

ACCOMPAGNER
la réussite
DU TERRITOIRE

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE 2018
DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRAFINANCIÈRE



RETROUVEZ LE CRÉDIT AGRICOLE
NORD DE FRANCE

www.ca-norddefrance.fr
http://communication.ca-norddefrance.fr
www.societariat.ca-norddefrance.fr
www.fondation-candf.fr



Rédaction : Fanny Caron-Chiles, Catherine Filonczuk
Coordination : Catherine Filonczuk
Contribution : Florence Bastaert, Viviane Olivo, Vincent Schiltz
Crédits photos : Yves Delattre, Emmanuel Delbergue
Conception, réalisation : Page à Page

Crédit Agricole Nord de France
10 avenue Foch, BP 369
59020 Lille cedex
03 20 63 70 00

Sommaire

PARTIE 1

UNE BANQUE SOLIDE, ANCRÉE SUR SON TERRITOIRE

- 1. Comprendre le Crédit Agricole Nord de France**
 - a. Sa carte d'identité
 - b. Son modèle coopératif et mutualiste au service du « local »
 - c. Sa charte éthique et ses valeurs mutualistes
- 2. Ses forces**
 - a. Son ancrage local
 - b. Son activité soutenue et ses résultats financiers résilients
 - c. Sa position géographique et son territoire
- 3. Son modèle d'affaires**

PARTIE 2

LES ENJEUX LIÉS AUX GRANDES MUTATIONS ÉCONOMIQUES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES

- 1. Les principaux enjeux**
 - a. Les enjeux environnementaux
 - b. Les enjeux sociaux
 - c. Les enjeux sociétaux
- 2. Les attentes des parties prenantes**
- 3. Les ambitions de la banque régionale**

PARTIE 3

SA POLITIQUE RSE, UNE DÉMARCHÉ DE PROGRÈS

- 1. Ses engagements et des preuves de ses actions**
- 2. La mesure de sa performance extrafinancière**

Annexe : Note méthodologique



UNE BANQUE SOLIDE ANCRÉE SUR SON TERRITOIRE



1. COMPRENDRE LE CRÉDIT AGRICOLE NORD DE FRANCE

a) Sa carte d'identité



UN GROUPE BANCAIRE RÉGIONAL DE PREMIER PLAN

422 000

clients sociétaires

786

administrateurs

70 | **239**

caisses locales | agences

2 900

salariés

21

centres d'affaires entreprises, professionnels et agriculture

52 Mrds€

de capitaux gérés



DES PERFORMANCES FINANCIÈRES SOLIDES

4,2 Mrds€

de capitaux propres

132,9 M€

de résultat consolidé

4,5 Mrds€

de crédits nouveaux injectés en 2017 dont



3,1 Mrds€

auprès des particuliers et

1,4 Mrd€

auprès des entrepreneurs

Chiffres au 31 décembre 2017

4 PÔLES D'ACTIVITÉ

Pôle Banque Assurance

1,1 million de clients
1 client majeur sur 2 sociétaire
Particuliers, professionnels, agriculteurs, entreprises, collectivités
Banque Privée
Assurances Pacifica
Prévoyance Prédica

Pôle Capital Investissement

Nord Capital Investissement
(130 M€ de valorisation du portefeuille)

Pôle Immobilier

Square Habitat
76 agences
450 collaborateurs
3 100 transactions immobilières

Foncière de l'Érable
80 000 m² de surface gérée

Nacarat*
EX'IM

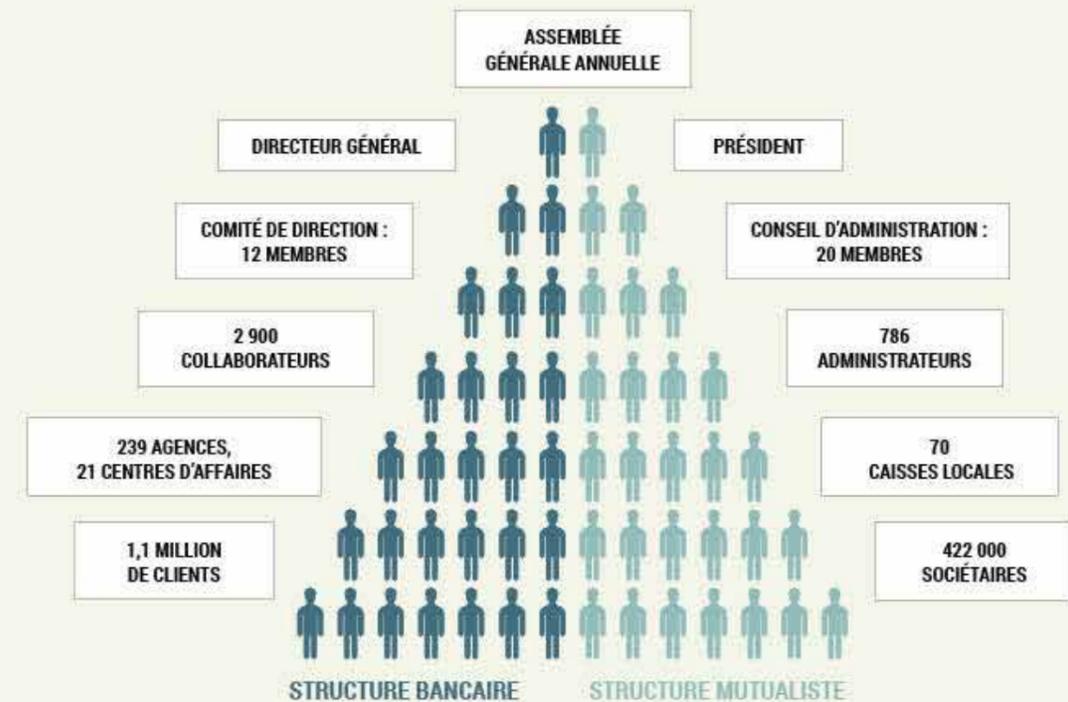
Pôle Média

Voix du Nord
Investissement*
Wéo*
Terres et Territoires*

b) Son modèle coopératif et mutualiste au service du « local »

LE MODÈLE COOPÉRATIF du Crédit Agricole est fondé sur la coopération et la solidarité de ses membres, sociétaires, qui participent à sa gestion de façon démocratique : quel que soit le montant de leurs parts sociales, tous les sociétaires ont le même poids lors du vote à l'assemblée générale de leur caisse locale.

Ce modèle de gouvernance, qui envisage la performance sur le long terme, favorise le partage du savoir et la co-construction. Il se qualifie par une double gouvernance.



UNE DOUBLE GOUVERNANCE

Le Crédit Agricole Nord de France présente une gouvernance bicéphale, avec à sa tête un Président élu et un Directeur général nommé.

Cette gouvernance repose sur deux structures complémentaires qui travaillent de concert : le Conseil d'administration emmené par le Président et le Comité de direction emmené par le Directeur général.

Le Directeur général présente au Conseil d'administration et à son Président la politique et les orientations stratégiques de la Caisse régionale. Le Conseil d'administration les approuve. Le Directeur général et le Comité de direction les mettent en œuvre et en rendent compte.

L'IDENTITÉ MUTUALISTE du Crédit Agricole Nord de France se déploie à travers trois valeurs qui s'incarnent dans la façon dont les salariés de la banque exercent leur métier : la responsabilité, la solidarité et la proximité.

