

PERFORMANCE • EXCELLENCE  
ENGAGEMENT • SUCCÈS

OUVERTS SUR LE MONDE



## SOMMAIRE

Résultats et progression	2
Succès et faits marquants	4
Éditorial d'Isabelle Gratiant	10
Échange avec Olivier Klein	12

### **PARTIE 01**

#### **CAPITALISONS SUR NOS SUCCÈS** 16

La BRED se développe en suivant son cap : la Banque sans distance	18
Ouverts sur le monde	22
Expertises et valeur ajoutée pour tous nos clients	24
Témoignages : la proximité en actions	26
Filiales spécialisées	33

### **PARTIE 02**

#### **NOS ENGAGEMENTS POUR RÉUSSIR ENSEMBLE** 34

Engagements sociétaux et environnementaux	36
La BRED partenaire principal de la Transat Jacques Vabre	38
Engagements humains	40

Synthèse des résultats 2021	42
-----------------------------	----

PROFIL

# LA BANQUE SANS DISTANCE



La BRED est une banque coopérative, forte de 200 000 sociétaires, de 5,8 milliards d'euros de capitaux propres et de 6 300 collaborateurs – dont 30 % à l'international 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 2021, la BRED a réalisé un PNB consolidé d'1,46 milliard d'euros (+ 13,5 %) et son résultat net s'établit à 412 millions d'euros, en progression de 52,7 %.

.....  
**200 000** SOCIÉTAIRES

**5,8 MILLIARDS D'EUROS**  
 DE CAPITAUX PROPRES

.....  
**6 300 COLLABORATEURS**  
 DONT 30 % À L'INTERNATIONAL  
 ET DANS LES COM

.....  
**1,3 MILLION** DE CLIENTS

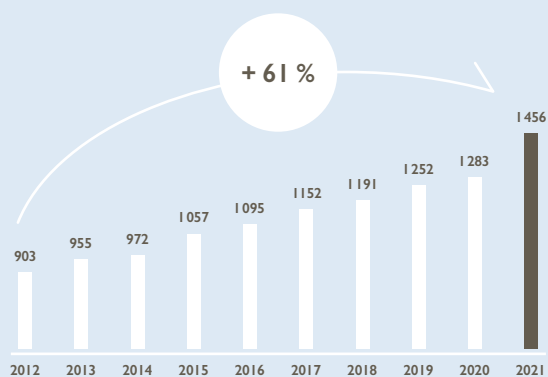
.....  
**400 IMPLANTATIONS**  
 EN MÉTROPOLÉ ET DANS LES DOM

.....  
**75 IMPLANTATIONS**  
 À L'INTERNATIONAL

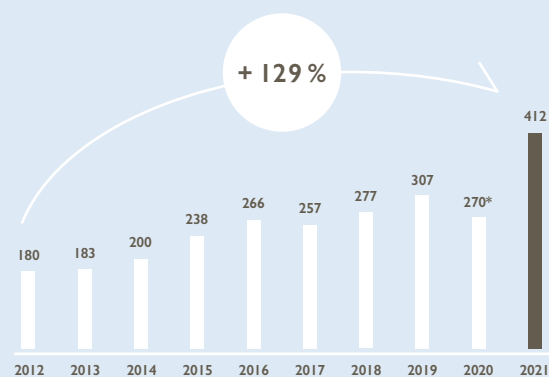
# 2021, DES RÉSULTATS EXCELLENTS

## UNE TRAJECTOIRE REMARQUABLE DEPUIS 2012

Progression du PNB comptable consolidé  
(en millions d'euros)



Progression du résultat net comptable consolidé  
(en millions d'euros)



UN **PNB À 1456,1 M€**  
EN HAUSSE DE **13,5 %**

PNB DE LA BANQUE COMMERCIALE FRANCE :  
**+ 5,4 %**

PNB DE LA BANQUE À L'INTERNATIONAL  
ET COM : **+ 25,7 %**  
À CHANGE CONSTANT

UN EXCELLENT NIVEAU DU **COEFFICIENT  
D'EXPLOITATION À 55,1 %**

**412 M€**  
DE **RÉSULTAT NET**  
EN PROGRESSION DE **52,7 %**

UNE FORTE CROISSANCE  
DES **CAPITAUX PROPRES,**  
DE **14,8 %**, À **5,8 MD€**

UN TRÈS BON NIVEAU DU **RATIO  
DE SOLVABILITÉ CETI**  
À **16,5 %**

\* La baisse de 2020 est due au provisionnement prudent du coût du risque potentiellement engendré par la pandémie.

# UNE ANNÉE DE RECONNAISSANCE POUR LA BRED

LA BRED SE VOIT DÉCERNER DE NOMBREUX PRIX. AUTANT DE TÉMOIGNAGES DE SA RÉSILIENCE ET DE LA PERTINENCE DE SA TRAJECTOIRE, COMME DE SA CAPACITÉ À RELEVER LES DÉFIS AUXQUELS LES BANQUES COMMERCIALES SONT CONFRONTÉES.



## EUROPE LE GROUPE BRED, PRIMARY DEALER

La BRED fait partie des 5 banques françaises et des 39 banques européennes à avoir été retenues par la Commission européenne comme *Primary Dealer* afin de placer ses émissions de dettes dans le cadre du plan NextGenerationEU. Elle place également les dettes à court terme (moins d'un an) de l'Autriche, l'Irlande, la Belgique, les Pays-Bas et l'Estonie.



## BRED BANQUE PRIVÉE « MEILLEURE BANQUE PRIVÉE AFFILIÉE »

BRED Banque Privée obtient la mention spéciale, deuxième prix dans la catégorie « meilleure banque privée affiliée » au Sommet du Patrimoine et de la Performance. Une trajectoire de plusieurs années qui donne de très beaux résultats aujourd'hui et qui récompense la qualité de l'accompagnement des clients en gestion privée.



## ASSURANCE UNE OFFRE PLÉBISCITÉE

**Le meilleur plan d'épargne retraite individuel (PERI) bancaire du marché**  
L'approche de la BRED est récompensée avec un produit complet et aux frais limités, affichant 0,70 % par an sur la gestion des unités de compte. Une reconnaissance pour la présence d'un fonds euro-croissance efficace et pour la qualité de son offre de supports en multigestion.

**Label d'Excellence des Dossiers de l'Épargne**  
L'offre d'assurance emprunteur de notre filiale PREPAR-VIE a reçu, une nouvelle fois, le Label d'Excellence 2022 des Dossiers de l'Épargne. Un contrat qui se distingue par la qualité des prestations et des garanties.



## INTERNATIONAL LA BFL RÉCOMPENSÉE POUR SA GESTION DE LA PANDÉMIE

La BFL a reçu le prix de « Top LNCCI\* Business Leader for Year 2021 Covid-19 Response Award », décerné par la Chambre Nationale de Commerce et d'Industrie du Laos. Ce prix reconnaît la performance exceptionnelle de la BFL et de toutes ses équipes dans son engagement continu à soutenir ses clients.

\*Lao National Chamber of Commerce and Industry.



*Des offres  
et services au plus  
près des besoins  
des clients*



**INNOVATION**  
**UNE OFFRE INÉDITE**  
**DE GESTION DE COMPTE**  
**MULTIDEVISE**

La BRED propose à ses clients voyageant beaucoup une offre de gestion de compte multidevise répondant par sa simplicité d'usage aux attentes des clients. Depuis son application, elle leur offre la possibilité de gérer leurs avoirs monétaires disponibles dans les devises éligibles de leur choix, en plus de l'euro. Ceci sans frais de change ou liés aux transactions à l'étranger, ni obligation fiscale de déclaration des comptes détenus à l'étranger.



**IMMOBILIER**  
**LE GROUPE BRED**  
**ACCOMPAGNE SES CLIENTS**  
**DANS LEURS PROJETS BIEN**  
**AU-DELÀ DU FINANCEMENT**

Espace Immobilier, plateforme d'information et de services gratuite intégrée à l'application BRED, accompagne ses clients de leur projet d'acquisition immobilière à leur emménagement. Ils peuvent ainsi avoir accès à leurs comptes bancaires, ainsi qu'à des services couvrant la globalité de leur projet immobilier, via une seule interface et avec une authentification unique.

