

Chiffres-clés 2015

Porté par la vitalité de ses réseaux,
le groupe affiche **un solide bilan financier.**

AU SERVICE DE SES SOCIÉTAIRES-CLIENTS
DEPUIS PLUS D'UN SIÈCLE,
LE GROUPE CRÉDIT MUTUEL
AFFIRME CHAQUE JOUR **SA MODERNITÉ
ET L'EFFICACITÉ DE SON MODÈLE**

Un solide bilan financier



PNB :
16 318 millions €
Résultat net part du groupe :
3 020 millions €

Un réseau dense et entreprenant



5 752 points de vente⁽¹⁾
78 800 salariés ETP⁽²⁾
30,7 millions de clients

Une structure financière renforcée



47 055 millions €
de capitaux propres part du groupe
15,8 %
Ratio Tier one

Une activité dynamique dans un contexte de taux bas



753,9 milliards € d'épargne
328,8 milliards € de dépôts
386,0 milliards € de crédits

Acteur majeur de la bancassurance de détail en France



17,2 % de part de marché
en crédits bancaires
15,2 % de part de marché
en dépôts

3 095
millions €
résultat net total

Une progression constante en assurance



16,4 milliards €
de chiffres d'affaires
37,2 millions de contrats
+ de 14 millions d'assurés

Au premier rang des grandes banques françaises

1

15,8 % Ratio Common Equity
(CET 1) sans mesure transitoire
6,2 % Ratio de levier "full"

(1) dont 5 260 en France. (2) ETP : équivalent temps plein.

Crédit Mutuel

CHIFFRES-CLÉS
2015

30,7
millions de clients

Crédit Mutuel



Un groupe performant

Le groupe Crédit Mutuel est composé du réseau du Crédit Mutuel – qui fédère 19 fédérations et 6 caisses régionales – et de l'ensemble de ses filiales. Fort de plus de 100 000 collaborateurs, 78 800 collaborateurs et 24 000 administrateurs, il met son expertise des métiers de la finance et du service à la disposition de près de 31 millions de clients, dont plus de 28 millions de particuliers.

SOLIDITÉ

Fort de son modèle coopératif, le Crédit Mutuel place au cœur de ses préoccupations la consolidation de ses capitaux propres, conditions de la solidité financière et du financement de son développement. Les notes attribuées par les agences de notation le placent au meilleur niveau des banques françaises et font de lui un émetteur de qualité.

PROXIMITÉ

Physique ou digitale, la proximité et le sens du service sont au cœur de la relation avec le client depuis l'origine du groupe. La fluidité de l'accès à l'information, la simplicité des choix, la rapidité des opérations s'ajoutent à la volonté de proposer des produits adaptés pour toujours mieux répondre à la demande. Le groupe détient en France 15,2% du marché des dépôts et 17,2% des crédits distribués par les banques.

INNOVATION ET TECHNOLOGIE

Banque à distance et mobile, téléphonie mobile, télésurveillance résidentielle, offre monétique, services de paiements mobiles : les solutions technologiques les plus innovantes contribuent à la qualité de l'offre du groupe.

IDENTITÉ

Au service de tous les acteurs économiques, le modèle de développement du Crédit Mutuel illustre la puissance de l'initiative individuelle et son visage collectif : la coopération. Il affirme une identité forte portée par la qualité de ses marques et la confiance qu'elles inspirent.

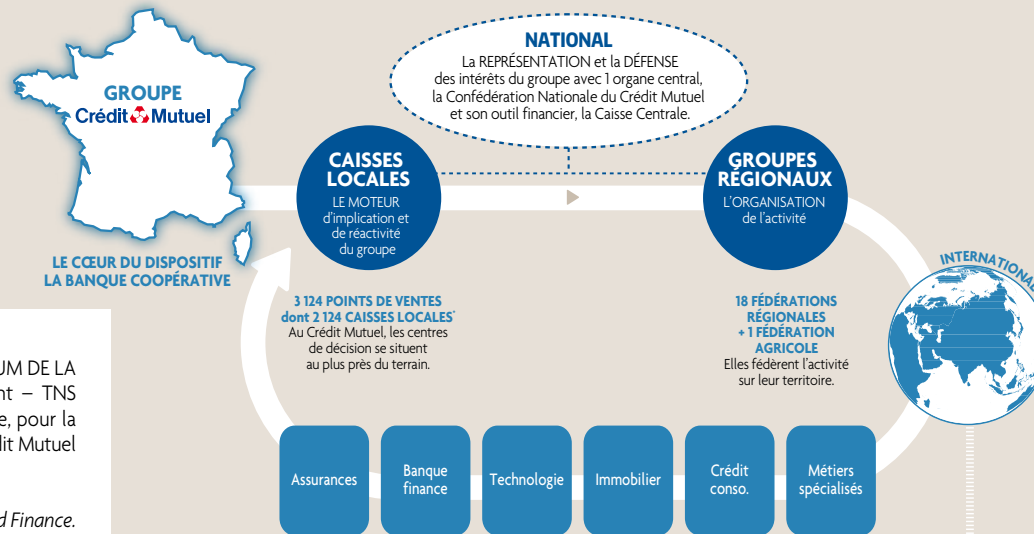
Un émetteur de qualité

- A** Standard & Poor's avec une perspective négative
- A+** Fitch avec une perspective stable*
- Aa3** Moody's avec une perspective stable*

*note attribuée à la BFCM.

Le groupe Crédit Mutuel

La banque de détail au service de toutes les clientèles et des territoires



N°1 DU SECTEUR BANQUE AU PODIUM DE LA RELATION CLIENT 2015, BearingPoint – TNS Sofres. Une distinction qui témoigne, pour la 8^e fois, de la relation de confiance entre le Crédit Mutuel et ses sociétaires-clients.

MEILLEUR GROUPE FRANÇAIS, *World Finance*. Cette reconnaissance souligne, pour la 4^e fois, le rôle actif du groupe dans le financement de l'économie réelle du pays ainsi que son mode de fonctionnement coopératif.

BEST DEVELOPED MARKETS BANK 2015, FRANCE, *Global Finance*. Cette récompense place le groupe Crédit Mutuel en tête des banques françaises pour la 2^e fois.

BEST ESG (environmental, social, governance) RISK MANAGEMENT TEAM EN France, *Capital Finance International*. Ce prix distingue, pour la 1^{re} fois, l'offre de prêts « verts » et microcrédits personnels et professionnels proposés par le groupe et plus largement la force des valeurs coopératives - proximité, solidarité, responsabilité - qui président à son développement.

NOS PRINCIPALES FILIALES ET PARTENARIATS



*au 31/12/2015.