

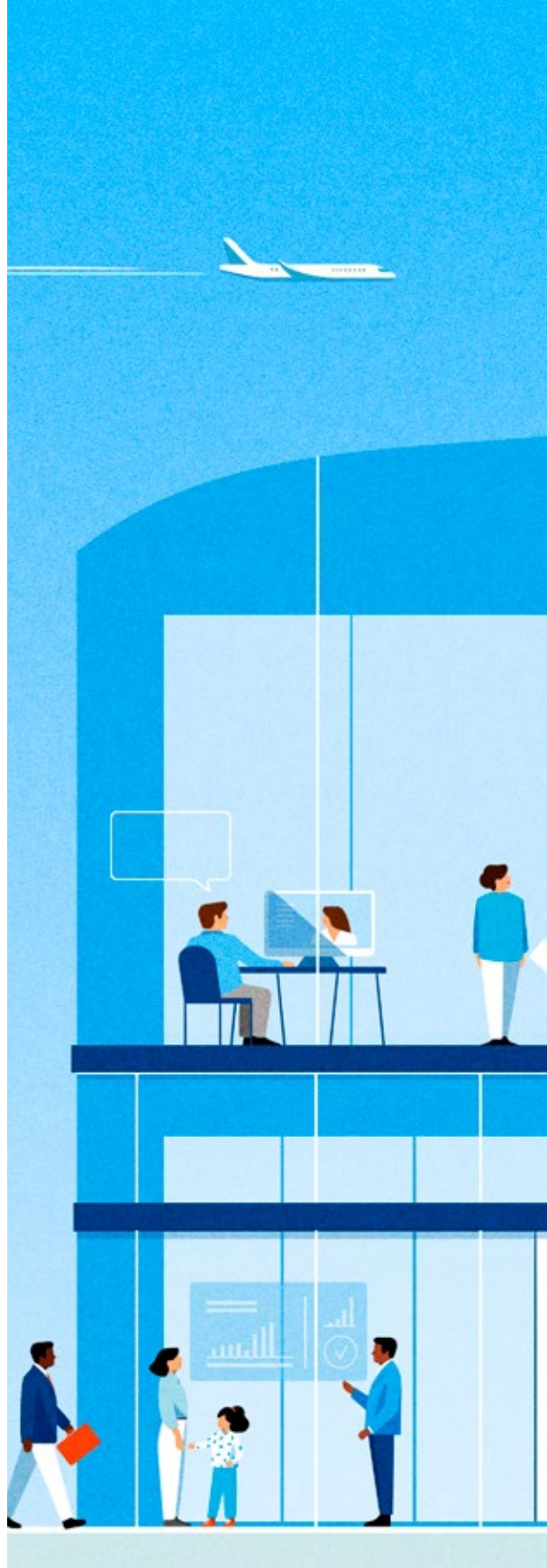


# ITINÉRAIRE DE LA BANQUE SANS DISTANCE

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020

BRED   
BANQUE POPULAIRE

- 4 Rencontre avec Isabelle Gratiat
- 6 Échange avec Olivier Klein
- 10 Passeport pour la proximité
- 11 Au cœur de notre culture coopérative
- 12 Expertise et valeur ajoutée pour tous nos clients
- 14 Notre trajectoire internationale
- 15 Chiffres clés
- 16 La BRED dans le monde
- 20 Filiales spécialisées
- 21 Nos horizons collectifs
- 22 Synthèse des résultats 2020





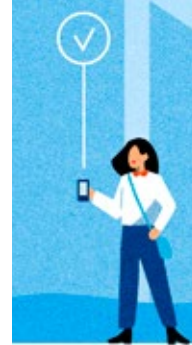
## LA BRED, BANQUE SANS DISTANCE

La BRED est une banque coopérative, forte de 200 000 sociétaires, de 5 milliards d'euros de capitaux propres et de 6 000 collaborateurs – dont 30 % hors de France et dans les COM. Elle opère en Île-de-France, en Normandie et dans les DOM, ainsi qu'au travers de ses filiales de banque commerciale en Asie du Sud-Est, dans le Pacifique Sud, dans la Corne de l'Afrique et en Suisse.

Banque de proximité engagée sur ses territoires, elle déploie un réseau de 475 implantations dont 75 à l'international. Elle entretient une relation de long terme avec plus d'1,3 million de clients.

BRED Banque Populaire, au sein de BPCE, regroupe des activités diversifiées – banque de détail, banque de grande clientèle, banque de gestion privée, compagnie d'assurances, société de gestion d'actifs, société de capital-investissement, salle des marchés, financement du négoce international.

En 2020, la BRED a réalisé un PNB consolidé de 1 283 M€. Son résultat net s'est établi à 270 millions d'euros.



“  
ÊTRE  
BANQUIER,  
C’EST  
UN MÉTIER.  
POUR LA BRED,  
C’EST  
AUSSI UN  
ENGAGEMENT  
RESPONSABLE.

”

L'année 2020 aura été une année singulièrement paradoxale pour notre Banque Populaire. D'un côté, une crise sanitaire entraînant une crise économique et sociale, mais de l'autre côté des efforts, une stratégie et des résultats dont nous pouvons être fiers !

La force de la BRED réside bien dans sa capacité à affronter toutes les situations.

Plus que jamais présente et active dans ses territoires, avec un engagement accru outre-mer et une volonté sans faille d'être présente à l'international, elle n'a, contrairement à d'autres organismes bancaires, fermé aucune agence, et, loin de comprimer son personnel, a au contraire maintenu ses recrutements.

Sa force a été aussi, dans un contexte sanitaire pesant, de combiner la protection de ses collaborateurs et le service rendu à ses clients.

Des efforts soutenus dans le domaine de la dématérialisation ont permis de faire face au défi du travail à distance.

Il y a un siècle, au sortir d'une guerre épuisante pour la nation, les fondateurs de notre banque faisaient preuve d'une rare pugnacité, utilisant leur clairvoyance d'entrepreneurs pour se mettre intelligemment au service d'une économie mutualisée de relance et de partage.

Il ne semble pas exagéré d'affirmer que nous leur rendons un bel hommage en continuant leur action avec la même pugnacité.

Des textes législatifs novateurs ont entraîné de nouvelles exigences pour les entreprises. Le réviser coopératif bancaire de la BRED, qui assure son contrôle en toute indépendance au sein de notre banque de façon annuelle, a pu souligner la totale adéquation entre les exigences de la loi nouvelle, leur mise en œuvre et l'évolution de nos statuts et de nos règles internes.

Car l'une des qualités de la BRED c'est sa réactivité !

Et cette réactivité lui a permis d'accompagner rapidement nos clients les plus fragiles, qui ont fait l'objet d'une attention toute particulière. Faciliter l'accès aux services bancaires demeure en effet l'une de nos priorités.