## LA BRED OUVERTE SUR LE MONDE



### **PARTAGE** **LA BRED PARTENAIRE** **PRINCIPAL DE LA TRANSAT** **JACQUES VABRE**

Le Groupe BRED est le partenaire principal de la 15<sup>e</sup> Transat Jacques Vabre qui relie pour la première fois deux territoires emblématiques du Groupe : la Normandie et la Martinique. Cette aventure humaine, partagée par les équipes de la BRED, les entreprises, les clients et les skippers, a fait vibrer les valeurs de la voile que la BRED partage : l'esprit d'équipe, l'agilité et la pugnacité. Ce sont 150 PME auprès desquelles la BRED s'est associée pour la construction du trimaran. Cette Transat a été un moment de partage fort avec les clients de la BRED au sein du village de départ. Ils ont pu découvrir et soutenir ses actions en faveur de l'enfance, de l'insertion, de l'accessibilité au sport et de l'égalité des chances.



### **RECONNAISSANCE** **LA BFL, « MEILLEURE** **BANQUE CORPORATE** **DU LAOS 2021 »**

La BFL (Banque Franco Lao Ltd), filiale de la BRED au Laos, a remporté le prix prestigieux de l'International Business Magazine Awards de « Meilleure Banque Corporate Laos 2021 ».

### **INTERNATIONAL** **SOUTENIR LA FORTE** **DYNAMIQUE** **À L'INTERNATIONAL**

Afin d'accélérer le développement de son réseau international en Asie-Pacifique, le Groupe BRED a procédé aux augmentations de capital de ses filiales BRED Bank Fiji et BRED Bank Cambodia, première banque commerciale européenne au Cambodge, ainsi qu'à celle de sa filiale BRED Vanuatu dans l'objectif d'accroître les parts de marché de BRED Bank Solomon.





## UNE ANNÉE D'ENGAGEMENTS



### MÉCÉNAT 10 ANS AUX CÔTÉS D'HABITAT ET HUMANISME IDF

10 ans que la BRED se porte mécène au profit de l'association Habitat et Humanisme Île-de-France et s'engage pour la 4<sup>e</sup> édition de l'Heure Solidaire qui facilite l'accès au logement à des familles et à des personnes en situation de précarité.

### EXCELLENCE ENTREPRENEURIAT FÉMININ AVEC HEC STAND UP

300 femmes ont été formées à l'entrepreneuriat, à la Martinique, en Guadeloupe et à La Réunion, dans le cadre d'un programme de formation d'excellence développé par HEC, auquel la BRED s'est associée depuis 2018.



### PARTENARIAT BREDXORCHESTRE DE PARIS

La BRED renouvelle son soutien à l'Orchestre de Paris qui, depuis dix ans, s'implique en milieu hospitalier avec l'association Musique Santé. Il propose des interventions musicales au chevet des malades, sous forme de moments musicaux adaptés à la situation de chaque malade.

### DYNAMISME UNE FONDATION POUR PARTICIPER À L'ESSOR DES COMPÉTENCES LOCALES

En mai 2021, la Banque calédonienne d'investissement, filiale de la BRED, a créé sa fondation d'entreprise. Sa mission : offrir l'opportunité aux talents calédoniens de suivre un cursus d'Excellence en métropole grâce à un accompagnement financier. L'enjeu derrière cette initiative : développer les compétences et l'expérience nécessaires pour participer à la construction et au développement de la Nouvelle-Calédonie de demain.

### DÉVELOPPEMENT CRÉATION D'ENTREPRISE

La BRED s'engage auprès des créateurs d'entreprise en soutenant l'Adie, association spécialisée dans le microcrédit accompagné, et son prix Créadie. Ce concours, qui récompense et valorise chaque année les projets remarquables de micro-entrepreneurs, met à l'honneur ceux qui contribuent au développement économique local. En juin 2021, 6 créateurs d'entreprise soutenus par l'Adie ont été récompensés par la BRED sur les territoires de métropole et en outre-mer. En Martinique, les lauréats ont notamment participé à une formation, intitulée « Je deviens entrepreneur », qui leur permet de finaliser leur projet de création d'entreprise.





**ACCOMPAGNEMENT  
TRANSITION DES  
ENTREPRISES CLIENTES  
VERS UN MODÈLE DE  
DÉVELOPPEMENT  
PLUS DURABLE**

- Au cours de l'année écoulée, la BRED a participé à plusieurs financements à impact destinés à la fois à financer la croissance de l'activité de ses entreprises clientes et à les accompagner dans leur transition vers un modèle de développement plus durable, grâce à la prise en compte d'objectifs de développement durable, intégrés dans le contrat de prêt.
- En 2021, la BRED a intégré une analyse de risques ESG dans le cadre de plus de 300 décisions de crédit d'un montant supérieur à 1 M€, concernant des entreprises clientes, conformément à sa politique de crédit.



**PROXIMITÉ  
SIGNATURE RÉGION  
ENTREPRISE : LA BRED  
MOBILISÉE POUR LES  
TERRITOIRES**

Les deux directions régionales Normandie Ouest et Normandie Est ont signé une convention de partenariat avec la Chambre régionale des Métiers et de l'Artisanat de Normandie, impulsant ainsi différentes actions de proximité dans l'appui aux projets des artisans locaux de leur installation à leur développement.

**HABITAT  
ÉNERGIES RENOUVELABLES**

La BRED est mécène de Sol Solidaire qui permet de réduire la consommation énergétique des logements sociaux en finançant l'installation de panneaux solaires.

L'équipe commerciale de l' Eure mettant à l'honneur le lauréat normand du prix Stars & Métiers 2021, destiné à promouvoir l'excellence et l'innovation dans l'artisanat.

**APPRENTISSAGE  
LA BRED POURSUIT SON  
ENGAGEMENT DANS  
L'ALTERNANCE**

La BRED se mobilise pour un apprentissage ancré en situation de travail et pour assurer une insertion durable. En 2021, elle totalise 300 contrats en alternance. Depuis 2020, 43 % des alternants ont continué au sein de la BRED et 20 % ont signé un contrat de travail à l'issue de leur alternance.



Réunion de formation et d'intégration dédiée aux alternants.

## LA PROXIMITÉ, SOURCE DE RÉSILIENCE ET DE PERFORMANCE

### ISABELLE GRATIANT

#### PRÉSIDENTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

**Les très bons résultats de la BRED sont le fruit des efforts de ses équipes, efforts continus et soutenus, pour accompagner ses sociétaires et ses clients tout au long de cette année marquée par la crise sanitaire.**

Ces résultats s'inscrivent dans la durée et confortent supplémentaires-ment ses moyens de développement en France et à l'international.

Guidée par ses valeurs coopératives, la BRED pense et agit sur un temps long. C'est en y étant fidèle que la BRED peut soutenir sereinement ses clients confrontés aux réalités économiques et sociales, aux exigences de la vie quotidienne et à la nécessité d'envisager l'avenir.

*La BRED se maintient  
aux côtés de chaque  
client, de chaque  
sociétaire, sur tous ses  
territoires*


---

Son statut de coopérative permet à la BRED, loin de la pression des marchés financiers, de préserver son modèle de banque relationnelle de proximité, à travers un ancrage territorial fort, d'être à l'écoute de ses sociétaires et clients, de s'adapter en permanence, d'anticiper, de conduire le changement qu'imposent les mutations économiques, sociales et environnementales.

L'une de ses singularités ? Le souci de la proximité : certaines banques ferment leurs agences et réduisent le nombre de leurs conseillers. La BRED les souhaite disponibles pour ses clients.

La BRED se maintient aux côtés de chaque client, de chaque sociétaire, sur tous ses territoires, avec un engagement accru outre-mer et une volonté sans faille d'être présente à l'international. Cette proximité et cet ancrage territorial permettent à la BRED d'avoir une connaissance fine des acteurs et des enjeux régionaux. La pandémie a été un révélateur de tendances, – le recours accru au digital en atteste –, mais elle a surtout rappelé que la relation humaine demeure primordiale, le digital étant au service de l'humain. Des investissements continus sont effectués pour la formation des conseillers, la rénovation des agences et le déploiement d'outils digitaux afin de renforcer le modèle de banque de proximité.

Ainsi, avec le soutien de ses clients sociétaires qui, une nouvelle fois, ont manifesté leur attachement à son modèle coopératif en souscrivant à l'augmentation de capital, portée par ses valeurs coopératives, la BRED s'apprête à relever les défis à venir en défendant une conception de l'économie qui conjugue performance et attention à l'humain dans son environnement local et régional.



“La relation humaine  
demeure primordiale,  
le digital étant au service  
de l’humain.”

