

9 février 2016



## **Le Crédit Mutuel, n° 1 du secteur Banque au Podium de la Relation Client 2016 BearingPoint – TNS Sofres<sup>1</sup>**

***Le Crédit Mutuel remporte le premier prix du secteur Banque au Podium de la Relation Client BearingPoint – TNS Sofres. Une distinction, remportée pour la 9<sup>e</sup> fois, qui témoigne de la relation de confiance entre le Crédit Mutuel et ses clients-sociétaires. Le thème de cette 12<sup>e</sup> édition « Expérience client : le choc de simplification » reflète la nécessité pour l'entreprise de proposer des produits toujours plus faciles à comprendre et à utiliser. Cette simplification, le Groupe Crédit Mutuel en a fait une priorité et un nouveau facteur de différenciation, à la grande satisfaction de ses clients.***

Avec plus de 24 000 administrateurs et 79 000 salariés, le Crédit Mutuel et l'ensemble de ses filiales s'attachent à servir au quotidien les 30 millions de sociétaires et clients qui constituent sa force vive. Malgré un environnement réglementaire et de conformité de plus en plus complexe, il propose une offre accessible, adaptée et de qualité dans tous ses domaines d'expertise - banque, assurance, monétique, téléphonie, télésurveillance résidentielle...

Cette qualité du service repose sur un service de proximité assuré par des salariés et des élus régulièrement formés, mais également sur des experts pouvant être contactés rapidement par les Caisses locales, lesquelles bénéficient toutes d'un équipement en fibre optique performant. Elle s'appuie en outre sur une assurance de sécurité liée à la solidité financière du groupe.

Au cœur des priorités du Groupe Crédit Mutuel, la satisfaction de la clientèle fait l'objet d'études régulières pour chacun de ses marchés. Elle permet d'identifier les évolutions et de mettre en place les actions à conduire.

Par son histoire et ses valeurs, le Crédit Mutuel fait du client-sociétaire la référence de toutes ses actions. Fondements de cette organisation coopérative, les 2000 assemblées générales de Caisses locales tenues chaque année sont autant de tribunes pour échanger directement et améliorer la qualité du service et de la relation.

Quel que soit l'environnement économique, le Crédit Mutuel a su, au fil du temps, construire avec ses clients une relation de proximité et d'écoute. Aujourd'hui, en remportant ce prix, il affirme une nouvelle fois la vigueur de son identité mutualiste et la pertinence de son modèle de développement démocratique.

**Contact :** Frédéric Monot

01 53 48 79 57 – [frederic.monot@creditmutuel.fr](mailto:frederic.monot@creditmutuel.fr) – 88-90, rue Cardinet 75017 Paris

<sup>1</sup> Enquête réalisée par BearingPoint et TNS Sofres en novembre 2015 auprès de clients/usagers d'entreprises/administrations, issus d'un échantillon de 4000 personnes.