.com) ont déjà contribué aux objectifs de conquête. L'offre en ligne s'élargit dès début 2008, avec une nouvelle offre de bourse en ligne, la souscription de prêts à la consommation et la généralisation des devis d'assurance dommages en ligne.

## EN BREF...

## La "Nouvelle Relation Client"

Cette démarche initiée fin 2006 se déploie progressivement. Elle vise à permettre aux clients de percevoir et apprécier l'engagement du Crédit Agricole à leur service (personnalisation des services, accueil, suivi, etc).

## Un acteur de premier plan du financement des collectivités

Le Crédit Agricole est le précurseur des partenariats publics privés, pour le financement d'hôpitaux, de gendarmeries, et d'établissements scolaires.

## Points Passerelle : une aide dans les moments difficiles

Avec la vocation d'être déployés dans toutes les Caisses régionales, les Points Passerelle sont de véritables tremplins pour les clients en difficulté à la suite d'un accident de la vie (décès d'un proche, perte d'un emploi...).



Leader sur le marché des cartes bancaires, le Crédit Agricole a lancé des cartes nouvelle génération, notamment la première carte bancaire officielle de l'Équipe de France.

**investstore**  
VOTRE LIEN AVEC LA BOURSE

Le Crédit Agricole déploie son nouveau service de Bourse en ligne, avec deux versions : Invest Store Initial pour des services essentiels et Invest Store Intégral pour des services d'experts.