---



## AU-DELÀ DES RÉSULTATS, LA PERTINENCE D'UN MODÈLE

# OLIVIER KLEIN

## DIRECTEUR GÉNÉRAL

### Quels ont été les résultats du Groupe BRED en 2021 ?

En 2021, le Groupe BRED a enregistré d'excellents résultats, avec un PNB qui s'établit à 1 456 M€ et un résultat net de 412 M€, en progression respectivement de 61 % et de 129 % depuis 2012. Le coefficient d'exploitation du Groupe BRED de 55,1 %, comme l'évolution de ses fonds propres, soulignent toute l'efficacité et la solidité de notre banque et sa capacité à contribuer avec ses clients au développement de ses territoires.

Ces succès sont portés par l'ensemble de nos activités, et notamment par la banque commerciale en France qui enregistre en 2021 une augmentation de ses revenus de 5,4 % et une progression cumulée continue de 50 % depuis 2012, surperformant ainsi largement le marché. À l'international aussi, le Groupe BRED a consolidé son positionnement avec un PNB en croissance de 25,7 % à change constant, en dépit de la fermeture des frontières liée à la pandémie dans certains de nos pays d'implantation. Enfin, notre salle des marchés a maintenu un très bon niveau de résultat.

2021 s'est aussi imposée comme une année de reconnaissance pour la BRED. Elle a notamment été retenue par la Commission européenne pour placer ses émissions obligataires, a obtenu le deuxième prix dans la catégorie « meilleure banque privée affiliée » au Sommet

*2021 s'est imposée  
comme une année  
de reconnaissance  
pour la BRED*

---

du Patrimoine et de la Performance, a été récompensée avec le meilleur plan d'épargne retraite individuel bancaire du marché, et a reçu le label d'excellence des Dossiers de l'Épargne. Sans oublier sa filiale au Laos désignée comme meilleure banque corporate du pays.

Mais, au-delà des chiffres et des prix de 2021, ce que je retiens avant tout de cette année, ce qui constitue notre principal motif de fierté collective, c'est la pertinence d'une stratégie initiée depuis dix ans : la Banque sans distance, qui a donné naissance ces dernières années à la « Banque 100 % conseil ». Cette stratégie s'impose comme la source d'une résilience sans précédent dans un contexte toujours aussi contraint par la structure des taux d'intérêt, la révolution technologique aussi bien que plus récemment par la crise sanitaire. Elle nous a éclairés lors de chaque prise de décision pour combiner protection des collaborateurs, accompagnement des clients et soutien aux territoires. C'est elle, appliquée à chacun de nos métiers, qui nous a permis d'obtenir une trajectoire remarquable sur ces dix dernières années.

### En quoi la puissance de cette stratégie de Banque sans distance réside-t-elle ?

Derrière ce cap et au socle de notre culture de l'efficacité, figure une philosophie pluridimensionnelle de la proximité et de la valeur ajoutée.

La proximité relationnelle avec les clients, tout d'abord, que nous nous sommes efforcés ces dernières années de renforcer et d'améliorer significativement. En effet, la Banque sans distance témoigne de la capacité du Groupe BRED à répondre aux attentes toujours plus fortes des particuliers, professionnels et entreprises de toute taille – tant en termes de relation globale durable que de services et de conseils. Elle témoigne de la relation de confiance que nous nous employons à développer sans cesse davantage : confiance dans notre aptitude à accompagner durablement nos clients dans leurs projets de vie ou d'entreprise. Confiance aussi dans notre capacité à répondre à leurs besoins de financement, de solidité des placements et de protection de leurs données.

Cette philosophie touche aussi la proximité avec les territoires. Nous sommes une banque coopérative dont le rôle auprès des territoires sur lesquels nous sommes implantés en France comme à l'international est particulièrement fort. Nous sommes liés à eux par une osmose, une convergence d'intérêts. Si l'un de nos territoires dégage un jour une plus faible rentabilité que d'autres, l'épargne qui y a été collectée ira financer les développements de projets sur ces mêmes territoires, et ne sera pas affectée à un autre territoire permettant une meilleure rentabilité.

La troisième dimension de la proximité est décisionnelle ; nos clients connaissent les responsables finaux de la BRED comme de ses filiales bancaires, et les décisions y sont prises au plus près du terrain.

Enfin, proximité managériale, qui est tout aussi cruciale, car la banque commerciale est un métier de conseil et la capacité à mobiliser les équipes au profit des clients est différenciante. Nos collaborateurs sont impliqués dans la stratégie, nous leur fournissons des clés pour non seulement la comprendre mais aussi pour en être les acteurs.

La valeur ajoutée du conseil à tous nos clients est l'un des fondements mêmes de notre stratégie. Les clients, mieux informés et plus exigeants, attendent des conseillers dédiés à leurs spécificités et très compétents. Ce que le Groupe BRED s'efforce de proposer et qui s'est traduit par l'émergence de la « Banque 100 % conseil ».

*La proximité  
relationnelle avec les  
clients témoigne de la  
relation de confiance  
que nous nous  
employons à développer  
sans cesse davantage*

---



**Le Groupe BRED évolue dans deux univers liés mais différents : ceux de la banque transactionnelle et de la banque de conseil.**

**Comment votre stratégie de Banque sans distance vous a-t-elle guidés pour aborder des besoins convergents mais distincts ?**

La Banque sans distance, c'est la certitude qu'être parmi les meilleurs dans le numérique est indispensable mais insuffisant. L'avenir du Groupe BRED s'ancre ainsi également dans la philosophie de relation globale de proximité que nous avons évoquée.

Forts de cette conviction, nous avons réalisé un modèle de banque aussi performant dans le domaine transactionnel que les acteurs 100 % en ligne, mais avec un supplément d'âme fondamental qui permet de satisfaire en profondeur les besoins des clients : l'accompagnement personnalisé à forte valeur ajoutée. Nous nous sommes mobilisés pour intensifier la relation globale de proximité que la BRED entretient avec ses clients, sur chacun de ses territoires, en mettant au centre de nos réflexions le capital humain, qui est irremplaçable. Loin de fermer nos agences, nous les avons réorganisées pour les dédier à 100 % au conseil. Nous avons continué à former nos collaborateurs afin de parfaire leur expertise sur le segment de clientèle qu'ils couvrent et ainsi gagner en qualité de conseil, en réactivité et en proactivité.

Parallèlement, nous avons massivement investi dans les nouvelles technologies pour offrir un meilleur parcours client avec, notamment, une application de banque au quotidien reconnue comme l'une des meilleures du marché. En outre, nous avons utilisé le numérique pour libérer nos conseillers et nos fonctions supports des tâches à faible valeur ajoutée. Enfin, nous avons développé des services extrabancaires.

**En quoi le statut de banque coopérative est-il, lui aussi, une force ?**

Si notre stratégie de Banque sans distance nous guide depuis près de 10 ans, la dimension coopérative représente nos racines. Nos sociétaires sont des clients, hommes et femmes de tous horizons qui participent à la dynamique économique et sociale de nos territoires d'implantation.

*Nous avons massivement investi dans les nouvelles technologies pour offrir un meilleur parcours client*

---

Ce modèle répond aux attentes de nos clients, comme en témoigne le succès rencontré par les augmentations de capital de la BRED.

Forte de ce statut originel, la stratégie de la BRED ne dépend pas des marchés financiers, de leur volatilité, de leurs effets mimétiques, comme de la pression de très court terme qu'ils organisent.

Inscrit dans le long terme, inclusif, engagé pour les territoires, notre modèle coopératif est ainsi plus que jamais actuel, tant il répond par essence aux grandes transitions actuellement à l'œuvre, et tant il place la question de l'engagement sociétal au centre de notre modèle, de notre stratégie et de notre gouvernance.

Banque coopérative, sans distance, la BRED fait converger philosophie de la proximité et de la valeur ajoutée, culture de l'efficacité et actionnariat collectif.

Pour faire face demain aux défis à venir, elle continuera à faire vivre ce modèle de capitalisme à impact positif, partenarial, où les clients, les sociétaires mais aussi les collaborateurs, et la société dans son ensemble, figurent au cœur de sa stratégie.

PARTIE 01

CAPITALISONS  
SUR NOS SUCCÈS

## UNE STRATÉGIE DE LONG TERME, PLUS ACTUELLE QUE JAMAIS

Avec un PNB en croissance soutenue et régulière depuis 2012 ainsi que des résultats historiques en 2021, la stratégie de Banque sans distance déployée par la BRED sur l'ensemble de ses territoires d'implantation est confortée.