Ainsi le Crédit Agricole Nord de France, intimement lié à son territoire de par son origine, agit et investit pour le développement économique, social et culturel local afin que ses clients trouvent un environnement favorable à la réalisation de leurs projets :

- > Il maintient sa présence dans les zones rurales tout en développant le digital.
- > Il crée des liens et fédère les différents acteurs du territoire.
- > Il encourage l'innovation et accompagne les transitions sociétales.
- > Les décisions sont prises localement pour répondre aux besoins spécifiques des territoires.
- > Les clients sont impliqués dans le développement de l'endroit où ils vivent.
- > La vie locale est développée et valorisée grâce aux aides extra-bancaires des Caisses locales et de la Caisse régionale.

c) Sa charte éthique et ses valeurs mutualistes

Le Crédit Agricole Nord de France soutient les projets de ses clients avec confiance et enthousiasme. Il agit en perpétuant les valeurs mutualistes inscrites dans son histoire et dans le respect d'une charte éthique exigeante, qui anime tout le Groupe.

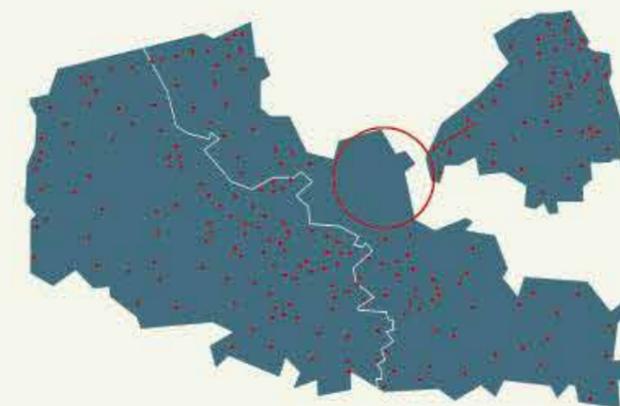
<p>NOTRE MISSION</p> <p>Avec confiance et enthousiasme, faire réussir nos clients et notre territoire</p>	<p>NOTRE ÉTHIQUE</p> <p>PROFESSIONNALISME CONFIDENTIALITÉ VIGILANCE LOYAUTÉ</p> <p>Chacun met en pratique de manière responsable les lois, règlements, normes et standards professionnels</p> <p>Chacun veille à protéger les intérêts de la clientèle, à lutter contre le blanchiment de capitaux, le financement du terrorisme, la fraude et à préserver l'intégrité des marchés</p>	<p>VIS-À-VIS DE LA SOCIÉTÉ</p> <p>ENGAGEMENT</p> <p>Une démarche de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise affirmée, protectrice de notre environnement et créatrice de valeur pour les territoires, nos clients, nos partenaires, nos sociétaires et nos collaborateurs</p>
<p>NOS VALEURS</p> <p>PROXIMITÉ SOLIDARITÉ RESPONSABILITÉ</p> <p>Elles placent les femmes et les hommes à l'origine de nos actions et au cœur de nos finalités</p>	<p>VIS-À-VIS DE NOS COLLABORATEURS</p> <p>DIVERSITÉ COMPÉTENCE DÉVELOPPEMENT</p> <p>Une même confiance dans les capacités de tous à réussir</p> <p>Un dialogue ouvert</p> <p>Un environnement de travail sûr et une qualité de vie au travail favorisée</p>	<p>VIS-À-VIS DE NOS NOS CLIENTS</p> <p>CONSEIL EXPERTISE DISPONIBILITÉ ACCOMPAGNEMENT HUMAIN ET DIGITAL</p> <p>Une relation multicanale qui simplifie et facilite les projets en France et dans le monde</p> <p>Une écoute attentive et un conseil loyal pour décider en toute connaissance de cause</p> <p>Un accompagnement dans la durée et dans un esprit partenarial</p> <p>Une transparence dans l'utilisation des données personnelles conformément à notre charte d'utilisation des données client</p>

2. SES FORCES

a) Son ancrage local et son expertise

La proximité, l'atout spécifique et distinctif du Crédit Agricole Nord de France : un maillage physique et digital serré pour être au plus proche de ses clients et établir un lien de confiance.

Des conseillers recrutés, formés et dédiés à chaque type de clientèle (particuliers, agris, pros, banque privée...) pour répondre aux besoins spécifiques de tous ses clients et des experts Groupe complémentaires pour une relation sur mesure.



b) Son activité soutenue et ses résultats financiers résilients



RÉSULTAT SOCIAL (hors charges de fonctionnement)

- Encours de collecte globale : 28 370 M€ (+1,5%)
- Encours de crédits : 23 593 M€ (+6,4%)
- Produit Net Bancaire : 531 M€ (-5,3%)
- Résultat Brut d'Exploitation : 185 M€ (-16,2%)
- Résultat Net Social : 133,6 M€ (-5,7% hors éléments non récurrents)

RÉSULTAT CONSOLIDÉ

- Résultat net consolidé du Groupe CA Nord de France : 132,9 M€, contribution positive de tous les métiers

c) Sa position géographique et son territoire

- > Un carrefour européen : 78 millions de consommateurs dans un rayon de 300 km.
- > 5 capitales à moins de 2 heures.
- > 4^e région française pour la production économique.
- > 1,5 million d'actifs.
- > 170 000 entreprises et 7 pôles de compétitivité.
- > Plus de 150 000 étudiants.



3. SON MODÈLE D'AFFAIRES

NOTRE CRÉATION DE VALEUR AU SERVICE DU TERRITOIRE

NOS RESSOURCES

NOTRE CAPITAL HUMAIN

- > 2 996 collaborateurs
- > 786 élus

NOTRE PRÉSENCE SUR LE TERRITOIRE

- > 70 Caisses locales
- > 239 agences et 21 centres d'affaires
- > 2 centres de relation clients et une e-agence
- > 76 agences immobilières Square Habitat
- > 3 structures accompagnées :
 - Le Village by CA Nord de France
 - La Fondation d'Entreprise
 - L'association Point Passerelle

NOTRE PRÉSENCE DIGITALE

- > Des sites internet dédiés aux différentes clientèles (particuliers, pro et agri, banque privée, entreprises...)
- > Des appli (Ma banque, Ma banque Pro...)

