

5 minutes chrono

5 | DECEMBRE 2015

LA LETTRE D'INFORMATION MÉDIA DU GROUPE BPCE



ECONOMIE

Le taux d'intérêt demeure la variable centrale de l'immobilier résidentiel

Par Alain Tourdjman, directeur des études économiques, Groupe BPCE

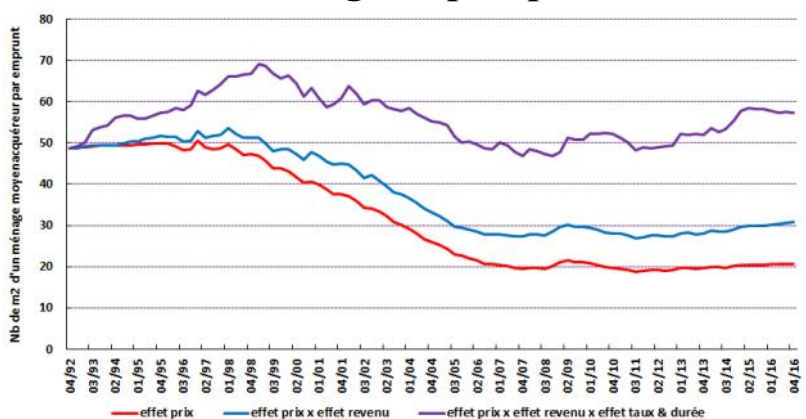
Alors que la politique publique ne peut plus jouer qu'à la marge un rôle d'amortisseur de la conjoncture et que l'effet conjoint de la montée du chômage et de la stagnation du pouvoir d'achat limite la propension des ménages à se lancer dans l'accession quoi qu'il en coûte, le taux d'intérêt du crédit, principal facteur de résilience du marché, demeure plus que jamais la variable centrale de tout scénario de moyen terme pour l'immobilier résidentiel. L'indicateur BPCE de solvabilité des ménages est demeuré stable entre 2006 et 2012. La faiblesse récurrente du pouvoir d'achat (même si le pouvoir d'achat global se redresse et devrait encore dépasser

ser 1 % en 2015 et 2016, calculé par ménage, il n'aura finalement pas retrouvé son niveau de 2007 en 2016) limite *de facto* la contribution potentielle du revenu à la solvabilité. Celle-ci s'articule surtout autour du couple taux – prix qui s'est ajusté à une forme de statu quo avant de bénéficier aux ménages via la baisse brutale et de grande ampleur des taux d'intérêt. Cette situation plus favorable est susceptible de redonner de l'élan à l'accession mais aussi, comme en 2010-2011, de produire un rebond des prix qui capterait une part d'autant plus importante du potentiel de relance associé à cette nouvelle configuration que les taux se redresseraient ou que la durée moyenne d'emprunt reculerait à nouveau

« La faiblesse du pouvoir d'achat limite la contribution du revenu à la solvabilité »

GRAPHIQUE

Les conditions de crédits favorables au secours de la solvabilité des ménages depuis plus de 20 ans



Projection de la solvabilité en nombre de m² d'un ménage moyen acquéreur par emprunt : effet des prix (à revenus, taux et durée inchangés), effet croisés des prix et des revenus, effets croisés des prix, des revenus et du crédit

LE TWEET

« #COP21 En quoi sera-t-elle différente des précédentes ? par Pascal Canfin cc @FNCE @pcanfin <http://bit.ly/1ljzpBO> »

@GroupeBPCE

LE SAVIEZ-VOUS ?

Pour la deuxième année consécutive, Banque Populaire organise un Hackathon les 15 et 16 décembre prochains. La première édition avait fait émerger l'idée de créer une application permettant de jauger la satisfaction d'un client à la suite d'un entretien avec son conseiller et d'inciter le client à prescrire sa banque. L'expérimentation est en cours auprès d'agences pilotes et se poursuit jusqu'à la fin de l'année.

Pour suivre le Hackathon 2015, rendez-vous sur : www.hackathonBP2015.fr

DÉCRYPTAGE

Créé en 2009 et reconduit jusqu'au 31 décembre 2018, l'éco-PTZ est un prêt dont le taux d'intérêt est égal à zéro, accordé sans condition de ressources, destiné à financer des travaux de rénovation ou d'amélioration énergétique. Un seul éco-PTZ peut être accordé par logement et pour un montant maximum de 30 000 euros. La durée de remboursement est fixée à 10 ans maximum mais peut être étendue jusqu'à 15 ans pour certains travaux.