Restant fidèle à son cœur de métier, la BRED intensifie la relation globale de proximité à forte valeur ajoutée qu'elle entretient avec ses clients, particuliers, patrimoniaux, professionnels, institutionnels ou entreprises de toutes tailles sur chacun de ses territoires, en France et l'étranger.

Associant le meilleur de l'humain et le meilleur du digital, la BRED s'inscrit dans son temps, dans un temps long toujours au service de la satisfaction des clients.

Rénovation des agences pour une meilleure qualité d'accueil et d'écoute, investissements continus dans la formation des conseillers et les outils digitaux pour renforcer la proximité relationnelle et le conseil à forte valeur ajoutée... La BRED se mobilise et conforte sa vision singulière de son métier.

# LA BRED SE DÉVELOPPE EN SUIVANT SON CAP : LA BANQUE SANS DISTANCE

Derrière une formule, une promesse : celle d'une proximité relationnelle accompagnée d'un conseil à forte valeur ajoutée. Cette ligne directrice guide des engagements tangibles : une certaine vision du numérique et du rôle des conseillers, placés au service de cette philosophie et *in fine* des clients. Réduction des déplacements en agences, recherche à la fois d'autonomie sur les opérations courantes et d'accompagnement expert, les attentes des clients évoluent et la BRED y répond. Aussi efficace sur les opérations transactionnelles que les acteurs 100 % en ligne, elle se mobilise pour intensifier ce qui fait l'essence même de son métier : le conseil à forte valeur ajoutée.

## AGENCES 100 % CONSEIL – POUR UNE RELATION À FORTE VALEUR AJOUTÉE

Les clients sont très largement autonomes pour leurs opérations bancaires quotidiennes et se déplacent de moins en moins en agence. En revanche, ils attendent de leurs conseillers qu'ils soient disponibles pour des rendez-vous à valeur ajoutée : projet immobilier, crédit consommation, épargne, préparation de la retraite, protection des biens et de la famille... C'est pourquoi les « agences 100 % Conseil », 100 % sur rendez-vous, sont généralisées à l'ensemble du réseau de la BRED depuis 2020 en proposant des rencontres aux clients toute la journée. Cette initiative s'inscrit dans une démarche initiée en 2019, qui consacrait tous les après-midi aux rendez-vous. La BRED affiche ses ambitions : offrir plus de praticité et de fluidité à ses clients dans leur parcours, ainsi qu'une valeur ajoutée fondée sur deux piliers : l'expertise et la proactivité.

Dans les agences, les clients sont reçus par des conseillers qui sont continuellement formés pour renforcer leurs expertises et ainsi répondre à leurs besoins tout en devançant leurs attentes.

Les clients ressortent des rendez-vous avec des réponses sur mesure, précises et approfondies, quel que soit le degré d'expertise que requièrent leurs questions.

La prise de rendez-vous est grandement facilitée : elle peut s'effectuer en toute autonomie via l'application et le site internet de la BRED. Le rendez-vous peut avoir lieu aussi bien, au choix du client, en face-à-face dans l'agence qu'à distance par téléphone ou en visioconférence. La durée du rendez-vous est définie en fonction de son objet.

## L'INNOVATION AU SERVICE DU LIEN HUMAIN

La BRED place l'innovation au service de son modèle, la banque sans distance, et de son cap : intensifier la relation humaine pour satisfaire les besoins de ses clients. C'est en s'inscrivant dans cette logique que la BRED mise sur les nouvelles technologies. Elles répondent à deux types d'attentes : d'une part, la recherche de praticité, de simplicité et de fluidité et, d'autre part, la qualité de la relation client. C'est guidée par le souhait de satisfaire pleinement ces aspirations que la BRED fait continuellement évoluer son application. C'est également pour prendre pleinement en compte les souhaits de ses clients et pour offrir à ses conseillers une expérience collaborateur de qualité qu'elle a accéléré la mise en place de process et outils numériques. Une approche simplifiant le quotidien de ses collaborateurs afin qu'ils puissent consacrer encore plus de temps de qualité à leurs clients.

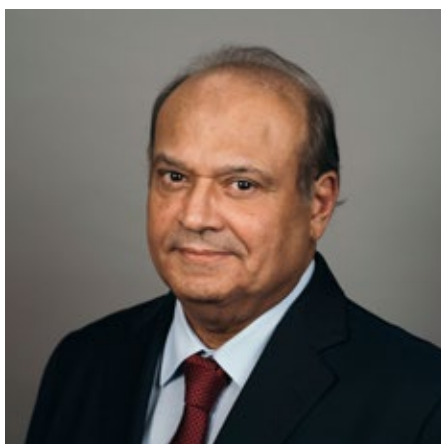
## SIMPLIFICATION DES PARCOURS CLIENTS POUR UNE PROXIMITÉ RELATIONNELLE RENFORCÉE



- Élargissement de la signature électronique à l'ensemble de nos contrats
- Automatisation des contrôles de conformité
- Dématérialisation des parcours de financements habitat et consommation
- Montée en puissance des fonctions de *middle office* pour décharger les conseillers du suivi ou du service après-vente des dossiers



- Développement d'outils s'appuyant sur l'intelligence artificielle pour automatiser et faciliter les réponses aux e-mails



*Avec le déploiement des agences 100 % conseil depuis 2020, la BRED a franchi une nouvelle étape dans la promotion de son modèle de Banque sans distance. Cette organisation nous permet de renforcer notre promesse d'excellence relationnelle, de proximité et de valeur ajoutée. Les retours des clients comme des conseillers sont très largement positifs. Les clients apprécient les avantages des rendez-vous programmés : ils n'attendent pas ; leur conseiller est plus disponible et à leur entière écoute.*

**Éric Montagne**  
Directeur Général Adjoint  
en charge du pôle commercial



*L'informatique de la BRED, en France comme à l'international, s'articule autour du besoin client et de l'innovation. Partenaires de tous nos métiers, nous avons une philosophie : nous concentrer sur le sens, le « pourquoi », plutôt que de partir systématiquement de la technologie avec l'objectif de délivrer le meilleur service aux clients.*

**Simone De Oliveira**  
Directrice Générale Adjointe  
en charge des systèmes d'information

**83 %**  
**DES FRANÇAIS**  
estiment que la banque idéale doit  
permettre à chacun de choisir entre  
services digitaux et agences en  
fonction de ses besoins  
&  
**SEULEMENT 8 %**  
préfèrent une banque  
qui propose uniquement à ses clients  
des services digitaux.

Étude FBF Ifop 12 - 2021



## SERVICES EXTRABANCAIRES : OFFRIR PLUS QUE DE LA BANQUE

La BRED intensifie la relation globale de proximité à travers des services extrabancaires innovants en parfaite adéquation avec l'univers de besoin de ses clients car pensés avec ces derniers. Ces plateformes servicielles sont intégrées à l'appli BRED ; le client a ainsi accès via une seule interface et authentification unique à ses comptes bancaires ainsi qu'à ces services.



## ESPACE IMMOBILIER

Espace Immobilier est une plateforme d'information et de services gratuits, qui accompagne les clients de la BRED de leur projet d'acquisition immobilière à leur emménagement. Gain de temps et d'argent à la clé.

## BRED SERVICES PRO+ : PLUS DE SIMPLICITÉ DANS LA GESTION ADMINISTRATIVE

La BRED a été la première banque à proposer aux professionnels 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. BRED Services Pro+ propose ainsi des outils de gestion des devis et factures, de gestion des dépenses professionnelles et de comptabilité. Ces services extrabancaires s'enrichissent continuellement et la BRED va déployer pour les clients particuliers une nouvelle plateforme dédiée à la retraite.

## LA BRED, UN TIERS DE CONFIANCE

La confiance est le socle de la relation globale de proximité que la BRED entretient avec ses clients.

L'usage croissant du digital par les clients va de pair avec un risque potentiellement plus important d'utilisation de leurs données personnelles à des fins mercantiles ou frauduleuses par des tiers. À la BRED, les clients peuvent avoir confiance dans l'usage de leurs données, car elle agit toujours dans leur intérêt, avec une éthique qui assure la confidentialité des données et un système d'information qui garantit la protection de celles-ci.

La BRED prend en compte depuis plusieurs années le risque cyber.

La stratégie de la BRED a pour objectif de protéger ses données, celles de ses clients ainsi que leurs avoirs.

Cette stratégie s'articule autour de plusieurs axes forts, lesquels lui permettent d'anticiper les nouvelles menaces, de détecter les actions illicites et de gérer dans les plus brefs délais les incidents de sécurité.

