



Philippe Brassac

Directeur général de Crédit Agricole SA

AU SERVICE DES TERRITOIRES, DANS UNE RELATION FONDÉE SUR L'HUMAIN, LA PROXIMITÉ ET L'UTILITÉ

Qu'elle soit abordée d'un point de vue économique, géographique, géopolitique ou juridique, la notion de territoire est toujours associée à l'idée d'un espace qui doit être valorisé et protégé avec ferveur par celles et ceux qui en répondent.

Se mettre au service des territoires, financer leur économie et accompagner les populations qui les occupent n'est donc pas une mince affaire.

Car s'il s'agit, d'un côté, de développer et de pérenniser les richesses et la diversité de nos terroirs, il est aussi question d'être présent dans des régions moins accessibles, moins peuplées, moins dynamiques.

Les territoires ne sont pas des espaces figés : il faut donc non seulement les « couvrir » en étant partout, mais aussi accompagner leur développement, donner à leur économie un indispensable soutien en matière d'innovation, de transition énergétique, d'immobilier, de santé, d'infrastructures, de tourisme... sans oublier de renforcer les liens sociaux qui en sont le ciment.

Mais surtout, chaque territoire a ses caractéristiques propres. Au-delà des délimitations administratives, c'est d'ailleurs souvent ce qui en dessine les contours. Il n'est

donc évidemment pas question de dupliquer, en leur sein, un modèle unique. Il est nécessaire au contraire d'avoir une approche personnalisée, issue de la connaissance du terrain, des individus, du tissu économique et du patrimoine.

Le **Crédit Agricole** est conscient de la responsabilité qui est la sienne au service des territoires. C'est dans cet état d'esprit qu'il a récemment réaffirmé, à travers la raison d'être dont il s'est doté - Agir chaque jour dans l'intérêt de nos clients et de la société - son engagement d'être le partenaire de confiance de tous, des plus modestes aux plus fortunés, des TPE aux plus grands groupes internationaux et de garantir l'accès au plus près à ses équipes tout en mettant en œuvre les meilleures pratiques technologiques. Pour ce faire, il s'appuie sur son ancrage territorial : avec pas moins de 8500 agences **Crédit Agricole** et **LCL**, 6000 points relais et 17500 distributeurs automatiques de billets, notre banque a fait le choix d'offrir à ses clients, en complément des canaux à distance, une relation fondée sur l'humain et la proximité géographique. C'est ce principe d'utilité et d'universalité qui guide son action.