NOTRE CAPITAL FINANCIER

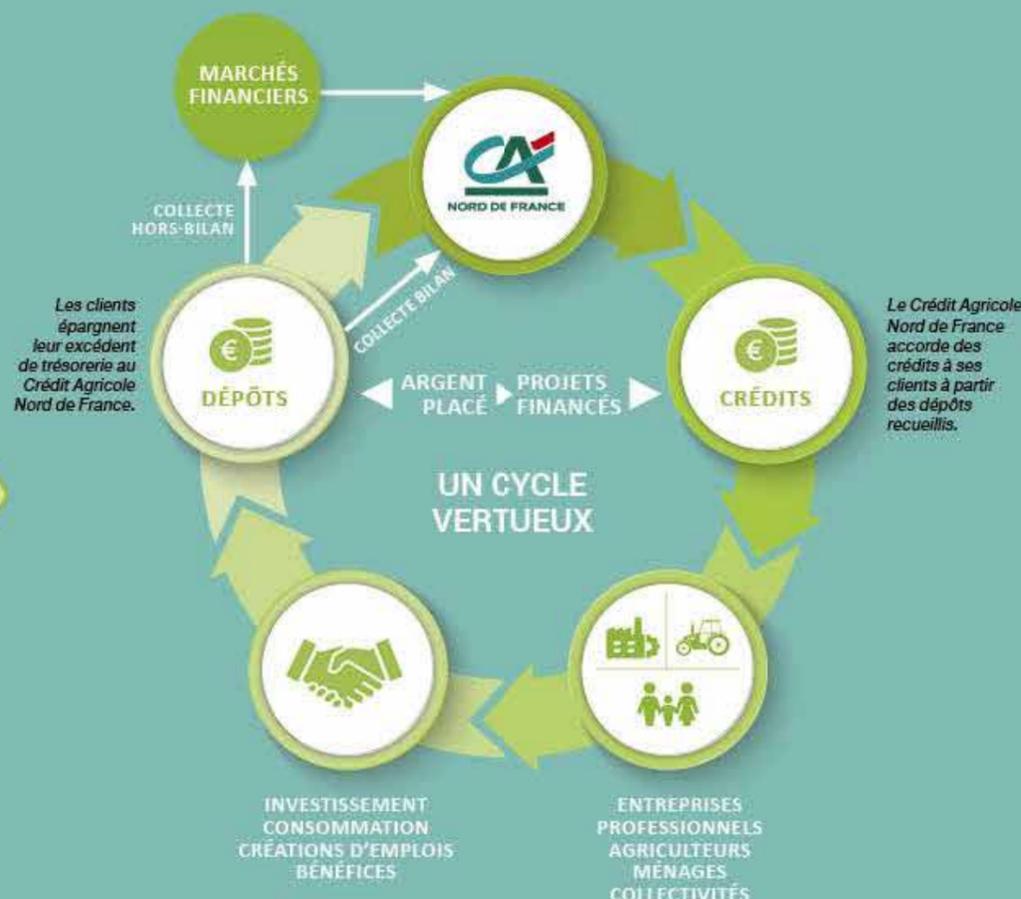
- > 4 201 M€ de capitaux propres consolidés
- > dont 2 903 M€ de réserves

DES EXPERTISES COMPLÉMENTAIRES

- > Nord de France : Square Habitat Nord de France, Nord Capital Investissement, Foncière de l'Érable
- > Crédit Agricole S.A. : CA Assurances, Amundi, CACIB, CA Leasing & Factoring, CA Indosuez Wealth, CA Payment Services, CA Technologies et Services

NOTRE MODÈLE DE DISTRIBUTION : 100 % HUMAIN ET 100 % DIGITAL

POUR ACCOMPAGNER NOS CLIENTS
DANS LA DURÉE DE FAÇON GLOBALE
ET PERSONNALISÉE, EN AGENCE OU À DISTANCE.



BANQUE

- > Épargne
- > Crédits
- > Banque au quotidien
- > Financements spécialisés

ASSURANCES

- > Des biens
- > Des personnes
- > Des actions de prévention

IMMOBILIER

- > Promotion immobilière
- > Gestion immobilière (transactions neuf et ancien, gestion locative et de copropriété)

NOS RÉSULTATS 2018

NOS COLLABORATEURS

- > 177 nouveaux embauchés en CDI
- > Plus de 6 % de la masse salariale investis dans la formation

NOS CLIENTS

- > + d'1 million de clients dont 422 000 sociétaires
- > 6 millions de visiteurs sur le site vitrine
- > 206 681 clients actifs sur l'application Ma Banque

NOTRE DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE

- > 4,5 Mds€ de réalisation de crédits injectés dans l'économie dont 2,7 Mds€ pour l'habitat
- > 3 101 transactions immobilières réalisées par Square Habitat
- > 1 301 familles aidées par l'association Point Passerelle
- > 263 microcrédits accordés aux clients fragilisés
- > 25 projets soutenus par la Fondation d'Entreprise, 500 K€ engagés

NOTRE EMPREINTE SOCIO-ÉCONOMIQUE

- > Chaque financement de 60 K€ permet de maintenir ou de créer 1 emploi*

NOTRE SOLIDITÉ FINANCIÈRE

- > 98,2 M€ de résultat conservé
- > Ratio Bâle 3 : 21,91 %

Retrouvez tous les indicateurs de performance extrafinancière p. 19

Consultez nos publications sur le site
<https://communication.ca-norddefrance.fr>

CE QUI NOUS DIFFÉRENCIE



La proximité indissociable
d'un **ATTACHEMENT
AU TERRITOIRE.**

Une **GOUVERNANCE**
qui associe au regard
professionnel des
salariés, celui des élus
représentants des
sociétaires.

Un principe d'action :
L'UTILITÉ pour un
accompagnement durable
et responsable
de nos clients.

Un pouvoir de décision
local pour être au plus
près des **ATTENTES
DE NOS CLIENTS.**

**L'INNOVATION
ET L'ENTREPRENEURIAT**
au cœur de nos projets.

UN SOUTIEN SOLIDAIRE
des initiatives en phase
avec nos valeurs
mutualistes.

LES ENJEUX LIÉS AUX GRANDES MUTATIONS ÉCONOMIQUES, SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES



Comme toutes les banques, le Crédit Agricole Nord de France évolue dans une économie et un contexte sociétal en changement permanent. Il doit s'adapter aux grandes mutations en cours que sont le digital, les nouveaux usages et besoins des clients, la concurrence multiforme, l'exigence croissante en matière de réglementation, le dérèglement climatique, les transformations de l'agriculture et de l'agroalimentaire, les évolutions économiques et démographiques et la multiplication des aléas dans les parcours de vie.

Au regard de ces grandes mutations, le Crédit Agricole Nord de France a identifié ses enjeux environnementaux sociaux et sociétaux en termes d'opportunités et de risques.

1. LES PRINCIPAUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIÉTAUX

OPPORTUNITÉS

- > Accompagner les clients dans leur transition écologique et contribuer à la lutte contre le dérèglement climatique.
- > Réduire l'empreinte environnementale liée à l'activité et diminuer les coûts opérationnels.
- > Renforcer et valoriser l'innovation avec de nouvelles offres.
- > Poursuivre le développement de solutions d'investissements ou de financement de la transition énergétique et des technologies vertes.
- > Développer les achats responsables.

RISQUES

- > Augmentation du coût du risque en lien avec l'augmentation des risques climatiques affectant les clients (risque de contrepartie, risque assurantiel).
- > Dégradation de l'image de la banque et/ou de sa réputation avec impact éventuel sur la valorisation de l'entreprise (absence d'offres répondant à la demande, financement de projets à fort impact carbone, fonctionnement interne...).
- > Augmentation des charges de fonctionnement liées à la non maîtrise des évolutions tarifaires des énergies et des consommables.
- > Augmentation des investissements liés à la transition énergétique et au dérèglement climatique (norme, prise en compte des risques physiques, des risques opérationnels...).



OPPORTUNITÉS

- > Contribuer au développement des compétences et à l'employabilité des salariés.
- > Favoriser l'épanouissement au travail.
- > Renforcer la diversité et agir contre les discriminations.
- > Promouvoir une image positive de l'entreprise.