Parmi ces activités, on peut retrouver de manière non exhaustive :

- l'utilisation de services d'intelligence numérique permettant d'identifier et d'éradiquer des plagiats du site internet de la BRED, des médias sociaux visant à tromper la vigilance de nos clients et de nos collaborateurs, d'identifier les tentatives d'usage abusif de nos marques, de nos applications mobiles ;
- la sensibilisation des clients et des collaborateurs ;
- des campagnes annuelles de sécurité des systèmes d'information (SI) permettant d'identifier et de corriger les faiblesses internes et externes, de mesurer l'empreinte numérique des personnes clés de l'entreprise et d'évaluer notre maturité en matière de résilience cyber par rapport à notre secteur d'activité ;
- le recours à des chercheurs éthiques en sécurité pour évaluer, en continu, la robustesse des applications mises à la disposition de nos clients.

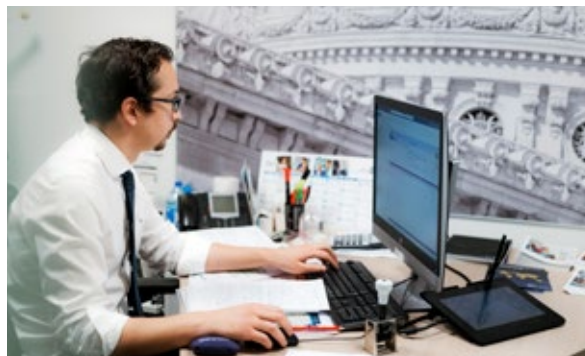


*L'innovation s'inscrit complètement dans la stratégie de la BRED. Elle doit nous permettre de renforcer l'offre de valeur et de découpler notre promesse relationnelle de Banque sans distance, en proposant des parcours clients simplifiés et fluides, tout en assurant la sécurité des process.*

**Françoise Epifanie**  
Directrice du développement

En quelques chiffres, sur l'année 2020 et 2021, ce sont notamment :

- + de 1 000 sites d'hameçonnage (phishing), fermés en moyenne, en moins de 36 heures après identification ;
- moins de 5 applications mobiles frauduleuses supprimées (Apple Store, Google Play...)
- la fermeture de plus de 500 domaines internet usurpant l'identité du Groupe BRED.



## OUVERTS SUR LE MONDE

*Conjuguer proximité et présence internationale*



La BRED séduit au-delà des frontières. Présente en Asie du Sud-Est, dans le Pacifique Sud et dans la Corne de l'Afrique, elle poursuit le développement de ses activités commerciales à l'international en déployant son modèle de Banque sans distance, en répondant à l'ensemble des univers de besoins des clients, des particuliers aux grandes entreprises, en appliquant les meilleurs standards en matière de gestion des risques et de conformité – gage de sécurité pour ces derniers. Une stratégie qui fait de la BRED un acteur de référence aux côtés des banques domestiques et lui permet de renforcer son positionnement de partenaire de premier plan dans l'accompagnement à l'international de ses clients.

Les activités à l'international et COM enregistrent une belle dynamique avec un PNB en hausse de 25,7 % à change constant, résultant de la forte croissance de son activité de banque commerciale, notamment aux îles Fidji et au Cambodge, et d'une excellente performance dans le financement du négoce international à Genève.

**75 IMPLANTATIONS**

À L'INTERNATIONAL




**+ 25,7 %**

DE PNB DU PÔLE INTERNATIONAL  
À TAUX DE CHANGE CONSTANT

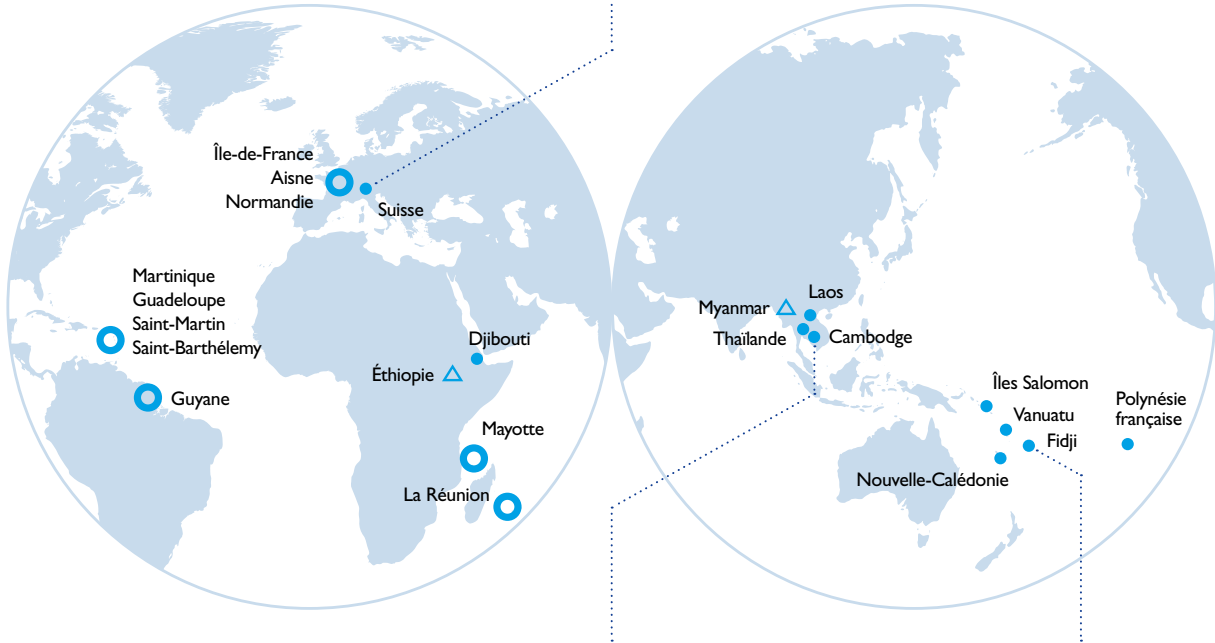
PRÈS DE

**1 600 COLLABORATEURS**



-  Banque BRED
-  Filiale ou participation
-  Bureau de représentation

BIC BRED Suisse réalise une croissance historique de son PNB de **+ 44 %**. Elle a démarré le processus d'ouverture d'une succursale à Dubaï afin de mieux accompagner ses clients locaux et développer son activité.



BRED Bank Cambodia poursuit son expansion en 2021. Pour accompagner son développement, une augmentation de capital de **35 M USD** a été réalisée en septembre 2021. Le PNB progresse significativement en 2021 de **26 %**.

BRED Bank Fiji a su développer son portefeuille de clientèle et augmenter son PNB de **44 %**.



Djibouti  
(BCIMR)



Nouvelle-Calédonie  
(BCI)



Suisse  
(BIC BRED Suisse)



Îles Vanuatu  
(BRED Bank Vanuatu)



Cambodge  
(BRED Bank Cambodia)



Salomon  
(BRED Bank Solomon)



Laos  
(BFL)