Pour aller plus loin : www.lesclesdelabanque.com ou <http://bit.ly/1XjfE6g>

EN APARTÉ

« Faire le point, une fois par an, entre collaborateur et manager, est essentiel pour favoriser l'employabilité des collaborateurs et les faire gagner en compétences en prenant en compte l'évolution stratégique des métiers. Nous avons donc refondu l'entretien annuel d'évaluation, afin d'en faire un exercice 3 en 1, qui regroupe l'entretien d'évaluation professionnelle, l'entretien de compétence et l'entretien de performance. »

Stephanie Kiselman,
directrice du
développement des
ressources humaines
BPCE SA

ENQUETE ANNUELLE DE LA FRANCHISE

Banque Populaire ouvre le débat sur l'ubérisation de l'économie



L'ubérisation de l'économie signe-t-elle la fin du salariat ? Bruno Teboul, invité par Banque Populaire qui restituait, le 26 novembre dernier, les enseignements de sa 12^e enquête annuelle sur la Franchise, le croit. Le directeur scientifique et innovation du Groupe Keyrus va même plus loin. Pour lui, l'ubérisation de l'économie est la première vague d'un changement plus profond. Et le chercheur de s'interroger sur les conséquences sur l'emploi de l'automatisation de la société et sur le rôle que pourra tenir tout un chacun dans ce nouvel environnement. Les acteurs économiques présents, *pure players* ou non, franchiseurs ou non, sont moins pessimistes. Pour l'un d'entre eux, Uber (la société qui a donné naissance à

ce néologisme désormais très répandu) a juste répondu à des attentes clients non satisfaites. Un manque que les outils numériques ont permis de combler. « Pourquoi opposer le digital et l'humain ? Le digital est au service de l'humain », explique un intervenant.

« Pourquoi opposer le digital et l'humain ? »

Il s'agit donc de se réinventer. Sur ce point, les franchiseurs et franchisés n'ont pas attendu : évolution des concepts, nouveaux outils, projets d'investissement... Mieux, ils sont optimistes et créent des emplois. Pour eux, l'innovation digitale est source de performance. Et Banque Populaire accompagne cette évolution : l'enquête confirme qu'elle est la première banque auprès des franchiseurs en ayant un franchisé sur quatre comme client*

MARCHÉ DES ENTREPRISES

Dotés de nouveaux outils, les conseillers Caisse d'Épargne renforcent la relation client



En conquête sur le marché des entreprises, la Caisse d'Épargne, qui a doublé le nombre de ses clients sur ce segment entre 2009 et 2014, entend poursuivre son dynamisme commercial en profitant des possibilités offertes par les outils digitaux et les réseaux sociaux. C'est ainsi que, d'ici à la fin de l'année 2016, les 325 chargés d'affaires du réseau Caisse d'Épargne seront équipés de tablettes. Pour ces collaborateurs, toujours en déplacement auprès de leurs clients entrepreneurs, c'est un outil d'accompagnement indispensable. « Mener un entretien, assis auprès de son client, avec l'ensemble de l'offre disponible en quelques clics, change totalement la

relation : le chargé d'affaires se positionne désormais comme un véritable conseiller, force de proposition, invitant le client à se confier sur sa stratégie de développement et à se projeter davantage vers l'avenir », explique Isabelle Brouté, directeur du marché entreprises Caisse d'Épargne. La banque a également encouragé ses chargés d'affaires à s'inscrire sur LinkedIn, dans un objectif de prospection certes, mais aussi de communication. L'idée étant de permettre aux conseillers, via ce réseau social professionnel, de diffuser à leurs clients et prospects de l'information économique et financière à des fins pédagogiques*

LinkedIn, un moyen de diffuser de l'information à des fins pédagogiques

UNE QUESTION À...



Jean-Christophe Tran,
Directeur de programmes,
Direction des Opérations
Groupe BPCE

Le Groupe BPCE a créé une co-entreprise avec deux PME françaises spécialistes de la gestion documentaire, pouvez-vous nous expliquer l'intérêt de ce regroupement ?