Formation et mixité dans les parcours professionnels, management dans la concertation et écoute, afin d'améliorer les conditions de travail, ont été une nouvelle fois au cœur de nos préoccupations. Et nous avons poursuivi notre politique de prise en compte des critères de transition énergétique et écologique.

Dans le cadre du plan gouvernemental sans précédent de 300 milliards d'euros destiné à soutenir les entreprises, beaucoup de PGE ont été contractualisés et nos collaborateurs ont été attentifs à la situation de chaque emprunteur et à l'individualisation des plans de remboursement. La densité des réponses et l'efficacité des solutions que nous avons apportées courant 2020 nous rendent optimistes et sont pour nous une note d'espoir. Un espoir que nous souhaitons voir partager par tous nos collaborateurs, par nos 200 000 clients sociétaires, qui représentent la richesse du tissu socio-culturel de la France, et par tous nos partenaires.

Plus que jamais, la BRED, banque de proximité et de solidarité, est loin, très loin des marqueurs de l'économie ultralibérale. Ce qui fait sa fierté et son utilité, ce sont ses valeurs et c'est bien le modèle coopératif auquel elle est attachée. Être banquier, c'est un métier.

Pour la BRED, c'est aussi un engagement responsable.

## ISABELLE GRATIANT

Présidente du Conseil d'administration

« UNE ANNÉE PARADOXALE »

### Comment la BRED a-t-elle réagi face à la triple crise sanitaire, économique et financière ?

**Olivier Klein :** Dans cette crise pandémique, les résultats de la BRED témoignent de sa résilience et de la pertinence de sa trajectoire, comme de sa capacité à relever les défis auxquels les banques commerciales sont confrontées depuis plusieurs années.

Le produit net bancaire (PNB) de la BRED s'établit à 1 283 M€, en hausse de 2,5 % (+ 2,8 % hors exceptionnels) dans toutes ses activités, en France comme à l'étranger. La progression des revenus de la banque commerciale France (+ 3,6 %), qui contribue pour les deux tiers à la croissance du PNB de la BRED, est rendue possible par l'intensification de notre stratégie de Banque sans distance et les transformations menées depuis plusieurs années visant à apporter toujours plus de valeur ajoutée à nos clients.

Pendant la pandémie, nous nous sommes mobilisés pour assurer le service essentiel qu'est la banque commerciale, service que chacun de nos clients est en droit d'attendre et qui est de surcroît indispensable au bon fonctionnement de la société et de son économie. Assurer le service des paiements tant pour les particuliers et pour les entreprises que les institutionnels, reporter les échéances de crédit dans les secteurs en difficulté, mettre en place de nouveaux prêts nécessaires pour que les entreprises, à commencer par les TPE et PME, puissent continuer à vivre et, pour certaines d'entre elles, survivre dans cette période.

Tous nos collaborateurs se sont mobilisés et toutes nos agences sont restées ouvertes. Il était en effet primordial de répondre présent à chacun de nos clients et d'assurer une relation de proximité la plus forte possible avec chacun d'eux, particuliers, commerçants, artisans, professions libérales, entreprises petites ou grandes. Pour être à leurs côtés et les accompagner dans cette période aussi.

C'est ce lien-là, ce lien humain, qui constitue une des richesses fondamentales de notre métier. Nos valeurs coopératives, notre engagement au service de l'économie, de nos territoires, et des hommes et des femmes qui œuvrent quotidiennement à leur dynamisme, font plus que jamais sens.

À l'étranger aussi, nous avons maintenu la croissance de notre PNB (+ 3,5 % hors effets de change), tant dans la Corne de l'Afrique qu'en Asie du Sud-Est et dans le Pacifique Sud ; ces territoires ont connu une pandémie de moindre ampleur qu'en Europe et ont réussi à soutenir leur économie malgré, pour certains d'entre eux, un tourisme en berne résultant de la fermeture des frontières. Nos activités de financement du négoce international se sont également bien portées.

Nous avons poursuivi nos investissements pour apporter davantage de fluidité dans les parcours clients et améliorer notre modèle de relation globale de proximité.

## OLIVIER KLEIN

Directeur général

« LA CRISE CONFORTE NOTRE STRATÉGIE  
DE BANQUE SANS DISTANCE »



“

LE LIEN HUMAIN  
CONSTITUE UNE  
DES RICHESSES  
FONDAMENTALES  
DE NOTRE MÉTIER.

”





## NOS CLIENTS ONT PLUS QUE JAMAIS BESOIN DE PROXIMITÉ RELATIONNELLE

Le coefficient brut d'exploitation de la BRED se maintient à 60,1 % et reste l'un des meilleurs du secteur bancaire français.

L'intervention de l'État et de la Banque centrale européenne a permis de protéger l'économie jusqu'alors, permettant à la BRED de ne pas connaître d'augmentation de provisions pour risque de crédit constaté. Cependant, des provisions ont été réalisées pour anticiper les difficultés financières que certains secteurs économiques rencontreront à l'avenir. Il en ressort un résultat net de 270 M€, en repli de 11,9 %, traduisant de très bonnes performances au vu du contexte.

Ces résultats et la solidité de la BRED, avec un ratio de solvabilité de 17,3 %, attestent de la capacité de la BRED à accompagner la reprise économique.

### On parle beaucoup du « monde d'après ». La crise remet-elle en cause le modèle de la BRED ?

Je ne suis pas certain qu'il y ait un « monde d'après ». La pandémie accélère fortement les transformations qui étaient déjà en cours auparavant. Dans le secteur bancaire, le contexte persistant des taux bas, conjugué au risque de désintermédiation partielle, continue de peser sur la rentabilité. Le mouvement de repli déjà observé chez plusieurs banques, avec la réduction d'un nombre croissant d'agences et de conseillers bancaires, s'intensifie. L'évolution du comportement des clients, qui fréquentent de moins en moins les agences pour effectuer leurs opérations du quotidien, influencée en cela par la révolution digitale, s'est encore accentuée avec la pandémie.

À la BRED, la crise conforte notre stratégie de Banque sans distance. Elle a montré la pertinence de notre ancrage territorial et de la relation globale de proximité que nous entretenons et intensifions

avec chacun de nos clients, sur chacun de nos territoires. Si le digital a profondément modifié les usages, nos clients sont de plus en plus en attente de conseils à forte valeur ajoutée, que ce soit dans nos agences ou à distance.

C'est pourquoi nous avons généralisé à l'ensemble de notre réseau les « agences 100 % Conseil ». Concrètement, nos clients sont ainsi assurés de l'entière disponibilité et de l'écoute de leurs conseillers. Ils ressortent de ce rendez-vous – physique ou téléphonique – avec des réponses précises et approfondies à leurs besoins, quel que soit le degré d'expertise que requièrent ceux-ci. Nos conseillers sont continuellement formés pour parfaire leur expertise sur le type de clientèle qu'ils couvrent et ainsi gagner en valeur ajoutée et en proactivité.

