



















Crédit Mutuel

- Résultat des Trophées Qualité / Banques de réseaux -

| | | | |
|---|---|---|---|
| Satisfaction agences bancaires |  89,9% |  82,5% |  82,5% |
| Satisfaction service client à distance |  86,4% |  82,6% |  82% |
| Satisfaction conseiller banque au quotidien |  87,5% |  86,9% |  83,5% |
| Satisfaction conseiller projet |  85,6% |  79,9 % |  79,8% |
| Satisfaction site internet |  89,9% |  87,2% |  86,1% |
| Satisfaction application mobile |  89,4% |  89% |  86,9% |

Une banque qui appartient à ses clients, ça change tout*

NOTATION=

A+

VALEURS =

ENGAGÉE-LOCALE-COOPERATIVE

SOLIDARITE- PROXIMITE-
RESPONSABILITE- ECO-CITOYENNE

1947-création historique

62 MILLIARDS DE FONDS PROPRES

***RESULTAT=**

4,3milliards

***RATIO
COMMON
EQUITY=**

20%

5 000 points de vente-8 millions adhérents-35 millions de clients

MODELE = SOCIETAIRE

GOVERNANCE= ETHIQUE-RSE

STRATEGIE =

1/LOCAL.

2/INONVATION-TECHNOLOGIE(application)

3/AUTONOMISATION CLIENT

4/ ROLE CONSEILLER CLIENT

ENVIRONNEMENT

17 POINTS DD -ONU

PARTENARIAT =

MUSIQUE-le A
JEUNES
ASSOCIATIONS

CLIENTS =

PARTICULIERS-PROFESSIONNELS-ASSOCIATION

PRODUITS =

COMPTES-ASSURANCES-IMMOBILIER
VOITURE-TELEPHONE-VACANCES

