

5 minutes chrono

10 | MAI 2016

LA LETTRE D'INFORMATION MÉDIA DU GROUPE BPCE



GROUPE BPCE

MOYENS DE PAIEMENTS

La disparition du cash ne peut s'envisager totalement à moyen terme

Souvenez-vous, c'était dans les années 70, l'avenir du chèque paraissait scellé. Certes, son utilisation a fortement diminué, mais il existe toujours ! A l'instar du chèque, Didier Cocheteau, directeur des paiements du Groupe BPCE « n'imagine pas la disparition du cash à moyen terme ». Bien sûr, le gouvernement est favorable au développement des moyens de paiements électroniques et Bercy en a fait la promotion lors des Assises des Moyens de Paiements qui se sont déroulées en juin dernier. Mais, pour Didier Cocheteau, « il s'agit plutôt de trouver un équilibre raisonné entre la mise à disposition pour les clients (et particulièrement les populations fragiles qui gèrent leur budget en espèces) du cash

« maintenir la distribution d'espèces dans un souci d'équipement du territoire »

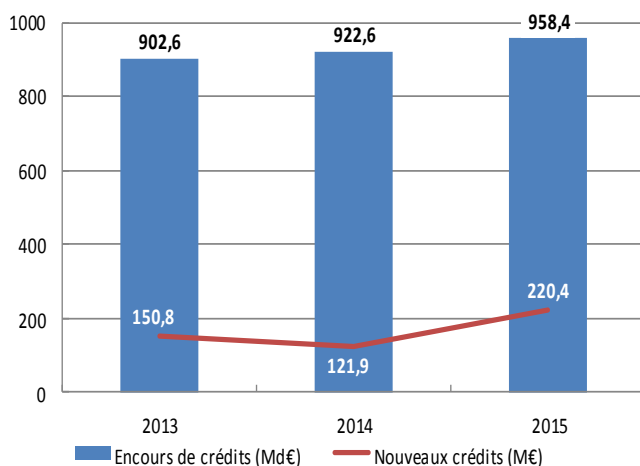
dont ils ont besoin et la nécessité de proposer les moyens de paiements électroniques les plus innovants possibles en phase avec l'évolution des usages digitaux». Les banques françaises n'ont donc pas d'autre intention que de maintenir la distribution d'es-

pèces dans un souci d'équipement du territoire et de continuité de services mais réfléchissent à une optimisation de ce système complexe à gérer d'un point de vue logistique et sécurité. « S'il y a un ralentis-

sement de l'utilisation du cash en France, ce qui semble effectivement le cas, les banques adapteront leurs infrastructures progressivement de façon à ce que l'offre corresponde à la demande », conclut Didier Cocheteau.

LE GRAPHIQUE

L'année 2015, un très bon cru en matière de production de crédits immobiliers en France



Source : BPCE, études économiques

LE TWEET

« #fintech | Interview de F. Pérol, #BPCE par @LNizri au Paris Fintech Forum organisé par @AlteirCo <http://bit.ly/1T8XnV4> »

@GroupeBPCE

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le Groupe BPCE trouve une utilisation complémentaire pour ses automates : offrir à toute personne dont la banque se situe en dehors de la zone euro la possibilité de connaître et de régler en temps réel les frais liés à son retrait (taux de change et différentes commissions) en euros et dans la devise de son pays. Ce nouveau service, résultat d'un partenariat avec la société Euronet, est en cours de déploiement sur l'ensemble du parc d'automates du réseau Caisse d'Epargne qui sera l'un des premiers en France à proposer un tel service sur plus de 7.000 automates.

DÉCRYPTAGE

L'action combinée des rachats d'actifs et du taux de facilité de dépôts négatif ne conduit pas à un transfert de réserves excédentaires vers des prêts à l'économie ou aux ménages. En fait, cela permet de faire baisser davantage les taux d'intérêt en rendant le prêt à l'économie réelle plus rentable que les prêts des banques entre elles ou que la conservation de réserves à la Banque Centrale Européenne désormais taxée (-0,40 %). Sachant que ces excédents de réserves sont la simple contrepartie de l'augmentation du bilan de la BCE.