Nous développons aussi de nouvelles solutions d'accompagnement, plus complètes, pour nos clients dans leurs projets de vie et d'entreprise. En 2020, nous avons été la première et seule banque à proposer à nos clients professionnels une plateforme de services extra-bancaires totalement intégrée à leur espace de gestion de compte et répondant à la fois aux impératifs de sécurité, de praticité et de valeur ajoutée que recherchent nos clients. Ces services vont s'enrichir et se développer pour la clientèle des particuliers.

La pandémie accélère fortement les transformations qui étaient déjà en cours auparavant.





Cette stratégie s'accompagne de forts investissements dans les innovations technologiques. Tout est mis en œuvre pour libérer les conseillers des tâches répétitives sans valeur ajoutée. Cette approche est valable sur l'ensemble de la chaîne de valeur de la BRED, afin de valoriser les expertises métier et renforcer les synergies, toujours au service de nos clients.

Notre taille est d'ailleurs un atout majeur et différenciant puisqu'elle nous permet de mettre au service de nos clients notre puissance financière et d'expertise, tout en assurant une proximité relationnelle de qualité et facilitant le croisement fertile de l'ensemble de nos savoir-faire.

Au final, nous sommes là où nous attendent légitimement nos clients. Nous sommes restés fidèles à notre cœur de métier : accompagner nos clients, avec une vision de long terme, dans leurs projets de vie et d'entreprise.

**En tant que banque, nous aurons la responsabilité de continuer à faire notre métier au mieux, alignés sur nos valeurs coopératives, pour soutenir nos clients – entreprises comme particuliers – et ainsi contribuer avec eux au développement soutenable des territoires qui sont les nôtres.**

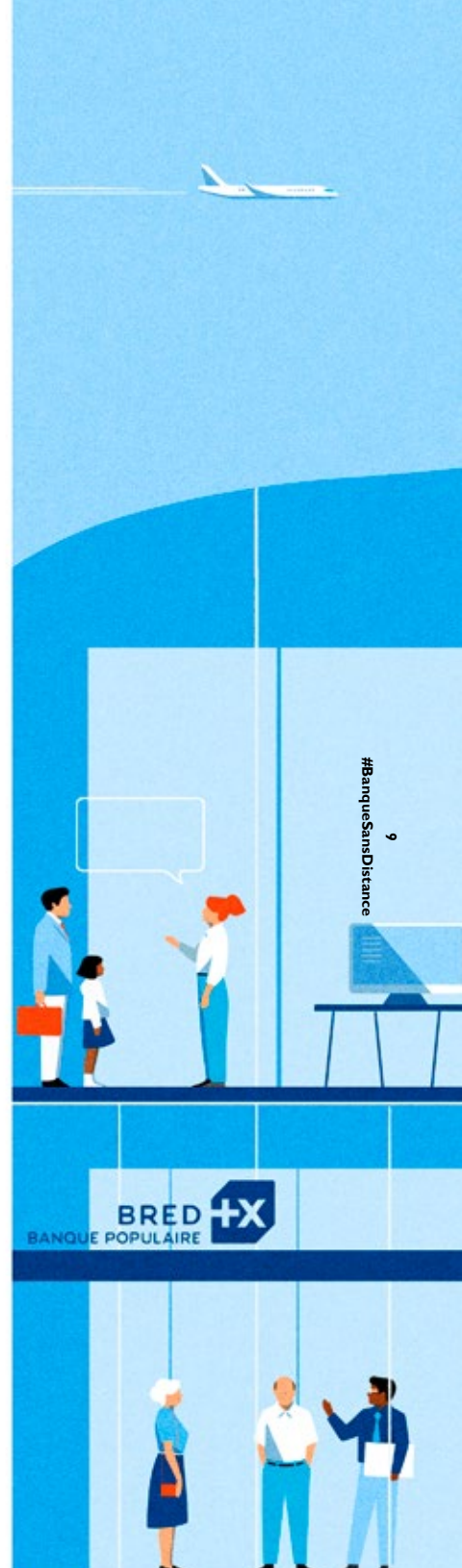
### Comment voyez-vous la sortie de crise ?

Les mesures prises par l'État pour soutenir les entreprises et les ménages face aux effets économiques et humains potentiellement dévastateurs de la pandémie étaient indispensables. Les États ont donc pris les bonnes mesures, avec la réactivité qui s'imposait à la situation.

Nous n'aurons une vision plus claire de la réalité économique et des difficultés des entreprises comme des ménages qu'après le retrait progressif des soutiens en cours. La force des politiques de relance et d'avenir nationales et européennes permettra, nous l'espérons, avec la diffusion du vaccin, de rebondir avec un taux de croissance très significatif dès 2021.

Il sera nécessaire de soutenir la croissance également en menant des politiques structurelles qui favorisent la libération des potentiels – ils sont nombreux – de croissance de notre pays.

En tant que banque, nous aurons la responsabilité de continuer à faire notre métier au mieux, alignés sur nos valeurs coopératives, pour soutenir nos clients – entreprises comme particuliers – et ainsi contribuer avec eux au développement soutenable des territoires qui sont les nôtres.



**BRED**   
BANQUE POPULAIRE

## PASSEPORT POUR LA PROXIMITÉ

**La Banque sans distance**, c'est la formule qui incarne la promesse faite à chaque client d'apporter toujours plus de valeur à la relation. C'est la conviction qu'être parmi les meilleurs dans le numérique est une condition nécessaire mais pas suffisante pour satisfaire ses clients et contribuer au développement de l'économie et des territoires. La Banque sans distance, c'est faire le choix d'une proximité relationnelle toujours plus forte, accompagnée d'un conseil à forte valeur ajoutée, en investissant dans l'humain.

C'est abolir les distances, physiques comme relationnelles. C'est s'appuyer sur le triptyque proximité relationnelle, décisionnelle et managériale.

Cette philosophie d'action se retrouve dans chacun des territoires où nous sommes implantés, en Métropole comme en outre-mer, ainsi que dans les pays émergents, et quelle que soit la clientèle, particuliers, de gestion privée, professionnels, entreprises de toutes tailles, institutionnels, etc.

En 2020, la BRED apporte encore plus de valeur ajoutée à ses clients et de praticité dans la relation à travers deux innovations uniques à ce jour en France.

### ▼ — AGENCES 100 % CONSEIL

La BRED reçoit ses clients sur rendez-vous. Pour répondre aux nouvelles attentes des clients qui sont de plus en plus autonomes pour les opérations courantes et plus que jamais en demande de conseil, la BRED les accueille sur rendez-vous, physiquement ou par téléphone. Les clients sont ainsi assurés de la disponibilité de leurs conseillers et ces derniers, dont l'expertise est continuellement renforcée, sont davantage proactifs dans l'accompagnement des clients.



