



COMUNICADO DE PRENSA

París, 18 de marzo de 2010

RESULTADOS 2009 – PERSPECTIVAS 2010 DE LA BANQUE POSTALE

2009 ha sido el mejor año para La Banque Postale desde su creación

2010: puesta en marcha de nuevas actividades, desarrollo de la distribución multicanal:

Ahora más que nunca, para La Banque Postale lo primero es el interés del cliente

Producto Neto Bancario Consolidado en 2009: 5.019 millones de euros (+4% en base comparable*)

**Costes de explotación consolidados: 4.343 millones de euros (-1,6%)
Resultado bruto de explotación consolidado: 676,2 millones de euros (+69%)
Resultado neto atribuible al grupo: 587,7 millones de euros (+94,2%)**

**Coefficiente de explotación: 86,6% (-5,2 puntos)
Ratio Tier One: 11,3%**

Saldo de créditos inmobiliarios: 32.000 millones de euros (+16%)

Patrick Werner, Presidente del Comité Ejecutivo de La Banque Postale, presentó hoy los resultados y la actividad de 2009 de la Banque y marcó las perspectivas de desarrollo para el año 2010.

En su cuarto ejercicio, La Banque Postale evolucionó en un contexto difícil e incierto, marcado por la apertura de la distribución de la Livret A (Cartilla A), la disminución de los tipos y la crisis económica. Gracias a las acciones, realizadas por la Banque, respaldada por la red postal (dinamismo comercial, control de costes, gestión financiera prudente), ésta registró en 2009 un año excepcional, "*el mejor desde su creación*", indicó Patrick Werner. Aporta así una nueva prueba de su solidez financiera y la pertinencia de su modelo de desarrollo.

▪ **Resultados y actividades de La Banque Postale en 2009**

> En 2009, el Producto Neto Bancario de La Banque Postale aumentó en 204 millones de euros y **se estableció en 5.019 millones de euros, con un aumento del 4,2% en relación con 2008. En base comparable*, el PNB progresó un 4%.**

La progresión del PNB influyó en todas las actividades de la Banque, ya se trate de la banca minorista, de los seguros o de la gestión de activos.

Este crecimiento del PNB se inscribe en la tendencia a la que responde La Banque Postale desde su creación, puesto que desde 2006, su PNB aumenta una media anual del 4,3%.

* Es decir, después de la corrección de la variación de la provisión de ahorro vivienda, la neutralización de los efectos de los cambios en la remuneración de la Livret A y las provisiones para depreciaciones duraderas o significativas.



Este fuerte desarrollo, unido a un buen control de los costes, permite a La Banque Postale obtener en 2009 un **Resultado Bruto de Explotación de 676,2 millones de euros, con un incremento del 69% en relación con 2008.**

El Resultado Neto Anual atribuible al Grupo fue de 587,7 millones de euros, con un incremento del 94,2%, y el Coeficiente de Explotación se estableció en el 86,6%, es decir, una mejora de 5,2 puntos.

El Ratio Tier One aumentó, por su parte, al 11,3%.

> Estos resultados se explican por el constante y real dinamismo comercial de La Banque Postale en 2009.

. El número de clientes activos de La Banque Postale experimentó un gran crecimiento, llegando a alcanzar los 9,9 millones (+3,9%). La progresión fue aún más importante para los clientes patrimoniales, que superaron a finales de 2009 los 880.000 (+21,7%).

. Con 11,3 millones de cuentas corrientes a finales de 2009, La Banque Postale confirma su posición de actor importante de la banca minorista en Francia, tanto por la apertura de nuevas cuentas como por el servicio a clientes en materia de dinero en la vida cotidiana (fórmulas de cuenta, medios de pago...), de ahorro y de previsión.