RISQUES

- > Perte d'attractivité de la marque employeur.
- > Fuite des talents.
- > Moindre performance.

OPPORTUNITÉS

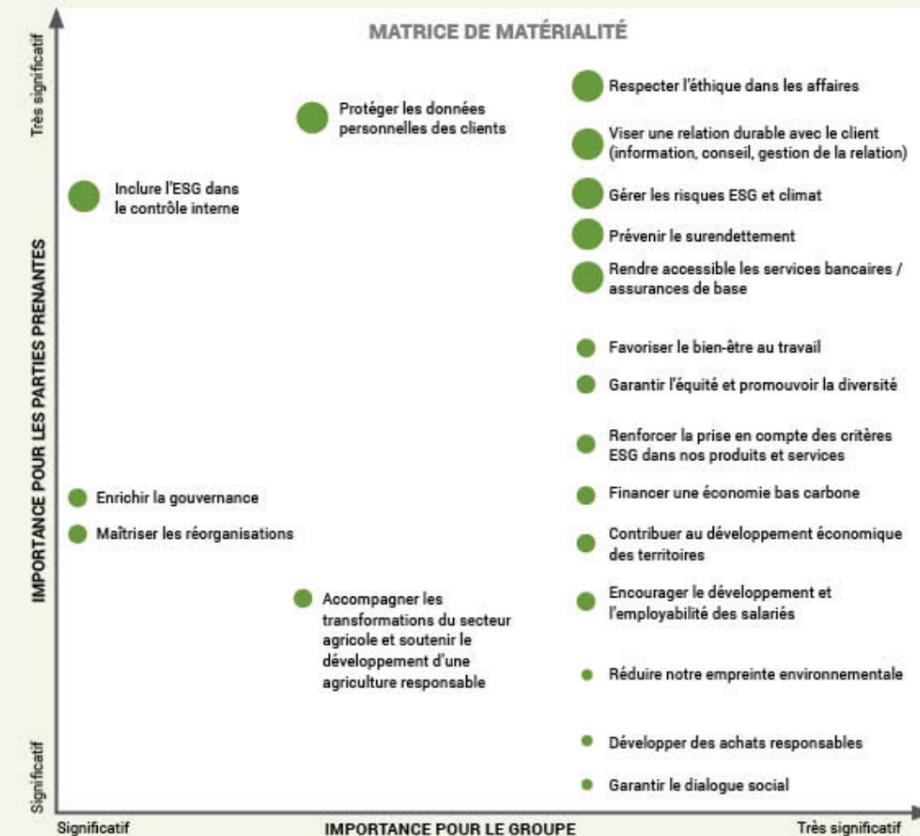
- > Renforcer le cadre éthique et la protection des données (loyauté dans les affaires, transparence de l'information, RGPD, cybersécurité...).
- > Ré-affirmer le positionnement du Crédit Agricole Nord de France en tant que tiers de confiance et banque multicanale 100% humaine 100% digitale.
- > Valoriser le statut mutualiste de la banque en renforçant sa légitimité en termes de financement et d'accompagnement : prévoyance, épargne retraite, santé, logement, aléas de la vie, inclusion bancaire.
- > Développer les services de proximité (dépendance, aidants familiaux...).
- > Accompagner le déploiement de nouveaux modèles (agriculture, start-up...).

RISQUES

- > Risque de non-conformité (protection des clients et des investisseurs, intégrité et transparence des marchés, lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme, corruption).
- > Image dégradée en termes d'expérience clients (proximité, inclusion bancaire...).
- > Manque de capacité d'adaptation rapide des processus internes, de la distribution et des services (moins fréquentation des agences, augmentation des usages en ligne et du conseil à distance...).
- > Distorsion de concurrence avec de nouveaux acteurs moins régulés (FinTechs, agrégateurs, GAFA, grande distribution...) et moindre dynamique de bancarisation.
- > Image dégradée en termes de capacité d'innovation et en tant que financeur responsable de l'économie de son territoire (perte de parts de marché / de positionnement).

2. LES ATTENTES DE NOS PARTIES PRENANTES

Un baromètre RSE a été mis en place pour interroger les parties prenantes du Groupe Crédit Agricole (clients, salariés, société civile et leaders d'opinion) sur leurs attentes.



3. LES AMBITIONS DE NOTRE BANQUE RÉGIONALE

La confrontation des attentes des parties prenantes avec les enjeux environnementaux sociaux et sociétaux identifiés a permis de définir les ambitions du Crédit Agricole Nord de France en matière de responsabilité sociétale d'entreprise dans le respect des orientations stratégiques de son plan à moyen terme 2016-2020 « tous acteurs de la relation ». Ces ambitions constituent le socle de la politique RSE de la banque régionale.



AMBITION 1

Accompagner les territoires dans un développement économique responsable



AMBITION 2

Rechercher l'excellence dans la relation d'affaires



AMBITION 3

Optimiser l'épanouissement des salariés tout au long de leur parcours dans l'entreprise



AMBITION 4

Limiter l'empreinte carbone de la Caisse régionale et les risques inhérents



AMBITION 5

Soutenir les projets du territoire en adéquation avec ses valeurs mutualistes

NOTRE POLITIQUE RSE, UNE DÉMARCHÉ DE PROGRÈS

Fort de sa raison d'être, de son identité mutualiste et de son ancrage local, le Crédit Agricole Nord de France agit pour une économie mieux partagée, pour le développement du tissu entrepreneurial, pour la protection des écosystèmes et contre le dérèglement climatique avec pour objectif, une performance globale utile à son territoire et à ses parties prenantes.

Sa politique RSE, volontariste et régulièrement renforcée, se traduit par des engagements.



1. SES ENGAGEMENTS ET DES PREUVES DE SES ACTIONS

VOLET
SOCIÉTAL



AMBITION 1 :

Accompagner les territoires dans un développement économique responsable.

ENGAGEMENT :

Proposer des produits, services et financements répondant aux défis actuels (transition énergétique et environnement, accompagnement de la dépendance, logement et habitat durable).

PREUVES

Accompagner la transition énergétique

► En 2015, le Nord et le Pas-de-Calais ont choisi de soutenir la 3^e Révolution Industrielle en s'engageant pour la création d'un fonds d'investissement dédié, CAP3 RI, géré par Nord Capital Partenaires.

Le Crédit Agricole Nord de France a développé depuis longtemps une réelle expertise et un savoir-faire dans le domaine des énergies renouvelables. Précurseur dans le financement des premiers projets de méthanisation régionaux, il s'est donc engagé dès le lancement du fonds pour poursuivre l'accompagnement des projets liés au développement des énergies décarbonées.

Ce choix majeur réaffirme ainsi l'ambition de la banque en matière environnementale, un enjeu majeur pour le futur et le développement de son territoire. En 2018, 5,2 M€ ont été investis en fonds propres auprès de trois entreprises de la région spécialisées dans la transition énergétique et l'économie circulaire.

Lutter contre les risques climatiques

► Pour une meilleure prévention des risques climatiques et de volatilité des prix, la banque intègre désormais à ses offres des options de modulation et de pauses d'échéances. Elle poursuit en parallèle sa sensibilisation aux atouts des assurances clients et des assurances climatiques grêle et récoltes.