### ▼ — BRED SERVICES PRO+

La BRED est la première banque française à proposer aux professionnels, via une seule interface et une authentification unique, des services et outils digitaux innovants, complets et sécurisés afin de simplifier la gestion administrative de leur activité et leur permettre de se consacrer davantage au développement de leur chiffre d'affaires.



## AU CŒUR DE NOTRE CULTURE COOPÉRATIVE

Notre modèle coopératif nous apporte une vision de long terme de la relation bancaire, une proximité particulière avec nos territoires et donne la primauté à la relation humaine. Il constitue le sens de notre engagement envers nos clients, sociétaires, partenaires et collaborateurs, pour contribuer de manière durable au développement de nos territoires.

### Un soutien fort au développement durable de nos territoires

La BRED contribue au développement durable de ses territoires, tant les liens sont forts entre les banques coopératives et les régions dans lesquelles elles exercent leur métier. Une banque solide et engagée économiquement contribue à la croissance et à l'emploi de son territoire, autant qu'un territoire en bonne santé et en croissance permet à ses banques régionales de bien se développer. Cette convergence est essentielle.

En 2020, nos encours de crédit ont progressé de 17 % pour s'établir à 25,3 milliards d'euros.

### Une gouvernance centrée sur nos clients

Les sociétaires sont les seuls détenteurs du capital social de la BRED et ils sont tous clients. Notre modèle coopératif assure notre indépendance par rapport aux marchés financiers. Ainsi, l'activité de la banque reste au seul service de ses clients et de ses territoires, conformément à sa raison d'être. La mise en réserve de 95 % des bénéfices renforce le socle de son développement futur, dans une perspective de long terme.

Les sociétaires sont régulièrement conviés à des réunions d'information et d'échanges.

Le Conseil d'administration est constitué de 18 clients sociétaires représentatifs de la diversité des territoires de la BRED et de l'activité de sa clientèle, ainsi que de 2 collaborateurs. Le Conseil détermine en particulier les orientations stratégiques.

