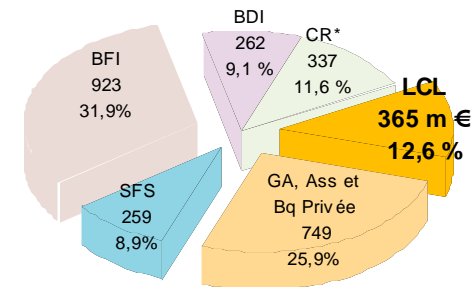


Résultats du 1^{er} semestre 2006

Septembre 2006

Extrait de la présentation Crédit Agricole S.A.
concernant le pôle
Banque de proximité en France – LCL

Croissance soutenue du RBE



✓ Le RBE progresse de 23,5 % sur le semestre

- confirmation d'une solide dynamique commerciale
- excellente maîtrise des frais généraux (+ 0,4 % en un an)

✓ le coefficient d'exploitation poursuit son amélioration : 67 % soit 4,4 points de moins en un an (reprises de provisions épargne logement comprises)

(1) Hors provisions épargne-logement et éléments non récurrents en 2005, les évolutions sont les suivantes :

- PNB : + 3,8%
- RBE : + 12,6 %
- COEX : -2,3 points

En m €	T2-06	Δ T2/T2	Δ T2/T1	S1-06	Δ S1/S1 ⁽¹⁾
Produit net bancaire	920	+ 2,3 %	(1,9 %)	1 860	+ 7,0 %
Charges d'exploitation	(604)	(1,5 %)	(5,8 %)	(1 246)	+ 0,4 %
Résultat brut d'exploitation	316	+ 10,3 %	+ 6,2 %	614	+ 23,5 %
Coût du risque	(35)	+ 15,2 %	(0,3 %)	(71)	(1,5 %)
Résultat avant impôts	281	+ 9,7 %	+ 7,1 %	543	+ 27,8 %
Impôts	(84)	+ 9,6 %	+ 7,1 %	(163)	+ 27,8 %
Résultat net part du Groupe	190	+ 8,9 %	+ 7,7 %	365	+ 25,5 %
Coefficient d'exploitation	65,7 %	(2,5 pts)	(2,6 pts)	67,0 %	(4,4 pts)
Fonds propres alloués (Md €)				2,6	
ROE				29,1 %	

* Quote-part (25 %) et hors compte propre et divers

En ligne avec « Crescendo »

✓ Ouvertures de comptes

Objectifs

2008 : 100 000 par an

Réalisé

6 mois 2006 : 41 000

✓ Ouvertures d'agences

Objectifs

150 en 3 ans

Réalisé

2005 – mi-2006 : 86

✓ Impact positif des actions commerciales récentes ciblées sur la clientèle des jeunes

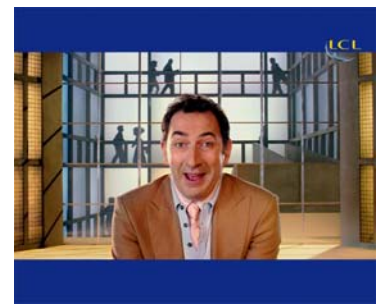
Objectifs

60 000 comptes jeunes (août → décembre 2006)

Réalisé

15 000 à fin août

Un an après : lancement réussi de LCL



✓ LCL : modifie l'image de l'entreprise⁽¹⁾

- Juin 2005 : 51 % des français avaient « une mauvaise image »
36 % " " avaient « une bonne image »
- Juin 2006 : 20 % des français ont « une mauvaise image »
43 % " " ont « une bonne image »

