



L'essentiel



L'innovation pour mieux servir ses clients

Innovation. Précurseur sur le marché du crédit à la consommation, Carrefour Banque et Assurance propose depuis plus de trente-cinq ans une large gamme de crédits, au premier rang desquels le crédit renouvelable PASS auquel est associé la Carte PASS et le prêt personnel, mais aussi des produits d'assurance et d'épargne. Sa volonté de répondre au mieux aux besoins des clients et de s'adapter à leurs nouvelles pratiques l'a conduite à innover une fois encore et à franchir, en 2017, un cap majeur avec le lancement du compte courant C-zam.

Simplicité. Accessible en libre-service et activable en ligne, à un tarif attractif, C-zam illustre parfaitement l'identité de Carrefour Banque et Assurance : une banque de distributeur, qui propose à ses 2,2 millions de clients, des produits de grande consommation, permettant d'accompagner tous leurs projets de la vie courante. Carrefour Banque et Assurance associe ainsi sa maîtrise des services financiers avec le savoir-faire de sa maison mère en grande distribution.

Fidélité. Le lien exclusif avec Carrefour permet de bénéficier d'avantages fidélité toujours renouvelés et de l'accès à des services réservés. Ce lien est encore renforcé avec le développement du multicanal et de la souscription digitale qui élargit l'accès aux produits et aux avantages dans les différentes enseignes du groupe.

Proximité. Avec 2,7 milliards d'euros d'encours de crédit et 2,3 milliards confiés en épargne, Carrefour Banque et Assurance a su convaincre ses clients en proposant des produits simples et de qualité, qui peuvent être souscrits par téléphone, sur Internet ou via les applications mobiles mais aussi dans les agences conçues pour une plus grande proximité et simplicité des échanges.

Carrefour Banque et Assurance

Dates clés

-
- A vertical timeline of milestones for Carrefour Banque et Assurance, centered around a vertical line of dots. The years are listed in bold, and the corresponding events are listed to the left or right of the line.
- 2018**
Lancement du paiement mobile Carrefour Pay
 - 2017**
Lancement du compte courant C-zam
 - 2016**
Lancement du paiement mobile Apple Pay
 - 2013**
Acquisition de la filiale Fimaser en Belgique
 - 2012**
Lancement du compte sur livret et de l'application mobile
 - 2011**
Fusion absorption de la filiale italienne Carrefour Banca
 - 2009**
Lancement de la gamme de Cartes PASS MasterCard
 - 2003**
Lancement des premières cartes bancaires
 - 1997**
Lancement de l'Assurance-vie Carrefour Horizons
 - 1987**
Lancement du Prêt Personnel
 - 1984**
Lancement des Assurances
 - 1981**
Création de la Société des Paiements PASS et lancement des premières Cartes PASS

Produits et services

« Notre ambition : démocratiser les services bancaires dans le monde physique et le digital. »

Julien Jaillon

Directeur Général de Carrefour Banque et Assurance

Que signifie être la banque d'un distributeur ?

Être la banque d'un distributeur, ce n'est pas être une banque comme les autres : nous sommes au service des clients, et en particulier des clients de Carrefour. Notre ADN est d'accompagner les consommateurs dans leur vie quotidienne, avec des produits simples, innovants et accessibles. Notre ambition est de démocratiser les services bancaires et simplifier la relation entre le conseiller et le client. Cette évolution s'inscrit pleinement dans le mouvement de digitalisation engagé dans le commerce et la transformation digitale qui est une des priorités de Carrefour.

Comment cette stratégie se traduit-elle dans votre gamme de produits et de services ?

La Carte PASS et le crédit entrent pleinement dans notre volonté d'appuyer le développement de Carrefour Banque et Assurance sur la force du réseau Carrefour dans tous ses formats. Nos investissements sont tournés vers le numérique pour faciliter la souscription en ligne à toute notre gamme de produits. Cette approche doit nous permettre de toucher tout l'univers Carrefour et de mieux répondre aux nouveaux usages sur nos produits historiques comme le crédit et les moyens de paiement.

Comment le compte C-zam s'inscrit-il dans cette vision ?

C-zam est un produit de grande distribution par excellence : un compte courant dans une boîte. C-zam allie la simplicité d'un compte courant en libre-service à l'innovation de l'activation en ligne. Pensé « mobile first », ce compte courant d'un nouveau genre est accessible au plus grand nombre. C-zam nous ouvre l'accès à une clientèle jeune et largement nouvelle, et constitue ainsi un véritable levier de développement pour Carrefour Banque et Assurance.



Une stratégie de développement qui s'appuie sur la force de Carrefour

Carrefour Banque et Assurance propose une gamme complète de produits de crédit, de cartes de paiement, d'assurance, d'épargne et un compte courant pour accompagner ses clients dans leur vie quotidienne et dans leurs projets. Ces produits, simples et accessibles, sont conçus pour offrir un service de qualité au meilleur prix.