Structurer la mobilité durable

► En 2018, le Crédit Agricole Nord de France a accompagné le Syndicat Mixte des Transports Artois Gohelle, en charge du réseau TADAO, sur l'aménagement de six nouvelles lignes de bus à haut-niveau de service sur les agglomérations de Lens, Liévin, Hénin, Carvin, Bruay-la-Buissière, Béthune.

Ce projet, structurant pour la mobilité de notre territoire, proposera à ses usagers un service de transport en commun performant, plus respectueux de l'environnement et alternatif au « tout automobile ». Ses atouts ? Des couloirs de circulation réservés, une fréquence de passage adaptée aux besoins des utilisateurs et une accessibilité renforcée grâce aux plates-formes d'accès et au développement d'informations visuelles et sonores.

395

(stock au 31/12/2018)

Nombre
de contrats
assurances
récoltes
souscrits



VOLET SOCIÉTAL



AMBITION 1 :

Accompagner les territoires dans un développement économique responsable.

ENGAGEMENT :

Contribuer à l'essor du tissu entrepreneurial, à la création et au maintien d'emplois.

PREUVES

Mesurer son empreinte socio-économique

> Le Crédit Agricole Nord de France a été l'un des premiers organismes bancaires d'Europe à mesurer concrètement ses retombées d'activité en matière d'emploi et de contribution à la croissance de son territoire.

L'étude*, menée par un organisme tiers indépendant reconnu, a évalué l'impact socio-économique des flux financiers de fonctionnement et d'activité injectés dans l'économie réelle sur une année.

* Empreinte socio-économique réalisée en 2016 par le Cabinet Utopies à partir de données n'ayant pas évolué de manière à modifier significativement le résultat de l'étude.

Soutenir le dynamisme régional

> Lancés à Lille en 2016, les Cafés de la Création ont pour ambition de soutenir l'émergence des petites entreprises sur tout le territoire. Le Crédit Agricole Nord de France a ainsi fédéré autour de cet événement l'ensemble des partenaires concernés (chambre des métiers et de l'artisanat, conseil de l'ordre des experts-comptables, conseil régional des notaires, ordre des avocats...) pour que créateurs et entrepreneurs puissent rencontrer en un lieu toutes les parties prenantes entrant dans la réalisation de leur projet.

Fort de son succès, le concept a été déployé dans plus de 18 villes du Nord et du Pas-de-Calais en 2018.



22

Cafés de la Création en 2018

VOLET SOCIÉTAL



AMBITION 2 :

Rechercher l'excellence dans la relation d'affaires avec tous ses clients.



ENGAGEMENT :

Viser une relation durable en protégeant l'intérêt de ses clients et en veillant au maintien de la proximité.

PREUVES

Protéger les données

> Depuis le 25 mai 2018, le règlement européen sur la protection des données (RGPD) est devenu le texte de référence pour toutes les entreprises en matière de traitement des données à caractère personnel. Cette nouvelle réglementation était une nécessité à l'heure où neuf Français sur dix se déclarent préoccupés par la protection des données sur internet*.

Pour le Crédit Agricole Nord de France, proposer à ses clients une protection renforcée des données qu'ils lui confient est essentiel. Dès 2016, une charte des données personnelles engageait déjà la banque à n'utiliser les données de ses clients que dans leur intérêt, à ne pas vendre leurs données, et à être totalement transparents quant à leur utilisation. Charte renforcée depuis avec l'entrée en vigueur du RGPD avec notamment la mise en place d'un délégué à la protection des données.

* Source : étude réalisée par CSA sur les Français et la protection de leurs données personnelles, 2017.

**AU CRÉDIT AGRICOLE,
VOS DONNÉES NE SERVENT
QU'À VOUS SERVIR.**

Lutter contre la corruption

> La banque met en œuvre des mesures efficaces pour lutter contre la corruption : création d'une gouvernance dédiée, réalisation d'une cartographie des risques de corruption, rédaction d'un code de conduite anticorruption, déploiement d'un programme de formation et renforcement du dispositif de protection des lanceurs d'alerte. Concernant la lutte contre l'évasion fiscale, elle a poursuivi ses actions de mise en conformité de ses clients haut de gamme ainsi que l'identification et le traitement des personnes politiquement exposées et de leurs affiliés. Elle a également renforcé ses procédures d'auto-certification fiscales des personnes morales.

Maintenir la proximité

> Au Crédit Agricole Nord de France, les sociétaires des Caisses locales de Lille et Bondues Marcq ont pu participer à distance à leur assemblée générale 2018. En téléchargeant une application sécurisée, ils ont, de chez eux, assisté aux débats, posé leurs questions et voté au même moment que les sociétaires présents dans la salle. Les assemblées étaient également en direct sur Facebook et Twitter.



18 334

Participants aux Assemblées générales de Caisses locales en 2018

VOLET
SOCIÉTAL

AMBITION 2 :

Rechercher l'excellence dans la relation d'affaires
avec tous ses clients.

ENGAGEMENT :

Protéger les personnes fragilisées en favorisant l'inclusion bancaire
et en veillant à l'accessibilité des offres.

PREUVES

Favoriser l'inclusion bancaire

► La Banque, acteur solidaire de son territoire, s'engage auprès des publics fragiles grâce à l'association Point Passerelle dont elle est l'unique mécène. Cette association qui compte quatre points d'accueil à Arras, Boulogne, Lille et Valenciennes vient en aide aux habitants du Nord et du Pas de Calais qui sont en difficultés financières ou sociale suite à un accident de la vie (chômage, divorce, décès, maladie...).

Dans chaque Point Passerelle, des conseillers et des accompagnants bénévoles issus des Caisses locales du Crédit Agricole Nord de France, écoutent les requérants, réalisent un diagnostic de leur situation personnelle et financière, les accompagnent dans leurs démarches administratives et les conseillent gratuitement dans la gestion de leur budget.

En 2018 l'association a traité 1 301 dossiers et 263 microcrédits ont été octroyés par la banque. Cette augmentation témoigne des difficultés croissantes rencontrées par les foyers du Nord et du Pas de Calais. Dans la plupart des cas, un seul rendez-vous permet de trouver une solution rapide aux difficultés rencontrées.

1301

Nombre
de familles
accompagnées*Développer l'accessibilité*

► Avec ses 239 points de vente et ses 620 automates, le Crédit Agricole Nord de France offre à ses clients un service de proximité sur l'ensemble du territoire. La majorité des automates sont équipés d'un guidage vocal pour aider les clients malvoyants. La mise aux normes « personnes à mobilité réduite » des agences se fait progressivement conformément au plan de mise en conformité approuvé par arrêté préfectoral (hauteur des points d'accueil, élévateur, accès extérieurs, place de stationnement, dimensionnement des portes, bouton avec voyant lumineux...).

Pour ses clients souffrant d'un handicap auditif, la banque a mis en place un service de visio-interprétation en langue des signes.

Entretien Conseil
en langue des signes



Clients sourds et malentendants,
échangez gratuitement, de chez vous,
avec votre conseiller du
Crédit Agricole Nord de France.


VOLET
SOCIAL

AMBITION 3 :

Optimiser l'épanouissement des salariés tout au
long de leur parcours dans l'entreprise.

ENGAGEMENT :

Favoriser le bien-être au travail et promouvoir l'équité et la diversité.