Cette co-entreprise, DocOne, a pour objectif d'optimiser la gestion des documents sortants (ceux destinés aux clients tels que les relevés de compte) et entrants (ceux relatifs aux échanges entre la banque et ses clients tels que des pièces justificatives pour les souscriptions de contrats). La relation client évolue vers davantage de numérique. La production de documents papier a vocation à diminuer au profit de documents électroniques, plus interactifs. D'où la nécessité d'optimiser nos productions résiduelles de courriers papier et de massifier tous ces flux en s'appuyant sur des partenaires industriels dont l'éditique (courrier sortant) et le traitement des documents entrants sont le cœur d'activité. L'intérêt de la co-entreprise ne s'arrête pas là : à plus long terme, elle va réfléchir à la manière de faire évoluer le canal papier, qui, aujourd'hui, est un moyen de toucher le client d'un point de vue marketing. DocOne s'attachera à proposer de nouvelles formes de courrier sortants, à plus forte valeur ajoutée, pour exploiter des canaux papier et électroniques voués à se transformer*

LE BAROMÈTRE: LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE EN MARCHÉ DANS LE GROUPE BPCE



Source : Groupe BPCE

© The Noun Project - Ritor, B. Thompson, J. Fenlon

LA PHOTO DU MOIS

Les équipes du Groupe BPCE, partenaire du Comité national olympique et sportif français (CNOSF) depuis 2010, ont découvert, sur place à Rio, le futur **Club France**: la **Sociedade Hipica Brasileira** (ci-contre). Sur les bords de la lagune avec vue sur le Corcovado, ce lieu où les sportifs pourront célébrer leurs médailles avec leurs supporters lors des Jeux Olympiques de Rio 2016, réunit tous les atouts pour être une Maison France ambitieuse, accueillante et chaleureuse.



RENDEZ-VOUS



02 DECEMBRE :

Voyage de presse à Metz pour le lancement du dispositif de la Caisse d'Épargne en faveur des start-up et des entreprises innovantes



03 DECEMBRE :

Organisation d'un petit déjeuner de presse de présentation du baromètre du Commerce de Gros et International Banque Populaire - CGI du troisième trimestre 2015

LU DANS LA PRESSE

Les Echos, 24 novembre 2015

« Bien qu'il existe quelques entreprises qui visent clairement à fidéliser l'actionnariat individuel et qui joignent l'acte à la parole, la plupart, dans leur fonctionnement, semble se désintéresser des petits porteurs. Les entreprises devraient, de manière plus explicite, prendre en compte l'intérêt de ces derniers dans leur logique d'évolution du capital. Certaines entreprises s'appuient très fortement sur les actionnaires individuels pour s'introduire en bourse. Peut-être pourraient-elles, en retour, préserver l'intérêt de ceux qui les ont financées pendant les premières années les plus fragiles ? »

Alain Tourdjman, directeur des études économiques, Groupe BPCE

L'Agefi Hebdo, 19 novembre 2015

« Le montant de dettes renflouantes qui manque aux établissements pour respecter le quota donne le tournis. En haut de fourchette communiquée par le FSB, c'est plus de 1.000 milliards d'euros que les grandes banques ont à réunir d'ici 2022. Une coïncidence pour fixer les idées : ce montant est équivalent au PIB de la Turquie, pays d'accueil du G20 où le TLAC devrait être entériné le 15 novembre »

Arnaud Santoire, directeur redressement et résolution du Groupe BPCE

L'Agefi Hebdo, 12 novembre 2015

Côté RH, la numérisation possède aussi des vertus. « Le retour sur investissement est quasi immédiat, assure **Sébastien Maire**, directeur des opérations RH du groupe BPCE. Ces projets permettent d'accéder à beaucoup de valeur en peu de temps, et avec des budgets qui sont cinq à dix fois moins importants qu'il y a dix ans. »

L'Express, 12 novembre 2015

Les achats responsables sont un levier des politiques handicap. Le groupe BPCE dépense 12,5 millions d'euros par an par ce biais-là (l'équivalent de 430 emplois indirects). Logistique des visites médicales ou encore vidéocodage des chèques figurent parmi les missions à valeur ajoutée confiées au secteur adapté. « Une fois assurés du niveau d'expertise de ces entreprises, nous intégrons leurs coordonnées dans un annuaire et incitons nos équipes à les solliciter », indique **Blandine Jamin**, directrice du pôle développement RH et de la gestion individuelle des dirigeants et potentiels de BPCE.

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, responsable des relations presse et de la e-réputation du Groupe BPCE

Rédacteur : Anne-Laure Declaye - Maquette : Gaëlle Yollant