Así pues, se abrieron más de 772.000 nuevas cuentas de banca postal en 2009 (+4,3%) y casi **1 millón de nuevos paquetes de servicios y paquetes de relaciones bancarias.**

En materia de ahorro y seguros, **se abrieron 324.000 pólizas de seguros de vida en 2009.** La nueva póliza patrimonial Cachemire, que se ofrece desde noviembre de 2008, se inscribe en esta dinámica con 75.000 contratos ya en cartera. El lanzamiento en abril de 2009 de Excelis, póliza de seguro de vida de alta gama con delegación de arbitraje, tuvo también unos comienzos prometedores.

En cuanto al tema de previsión, en 2009 **se abrieron 469.000 pólizas, llevando a más de 2 millones el número de pólizas de previsión individual en cartera en La Banque Postale.** Así, La Banque Postale consolida este año su tercer puesto en el ranking de bancos aseguradores de previsión.

. Los saldos de ahorro y depósitos a la vista progresaron a un ritmo anual del 2,5% hasta alcanzar los 277.300 millones de euros a finales de 2009, apoyados en especial por la recaudación en instituciones y empresas.

La recaudación de La Banque Postale, después del nivel excepcional alcanzado en 2008 dentro del contexto de la caída de tipos y de la crisis financiera, experimentó la disminución esperada en 2009. No obstante, la apertura de la distribución de la Livret A (Cartilla A) en 2009 no afectó significativamente a su base de clientes.

Como producto de ahorro preferido por los franceses, unos 21 millones de clientes de La Banque Postale ya tienen la Livret A (Cartilla A). A finales de 2009, los saldos de la Livret A ascendían a 55.600 millones de euros. A pesar de la desregulación de la distribución de la Livret A, el número de aperturas de Livrets A en La Banque Postale se mantuvo en 2009 (se abrieron 562.000). La Banque Postale recibió casi 122.000 solicitudes de transferencia en 2009.

En materia de seguros de vida, los saldos de La Banque Postale aumentaron más del 8,5% y superaron los 100.000 millones de euros a finales de 2009. Después de un final de año 2008 excepcional debido al éxito de la operación Livret A Puissance 10, las operaciones comerciales realizadas en 2009 permitieron obtener un **volumen de negocio en 2009 de 11.000 millones de euros,** con un ligero retroceso en relación con 2008.

. **En materia de créditos inmobiliarios, La Banque Postale tuvo en 2009 un año récord.**

Los saldos de créditos inmobiliarios aumentaron un 16% y ascendieron a más de 32.000 millones de euros a finales de 2009. El importe de los préstamos inmobiliarios concedidos alcanzó **más de 8.300 millones de euros** (incluido el Nuevo Préstamo al 0%), es decir, un incremento del 8,3% en relación con 2008, en un mercado que muestra un retroceso del orden del 15%.

En total, La Banque Postale acompañó en 2009 a 123.000 hogares en su proyecto de acceso a la propiedad o de reforma. Más de la tercera parte corresponde a jóvenes de menos de 30 años.

Actualmente La Banque Postale cuenta con un millón de contratos de préstamos inmobiliarios en cartera. La cuota de mercado de La Banque Postale por los préstamos concedidos en 2009 tuvo un aumento anual de 1,7 punto, hasta alcanzar el 8%.

▪ **Importante contribución de las filiales y participaciones en los resultados de La Banque Postale**

Muy integradas en la actividad de La Banque, a la que aportan conocimientos especializados, las filiales y participaciones confirmaron en 2009 su papel fundamental en los planes estratégicos, financieros y técnicos.

Experimentaron además un desarrollo sostenido y contribuyeron significativamente a los resultados de La Banque Postale.

> **En el caso de CNP Assurances, la contribución al resultado consolidado de La Banque Postale en 2009 aumentó en 55 millones de euros en relación con 2008, quedando establecida en 186 millones de euros.**

> **La Banque Postale Asset Management** tuvo un buen año en 2009. **Su resultado neto para 2009 ascendió a 24,9 millones de euros, con una progresión superior al 23%.** La recaudación neta ascendió a 2.600 millones de euros en 2009. A 31 de diciembre de 2009, la filial más antigua de La Banque Postale gestionó más de **121.000 millones de euros de saldo**. Se sitúa así en el 5º puesto de las empresas de gestión en Francia en términos de saldo y en 6ª posición de los grupos bancarios según Europerformance en términos de cuota de mercado.