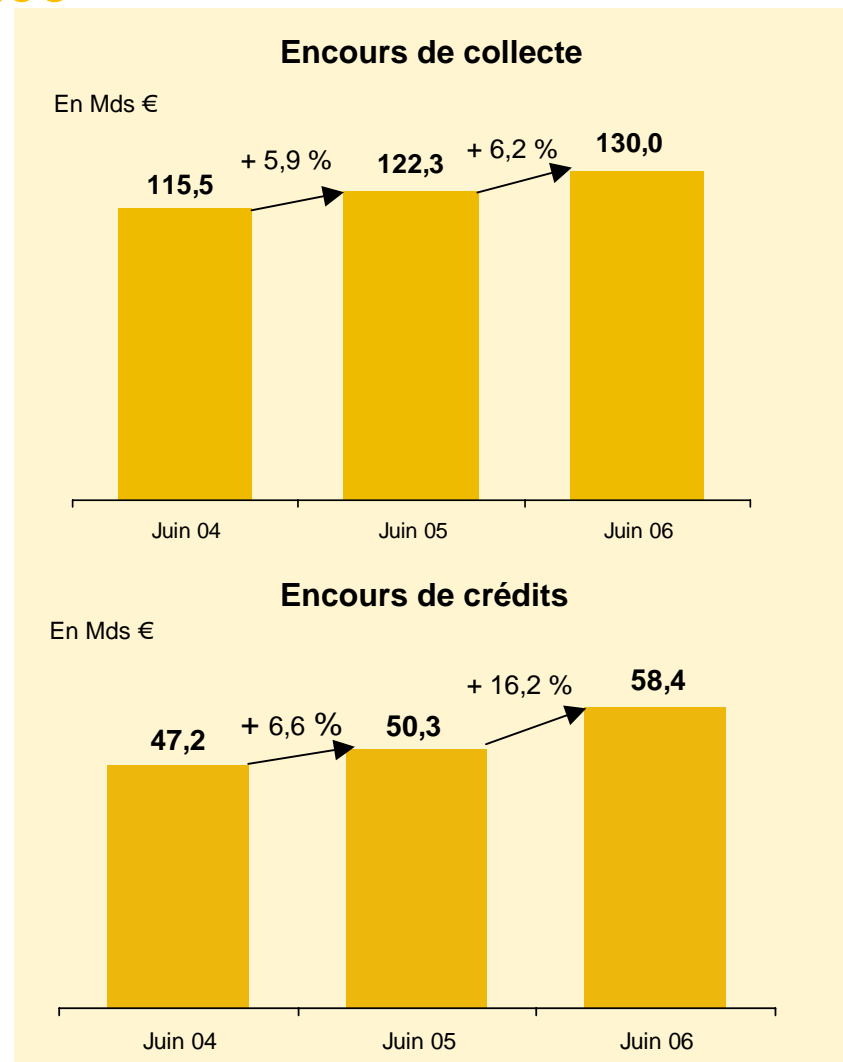
✓ LCL : de très bons scores d'impacts

- ✓ 1 français sur 2 connaît déjà la marque LCL
- ✓ 90 % des français reconnaissent les films pub LCL (standard 75 %)
- ✓ N° 1 des campagnes publicitaires bancaires (mémorisation juin-juillet 2006)
..... alors que LCL n'est que le 7ème investisseur publicitaire
- ✓ 30 % des français "incités à acheter" (standard 26 %)
- ✓ 80 000 ouvertures de comptes nettes en 12 mois juin 06/05
(versus 20 000 juin 05/juin 04)