ACCOMPAGNER ET FACILITER LES ACHATS

Carte PASS : encore plus d'avantages

La Carte PASS MasterCard est une carte de crédit associée au crédit PASS, utilisable chez Carrefour et en dehors de l'enseigne. Chez Carrefour, elle permet d'accéder à des caisses prioritaires et de cumuler des avantages fidélité, ou opter pour un paiement en trois fois sans intérêts ou un paiement différé sous trois mois chez Carrefour. Le paiement mobile est disponible via Apple Pay et Carrefour Pay. Un programme de 900 offres a été mis en place dans l'univers des galeries commerciales des magasins Carrefour.

Une gamme étendue de crédits pour financer les achats

La Carte PASS permet à chaque paiement de payer au comptant ou avec le crédit renouvelable PASS. Le Flex crédit renouvelable peut être souscrit directement sur Internet pour un montant de 500 à 3 000 euros et sur des durées de 6 à 36 mois.

Le prêt personnel permet de financer un large éventail de projets de la vie courante pour un montant de 3 000 à 50 000 euros, remboursable en 12 à 84 mois.

Quant au crédit affecté, il est destiné à financer l'achat de biens d'équipement dans les magasins Carrefour, de 1 50 à 6 000 euros, remboursables de 4 à 48 mois.





C-ZAM OUVRE DE NOUVEAUX HORIZONS

Un compte courant en libre-service

C-zam allie l'expertise bancaire de Carrefour Banque et Assurance et le métier de distributeur de Carrefour. Vendu en coffret, au prix de 5 euros, et intégrant une carte de paiement internationale MasterCard, ce compte courant d'un nouveau genre est commercialisé dans plus de 3 000 magasins Carrefour ainsi que sur ruedocommerce.com. Le compte s'active en quelques minutes via l'application C-zam ou à partir du site comptecezam.fr.

100% mobile, il est accessible à tous, à partir de 18 ans, sans condition de revenus ni dépôt minimum, y compris en cas d'interdit bancaire, aucun découvert n'étant autorisé.

Dès son activation, il permet au client d'utiliser son compte et sa carte C-zam et de disposer d'un Relevé d'Identité Bancaire. La tarification, à 1 euro par mois sans engagement de durée, reflète cette ambition d'accessibilité et de simplicité.

Un démarrage prometteur

Les débuts de C-zam témoignent de la confiance accordée par les clients à Carrefour Banque et Assurance sur un produit de la vie courante comme le compte courant.

C-zam a séduit un public jeune, connecté, friand de produits faciles d'accès et d'utilisation et répond aux nouveaux usages en matière bancaire. Il donne accès aux avantages fidélité Carrefour, si le client a rattaché son compte fidélité et à des remises exclusives auprès d'enseignes partenaires.

102 000
clients Compte C-zam
en 2017



C-zam
par Carrefour Banque
et Assurance

UNE GAMME DE PRODUITS DIVERSIFIÉS ET ACCESSIBLES

Épargne : des contrats d'assurance-vie attractifs

Carrefour Banque et Assurance s'attache à offrir à ses clients des produits toujours attractifs, développés en partenariat avec des acteurs de confiance. Le rendement du fonds euros a été préservé, avec un taux de 2,44 % net de frais de gestion en 2017. Une nouvelle unité de compte, BNPP Aqua, a été lancée pour répondre aux attentes des épargnants, soucieux de dynamiser les rendements de leurs placements dans un environnement de taux durablement bas.

Des produits d'assurance au meilleur prix

La gamme de produits d'assurance couvre l'ensemble des besoins des consommateurs, de l'assurance Automobile à la Multirisque Habitation en passant par l'assurance emprunteur ou encore des contrats de prévoyance ou une assurance scolaire. La formule Éco en assurance Auto, a complété la gamme, et propose des garanties avec une souscription en agence ou bien 100 % en ligne si le client le souhaite.

L'ACTIVITÉ EN BELGIQUE ET EN ITALIE

Présent en Belgique et en Italie, Carrefour Banque y déploie une offre de crédit et de carte de paiement accessible auprès de 45 stands Carrefour Finance pour la Belgique et de 28 agences Carrefour Banca en Italie. Le développement des services financiers des deux entités s'appuie sur le réseau des magasins Carrefour, avec des avantages offerts aux clients chez Carrefour et auprès de partenaires.

En Belgique, l'application mobile a été enrichie et les clients Visa de Carrefour ont la possibilité de modifier leur modalité de paiement après l'achat directement par téléphone. En Italie, le site Internet a fait l'objet d'une profonde refonte à l'automne 2017 afin de mieux refléter les usages en étant davantage orienté vers le mobile. Les fonctionnalités de paiement par mobile y sont désormais accessibles aux porteurs de la Carte PASS, via Apple Pay et FitBit Pay.



