

Paris, le 15 mars 2018



Le Crédit Mutuel, éminemment humain de par son ADN, innovant et digital, remporte le premier prix du secteur Banque au Podium de la Relation Client BearingPoint – Kantar TNS¹. Une distinction, remportée pour la 11^e fois en 14 ans, qui témoigne à nouveau de la relation de confiance entre le Crédit Mutuel et ses clients.

Le thème de cette 14^{ème} édition, « (D)OZÉZ L'INTIMITÉ », « Reconnaître chaque individu dans sa singularité, appréhender finement ses envies pour lui offrir un accompagnement sur-mesure, le surprendre par des attentions uniques... est en parfait écho avec la relation de proximité de tous les acteurs de la relation client du Crédit Mutuel.

Le Crédit Mutuel souhaite remercier ses 11.7 millions de clients et sociétaires pour ce prix qui traduit l'implication et le savoir-faire des 23 000 administrateurs et des 28 000 salariés œuvrant quotidiennement dans nos 2 092 caisses locales.

Cette année, le Crédit Mutuel se place en tête devant les acteurs bancaires et fait un sans-faute sur l'ensemble des critères en étant premier sur son secteur quel que soit le critère. Ses atouts tels que sa capacité à offrir de l'excellence opérationnelle, à créer du lien avec ses clients et à générer de l'émotion positive, justifient que le Crédit Mutuel bénéficie d'une confiance supérieure à la moyenne de son secteur. Cette confiance et cette proximité lui permettent de recueillir des données personnelles auprès de ses clients, même les plus sensibles comme leurs goûts et préférences tout en respectant la réglementation CNIL. Sur le secteur bancaire, les attentes en termes de

¹ « Enquête réalisée par BearingPoint et Kantar TNS en novembre 2017 auprès de clients/usagers d'entreprises/administrations, issus d'un échantillon de 4 000 personnes ».

personnalisation sont très élevées et le Crédit Mutuel est légitime pour offrir encore plus de personnalisation à ses clients.

Le Crédit Mutuel propose une offre accessible, adaptée et de qualité dans tous ses domaines d'expertise - banque, assurance, monétique, téléphonie, télésurveillance résidentielle et téléassistance des personnes avec pour objectif de toujours faciliter la vie de ses clients-sociétaires. Cette adaptation et diversification de son offre, le Crédit Mutuel en a fait une priorité et un nouveau facteur de fidélisation, à la grande satisfaction de ses clients.

A l'occasion de la cérémonie de remise du prix, Nicolas Théry, Président de la Confédération Nationale du Crédit Mutuel, a déclaré : « *Nous sommes très heureux de voir que pour la 11^e fois, notre capacité à créer du lien avec nos clients et sociétaires et à générer de l'émotion positive soit spontanément reconnue. Ce prix vient récompenser le travail de toutes les équipes qui chaque jour mettent l'humain au cœur de la relation de proximité avec nos clients et sociétaires sur tous les territoires des 18 Fédérations et des 6 groupes régionaux autonomes du Crédit Mutuel.* »

Le Podium de la Relation Client, une reconnaissance pour les entreprises

A chaque édition depuis 2003, BearingPoint et Kantar TNS invitent plus de 4 000 répondants à se prononcer sur la performance des organisations dont ils sont clients ou usagers. Le Podium de la Relation Client® est établi sur la base de ces réponses, en mettant en avant le lauréat de chaque secteur.

Le classement s'établit sur l'évaluation exprimée par les clients et usagers, meilleurs juges de la performance des organisations en matière de Relation Client. Les organisations évaluées ne font pas acte de candidature, la sélection s'opère en fonction de leur représentativité sur leur marché. Le Podium de la Relation Client® est véritablement l'expression de la voix du client.

Contact : **Stéphanie Glémot**

01 53 48 87 85 – stephanie.glemot@creditmutuel.fr – 88-90, rue Cardinet – 75847 Paris Cedex 17