⁽¹⁾ Baromètre IPSOS / Le Point / Posternak-Margerit

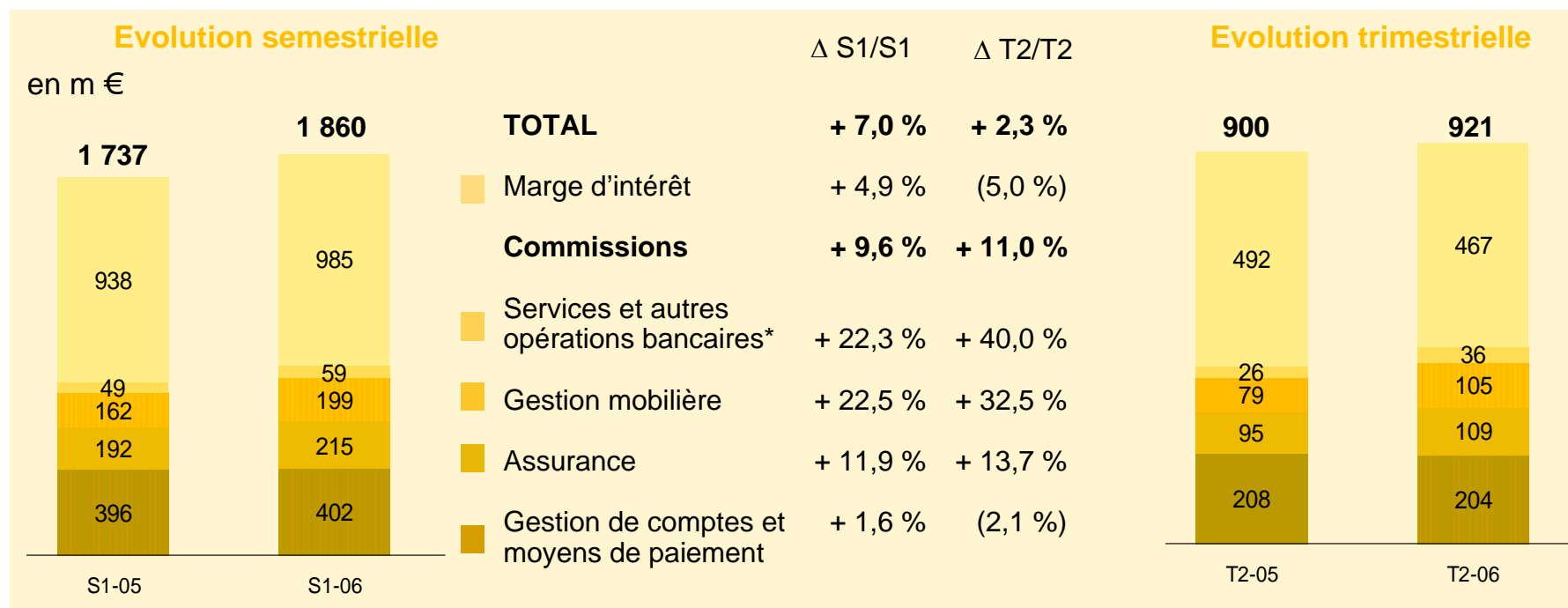
Une dynamique commerciale confirmée

- ✓ Progression soutenue des encours de collecte, toujours tirée par les livrets (+ 20 %) et l'assurance vie (+ 10 %). LCL a également profité de la bonne dynamique des marchés financiers au 1^{er} semestre avec une hausse de 40 % des souscriptions de mandats de gestion privée
- ✓ Forte croissance des encours de crédits : poursuite de l'excellente dynamique sur les crédits habitat (+ 24 %), et trimestre très favorable sur les marchés des professionnels (+ 9,5 %) et des entreprises (+ 7,8 %)



PNB : + 3,8 % sur le semestre, hors éléments non récurrents

- ✓ Hors effet épargne-logement et éléments non récurrents de 2005, la marge d'intérêts se tasse légèrement du fait d'une forte pression concurrentielle
- ✓ Accélération du rythme de progression des commissions: + 11 % au T2-06 vs + 8 % au T1-06
 - Excellentes performances pour les commissions de gestion mobilière : forte activité titres en direct, succès des nouveaux fonds Drakkar/Practis et de l'OPO ADP (16 % des titres alloués)
 - Renforcement du rythme de croissance des commissions assurances