PREUVES

Accompagner le handicap

► Le recrutement de travailleurs en situation de handicap est au cœur de la mission HECA : 15 collaborateurs handicapés (CDD/CDI/Alternance) ont été recrutés en 2018 sur l'ensemble des métiers.

Par ailleurs, la Caisse régionale fait régulièrement appel aux ESAT (Établissement et service d'aide par le travail) de la région et participe aux forums dédiés au recrutement des personnes en situation de handicap. Ainsi, le Crédit Agricole Nord de France a été présent au forum handicap de Noeux les Mines le 19 novembre 2018 afin de poursuivre activement sa politique Handicap et Emploi au Crédit Agricole (HECA).



5,1%

Taux de
travailleurs
handicapés
en 2017*Promouvoir l'entraide*

► Au-delà de l'expérimentation menée sur le télétravail dans le cadre d'une réflexion sur la qualité de vie au travail, le Crédit Agricole Nord de France a innové en mettant à la disposition de ses salariés un réseau collaboratif d'entreprise, e-lamp Nord de France, leur permettant de s'entraider à titre privé en échangeant des compétences, des savoirs, des bons plans ou en se prêtant du matériel et des objets, sans contrepartie financière. La plateforme accessible sur smartphones et tablettes compte plus de 850 membres à fin 2018.

Bons plans,
savoir-faire...
PARTAGEZ-LES !



eLamp
PLATEFORME D'ENTRAIDE
CRÉDIT AGRICOLE NORD DE FRANCE

VOLET
SOCIAL

AMBITION 3 :

Optimiser l'épanouissement des salariés tout au long de leur parcours dans l'entreprise.



ENGAGEMENT :

Enrichir le développement et l'employabilité des salariés

PREUVES

Enrichir les compétences

► En 2018, le Crédit Agricole Nord de France a convié 325 managers à suivre une formation « Culture financière » construite sur un mode à la fois participatif, digital et ludique. Objectif : remettre en mémoire des éléments fondamentaux de l'économie pour diffuser une culture financière auprès des collaborateurs, leur permettre une meilleure appréhension des enjeux macro-économiques et in fine répondre aux questions et interrogations de leurs clients, de plus en plus informés.



39

Nombre
d'heures
de formation
par salarié
en 2018

Mutualiser les idées

► Encourager la créativité, mutualiser les idées, décloisonner les échanges et favoriser l'innovation : tel est l'objet de la nouvelle démarche d'innovation participative Explore, concrétisée en 2017 par la mise en œuvre d'une méthode de travail inspiré des start-ups et la création d'un lieu dédié, l'Exploratoire. Une démarche qui s'est accélérée en 2018 avec plus de 28 événements organisés et pilotés par les explorateurs, spécialement dédiés à cette nouvelle démarche de travail.

VOLET
ENVIRONNEMENTAL

AMBITION 4 :

Limiter son empreinte carbone et maîtriser les risques inhérents.



ENGAGEMENT :

Favoriser la mise en place de process réduisant son empreinte carbone et mesurer le poids carbone de son portefeuille de crédits.

PREUVES

Optimiser les déplacements

► La réalisation du dernier bilan carbone de la banque met en évidence que les émissions de gaz à effet de serre liées à son fonctionnement sont, à hauteur de 30 %, dues aux déplacements. La banque a donc mis en place des actions pour agir prioritairement en faveur de l'éco-mobilité. Ainsi, un site de covoiturage, des dispositifs de visio-conférence, des véhicules et vélos électriques, un parking à vélos, des places de parking dédiées au covoiturage ont été mis à disposition des salariés. Durant la semaine du développement durable, en juin 2018, les salariés ont pu participer à des ateliers d'éco-conduite sur simulateur et à des conférences organisés en partenariat avec la Prévention Routière. Par ailleurs, un plan de déplacements entreprise a été réalisé et transmis aux autorités organisatrices du plan de déplacement urbain. Parmi les actions identifiées, celle relative à la mise en place d'un partenariat avec un constructeur de vélos pour faciliter l'acquisition par les salariés d'un bicycle a été mise en œuvre.



+11 000

Nombre de km
économisés grâce
au co-voiturage

Mesurer son poids carbone

► Afin de mieux appréhender son impact sur le changement climatique, la banque réalise périodiquement un bilan carbone lui permettant de mettre en place des actions ciblées pour diminuer les émissions de gaz à effet de serre liées à son fonctionnement et mesure le poids carbone de son portefeuille de crédits (poids estimé au 31 décembre 2018 à 1033 KT éq CO₂).

Pour évaluer les risques physiques liés au réchauffement climatique qui peuvent se matérialiser par des impacts financiers ou assurantiels, le Groupe Crédit Agricole souhaite déployer un outil basé sur la méthodologie mise en place par « carbone 4 » qui détaille à la fois les projections climatiques, la vulnérabilité des différents secteurs d'activité et l'exposition des acteurs aux différents aléas (vague de chaleur, pluies intenses, précipitation moyennes, tempêtes, montée du niveau de la mer, sécheresse, hausse de la température moyenne). Les travaux seront conduits au cours du premier semestre 2019.



VOLET SOCIÉTAL



AMBITION 5 :

Soutenir les projets du territoire en adéquation avec ses valeurs mutualistes.



ENGAGEMENT :

Poursuivre ses actions de mécénat auprès des acteurs et structures de l'économie sociale et solidaire implantés sur son territoire.

PREUVES

Soutenir les projets d'intérêt général

> Le Crédit Agricole Nord de France a lancé sa Fondation d'Entreprise fin 2015. Elle intervient dans cinq domaines correspondant à des enjeux-clés pour les habitants du Nord et du Pas-de-Calais : santé, insertion économique, inclusion sociale, enseignement et patrimoine. Elle vise à soutenir des projets pérennes et utiles sur l'ensemble de son territoire, urbain comme rural, qui répondent à des besoins peu ou non satisfaits.

En 3 ans, la Fondation aura soutenu près de 100 projets (plus d'une trentaine par an), répartis sur l'ensemble de son territoire et touchant tous ses axes d'intervention.

Elle a également mené un appel à projets collectif sur le « mal logement » en 2017, en partenariat avec la Fondation reconnue d'utilité publique AnBer et le bailleur social Vilogia, pour optimiser l'impact collectif des fondations régionales.

Les projets soutenus par la Fondation sont portés par des associations, des Collectivités locales, des Institutions médicales ou de nouveaux acteurs de l'ESS à condition qu'ils soient labellisés ESUS*. Certains d'entre eux s'avèrent socialement innovants et valorisent l'excellence des acteurs du Nord et Pas de Calais : comme le projet Territoire Zéro Chômeur longue durée à Loos,

expérimentation nationale contre le chômage de longue durée, ou encore la diffusion de bibliothèques nomades Bibliobox de l'Association Mots et Merveilles dans 40 communes isolées de l'Avesnois pour diffuser la Culture partout. La Fondation a aussi décidé de soutenir des projets majeurs en recherche médicale sur des enjeux de santé publique : elle a soutenu l'équipe de psychiatrie adulte du CHU de Lille, distinguée nationalement pour son travail sur la prévention du suicide (Projet Vigilans), notamment par l'obtention du Centre National de Résilience pour les psycho-traumas.

www.fondation-candf.fr



25

projets soutenus en 2018

* ESUS : Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale

Accompagner les associations innovantes

> L'association Campus Market a reçu le soutien de la banque pour mener à bien son projet de réduction de l'empreinte écologique de l'ameublement étudiant ainsi que des nuisances provoquées par les dépôts sauvages de meubles. Pour cela, elle collecte en vélos triporteurs les meubles des étudiants qui déménagent et les restaure pour permettre aux étudiants qui arrivent de se meubler à moindre coût. Le Projet favorise également l'emploi local puisque Campus Market fait appel à des partenaires faisant de la réinsertion par l'emploi.