Activité



Un exercice
de transformation
pour préparer
l'avenir

Carrefour Banque et Assurance a poursuivi en 2017 sa maîtrise des coûts et confirmé la diminution de la charge du risque. La charge financière est restée orientée à la baisse grâce à la politique de diversification des sources de refinancement, ajoutée à des conditions de marché toujours favorables. Enfin, la modernisation des outils et du réseau, ainsi que les investissements sur des produits innovants ont été poursuivis pour mieux préparer l'avenir.

Un résultat net en hausse

Les résultats de l'exercice 2017 reflètent à la fois les efforts de maîtrise des coûts et d'amélioration de la qualité du portefeuille de crédits. Carrefour Banque et Assurance a poursuivi sa stratégie de réduction des coûts, qui a porté sur les frais généraux et les frais de personnel. Le produit net bancaire a reculé de 7 % en raison, essentiellement du recul de la production de crédits renouvelables et de prêts personnels. Au total, le résultat net s'affiche en hausse de 30 % sur l'exercice 2017 à 38 millions d'euros.

Une politique d'octroi rigoureuse qui porte ses fruits

La charge du risque a accéléré sa décline grâce à une politique d'octroi plus sélective pour une production de crédits plus qualitative. Cela passe par davantage de demandes d'information au cours du processus de souscription et un renforcement des conditions d'octroi. Il s'agit de fixer au plus juste des plafonds de crédit adaptés au budget des emprunteurs, grâce à une meilleure connaissance des clients. Ce pilotage des profils de risques a été une priorité et a permis d'améliorer la maîtrise du risque et la qualité du portefeuille.

Des conditions de refinancement toujours favorables

Carrefour Banque et Assurance profite de la stratégie de diversification des sources de refinancement menée sur plusieurs exercices, qui allie du refinancement auprès de la Banque Centrale Européenne (BCE), de la titrisation et de l'épargne bilancielle.

En 2017, la banque a participé à la dernière opération de refinancement long terme (quatre ans) de la BCE, accédant à un refinancement à un taux de 0 % maximum pour 400 millions d'euros. Elle a également renouvelé une série de titres de 300 millions d'euros à deux ans auprès des investisseurs via son opération de titrisation de crédit renouvelable « MCCP ».

Des investissements pour préparer l'avenir

Les marges de manœuvre dégagées grâce à la maîtrise des coûts ont permis de soutenir les investissements porteurs d'avenir, au premier rang desquels le lancement de C-zam et la formation des collaborateurs sur ce nouveau produit.

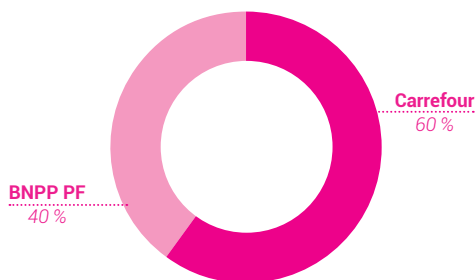
L'investissement a également porté sur la mise en place de nouveaux outils pédagogiques et la refonte des modules de formation réglementaires. Les collaborateurs ont ainsi bénéficié d'outils de formation pédagogiques et adaptés à leur environnement de travail.

Le déploiement des agences nouvelle génération s'est par ailleurs poursuivi, avec plus d'une quinzaine d'agences réaménagées dans un esprit de proximité avec les clients.



Actionnariat

Carrefour Banque a un actionnariat solide et stable depuis 1985. Carrefour Banque est notée BBB+ A-2 perspective stable, par Standard & Poor's.



Indicateurs clés 2017

Les indicateurs présentent le périmètre de consolidation des activités bancaires en France, Italie et Belgique au 31 décembre 2017.

Résultat net

38 M€

Produit net bancaire

360 M€

Encours de crédit

2 669 M€

Encours douteux

455 M€

Encours d'épargne sous gestion

1 844 M€

Encours compte sur livret

542 M€

Cartes

2,24 M

Paiements par Carte

8 464 M€

L'actualité Carrefour Banque et Assurance



Appli Carrefour Banque carrefour-banque.fr

3235 Service 0,10 € / min + prix appel

Découvrir le compte courant C-zam



Appli C-zam compteczam.fr

Réalisation : Carrefour Banque – mai 2018
Création et production : HighCo. Crédits photographiques : Photothèque Carrefour Banque, Lionel Barbe, David Pell Multimédia, droits réservés.



www.carrefour-banque.fr

S.A. au capital de 101 346 956,72 euros
dont le siège social est situé au 1, place Copernic – 91051 Évry Cedex
RCS Évry n° 313 811 515. N° ORIAS : 07 027 516 (www.orias.fr)