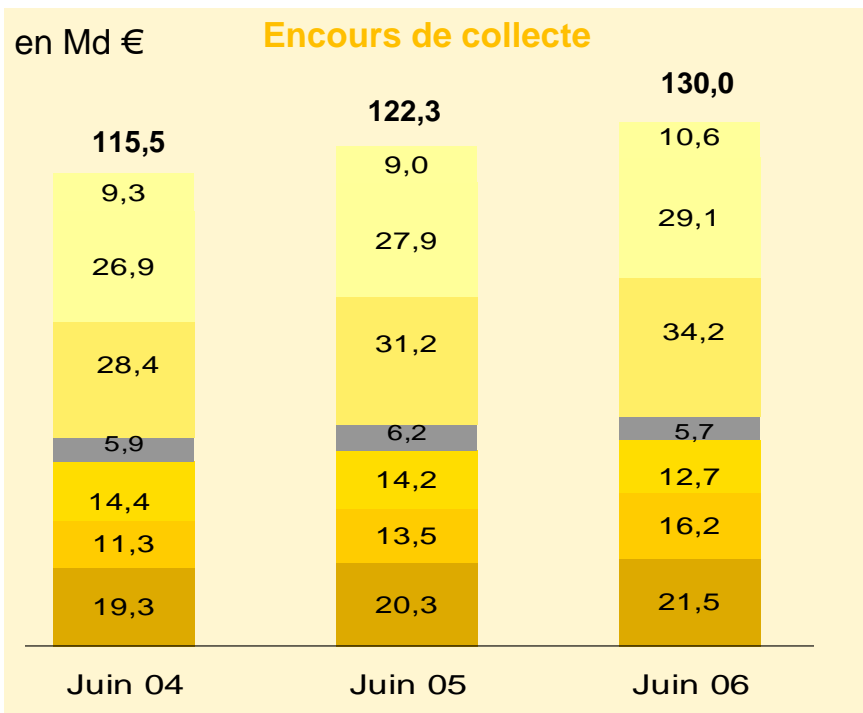
* Les forts taux de progression s'expliquent par un ajustement de la provision sur le programme de fidélisation « Avantages » au T2-06

Résultats du 1^{er} semestre 2006

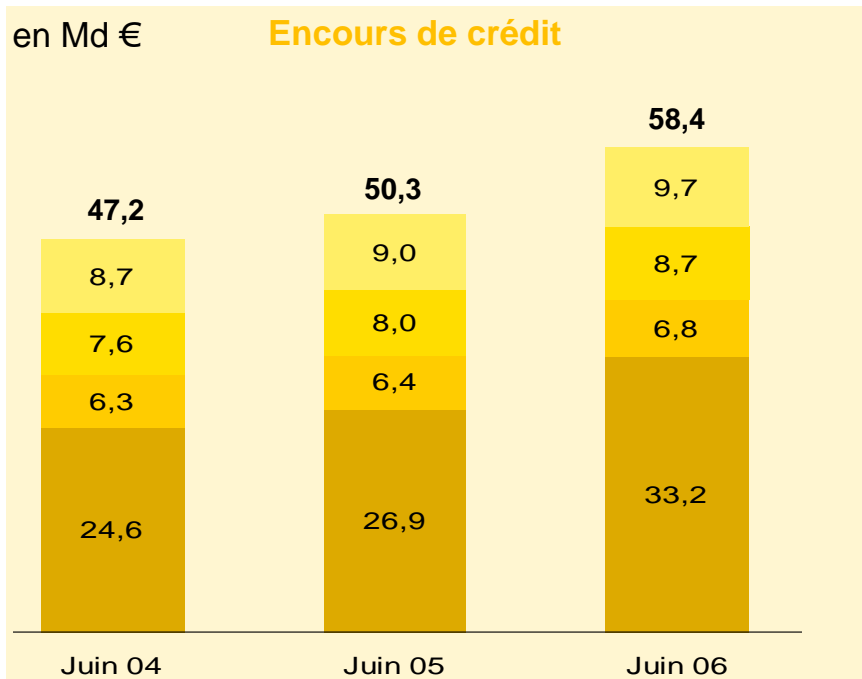
Annexes

Données complémentaires sur le pôle
Banque de proximité en France – LCL

Banque de proximité en France – LCL



	Δ Juin/Juin
Total	+ 6,2 %
Titres	+ 18,1 %
OPCVM	+ 3,9 %
Assurance vie	+ 9,7 %
CAT, PEP	(8,4 %)
Epargne logement	(11,1 %)
Livrets	+ 20,2 %
Dépôts à vue	+ 6,1 %



	Δ Juin/Juin
Total	+ 16,2 %
PME	+ 7,8 %
Professionnels	+ 9,5 %
Consommation	+ 4,8 %
Habitat	+ 23,7 %