2. LA MESURE DE LA PERFORMANCE EXTRAFINANCIÈRE

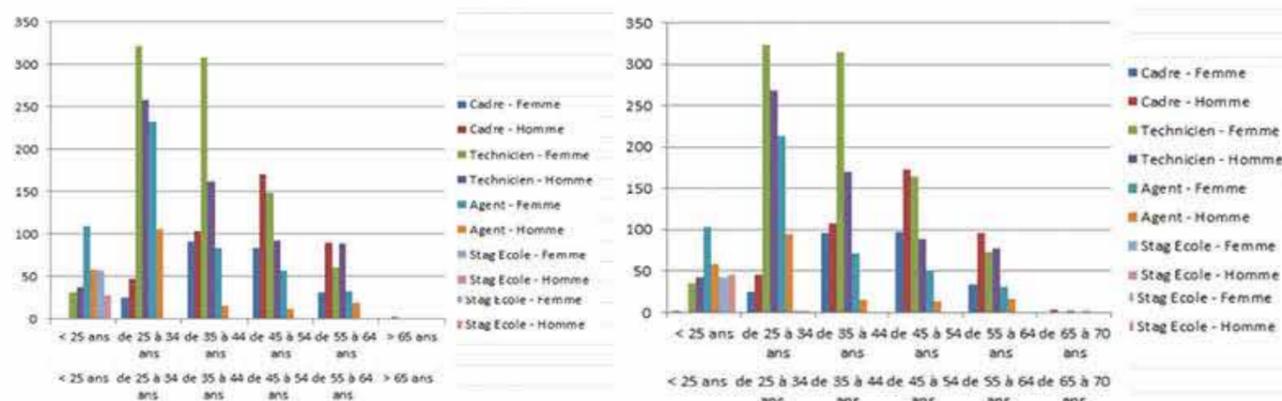
INDICATEURS DE PERFORMANCE EXTRAFINANCIÈRE DE LA CAISSE RÉGIONALE 2017 2018

	2017	2018	
VOLET SOCIÉTAL	ENGAGEMENT : Proposer des produits/services et financements responsables		
	Montants des financements accordés aux entreprises, professionnels et agriculteurs pour des projets d'énergie renouvelable (K€)	28 252	40 320
	Nombre de financements accordés à des projets d'envergure contribuant à la santé et au bien vieillir (CHR, EHPAD...) (K€)	1 137	19 590
	Montant des prêts Eco PTZ réalisés (K€)	6 705	5 494
	Montant des encours ISR (en m€)	25	29
	ENGAGEMENT : Contribuer à l'essor du tissu entrepreneurial, à la création et au maintien d'emplois		
	Nombre de startups hébergées au Village by CA	30	41
	Nombre de financements accordés aux créateurs d'entreprise	611	428
	Nombre d'installations d'agriculteur financées	150	170
	Nombre de participants aux Jobs Meeting organisés en partenariat avec Wizbii	65	132
VOLET SOCIAL	ENGAGEMENT : Viser une relation durable en protégeant l'intérêt des clients et en veillant au maintien de la proximité		
	Nombre de réclamations reçues par le service qualité clients et délai moyen de traitement (en jours ouvrés)	1 869 - 12,2	1 589 - 10,6
	Taux de salariés formés à la déontologie (FIDES) et à la sécurité financière (LAB)	94,9 - 95,95	94 % - 99 %
	Nombre de points verts	167	169
	Nombre de partenariats avec les écoles du territoire (stock)	8	8
	ENGAGEMENT : Protéger les personnes fragilisées en favorisant l'inclusion bancaire et en veillant à l'accessibilité des offres		
	Nombre de micro-crédits accordés	318	263
	Nombre d'offres budget protégé (stock)	3 453	3 700
	Nombre d'offres EKO souscrites par les clients	non applicable	3 598
	ENGAGEMENT : Poursuivre les actions de mécénat auprès des acteurs de l'économie sociale et solidaire		
Nombre de projets soutenus par la Fondation d'Entreprise	35	25	
Nombre d'associations soutenues (dispositif Tookets)	48	51	
Nombre de familles aidées par l'association Point Passerelle	1 382	1 301	
VOLET ENVIRONNEMENTAL	ENGAGEMENT : Favoriser le bien-être au travail et promouvoir l'équité et la diversité		
	Nombre de salariés en télétravail	10	9
	Nombre d'accords signés traitant de la qualité de vie au travail, de l'égalité homme/femme ou de la diversité	1	1
	Répartition des salariés par âge et par sexe	cf tableau infra	cf tableau infra
	Pourcentage de femmes dans l'encadrement	35,7 %	37,3 %
	Taux de travailleurs handicapés	5,1 %	non disponible ⁽²⁾
	ENGAGEMENT : Enrichir le développement et l'employabilité des salariés		
	Nombre d'heures de formation par salarié et coût de la formation/masse salariale (en %)	34 - 7,76 %	39 - 6,39 % ⁽¹⁾
	Nombre d'embauches en CDI et de licenciements (licenciements et ruptures conventionnelles)	150 - 36	177 - 32
	Effectif en fin de période	2 972	2 996
Nombre de salariés inscrits dans un parcours de formation diplômant	363	631	
Nombre de salariés ayant bénéficié d'une mobilité (fonctionnelle, géographique, Groupe)	655	767	
Nombre de dispositifs de co-création proposés aux salariés	5	28	
ENGAGEMENT : Favoriser la mise en place de process réduisant l'empreinte carbone			
Nombre de kilomètres parcourus en véhicules (véhicules personnels et véhicules de service hors véhicules électriques)	4 491 838	4 769 489	
Quantité d'électricité consommée (kwh)	15 870 065	14 404 660	
Quantité de gaz consommée (éq kwh)	7 963 983	6 106 312	
Quantité de fioul consommée (en litres)	86 627	59 404	
Quantité de papier consommée (nombre de ramettes par salarié)	28	23	
Quantité de déchets recyclés (papier en tonne et nombre de cartes bancaires périmées)	159 - 119 231	174 - 121 269	
Tonnage de la taxe ecofolio	290	non disponible ⁽²⁾	
Nombre de chèquiers éco-conçus	626 000	567 000	
ENGAGEMENT : Mesurer le poids carbone de notre portefeuille de crédits			
Poids carbone du portefeuille de crédits (en KT eq CO2)	-	1 033 ⁽³⁾	

(1) La donnée est en cours de finalisation au moment de la rédaction de la déclaration de performance extrafinancière. (2) La donnée n'est pas disponible au moment de la rédaction de la déclaration de performance extrafinancière. (3) L'actualisation des facteurs de conversion rend la comparaison entre la donnée publiée en 2017 et celle de 2018 non pertinente.