Pour aller plus loin : www.lesclespourcomprendre.fr

EN APARTÉ

« Il ne faut pas surestimer à court terme la portée de la blockchain pour nos métiers bancaires. Pour autant, il convient de ne pas sous-estimer à horizon long terme son utilisation notamment dans les écosystèmes où il n'y a pas de tiers de confiance sécurisés, grâce à ses caractéristiques de registre actif, horodaté et infalsifiable »

Nicolas Chatillon,
Directeur du développement
fonctions transverses,
Groupe BPCE

INNOVATION

Un dispositif complet destiné à séduire les entreprises innovantes



Ce sont 200 millions d'euros de prêts supplémentaires, contre-garantis à 50 % par le Fonds européen d'investissement, que Caisse d'Epargne pourra consentir aux entreprises innovantes ces deux prochaines années. « Cet accord - signé le 11 avril dernier - complète NéoBusiness et va nous permettre d'accélérer notre développement auprès de cette clientèle », explique Vincent Marec, directeur adjoint du marché entreprises Caisses d'Epargne. Avec cette nouvelle offre de crédits, Caisse d'Epargne ajoute un volet à NéoBusiness, son dispositif d'accompagnement des start-ups et entreprises établies innovantes. Lancé en dé-

« Cet accord va nous permettre d'accélérer notre développement auprès de cette clientèle »

cembre 2015 auprès de huit caisses pilotes, NéoBusiness se déploie dans 12 Caisses d'Epargne. Au centre du dispositif, des chargés d'affaires spécialisés capables de détecter le potentiel d'un projet et de mesurer sa capacité à se développer grâce à une nouvelle approche du risque. Formés aux codes de ces clients spécifiques, présents au sein d'incubateurs partenaires (ou détenus en propre), ils sont les pivots de la relation proposant à l'entreprise les solutions financières les plus adaptées à leurs besoins et notamment la possibilité de lever des fonds auprès de la plateforme de crowdfunding equity partenaire « Happy Capital ».

AIDE À LA PRÉVENTION

Banque Populaire invite ses clients à mieux anticiper les risques du quotidien



Banque Populaire prolonge son partenariat avec la Croix-Rouge française, jusqu'au 31 juillet, pour former ses clients et non-clients aux gestes qui sauvent. Sur son site web, Banque Populaire propose à tous de tester ses connaissances sur les gestes de premiers secours, via un quizz, et ainsi tenter de remporter l'un des 320 stages de formation avec la Croix-Rouge française « Prévention et Secours Physique de Niveau I » (PSCI). Le site donne des conseils pour porter secours, permet de découvrir les erreurs à ne pas commettre et

« Banque Populaire démontre sa volonté d'être plus proche de ses clients dans les situations de la vie courante »

offre par ailleurs la possibilité de télécharger différents supports d'informations : le mini guide des gestes qui sauvent, une carte personnelle d'urgence et « L'appli qui sauve ». « En s'associant à l'acteur majeur et emblématique du secourisme, Banque Populaire démontre son engagement de banquier assureur et sa volonté d'être plus proche de ses clients dans les différentes situations de la vie courante » précise Jean-Philippe Van Poperinghe, directeur du marché des Particuliers Grand Public Banques Populaires.

UNE QUESTION À...

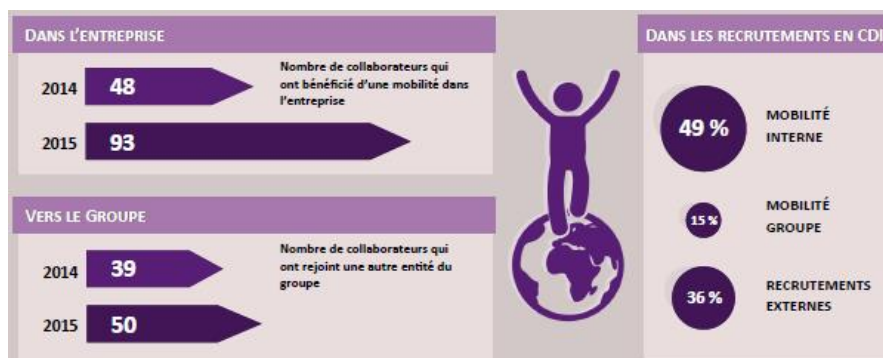


Marie Gendre,
Responsable de projet
marketing stratégique,
Pôle Banque Commerciale et Assurance,
Groupe BPCE

Que retirez-vous de votre expérience à l'Inspection Générale du Groupe BPCE ?
Considérez-vous ce parcours comme un tremplin vers l'exercice d'autres fonctions clés de la banque ?

Les missions confiées aux inspecteurs sont très variées, ce qui permet, en quelques années, de disposer d'une vision large des métiers et entités du groupe. A la frontière entre l'audit et le conseil interne, les inspecteurs analysent les risques mais s'intéressent aussi à la rentabilité, au développement commercial et aux ressources humaines lors de leurs missions. Une ouverture d'esprit qui m'a poussée à rejoindre la filière banque commerciale. Dorénavant responsable de projet marketing stratégique, je suis amenée à m'occuper de tous sujets relatifs à la transformation du modèle bancaire et à identifier les nouvelles opportunités de business pour adapter le modèle de revenus ou de liquidité du groupe. Cela peut concerner des partenariats stratégiques (Facebook), l'impact commercial de projets réglementaires ou des nouvelles technologies (blockchain). Des dossiers passionnants mais techniques qui nécessitent d'être agile et de mobiliser une panoplie de compétences afin d'appréhender rapidement les enjeux et de les restituer de façon pédagogique et rigoureuse. Ce que nous apprend l'Inspection Générale !