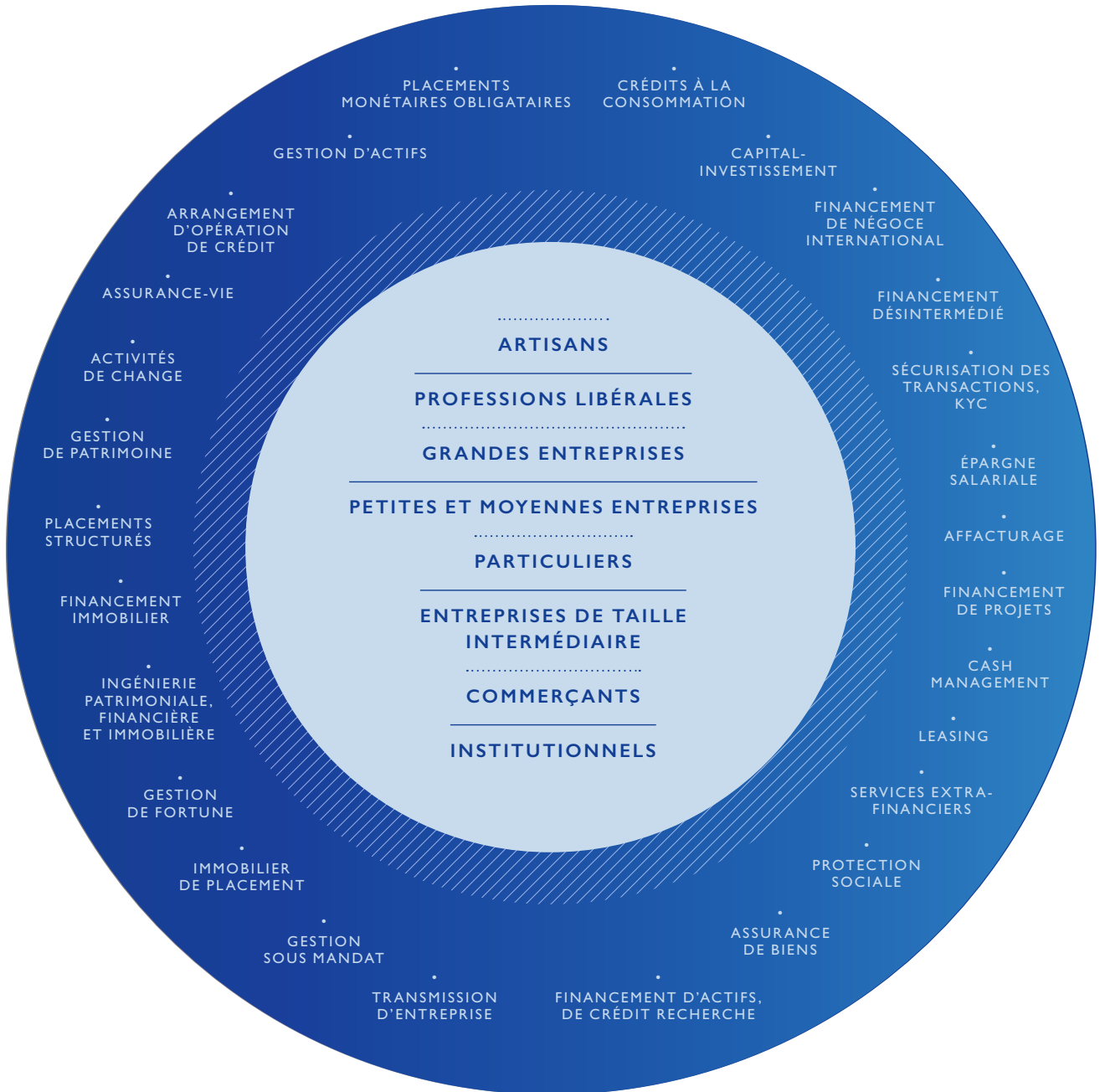
Fidji  
(BRED Bank Fiji)

## EXPERTISES ET VALEUR AJOUTÉE POUR TOUS NOS CLIENTS

*Guidée par son approche combinant proximité  
et conseil expert, la BRED affirme une  
promesse de valeur ajoutée pour tous.*

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.





## TÉMOIGNAGES



Ouverts sur le monde

Capitalisons sur nos succès

*Je suis client de la BRED depuis plus d'une vingtaine d'années au titre de l'entreprise de courtage en assurance que j'ai dirigée. J'ai plusieurs partenaires bancaires mais j'entretiens une relation privilégiée avec la BRED. Elle a su faire la différence, en étant à l'écoute de mes attentes dans la transmission à mes enfants de mes biens professionnels, en ayant une compréhension fine de celles-ci et une forte réactivité dans la mise en place du financement de mes projets immobiliers. Il y a une relation humaine et une efficacité opérationnelle fortes avec une équipe à notre service en front comme en back-office. J'apprécie également la simplicité d'utilisation de l'application bancaire pour mes opérations transactionnelles et la sécurité des process.*

**Georges Henri Levy**  
Client de BRED Gestion de Fortune

## LA PROXIMITÉ EN ACTIONS



Ouverts sur le monde

Capitalisons sur nos succès

*En 2009, j'ai poussé la porte de l'agence de Dives qui venait d'ouvrir car j'avais besoin d'un financement pour l'acquisition de mon épicerie fine. La BRED a été très réactive. C'est ainsi que ma femme et moi sommes devenus clients de la BRED. Nous sommes ravis de la qualité de la relation, très humaine, qui s'inscrit sur le long terme puisque notre conseiller nous accompagne quotidiennement depuis maintenant plus de 12 années.*

**Nicolas Cherrier**  
Commerçant, le Fils du Pövre

## TÉMOIGNAGES



*La BRED est une banque de premier ordre dans l'écosystème de Rent A Car. Cela fait plus de 15 ans que nous entretenons une relation fluide et fructueuse. La force de cette relation réside aussi dans la réactivité de la BRED, plus encore au cours de l'année 2021 où il a fallu s'adapter continuellement pour poursuivre le développement de notre activité.*

**Nadine Manic**

Directrice générale adjointe Finances & Croissance Externe  
Rent A Car

## LA PROXIMITÉ EN ACTIONS



Ouverts sur le monde

Capitalisons sur nos succès

*La BRED a su prêter une oreille attentive aux besoins de restructuration de l'entreprise en 2013 quand d'autres banques nous avaient tourné le dos. Elle est un véritable partenaire. La relation de confiance qui s'est instaurée au fil des années est primordiale pour nous accompagner aujourd'hui dans nos projets de développement.*

**François Machenaud**  
Président du Groupe Plissonneau

## TÉMOIGNAGES



Ouverts sur le monde

Capitalisons sur nos succès

*Le soutien de la BRED a été un facteur clé dans le développement du Groupe Gorgé. Le partenariat, établi dans une optique de « temps long » avec les équipes, nous a permis d'investir pour mettre au point des solutions innovantes dans les domaines de la haute technologie, et qui ont abouti à des succès commerciaux majeurs. La BRED nous témoigne aujourd'hui de sa confiance renouvelée en nous accompagnant dans l'acquisition de la société iXblue qui permettra de créer un acteur mondial de premier plan sur les technologies de pointe pour des missions critiques.*

**Raphaël Gorgé**  
Président-Directeur Général, Groupe Gorgé



## LA PROXIMITÉ EN ACTIONS



Ouverts sur le monde

Capitalisons sur nos succès

*La BRED est un partenaire de choix pour une partie des activités de gestion de trésorerie de la BEI (Banque Européenne d'Investissement). Elle dispose d'un réseau étendu et puissant à l'international dans ses activités de marchés. Depuis plusieurs années, la BRED est parmi nos 8 dealers internationaux de papier commercial et elle se positionnait en termes de volume comme notre 4<sup>e</sup> contrepartie sur le format ECP (European Commercial Paper) fin 2021. Certes, il y a une équipe dynamique au cœur de la relation, mais surtout une connexion de la BRED avec des investisseurs que nous ne touchons pas tous en direct, et notamment certaines banques centrales. Au-delà du flux transactionnel, la BRED apporte une réelle diversification de la base investisseurs et participe donc à la résilience du vecteur de levée de liquidité court terme pour les besoins de trésorerie de la BEI.*

**Éric Lamarcq**

Directeur général adjoint de la Banque Européenne d'Investissement



## FILIALES SPÉCIALISÉES

### PROMEPAR ASSET MANAGEMENT

**Gestion d'actifs.** Depuis 1992, PROMEPAR se consacre à un seul métier : la gestion d'actifs, déclinée en multigestion 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 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.



PARTIE 02

NOS ENGAGEMENTS  
POUR RÉUSSIR  
ENSEMBLE

## LE MODÈLE COOPÉRATIF, LA PROXIMITÉ DANS L'ADN DE LA BRED

Fidèle à sa vocation historique et aux valeurs coopératives qui ont conduit à sa création, la BRED est une banque au cœur de la vie économique et sociale de ses régions d'implantation.

Ses actions sont construites sur la force de son modèle coopératif qui lui assure une vision de long terme de la relation bancaire et une primauté accordée à la relation humaine. Ce modèle constitue le sens de son engagement envers ses clients, sociétaires, partenaires et collaborateurs, pour contribuer de manière durable au développement des territoires.

Son modèle coopératif est plus actuel que jamais pour répondre aux enjeux économiques, humains, culturels, réglementaires et sécuritaires.