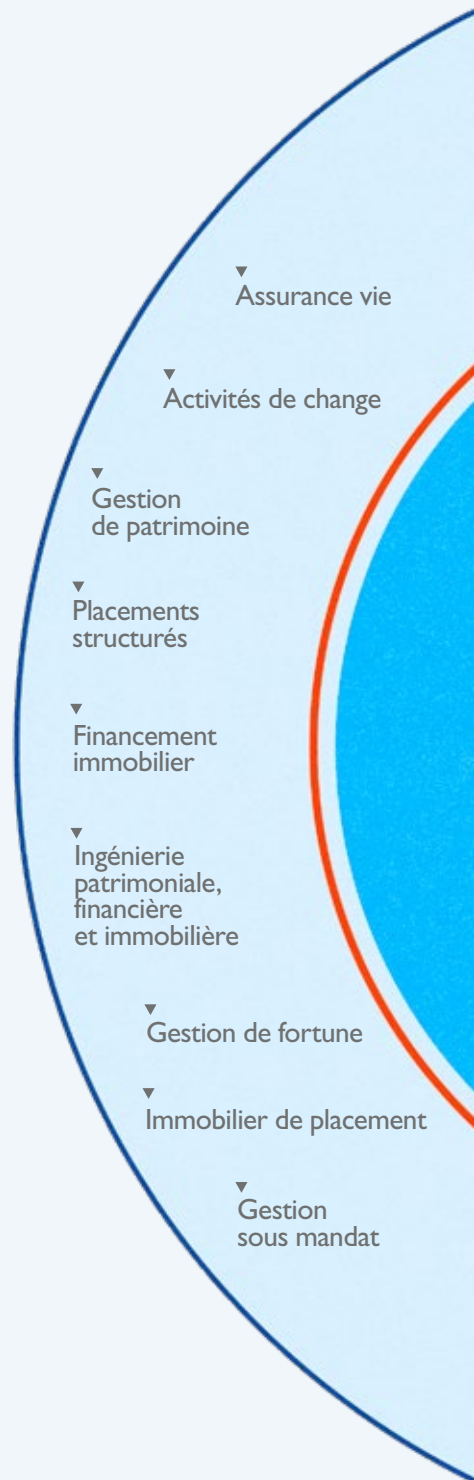


BRED  
BANQUE POPULAIRE

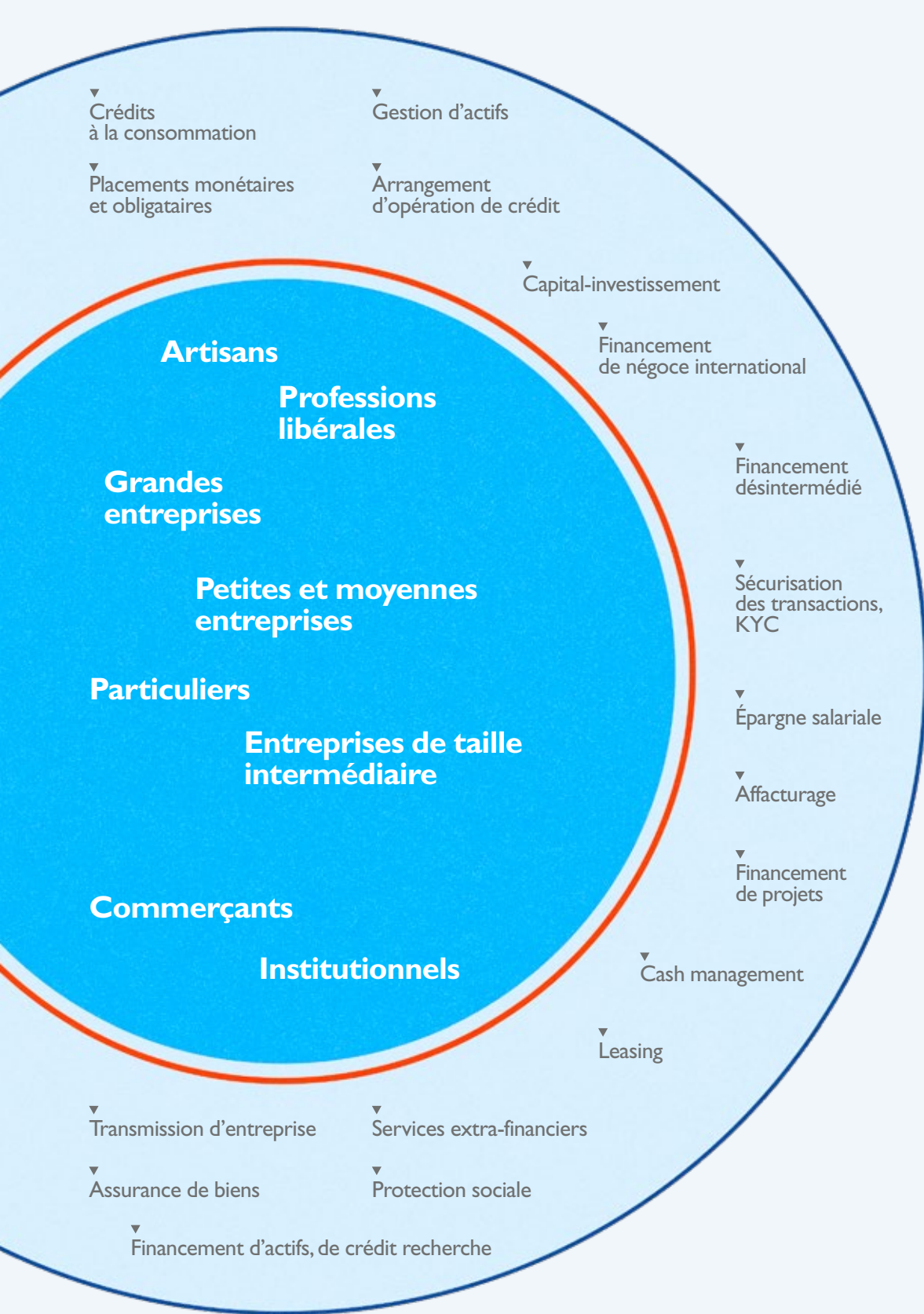


## EXPERTISES ET VALEUR AJOUTÉE POUR TOUS NOS CLIENTS

Fidèle à ses valeurs et convaincue que le futur de la banque réside dans la proximité relationnelle et le conseil, la BRED cultive avec force la préoccupation constante de la valeur ajoutée apportée à tous ses clients, qu'ils soient particuliers, patrimoniaux, professionnels, institutionnels ou entreprises de toutes tailles. La diversité de ses expertises et de ses métiers couplée à son réseau, sa salle des marchés et ses filiales en font une banque complète en capacité d'offrir à ses clients tous les services d'un grand groupe, en France comme à l'international.







## NOTRE TRAJECTOIRE INTERNATIONALE

3 QUESTIONS À...

**STÉPHANE MANGIAVACCA** – DIRECTEUR DE L'INTERNATIONAL

### ▼ « LA BRED CONSOLIDE SON POSITIONNEMENT À L'INTERNATIONAL EN Y RENFORÇANT LE DÉPLOIEMENT DE SON MODÈLE DE BANQUE SANS DISTANCE QUI FAIT SON SUCCÈS EN FRANCE »

#### Quel bilan tirez-vous de l'activité de banque à l'international en 2020 ?

Un bilan très positif malgré la singularité de cette année. Nous avons en effet poursuivi la belle dynamique engagée depuis plusieurs années. Le PNB de nos banques commerciales universelles à l'étranger a ainsi augmenté de 2,3 %, porté en particulier par nos activités en Suisse, au Cambodge ou encore à Fidji. La Covid a touché de manière inégale les territoires sur lesquels nous sommes implantés. Dans ce contexte, certaines économies se sont montrées particulièrement résilientes, par exemple à Djibouti. Nous avons continué de servir nos clients institutions financières internationales. Par ailleurs, l'activité de financement du négoce international de notre filiale BIC BRED Suisse connaît une forte croissance qui témoigne de sa capacité à servir un nombre croissant de clients tout en maîtrisant le risque de crédit.

#### Quelle est la stratégie de la BRED à l'international ?

La BRED consolide son positionnement à l'international en y renforçant le déploiement de son modèle de Banque sans distance qui fait son succès en France. Nous répondons ainsi aux attentes d'une clientèle

d'entreprises de toutes tailles et de clients particuliers à fort potentiel, exigeants, à la recherche d'une banque de conseil appliquant les meilleurs standards en matière de gestion des risques et de conformité.

#### Quelles sont vos perspectives ?

Nous sommes confiants dans notre trajectoire qui demeurera en croissance tout en limitant nos risques compte tenu de l'environnement actuel. Nous allons accélérer fortement notre développement sur des marchés à fort potentiel, en particulier au Cambodge et à Fidji.

2021 est aussi l'année du redéploiement de BIC BRED Paris qui va accompagner notamment le développement du Groupe BRED à l'étranger en intervenant en financement dans les pays d'implantation de nos filiales, ainsi que dans des pays cibles.

“  
**NOUS ALLONS ACCÉLÉRER FORTEMENT NOTRE DÉVELOPPEMENT SUR DES MARCHÉS À FORT POTENTIEL, EN PARTICULIER AU CAMBODGE ET À FIDJI.**  
 ”





## EN CHIFFRES

# 1,3 million

de clients

# 6 000

collaborateurs, dont 30 % à l'international et dans les COM

# 400

implantations en France et dans les DOM

# 75

implantations à l'international et dans les COM

# 5 Md€

de capitaux propres

# 1 283 M€

de PNB en 2020

# 270 M€

de résultat net en 2020

# 6%

de la masse salariale consacrés à la formation



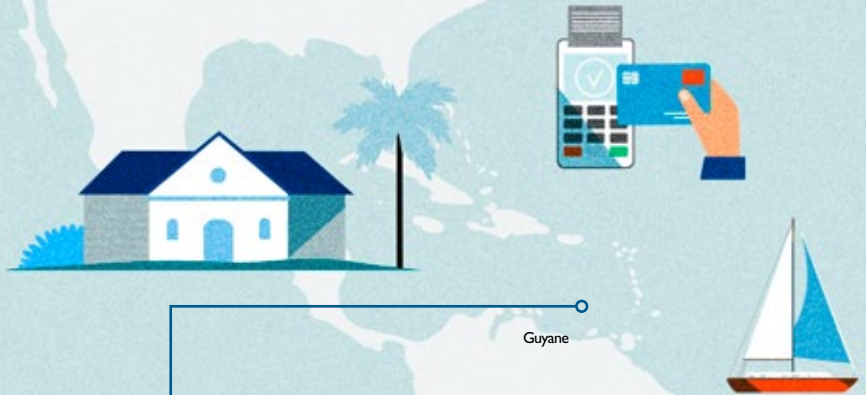
« Notre taille est un atout majeur et différenciant puisqu'elle nous permet de mettre au service de nos clients notre puissance financière et d'expertise, tout en assurant une proximité relationnelle de qualité et facilitant le croisement fertile de l'ensemble de nos savoir-faire ».

OLIVIER KLEIN  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DE LA BRED

« La BRED consolide son positionnement à l'international en y renforçant le déploiement de son modèle de Banque sans distance qui fait son succès en France ».