> **Sogerco**, sociedad de corretaje de seguros de La Banque Postale, vio en 2009 un aumento en su volumen de negocio, que pasó de 35,4 a 36,7 millones de euros, es decir, un crecimiento del 3,6% durante el año. **Su resultado, que aumentó un 6,2% en relación con 2008, alcanzó los 20,6 millones de euros.**

> **La Banque Postale Prévoyance**, filial al 50/50 con CNP Assurances, lleva la gama de productos de previsión comercializados por La Banque Postale. **En 2009 logró un resultado neto de 26,2 millones de euros, con un aumento del 58% en relación con 2008 para un volumen de negocio de 352,4 millones de euros (+10%).**

> **La Banque Postale Gestion Privée**, cuya propiedad comparten La Banque Postale (con un 51%) y Oddo & Cie (con un 49%), es una filial dedicada a la gestión bajo orden de carteras de valores inmobiliarios. Apoyada por unos resultados de gestión financiera extraordinarios, **contaba con aproximadamente 506 millones de euros de saldo bajo gestión a 31 de diciembre de 2009, es decir, un aumento del 172% en relación con 2008**, en un año poco favorable para la inversión bursátil.

> **XAnge Private Equity** es una filial dedicada a la gestión y el asesoramiento en capital riesgo. El importe total de los capitales asesorados o gestionados asciende a más de 350 millones de euros. **En 2009, el volumen de negocio de XAnge Private Equity alcanzó casi 8,1 millones de euros, con un aumento del 6% en relación con 2008.**

▪ **2010: Puesta en marcha de nuevas actividades, desarrollo de la distribución multicanal... La Banque Postale desarrolla y profundiza en los servicios prestados a sus clientes**

Inicio de nuevas actividades, desarrollo de la distribución multicanal... el año 2010 se anuncia como un momento crucial para La Banque Postale.

> En 2010, La Banque Postale podrá enfrentarse con armas legales a sus competidores en el mercado de los particulares gracias a la **comercialización del crédito al consumo y de los seguros de accidentes**.

. **A comienzos de abril de 2010, se hará efectivo el desarrollo del crédito al consumo por todo el territorio y todos los canales.** La Banque Postale desea devolver la confianza al mercado del crédito al consumo, situando el interés de sus clientes en el centro de su nueva iniciativa. Transparencia, responsabilidad, accesibilidad serán las principales características de la oferta de La Banque Postale, fiel a sus valores y a su modo de hacer. La prevención y la gestión del sobreendeudamiento serán objeto de una atención especial y constituirán un importante elemento diferenciador en este mercado.

. Al entrar al mercado **el seguro de daños a particulares** antes de finales del año 2010, La Banque Postale tiene como objetivo "inventar" el nuevo modelo de los diez próximos años, que permitirá al Banco encontrar rápidamente su lugar en el mercado. Este nuevo modelo se basará en **una distribución**, una gestión y una relación con los clientes **100% multicanal**, una **tarificación** que estará **entre las más bajas del mercado y la mejor calidad de servicio**, tanto por su rapidez en el pago de los siniestros como por los servicios ofrecidos a los clientes garantizándoles una vida cómoda y tranquilidad de espíritu en el caso de tener que enfrentarse a situaciones difíciles.

> **Será también para La Banque Postale el año del "mix canal"**, que combinará los canales de Internet, teléfono y oficina de correos hasta ahora yuxtapuestos, para que los clientes de La Banque puedan utilizar cada canal como prefieran: los asesores para un asesoramiento personalizado y los canales a distancia por su disponibilidad y su rapidez.