### **Une banque qui appartient à ses clients sociétaires**

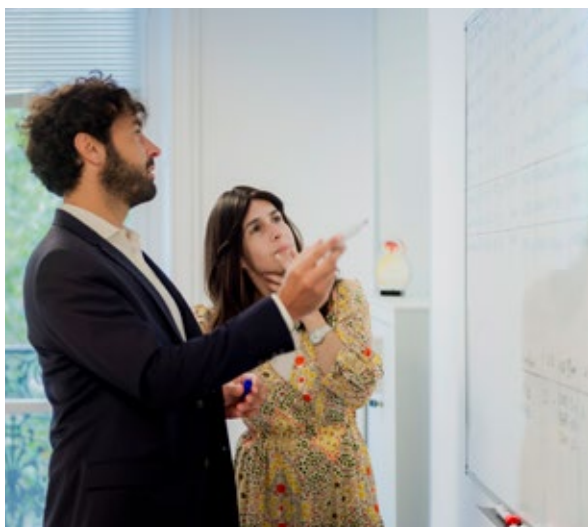
Le capital de la BRED est détenu sous forme de parts sociales par ses clients sociétaires, représentés au plus haut niveau par les administrateurs, eux-mêmes sociétaires, hommes et femmes engagés de tous horizons professionnels. Les sociétaires sont appelés chaque année à approuver les décisions importantes de la BRED lors des assemblées générales. C'est aussi tout au long de l'année, à travers des réunions régulières, que les sociétaires se retrouvent dans les agences de la BRED pour échanger sur son activité, ses projets. Ce lien s'est maintenu pendant la crise sanitaire à travers des réunions en visioconférence.

Sa gouvernance garantit ainsi une vision à long terme et une gestion équilibrée, loin de la pression des marchés financiers. Elle assure un parfait alignement des intérêts des clients et de ceux de la BRED.

L'adhésion de ses clients sociétaires à son modèle coopératif est chaque année plus forte et en témoigne le succès de l'augmentation de capital de 2021.

## ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

La BRED traduit son attachement à un développement économique responsable dans sa pratique sociale et dans les actions menées sur ses territoires. Particulièrement impliquée en faveur de l'insertion et de la solidarité, elle soutient activement le monde de l'éducation et de la recherche. L'égalité des chances, facteur essentiel de cohésion sociale dans ses territoires, constitue l'axe prioritaire de sa politique de mécénat. Derrière cet engagement, un enjeu : faciliter l'émergence des talents et leur accès aux filières d'excellence, quelle que soit leur origine sociale.



### FAVORISER L'ÉGALITÉ DES CHANCES

La BRED s'engage pour l'égalité des chances dans les zones urbaines défavorisées ou éloignées géographiquement de la capitale en s'associant au programme Campus de l'Innovation. Conçu par Philippe Aghion, ce programme s'inscrit dans le cadre d'un partenariat entre le ministère de l'Éducation nationale et le Collège de France. Il permet aux élèves de lycées issus notamment de filières techniques et implantés dans des zones défavorisées d'accéder à l'enseignement par la recherche et aux professeurs du Collège de France.

En partenariat avec HEC et sa Fondation, la BRED se mobilise dans 6 académies (Caen, Guadeloupe, Guyane, Martinique, La Réunion et Rouen), auprès d'élèves boursiers du CROUS inscrits en Classe Préparatoire aux Grandes Écoles.

Elle leur offre, tous les ans, un accompagnement individuel effectué par ses dirigeants locaux ainsi qu'une bourse d'un montant s'élevant jusqu'à 800 €.

En 2021, la BRED a soutenu le festival « Lire au Grand Large », en Guadeloupe, un événement qui permet l'accès à la lecture pour tous, et qui œuvre pour la lutte contre l'illettrisme.

### CONTRIBUER À LA CROISSANCE DE NOS RÉGIONS

Ancrée dans ses territoires, la BRED contribue à leur développement économique en accompagnant les projets de vie et d'entreprise de ses clients. En 2021, ses encours de crédit ont progressé de 15 % pour s'établir à 29 Md€. La capacité de la BRED à financer ces projets s'accroît grâce au renforcement régulier de ses fonds propres (constitués par le capital social et par la mise en réserve des bénéfices) qui ont été multipliés par 2,5 depuis 2012 et par le dynamisme de la collecte d'épargne. La totalité de l'épargne collectée est redistribuée au niveau local, sous la forme de financements. 95 % des décisions de crédit sont prises localement.

**96 % DE NOS  
FOURNISSEURS  
SONT SUR NOS TERRITOIRES**



## FACILITER L'ACCÈS À L'ENTREPRENEURIAT

Banque coopérative créée il y a plus de 100 ans par des entrepreneurs, la BRED reste fidèle à ses liens historiques avec le monde de l'entrepreneuriat en apportant son soutien à des programmes favorisant l'émergence d'entrepreneurs issus de milieux sociaux défavorisés.

Elle est partenaire depuis 25 ans de l'Adie, association pour le droit à l'initiative économique, pionnière en France dans la diffusion du microcrédit accompagné. Elle lui a renouvelé son accord en 2021, pour une ligne de refinancement d'un montant d'1,5 M€, afin de financer sa production annuelle de microcrédit. Elle est mécène des prix Créadie sur chacun de ses territoires (Île-de-France, Normandie, Martinique, Guyane, Guadeloupe, La Réunion, Mayotte) et finance le programme « Je deviens entrepreneur », une formation destinée aux porteurs de projets. À La Réunion, la BRED est partenaire de la « Fondation Fond 'Ker » qui encourage le développement économique des entreprises réunionnaises dans une logique de cohésion sociale et d'entraide.

La BRED se mobilise également pour l'entrepreneuriat féminin en finançant le déploiement du programme HEC Stand Up à La Réunion, à la Martinique et en Guadeloupe. Ce programme de formation d'excellence, innovant et gratuit, vise à développer l'autonomie et l'indépendance financière des femmes par l'entrepreneuriat. Il repose sur une pédagogie tournée vers le renforcement de la confiance en soi, le passage à l'action et l'appui d'une communauté

d'entrepreneuses. HEC Stand Up s'adresse aux femmes porteuses de projets d'entreprise, qui sont soit en situation de demandeuses d'emploi, soit gérantes d'une entreprise. En trois ans, plus de 300 entrepreneuses ont été formées à l'entrepreneuriat par HEC Stand Up, grâce au soutien financier de la BRED.

## ACCOMPAGNER LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

En partenariat avec l'association Sol Solidaire, la BRED contribue à financer l'installation de systèmes de production d'électricité par énergie solaire. Elle accompagne, au niveau local, la transition énergétique, dans le domaine du logement social et le développement de la filière française des énergies renouvelables.

La BRED est aussi partenaire du *think tank* européen pour le prix du carbone en Europe, créé par Edmond Alphandéry, ancien ministre de l'Économie.

Elle confie également le recyclage de ses matériels bureautiques et informatiques à une entreprise partenaire, appartenant au secteur adapté et protégé. Cette activité récurrente a permis de créer, au sein de l'entreprise partenaire, 7 emplois durables de personnes en situation de handicap.

La BRED est la seule banque à adhérer au fonds Eiffel Energy Transition destiné aux financements de projets de transition énergétique en Europe.

**2 080 M€** D'ENCOURS  
DE FONDS ISR COMMERCIALISÉS

**71 346 EMPLOIS SOUTENUS**  
GRÂCE À NOTRE ACTIVITÉ

## LA BRED PARTENAIRE PRINCIPAL DE LA TRANSAT JACQUES VABRE

La Transat Jacques Vabre, compétition internationale majeure, se situe au cœur des territoires de la BRED puisqu'elle a relié le port du Havre à celui de Fort-de-France. Être partenaire principal de la 15<sup>e</sup> édition de cette course transatlantique en duo a permis à la BRED de renforcer son image de banque dynamique investie dans le développement de ses territoires.

Présentes dans les villages de la Transat en Normandie puis en Martinique, les équipes ont animé des stands BRED. Une opportunité unique à portée symbolique pour renforcer la proximité avec ses clients, affirmer la vocation de la BRED de tracer un trait d'union entre ses territoires métropolitains et ultramarins, cultiver l'aventure entrepreneuriale et favoriser l'esprit d'équipe.

### UNE SÉRIE D'ÉVÉNEMENTS GRAND PUBLIC EN COLLABORATION AVEC LES ACTEURS LOCAUX

La BRED a offert une série d'événements fédérateurs, en association avec des acteurs culturels, économiques et sociaux qu'elle soutient.

Parmi les initiatives déployées, elle a financé la réalisation d'une fresque monumentale par l'artiste martiniquais Claude Cauquil. Exposée au Havre pendant la Transat, elle a ensuite été mise aux enchères au profit d'une association martiniquaise.