**STÉPHANE MANGIAVACCA**  
DIRECTEUR DE  
L'INTERNATIONAL

16  
#BanqueSansDistance



▼  
**— NOUVEAU CRC  
FORT-DE-FRANCE**

La BRED, banque coopérative ancrée dans ses territoires, particulièrement impliquée dans la vie économique et sociale de la Martinique depuis plus de 30 ans, y soutient l'emploi et le développement économique en ouvrant un centre de relation clientèle par téléphone à Fort-de-France.

Ce nouveau centre, qui complète celui de Joinville en Île-de-France et celui de Caen en Normandie, accélère encore la réactivité pour répondre aux demandes des clients.

Il est en mesure de traiter plus de 70 000 appels par an.



▼  
**EN OUTRE-MER**

**En Martinique et en Guyane**

**En Guadeloupe-Îles du Nord**





▼  
**EN EUROPE**

*BIC BRED Suisse – Banque  
Internationale de Commerce  
– Financement du commerce  
international – Suisse*

▼  
**EN MÉTROPOLE**

*En Normandie  
En Île-de-France*

▼  
**DANS LA CORNE  
DE L'AFRIQUE**

*BCIMR – Banque pour le  
Commerce et l'Industrie Mer  
Rouge – Djibouti  
Éthiopie – Bureau de  
représentation*



Djibouti  
Éthiopie

▼  
**EN OUTRE-MER**  
*À La Réunion et Mayotte*

▼  
**EN CHIFFRES**

**14 millions**

de connexions par mois sur  
BREDConnect

**96 %**

des virements sont réalisés  
via BREDConnect





Myanmar  
Laos  
Thaïlande  
Cambodge

## EN ASIE DU SUD-EST

**BFL – Banque Franco-Lao – Laos**

**BBC – BRED Bank Cambodia –  
Cambodge**

**Myanmar – Bureau de  
représentation**

**BRED IT – filiale informatique –  
Thaïlande**

## — LAOS : 10 ANS EN 2020

La BFL (Banque Franco-Lao) a fêté ses 10 ans en 2020. Cette filiale à 70 % du Groupe BRED, première banque européenne à prendre pied au Laos, a illustré sa capacité à apporter son expertise internationale en complément d'une connaissance fine du marché local. Les professionnels et entreprises ne s'y sont pas trompés et représentent 65 % de la clientèle lao. Forte des valeurs coopératives du Groupe BRED, la BFL s'est également investie dans des causes humanitaires, en particulier en faveur de l'inclusion et de l'accès à l'emploi des femmes.

## — DJIBOUTI : UN SIÈGE PLUS MODERNE

Pour accompagner sa croissance, la BCIMR se dote d'un nouveau siège sur le plateau du Marabout, quartier financier de Djibouti. Ce nouvel espace de travail vise à améliorer le confort des clients ainsi que des salariés, et comprend une nouvelle agence pour accueillir une clientèle haut de gamme.

## — NOUVEAU SIÈGE BRED RÉUNION-MAYOTTE

Le nouveau siège de la BRED Réunion se situe au 1-3 rue de Paris à Saint-Denis, en plein cœur du centre historique, en face de la mairie. Ce nouvel immeuble comprend l'agence, l'agence patrimoniale, le centre d'affaires entreprises, la direction régionale ainsi que des fonctions support, soit une cinquantaine de collaborateurs.





## — LAOS : MENTORAT ET ÉDUCATION FINANCIÈRE

La BFL (Banque Franco-Lao) s'engage auprès des communautés lao en collaborant avec l'UNFPA, une association en charge des questions de santé et d'éducation des femmes.

Dans le cadre de ce partenariat, la BFL a contribué à former une trentaine de mentors amenés à venir en aide à des femmes des communautés rurales isolées. En tant qu'acteur de l'économie, la BFL s'investit également dans l'éducation financière des plus jeunes à travers des ateliers de formation portant sur « l'accès à la finance » dont ont déjà bénéficié une centaine de jeunes filles.

## — CAMBODGE : ACCOMPAGNER LES FEMMES D'AFFAIRES

BRED Bank Cambodia a mis en place le programme Shine Better Business Academy qui vise à améliorer l'accès des femmes aux postes à responsabilités. Cette initiative offre davantage de ressources aux femmes en leur donnant accès à des conseils d'experts ainsi qu'à des réseaux pour les aider à faire prospérer leurs entreprises. « Women's Leadership Workshop », le premier atelier de 2020, a réuni 17 femmes d'affaires cambodgiennes accueillies par Eva Nguyen Binh, Ambassadeur de France au Royaume du Cambodge, et Guillaume Perdon, PDG de BRED Bank Cambodia.

## — SALOMON : RENTABLE EN 2 ANS

BRED Bank Solomon est née en 2018. Elle a su s'imposer dans le paysage bancaire local et devenir rentable en à peine 2 ans. Reprenant les fondamentaux du Groupe BRED : proximité, services à forte valeur ajoutée et innovation, BRED Bank Solomon a su convaincre ses clients en misant autant sur la présence physique avec son réseau de DAB et d'agences que sur une offre d'avant-garde en matière de banque en ligne. Des efforts couronnés de succès puisque BRED Bank Solomon est aujourd'hui la deuxième banque en termes de financement et vient d'ouvrir une agence en plein centre-ville de la capitale Honiara.

## — VANUATU : 1<sup>re</sup> BANQUE EN TERMES DE PART DE MARCHÉ SUR LES CRÉDITS

L'archipel du Vanuatu s'étend sur un ensemble de plus de 80 îles principales. Dans ce paysage, BRED Bank Vanuatu a fait le choix d'aller au-delà des villes à la rencontre de ses clients en milieu rural. Après avoir déployé le plus vaste réseau de DAB du pays, BRED Bank Vanuatu est également la seule à avoir développé sa propre plateforme de banque en ligne. Particuliers, professionnels et entreprises ont trouvé une banque solide capable de les suivre dans tous leurs projets d'investissement et de répondre à leurs besoins bancaires quotidiens faisant de BRED Bank Vanuatu la banque leader en termes de part de marché sur les crédits.

## — CAMBODGE : SOLIDARITÉ INONDATIONS

Le Cambodge a dû faire face à de nombreuses inondations durant tout le mois d'octobre 2020, provoquant un bilan lourd de conséquences : plus de 3 millions de Cambodgiens ont souffert de cette catastrophe. Solidaires des victimes, les salariés de BRED Bank Cambodia se sont mobilisés afin d'organiser une collecte de dons. Un total de 5 000 dollars a été recueilli et distribué par l'intermédiaire de la Croix-Rouge cambodgienne.



## EN OCÉANIE

**BCI NC – Banque Calédonienne d'Investissement – Nouvelle-Calédonie**

**BVL – BRED Bank Vanuatu**

**BBS – BRED Bank Solomon – Îles Salomon**

**BBF – BRED Bank Fiji – Fidji**

## FILIALES SPÉCIALISÉES

### PROMEPAR

ASSET MANAGEMENT

**Gestion d'actifs.** Depuis 1992, PROMEPAR se consacre à un seul métier : la gestion d'actifs, déclinée en multi-gestion et en gestion active de titres en direct. Ses gérants engagés et expérimentés et son organisation robuste sont destinés à servir au mieux les intérêts de ses clients.