. Al acompañar a la evolución de las tecnologías y estilos de vida, La Banque Postale se encuentra a la vanguardia en el ámbito bancario. Desde el 8 de marzo de 2010, **La Banque Postale pone a disposición de sus clientes una nueva web móvil** (www.labanquepostale.mobi) que se puede consultar en todos los tipos de teléfono móvil y ofrece los mismos servicios que la web www.labanquepostale.fr (situación de las oficinas de correos, consulta de cuentas, transferencias de cuenta a cuenta, acceso a simuladores y a información acerca de los productos y servicios de La Banque). Mediante estas iniciativas, La Banque Postale quiere que sus clientes "vivan La Banque a su gusto", desarrollando con ellos una auténtica y estrecha relación.

. Preocupada por acompañar a la evolución de los medios de pago y hacerlos accesibles al mayor número posible de personas, La Banque Postale emitirá sus **primeras tarjetas Visa sin contacto** en el marco de la operación "Nice ville sans contact" [Niza ciudad sin contacto], primer despliegue precomercial a gran escala de los servicios sin contacto móvil en Europa, que empezará en junio de 2010. Innovación, sencillez y rapidez caracterizan a esta nueva tarjeta gracias a la tecnología NFC (Near Field Communication) que viene a completar las funciones clásicas de las tarjetas bancarias de La Banque Postale.

Más que nunca, **La Banque Postale se moviliza para ser el banco multicanal más próximo a sus clientes.**

> En el mercado de Empresas y Asociaciones, que representa el 6% del PNB de La Banque Postale en 2009, el Banco ha continuado con éxito el desarrollo de los servicios que ofrecía a sus clientes, tales como:

- en el campo de los Flujos, una oferta de Internet transaccional (*LBP@ccess 24 y LBP Net Entreprises*);
- en el campo de la Ingeniería Social, el lanzamiento de la Garantía Hombre-Clave;
- en el campo de las imposiciones, una oferta OPCVM orientada a ISR (ej.: el fondo estructurado *LBP Responsable Garantie Novembre 2011*).

Al no poder utilizar en créditos a las PYMEs los depósitos procedentes de la Livret A (Cartilla A) y del Libro de Desarrollo Sostenible (LDD) destinadas a este efecto por la ley, dichos depósitos (es decir, más de 6.000 millones de euros a finales de 2009) se han centralizado en la Caja de Depósitos.

Para prestar todo su apoyo a la financiación de la economía, La Banque Postale estudia las posibilidades de aumentar su compromiso con los empresarios que desean establecerse y las empresas, principalmente las más pequeñas, en la línea recientemente abierta por el Presidente de la República.

* *
*

Como conclusión, Patrick Werner declaró: **"El éxito de La Banque Postale es ante todo el fruto del compromiso de los hombres y mujeres que 'hacen' la Banque todos los días. La firmeza de este compromiso en el grupo La Poste de hoy no tiene precedentes. Por este motivo, La Banque Postale y sus clientes son una garantía esencial para el futuro".**

* *
*

La Banque Postale es:

- 5.019 millones de euros de PNB
- 11,3 millones de cuentas corrientes postales
- 9,9 millones de clientes activos
- 480.000 clientes de Empresas, Colectivos y Asociaciones
- 5.343 cajeros automáticos en Francia
- 277.300 millones de euros en saldos de clientes
- Más de 6,3 millones de tarjetas bancarias, es decir, el 11% del mercado
- 17.000 puntos de contacto

Cifras a finales de 2009

Contactos de prensa:

Prensa escrita:

David Lhôte

Tel.: +33 (0)1 55 44 22 42

Fax: +33 (0)1 55 44 22 62

david.lhote@laposte.fr

Prensa audiovisual:

Jacques Gourier

Tel.: +33 (0)1 55 44 22 43

Fax: +33 (0)1 55 44 22 62

jacques.gourier@laposte.fr