La BRED a aussi proposé un jeu interactif à la découverte de ses territoires internationaux, des ateliers de nœuds marins organisés en partenariat avec la Ligue de voile de Normandie, un espace pour partir à la découverte du Maxi Banque Populaire avec la maquette du bateau, ainsi qu'une machine reproduisant le mouvement du Winch. Cette dernière animation a été effectuée au profit du Deauville Sailing Club et de son opération « R'Hand et Vous avec la mer » qui permet l'accès à la mer aux personnes en situation de handicap. Le challenge : parcourir la distance séparant Le Havre et Fort-de-France avec, à la clé, une dotation pour financer les sorties « R'Hand et Vous avec la mer ».

De l'autre côté de l'Atlantique, la BRED a été partenaire de la course « Les Barrés de la Yole », défi sportif et culturel qui a permis cette année aux skippers de la transat de s'initier à la yole, embarcation traditionnelle martiniquaise, inscrite depuis décembre 2020 sur le registre des bonnes pratiques de sauvegarde du patrimoine culturel immatériel de l'humanité (UNESCO). Un nouvel engagement symbolique pour la BRED qui a participé au financement des pontons de la pointe Simon, des aménagements qui ont permis à Fort-de-France d'accueillir tous les skippers engagés dans cette 15<sup>e</sup> édition de la Transat Jacques Vabre.







Aquarelles réalisées par Thomas de Cointet, directeur des partenariats et nouveaux business BRED.

Atelier tenu pour une classe de jeunes filles d'une école martiniquaise sur le village de la Transat Jacques Vabre à Fort-de-France.



La BRED a soutenu, via un challenge générateur d'un don financier, l'association du Deauville Sailing Club, « R'Hand et Vous avec la Mer », qui favorise l'accès à la mer aux personnes en situation de handicap.



Fresque réalisée à l'occasion de la Transat Jacques Vabre par l'artiste martiniquais Claude Cauquil dont une reproduction magistrale a été affichée près du Havre. L'œuvre originale a été vendue aux enchères et la somme générée par la vente a été offerte à une association martiniquaise.

## ENGAGEMENTS HUMAINS

Dans un contexte encore marqué par la pandémie, la BRED a réussi en 2021 à atteindre ses ambitions en termes d'égalité, de diversité et de responsabilité sociale. Le développement de nos équipes est resté au cœur de nos préoccupations.

### UN EMPLOYEUR RESPONSABLE

En accord avec ses valeurs, la BRED mène une politique de recrutement favorisant la diversité et la mixité sociale. L'égalité des chances, l'insertion des personnes en situation de handicap comme la lutte contre toute discrimination sont des enjeux auxquels la BRED est sensible dans son processus de recrutement et de gestion des ressources humaines. Cela concerne notamment l'égalité hommes-femmes, à travers la recherche d'un équilibre dans les rémunérations, la formation, la promotion professionnelle et l'articulation vie professionnelle et vie personnelle. Des campagnes de communication visant à sensibiliser les collaborateurs sur ces enjeux sont régulièrement mises en place.



*La BRED est restée fidèle en 2021 à ses engagements, notamment en termes d'accueil des jeunes générations et d'égalité des chances. En 2021, malgré un contexte sanitaire toujours compliqué, la BRED a pu accueillir en France plus de 300 alternants et près de 330 stagiaires. L'occasion pour eux d'apprendre les métiers de la banque avec pour certains un contrat d'embauche à l'issue de cette première période.*

**Alban Sartori**  
Directeur des ressources humaines de la BRED





## 6 % DE LA MASSE SALARIALE CONSACRÉS À LA FORMATION

### LE CHOIX DE L'HUMAIN

Faisant le choix de l'humain, la BRED s'attache à promouvoir et à accompagner les hommes et les femmes qui œuvrent au succès de la stratégie de Banque sans distance.

Nos conseillers sont continuellement formés pour apporter le plus haut niveau de conseil attendu par les clients. La BRED déploie des solutions innovantes pour libérer les conseillers des tâches à faible valeur ajoutée et leur permettre ainsi de se consacrer pleinement au conseil.

Les nouveaux collaborateurs du réseau commercial sont formés à leur arrivée à l'École des conseillers BRED (ECB). Depuis 2014, l'École des managers BRED (EMB), en partenariat avec HEC, accompagne tous les managers de la banque, quel que soit leur métier ou leur niveau hiérarchique, dans la conduite du changement.

En 2021, notre engagement en matière de formation, malgré là encore une organisation fortement perturbée par la crise sanitaire, est resté stable et à un niveau remarquablement élevé : l'équivalent de près de 6 % de notre masse salariale

y a été consacré, soit près de quatre fois l'obligation réglementaire. Chaque collaborateur a pu bénéficier d'une ou plusieurs actions de formation dans l'année, pour monter en compétences.

Avec des résultats remarquables en 2021, les collaborateurs bénéficient également d'une dotation individuelle en participation et intéressement importante, signe de la reconnaissance pour l'engagement de tous dans la performance de la BRED.

Enfin, l'approfondissement de la gestion de carrière, notamment par une organisation renouvelée entre la direction des ressources humaines et chaque direction de la banque, nous permet d'avoir une vision globale des souhaits des collaborateurs et besoins d'accompagnement pour l'année. Ce référentiel précieux est d'ores et déjà gage d'un meilleur accompagnement pour chacun de ses collaborateurs.

# SYNTHÈSE

## DES RÉSULTATS 2021

### CHIFFRES CLÉS DU RÉSULTAT CONSOLIDÉ

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

	2021	Progression
Marge nette d'intérêt et divers	922,7	+ 14,8 %
Commissions nettes	533,4	+ 11,3 %
<b>Produit net bancaire</b>	<b>1 456,1</b>	<b>+ 13,5 %</b>
Frais de personnel	- 482,3	+ 10,4 %
Services extérieurs - hors cotisation BPCE	- 160,7	- 3,4 %
Impôts et taxes - hors FRU	- 31	+ 0,2 %
Charges de location (vision IFRS 16)	- 28,9	- 2,4 %
Dotations aux amortissements des immobilisations hors baux	- 46,8	+ 4,2 %
<b>Charges d'exploitation hors FRU et cotisation BPCE</b>	<b>- 749,7</b>	<b>+ 5,8 %</b>
Fonds de résolution unique (FRU)	- 27,5	+ 24,3 %
Cotisation BPCE	- 25,7	- 35 %
<b>Charges</b>	<b>- 802,9</b>	<b>+ 4,2 %</b>
<b>Résultat brut d'exploitation</b>	<b>653,2</b>	<b>+ 27,4 %</b>
Coefficient d'exploitation	55,1 %	- 4,9 pt
Coût du risque sur encours sains (strates 1 et 2)	- 34,2	- 57 %
Coût du risque sur encours dépréciés (strate 3)	- 89,9	+ 9,8 %
<b>Coût du risque</b>	<b>- 124,1</b>	<b>- 23,2 %</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>529</b>	<b>+ 50,7 %</b>
Quote-part de résultat net des entreprises mises en équivalence	26,9	+ 42,5 %
Gains ou pertes sur autres actifs et variation de valeurs des écarts d'acquisition	0,7	- 86,2 %
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>556,7</b>	<b>+ 48,4 %</b>
Impôt sur les bénéfices	- 142,3	+ 35,7 %
<b>Résultat net</b>	<b>414,4</b>	<b>+ 53,3 %</b>
Intérêts minoritaires	- 2	NS
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>412,4</b>	<b>+ 52,7 %</b>

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

	2021	Progression
<b>Produit net bancaire</b>	<b>1 452,9</b>	<b>+ 14,6 %</b>
<b>Charges d'exploitation hors FRU et cotisation BPCE</b>	<b>- 748,7</b>	<b>+ 6,3 %</b>
<b>Charges</b>	<b>- 802</b>	<b>+ 5,5 %</b>
<b>Résultat brut d'exploitation</b>	<b>650,9</b>	<b>+ 28,1 %</b>
Coefficient d'exploitation	55,2 %	- 4,7 pt
<b>Coût du risque</b>	<b>- 124,1</b>	<b>- 24,9 %</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>526,8</b>	<b>+ 53,7 %</b>
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>554,4</b>	<b>+ 50 %</b>
<b>Résultat net</b>	<b>412,8</b>	<b>+ 55,9 %</b>
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>410,8</b>	<b>+ 55,2 %</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  
Crédits photos : BRED, Aurélia Blanc, Martin Colombet, Frédéric Rejaudry, Stéphane Lavoué,  
Malmö Photography, iStock, et X  
Aquarelles Transat Jacques Vabre : Thomas de Cointet

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 1 495 866 772,29 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.