Répartition des salariés par âge et par sexe en 2017

Répartition des salariés par âge et par sexe en 2018



INDICATEURS DE PERFORMANCE EXTRAFINANCIÈRE DE SQUARE HABITAT

2017 2018

	2017	2018
VOLET SOCIÉTAL	ENGAGEMENT : Proposer des produits/services et financements responsables	
	Nombre de clients bénéficiant d'un e-relevé	
	-	20 830
VOLET SOCIAL	ENGAGEMENT : Viser une relation durable en protégeant l'intérêt des clients et en veillant au maintien de la proximité	
	Nombre de réclamations	
	47	88
VOLET SOCIAL	ENGAGEMENT : Favoriser le bien-être au travail et promouvoir l'équité et la diversité	
	Taux de salariés formés à la déontologie et à la sécurité financière (% de la population ciblée)	
	100 %	100 %
	Nombre d'accords signés traitant de la qualité de vie au travail, de l'équité homme/femme ou de la diversité	
	1	0
VOLET ENVIRONNEMENTAL	ENGAGEMENT : Favoriser la mise en place de process réduisant l'empreinte carbone	
	Taux de seniors de plus de 50 ans (en %)	
	18,48 %	19,57 %
	Taux de salariés de moins de 30 ans (en %)	
	19 %	21,06 %
Taux de travailleurs handicapés		
8,5 %*	11,74 %*	
ENGAGEMENT : Enrichir le développement et l'employabilité des salariés		
Nombre d'heures de formation par salarié et coût de la formation/masse salariale (en %)		
9 / 0,28 %	22 / 2,1 %	
Nombre d'embauches en CDI et de licenciements (licenciements et ruptures conventionnelles)		
112 / 39	105 / 30	
Effectif en fin de période		
464	470	
ENGAGEMENT : Favoriser la mise en place de process réduisant l'empreinte carbone		
Nombre moyen de kilomètres parcourus par salarié		
2 426	2 526	
Quantité de papier consommée (nombre de ramettes par salarié)		
19	20	
Quantité de cartouches recyclées		
354	298	

(*) unités bénéficiaires déclarées

Annexe : Note méthodologique

La déclaration de performance extrafinancière décrit :

- la façon dont le Crédit Agricole Nord de France gère de la valeur sur le long terme et la préserve,
- les risques extra-financiers significatifs auxquels il fait face, en lien avec ses activités, ses produits et ses services, sa chaîne d'approvisionnement, ses relations d'affaires, la société...
- les engagements pris, des preuves des actions déployées et leurs résultats.

Les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux exprimés en opportunités et risques extra financiers sont le résultat de travaux menés à dire d'expert par la Direction des Risques, sur la base d'une réflexion menée par la Direction du Développement Durable du Groupe Crédit Agricole et de Caisses régionales. Pour cette première année, les risques ont été classés en fonction de leur horizon de survenance exprimé en court, moyen ou long terme.

Un travail de rapprochement de ces opportunités et risques avec les attentes des clients exprimées dans la matrice de matérialité du groupe Crédit Agricole a permis de définir la politique RSE du Crédit Agricole Nord de France traduite en cinq ambitions et neuf engagements. Présentée au Comité RSE, validée par le Directeur général, elle a été adressée à l'ensemble des membres du Comité de direction.

Pour mesurer la performance RSE de la banque, 44 indicateurs de performance extrafinancière, correspondant aux enjeux prioritaires identifiés, ont été définis et validés par le comité RSE. Ils s'inscrivent dans la démarche d'information entreprise par le Crédit Agricole Nord de France concernant sa contribution aux enjeux globaux du développement durable. Ils sont présentés dans les tableaux d'indicateurs. La méthode de calcul de chaque indicateur est définie dans une fiche indicateur. Les thématiques suivantes citées à l'article L225-102-1 ont été exclues du périmètre du présent rapport car considérées comme non pertinentes au regard de l'activité du Crédit Agricole Nord de France.

- Lutte contre le gaspillage alimentaire
- Lutte contre la précarité alimentaire
- Respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable.

Un dispositif procédural a été mis en place. La collecte des données est organisée chaque année, début janvier. Les données sont extraites de systèmes d'information tels que HR Access V7 pour les données sociales ou les logiciels de gestion des données Green ou Carmin pour les crédits ou encore d'outils de suivi de type tableur excel. Cette collecte est réalisée auprès des responsables des activités concernées. Les supports de collecte des informations sont des fiches Word. Les données recueillies sont retraitées selon les règles de calcul établies dans les fiches indicateurs. Des analyses de cohérence sont effectuées.

Le périmètre couvert par le rapport est celui de la Caisse régionale Nord de France, de ses Caisses locales, et de Square Habitat Nord de France. Sont exclues les sociétés qui ne sont pas consolidées selon la méthode d'intégration globale, celles qui ne comportent pas de bureaux d'exploitation et celles pour lesquelles l'effectif est peu significatif (moins de 20 salariés). Les indicateurs chiffrés présentés sont publiés sur le périmètre de l'activité bancaire et immobilière, qui représente plus de 95 % du PNB du Groupe Crédit Agricole Nord de France.

Les données chiffrées retranscrites sont celles collectées au cours de l'exercice 2018. Certains indicateurs d'utilité territoriale peuvent présenter des variations atypiques, entre 2017 et 2018, elles s'expliquent par des éléments précisés en dessous des tableaux des indicateurs.

Les rapports de gestion et d'activité sont diffusés sur le site internet du Crédit Agricole Nord de France et peuvent être consultés en complément du présent document.

Les travaux de vérification de la conformité et de la sincérité de la déclaration de performance extra-financière ont été confiés au commissaire aux comptes KPMG.

En raison des délais restreints impartis à la publication du rapport de gestion, les indicateurs suivants sont communiqués sur la période du 1^{er} janvier 2017 au 31 décembre 2017 :

- Tonnage taxe eco-folio
- Taux de travailleurs handicapés

Précisions concernant certains indicateurs de performance :

INDICATEURS	MÉTHODOLOGIE DE CALCUL
Effectifs fin de période	Le calcul des effectifs inscrits en fin de période prend en compte les contrats CDI, CDD, les contrats de stage, les contrats d'apprentissage/professionnalisation et les contrats suspendus. Les salariés en congés sans solde sont pris en compte dans l'effectif. Pour le calcul des ETP, seuls les effectifs payés sont pris en compte.
Nombre d'embauches	Le nombre d'embauches concerne les recrutements de personnes en CDI hors retour de congés sans solde, CDD, alternance/professionnalisation, stage, effectuées au cours de l'année. Le passage d'un CDD à un CDI est considéré comme une nouvelle embauche.
Nombre de licenciements	Le calcul du nombre de licenciements prend en compte les licenciements et les ruptures conventionnelles en CDI.
Nombre d'heures de formation par salarié	Le calcul du nombre d'heures de formation par salarié en CDI repose sur les heures de formation imputables et non imputables au titre de la formation professionnelle continue.
Taux de salariés formés à la déontologie (FIDES) et à la sécurité financière (LAB)	À compter de 2018, le taux est calculé à partir du nombre de collaborateurs présents et payés au 31 décembre et ayant suivi la formation au cours du cycle (2 ans pour la LAB et 3 ans pour Fides).

