

- Des encours de crédits et de collecte en nette progression, traduisant l'engagement et le dynamisme de la Caisse Régionale sur son territoire

Le Conseil d'Administration du Crédit Agricole Alpes Provence, réuni le 22 juillet 2016, a arrêté les comptes au 30 juin 2016.

Une activité commerciale dynamique sur le plan de la collecte, des crédits, des assurances et des services

En M€	30 juin 2015	30 juin 2016	% évolution
Encours de collecte	17 396	17 941	+3,1%
Encours de crédits	11 820	12 502	+5,8%

Au 1^{er} semestre 2016, le CA Alpes Provence a continué de jouer son rôle de banquier assureur sur l'ensemble de ses territoires dans un contexte économique qui reste difficile. L'encours consolidé de crédits est en hausse de +5,8%, tiré par les crédits à la consommation et les crédits habitat (+6,5 %). La Caisse Régionale enregistre également une hausse de la collecte (+3,1%), notamment sur l'Epargne Logement (+8,8%) et l'assurance-vie (+3,7%) auprès de sa clientèle de proximité.

Le CA Alpes Provence a poursuivi le développement de l'équipement de ses clients notamment en produits d'assurance des biens et des personnes, avec un portefeuille de contrats qui progresse de +7,3% à fin juin 2016.

Un résultat net en baisse de -5 % dans les comptes individuels

En M€	Comptes consolidés			Comptes individuels		
	Juin 2015	Juin 2016	Evolution sur 1 an	Juin 2015	Juin 2016	Evolution sur 1 an
Produit Net Bancaire	232,8	204,1	-12,4%	229,2	202,6	-11,6 %
Charges de fonctionnement	-123,0	-123,6	0,5%	-120	-119,9	0%
Résultat Brut d'exploitation	109,9	80,5	-26,8%	109,2	82,7	-24,3%
Coût du risque	-17,8	-12,6	-29,3%	-17,4	-12,4	-28,9%
Résultat Net	65,6	56,6	-13,7%	60	57	-5%
Total Bilan	16 076	16 865	4,9%	15 502	16 120	4%

Dans les comptes individuels de la Caisse régionale, le Produit Net Bancaire s'élève à 202,6 M€ en baisse de -11,6%.

En dépit d'une activité crédits solide, la conjoncture de taux d'intérêt extrêmement bas pénalise toujours les produits de l'activité d'intermédiation. Ce phénomène est amplifié par une activité de réaménagements crédits très soutenue en 2015 auprès de la clientèle dont les effets portent sur 2016.

Enfin, ces éléments intègrent les impacts négatifs non récurrents d'opérations d'optimisation de bilan (optimisation du coût des ressources) permettant l'allègement des charges de refinancement futures.

Le PNB issu des commissions évolue positivement de +2,6% liée à la dynamique de conquête et d'intensification de la relation avec nos clients se traduisant par l'augmentation de l'équipement en produits et services, notamment sur les activités assurance vie, prévoyance et assurances des biens.

En dépit de la stabilité des charges de fonctionnement, et ce, malgré la poursuite des investissements, le résultat brut d'exploitation du CA Alpes Provence baisse de -24,3% par rapport à juin 2015.

Dans une conjoncture économique dégradée, les risques sont maîtrisés conduisant à un taux de créances douteuses et litigieuses en capital à 2,5 % contre 3% au 30 juin 2015. Par ailleurs, le CA Alpes Provence poursuit ses efforts de provisionnement en matière de risques crédit par la couverture des créances douteuses et litigieuses (couvertes à 63% en capital) et par des provisions filières et provisions collectives Bâle 2. Le ratio de l'ensemble des provisions pour risques crédit rapporté aux encours de crédits s'établit à 2,7%.

Le coût du risque, en nette diminution (-28,9%) par rapport à juin 2015, s'élève à -12,4 M€.

Après prise en compte de la charge fiscale, le Résultat Net individuel s'élève à 57 M€ en baisse de -5 %.

Dans les comptes consolidés aux normes IFRS, le Produit Net Bancaire diminue de -12,4% et les charges de fonctionnement sont en augmentation de 0,5 %. Dès lors, le RBE baisse de -26,8 % sur la période.

Le coût du risque s'établit à -12,6 M€ en baisse de -29,3%.

Le Résultat Net part du groupe aux normes IFRS s'élève à 56,6 M€ au 30 juin 2016 en baisse de -13,7% par rapport au 30 juin 2015.

Une structure saine et solide

Le Ratio de solvabilité Bâle 3 s'élève au 31 mars 2016 à 19,2 % composé intégralement de Core Tier One. Le ratio de liquidité Bâle III (LCR) s'élève à 88,3 % au 30 juin 2016 et converge vers 100 % conformément à l'agenda réglementaire. Ils confèrent à la Caisse Régionale une capacité de développement futur et une structure financière solide.

Le certificat coopératif d'investissement (CCI)

Après un détachement de dividende de 3,32€, le Certificat Coopératif d'Investissement Alpes Provence se valorisait à 73,20 € au 30 juin 2016 (contre 75,85 € au 30/06/2015).

Conformément à la résolution de l'assemblée générale du 29 mars 2016 relatif au programme de rachat de CCI, la Caisse Régionale a mis en œuvre un mandat d'achat aux fins d'annulation avec un prestataire de service d'investissement.

Perspectives

Le Crédit Agricole Alpes Provence, Banque Coopérative, poursuit en 2016 sa stratégie de développement sécurisé et démontre chaque jour son utilité au territoire où l'épargne des clients et sociétaires vient financer l'économie locale et tous ses acteurs.

L'Assemblée Générale a attribué 1% du bénéfice distribuable, soit 829 K€, à la Fondation du Crédit Agricole Alpes Provence qui a accompagné 37 projets en 2015 dans les domaines de l'éducation, de la culture, de la santé, du patrimoine et de la recherche, ainsi que 1% du bénéfice distribuable, soit 829 K€, à CAAP INNOV ECO, fonds de dotation pour le soutien au développement et à l'innovation économique sur ses territoires. Dans ce cadre, Crédit Agricole Alpes Provence est partenaire fondateur du premier campus international dédié à la ville du 21^{ème} siècle et à la transformation numérique. *The Camp* ouvrira ses portes à Aix-en-Provence en 2017. *The Camp* sera un accélérateur d'innovations installé dans un hub d'échanges et de rencontres entre groupes industriels, startups de technologies et de services, designers, utilisateurs et collectivités.

Par ailleurs, une attention particulière est toujours portée à la personnalisation de la relation avec les clients et sociétaires en promouvant le Pacte Coopératif : programme de reconnaissance de la fidélité de nos clients fidèles sociétaires (livret sociétaire, carte sociétaire, SVP dédié, programme relationnel personnalisé, offres promotionnelles, ventes privées). L'ensemble de ces actions permet de continuer à progresser en matière de satisfaction clients : 9 clients sur 10 sont satisfaits ou très satisfaits.

Les investissements se poursuivent dans le réseau d'agences pour engager au-delà du canal physique un mode relationnel à distance entre les agences et les clients, adapté à leur besoin (internet, mail, téléphone, tablette numérique, entretiens en visio, crédits dématérialisés, etc.).