BAROMÈTRE: BPCE SA ATTENTIVE A LA MOBILITÉ



Chiffres de mobilité 2015 de BPCE SA sur une base de 1.500 collaborateurs Picto: ©AlbertoVillar/NounProject

LA PHOTO DU MOIS

Objectif Rio 2016 : présentation officielle, au siège du Groupe BPCE, de l'Équipe de France de Voile Olympique avec Banque Populaire et la Fédération Française de Voile.

Thierry Braillard, secrétaire d'État chargé des Sports et Denis Masseglia, président du CNOSF étaient présents



RENDEZ-VOUS



10 MAI :

Publication avant bourse des résultats financiers du Groupe BPCE pour le premier trimestre 2016.

30 MAI :

Conférence de presse à l'occasion de la sortie de BPCE L'Observatoire sur la croissance des PME et ETI

Retrouvez toutes vos Newsletters ainsi que les communiqués de presse du Groupe BPCE, les photos et les biographies des dirigeants dans notre espace dédié à cet effet à l'adresse suivante :

<https://fr.wiztopic.com/groupe-bpce/>

LU DANS LA PRESSE

Le Monde, 25 avril 2016

« Le rôle des banques est bien de maintenir la distribution d'espèces sur tout le territoire, reconnaît **Didier Cocheteau**, directeur des paiements, Groupe BPCE. Ce qui ne nous empêche pas de réfléchir à une meilleure optimisation du système en général. On a connu, avec la carte bancaire, une explosion des infrastructures. On constate aujourd'hui que l'on est en sur-offre. Nous sommes des industriels, donc nous adaptons notre chaîne économique. »

Option Finance, 08 avril 2016

« La transformation a d'abord porté sur notre clientèle de particuliers puis notre clientèle entreprises. Les nouveaux outils digitaux nous permettent de créer de la valeur ajoutée, par exemple, en réduisant les délais d'accord pour la mise en place de nouvelles lignes de crédits de trésorerie, détaille **Fabrice Gourgounet**, directeur adjoint du développement Caisse d'Épargne, Groupe BPCE. Il n'y a aucune raison d'opposer les deux modèles: si

celui proposer par les fintechs complète celui des banques, il faut alors l'intégrer dans nos services », précise-t-il.

Actionco.fr, 04 avril 2016

La banque a décidé d'équiper les tablettes d'une application "Entretien conseil" permettant d'accompagner le conseiller dans l'acte de vente, mais aussi le client ! « C'est un véritable changement de posture qui s'opère pour le conseiller, qui n'est plus face au client mais à côté de lui », explique **Patrick Bianchetti**, directeur adjoint du développement Banques Populaires. Outre le fait que la tablette permet un partage d'informations en toute transparence, celle-ci rend le client plus acteur en misant sur des aspects interactifs. Et Patrick Bianchetti de préciser : « Nous ne sommes plus sur un système de questions-réponses, mais davantage sur un parcours client où celui-ci pourra prendre la main et effectuer une simulation, par exemple d'un PEL, et découvrir par lui-même les résultats ».

La présente e-newsletter et ses contenus sont fournis uniquement à des fins d'information sur l'activité du Groupe BPCE à la presse. Les analyses et opinions mentionnées dans ce document représentent la vision de(s) auteur(s) mentionné(s), à la date mentionnée et peuvent être soumis à changements. Les informations diffusées ne sauraient en aucun cas être interprétées comme un démarchage, un conseil, une offre de services et/ou de produits du Groupe BPCE. BPCE décline en conséquence toute responsabilité : en cas d'imprécision, inexactitude, erreur ou omission portant sur des informations disponibles sur la e-newsletter ; pour tous dommages, directs et/ou indirects, quelles qu'en soient les causes, origines, nature ou conséquences, provoqués à raison de l'accès de quiconque à la e-newsletter, de l'utilisation qui pourrait en être faite par des tiers et/ou de décisions prises sur la base d'une information contenue sur la e-newsletter.

Émetteur : BPCE, 50 avenue Pierre Mendès France, 75013 Paris

Directeur de la rédaction : Sabine Baudin-Delmotte, directrice des relations presse et de la e-réputation du Groupe BPCE

Rédacteurs : Anne-Laure Declaye, Marie de Clercq, Marion Quint - Maquette : Gaëlle Yollant