### PREPAR-VIE

ASSURANCE

**Solutions d'assurance.** Depuis 1984, PREPAR-VIE conçoit et gère des produits d'épargne-assurance et de prévoyance vie pour particuliers, professionnels et entreprises, clients de la BRED, de ses partenaires ou d'elle-même.

### ADAXTRA

CAPITAL

**Capital-investissement.** Une vision à 360° de l'investissement non-coté permettant d'investir dans des fonds professionnels performants et des PME en croissance via l'assurance vie ou en direct.

### INGEPAR

Ingénierie - Finance - Investissement

**Arrangeur de financements structurés et de placements défiscalisés pour le développement de l'Outre-mer.** Acteur Acteur majeur sur les métiers d'ingénierie financière dans le financement de projets en Outre-mer, INGEPAR a fusionné en décembre dernier avec FIPROMER, lui permettant ainsi d'être un monteur de référence à destination du marché de la gestion de patrimoine.

### VIALINK

**RegTech** de référence, VIALINK développe des solutions technologiques de signature électronique, d'e-caution et d'automatisation des processus KYC. Tiers de confiance certifié au niveau européen, VIALINK propose ses solutions innovantes d'intelligence artificielle pour accompagner les entreprises de la finance dans l'automatisation de leurs processus d'entrée en relation via une plateforme API facilement intégrable.

### BIC - BRED (Suisse) SA

Commodity Trade Finance & Corporate Banking

**Financement du négoce international.** Présente à Genève depuis 25 ans, la Banque Internationale de Commerce – BRED (Suisse) SA, en tant que spécialiste du financement des matières premières, a pour vocation d'accompagner le développement d'entreprises de négoce actives dans les matières premières énergétiques, agricoles et les métaux.

### BIC BRED PARIS

**Financement international.** BIC BRED Paris finance des entreprises de négoce international et intervient en soutien du développement international de la BRED en financement dans les pays où le Groupe BRED est présent ou souhaite s'implanter.



## NOS HORIZONS COLLECTIFS

Portée par ses valeurs coopératives, ayant fait le choix de l'humain, la BRED s'engage aux côtés de ses collaborateurs et des hommes et des femmes qui œuvrent quotidiennement pour la cohésion sociale et le dynamisme de leurs territoires.

### Capital Humain

La BRED mène une politique qui favorise l'employabilité, l'équité, l'égalité et la diversité, en valorisant et développant les compétences de chaque collaborateur. Elle investit continuellement dans la formation et les nouvelles technologies pour que ses collaborateurs, libérés des tâches sans valeur ajoutée, puissent pleinement renforcer leurs expertises et être entrepreneurs de leurs métiers, et ainsi contribuer à la réussite collective du modèle de Banque sans distance.

### Égalité des chances et accès aux savoirs

La BRED soutient activement le monde de l'éducation et de la recherche pour permettre ainsi l'accès aux savoirs et à l'emploi. Elle est particulièrement engagée aux côtés des organisations agissant en faveur de l'égalité des chances et l'accès aux savoirs, pour faciliter l'émergence des talents et leur accès aux filières d'excellence, quelle que soit leur origine.

La BRED participe au financement de projets culturels, sociaux ou pédagogiques favorisant l'insertion professionnelle de jeunes en risque d'exclusion à travers ses partenariats avec l'Adie (l'Association pour le droit à l'initiative économique) ainsi que la Fondation des écoles de la 2<sup>e</sup> chance, dont elle est membre fondateur.

### Transition énergétique et environnement

La BRED soutient la Task Force sur le prix du carbone en Europe, car elle est convaincue que le changement climatique constitue un défi majeur pour les prochaines décennies. En accord avec cette conviction, la BRED a intégré, depuis 2018, l'analyse des risques environnementaux dans le processus de décision de crédits accordés à sa clientèle et elle mène une politique active de réduction de son empreinte carbone directe, alignée sur la trajectoire de l'Accord de Paris sur le climat.



### — ENTREPRE-NEURIAT : DES GUADELOUPÉENNES À L'HONNEUR EN 2020

La BRED soutient l'entrepreneuriat féminin en s'engageant aux côtés de HEC Stand Up. Après deux mois de formation digitale, quatre jours de formation présentielle, 35 entrepreneuses guadeloupéennes ont obtenu le certificat validant leur formation !



### — LABEL ÉGALITÉ FEMMES HOMMES

L'Afnor a renouvelé en 2020 notre label Égalité professionnelle entre les hommes et les femmes. Exigeant en termes de résultats, le label évalue les actions mises en place en matière de mixité professionnelle et reconnaît notre engagement dans une démarche d'amélioration continue.

# 92%

des congés paternité sont pris et payés à taux plein.



### — BRED SÉLECTION ISR, UN FONDS QUI PARTAGE

Promepar AM, filiale de gestion d'actifs de la BRED, a reversé une partie des frais de gestion de son fonds BRED Sélection ISR (après paiement de tous les frais administratifs externes et rétrocessions) à la Fondation des écoles de la 2<sup>e</sup> chance qui œuvre en faveur de la transmission du savoir et l'égalité des chances.

## SYNTHÈSE DES RÉSULTATS 2020

**Pour la huitième année consécutive, le produit net bancaire consolidé de la BRED progresse, pour s'établir à 1 283 M€ (+ 2,5 %) en hausse de 31 M€. Retraité des éléments exceptionnels, la croissance du PNB ressort à 2,8 %, un chiffre qui conforte les choix stratégiques du Groupe BRED.**

**« Le résultat net 2020 s'établit à 270 M€, en progression de 50 % depuis 2012. »**

Les charges d'exploitation progressent de 2,3 % en publié (2,7 % hors éléments exceptionnels), reflétant des choix volontaristes en matière d'investissements technologiques, de modernisation du réseau et de développement à l'international.

Le coefficient d'exploitation s'améliore légèrement en 2020 pour s'établir à 60,1 %, l'un des meilleurs niveaux du secteur en France.

Le coût du risque global a doublé en anticipation des conséquences économiques de la crise, le coût du risque constaté (sur encours dépréciés) étant en repli de 1,6 %.

Le Groupe BRED réalise un exercice 2020 avec un résultat net en diminution de 11,9 % s'établissant à 270,10 M€.

Les fonds propres comptables s'établissent à 5 Md€, en progression de 1,9 %.

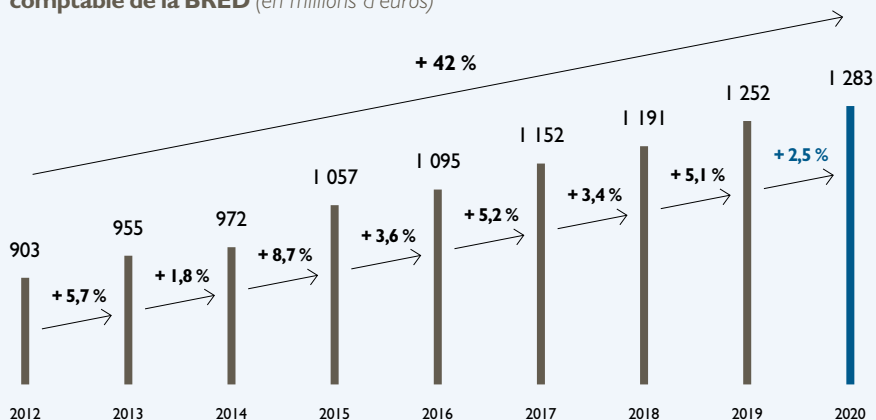
Le ratio de solvabilité CET1 ressort au très bon niveau de 17,33 % et le ratio global s'établit à 17,57 %.

Le ratio de liquidité LCR s'élève à 160 % au 31 décembre 2020 pour une exigence minimale réglementaire de 100 %.

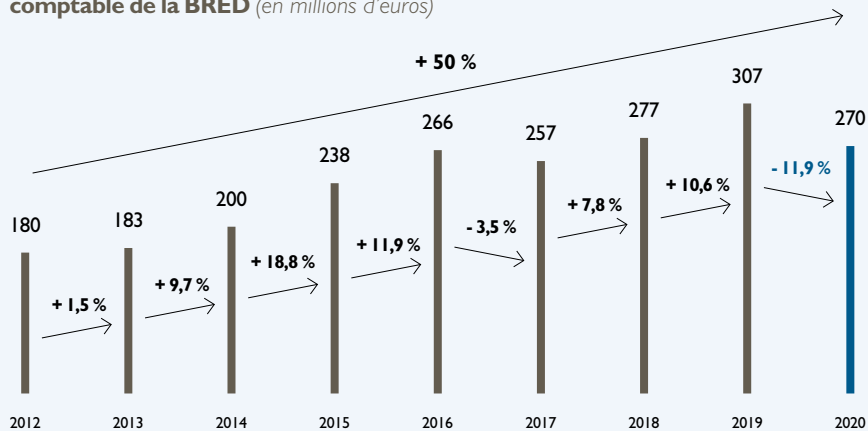
PNB consolidé  
2020

1 283 M€ + 2,5%

**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)



## SYNTHÈSE DES RÉSULTATS 2020

### CHIFFRES CLÉS DU RÉSULTAT CONSOLIDÉ

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

(en millions d'euros)

|  | 2020           | Progression     |
|--|----------------|-----------------|
| Marge nette d'intérêt et divers  | 810,3          | + 3,4 %         |
| Commissions nettes   | 472,8          | + 0,9 %         |
| <b>Produit net bancaire</b>  | <b>1 283,1</b> | <b>+ 2,5 %</b>  |
| Frais de personnel   | - 437,0        | + 1,7 %         |
| Services extérieurs - hors cotisation BPCE   | - 166,4        | - 2,2 %         |
| Impôts et taxes - hors FRU   | - 30,9         | + 2,3 %         |
| Charges de location (vision IFRS 16)   | - 29,6         | + 5,8 %         |
| Dotations aux amortissements des immobilisations hors baux                         | - 44,9         | + 7,1 %         |
| <b>Charges d'exploitation hors FRU et cotisation BPCE</b>                          | <b>- 708,7</b> | <b>+ 1,2 %</b>  |
| Fonds de résolution unique (FRU)   | - 22,2         | + 12,4 %        |
| Cotisation BPCE  | - 39,6         | + 17,6 %        |
| <b>Charges</b>   | <b>- 770,5</b> | <b>+ 2,3 %</b>  |
| <b>Résultat brut d'exploitation</b>  | <b>512,6</b>   | <b>+ 2,8 %</b>  |
| Coefficient d'exploitation   | 60,1%          | -0,1 pt         |
| <i>Coût du risque sur encours sains (strates 1 et 2)</i>                           | - 79,7         | NA              |
| <i>Coût du risque sur encours dépréciés (strate 3)</i>                             | - 81,9         | - 1,6 %         |
| <b>Coût du risque</b>  | <b>- 161,6</b> | <b>x 2</b>      |
| <b>Résultat d'exploitation</b>   | <b>351,0</b>   | <b>- 16,2 %</b> |
| Quote-part de résultat net des entreprises mises en équivalence                    | 18,9           | - 25,2 %        |
| Gains ou pertes sur autres actifs et variation de valeurs des écarts d'acquisition | 5,2            | + 37,9 %        |
| <b>Résultat avant impôt</b>  | <b>375,1</b>   | <b>- 16,2 %</b> |
| Impôt sur les bénéfices  | - 104,8        | - 25,0 %        |
| <b>Résultat net</b>  | <b>270,3</b>   | <b>- 12,2 %</b> |
| Intérêts minoritaires  | - 0,1          | - 87,3 %        |
| <b>Résultat net part du groupe</b>   | <b>270,1</b>   | <b>- 11,9 %</b> |



**Compte de résultat hors exceptionnels consolidé Groupe BRED - proforma de l'équation financière**  
(en millions d'euros)

|   | 2020           | Progression     |
|---|----------------|-----------------|
| <b>Produit net bancaire</b>                               | <b>1 265,1</b> | <b>+ 2,8 %</b>  |
| <b>Charges d'exploitation hors FRU et cotisation BPCE</b> | <b>- 708,1</b> | <b>+ 1,3 %</b>  |
| <b>Charges</b>  | <b>- 763,7</b> | <b>+ 2,7 %</b>  |
| <b>Résultat brut d'exploitation</b>                       | <b>501,4</b>   | <b>+ 2,8 %</b>  |
| Coefficient d'exploitation                                | 60,4 %         | 0,0 pt          |
| <b>Coût du risque</b>                                     | <b>- 161,6</b> | <b>x 2</b>      |
| <b>Résultat d'exploitation</b>                            | <b>339,8</b>   | <b>- 16,6 %</b> |
| <b>Résultat avant impôt</b>                               | <b>366,6</b>   | <b>- 17,8 %</b> |
| <b>Résultat net</b>                                       | <b>262,8</b>   | <b>- 16,0 %</b> |
| <b>Résultat net part du groupe</b>                        | <b>262,7</b>   | <b>- 15,7 %</b> |



[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  
Illustrations : Julie Guillem  
Crédits photos : BRED, Stéphane Lavoué, Martin  
Colombet

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 1 375 717 807,62 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.





