

5 minutes chrono

6 | JANVIER 2016

LA LETTRE D'INFORMATION MÉDIA DU GROUPE BPCE



MOYENS DE PAIEMENTS

Le marché se dématérialise au rythme des changements d'usage

Sous l'impulsion des nouvelles technologies et réglementations comme la création de la zone SEPA (espace unique de paiement en euros) et l'adoption de la directive européenne sur les services de paiements (DSP2), le paysage des moyens de paiements se transforme progressivement. Aussi, depuis 2011, l'utilisation de chèques, de billets et de pièces diminue, en nombre, quand l'attrait pour la carte de paiement (particulièrement pour le paiement sans contact) s'intensifie et celui pour les virements et prélèvements se confirme (lire graphique). « Si la substitution d'un produit au profit d'un autre s'opère naturellement au rythme des changements d'usage des consommateurs, elle nécessite d'être anticipée par les banques afin que celles-ci puissent faire évoluer parallèlement leur modèle économique : ré-

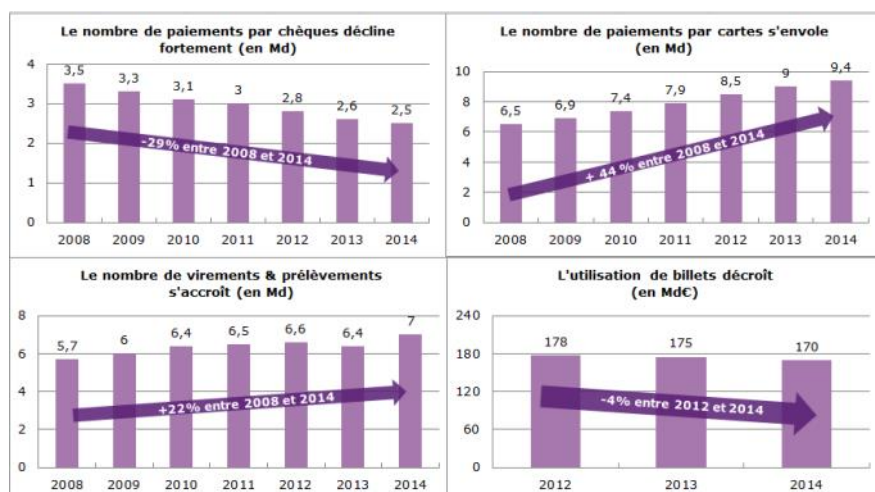
fléchir à de nouveaux parcours d'achats et de nouvelles gammes de produits satisfaisantes pour le débiteur comme pour le créancier, adapter leurs infrastructures techniques, augmenter la mutualisation sur les filières de paiements historiques », explique Didier Cocheteau, directeur des paiements et international du Groupe BPCE. Les banques doivent désormais compter avec l'arrivée de nouveaux acteurs dans la chaîne de valeur des paiements qu'elles maîtrisaient hier dans son ensemble, de

« Un enjeu majeur : celui de la sécurité et du maintien de la confiance »

l'émission jusqu'à la compensation. Plus ouvert, le marché des paiements, qui s'organise autour de DSP2, fait face à un enjeu majeur, celui de la sécurité et du maintien de la confiance des utilisateurs. Bercy en fait une priorité dans sa stratégie nationale des moyens de paiements ■

LES GRAPHIQUES

Billets et chèques décroissent régulièrement en France au profit des moyens de paiements électroniques



Source : BPCE

LE TWEET

« #Finance | Le niv. de #fondspropres du Groupe #BPCE dépasse les exigences de fds propres spécifiques fixées par la #BCE »
@GroupeBPCE

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le réseau féminin « Les Elles du Groupe BPCE », vient de lancer son blog. Un espace d'expression qui a vocation à faire connaître les actions que mènent les femmes pour promouvoir la mixité et à les encourager à s'affirmer dans leur vie professionnelle ou sociale. « Nous souhaitons y montrer un chemin, encourager les femmes, toutes les femmes, à oser s'affirmer dans leur sphère professionnelle ou sociale, à oser un projet professionnel, à oser réseauter, et bien sûr à rester femmes »
Nicole Etchegoinberry, présidente du réseau

<https://www.lesellesdebpc.fr/>

DÉCRYPTAGE

Les modèles internes de calcul des risques pondérés des banques ou RWA pour Risk Weighted Assets (risques opérationnels, de crédit et de marché) font, depuis plusieurs années, l'objet d'interrogations quant à leur pertinence : ces méthodes de calcul dites avancées sont-elles trop opaques, trop complexes, trop variables (donc peu comparables) d'un établissement à un autre empêchant ainsi une lecture claire des expositions de la banque ? C'est ce qui leur est reproché par les tenants d'une approche dite standard basée sur un calcul des risques faisant appel à des indicateurs forfaitaires ou des notations externes. Tout en soutenant l'idée d'une meilleure convergence des calculs, la profession cherche à conserver les modèles internes qui permettent de tenir compte des spécificités de chaque établissement. De Bâle 1 à Bâle 4, le calcul des RWA des banques est un long chemin ...

EN APARTÉ

« Quand les factures tardent à être payées, ce sont souvent les petites entreprises en bout de chaîne qui en portent les conséquences, parfois lourdes. On estime que 25 % des faillites d'entreprises sont liées à des délais de règlement trop longs. Respecter les délais de paiement fait partie intégrante des pratiques d'achat responsables, qui sont la contrepartie de notre exigence vis-à-vis des fournisseurs. »

Pascal d'Orlandi, Directeur général, BPCE Achats

Quatre entreprises du Groupe BPCE ont été récompensées par le label « relation fournisseur responsable » en coopération avec BPCE Achats

Pour en savoir plus, rendez-vous sur <http://bit.ly/1Jrk6aP>

RELATION CLIENT

Le mobile est le premier canal de contact des clients avec la Caisse d'Epargne



Le mobile n'a pas eu besoin de beaucoup de temps pour trouver sa place auprès de la clientèle des Caisses d'Epargne. En quatre ans seulement, il a supplanté l'internet fixe, qui représentait déjà, en 2014, plus de 40 % de l'ensemble des contacts (au nombre d'un milliard sur l'année) que la banque entretient avec ses clients. Alors que ces derniers réalisent de plus en plus d'opérations courantes à distance, ils privilégient le contact humain lorsqu'ils rencontrent, à certains moments de leur vie, des problématiques qui réclament une expertise que seuls les conseillers peuvent leur apporter. « Contrairement aux idées reçues, plus de

« *Objet intime, le mobile oblige la banque à personnaliser ses contenus* »

digital ne signifie pas moins de contact. Les clients interagissent de plus en plus avec leur banque, mais différemment », explique Denis Mancosu, directeur distribution multicanal Caisse d'Epargne qui anticipe un doublement du nombre de contacts d'ici à cinq ans. Devenu le premier canal de contact des clients depuis 2015, le mobile nécessite d'adapter la façon d'aborder la relation. « *Objet intime, le mobile oblige la banque à personnaliser ses contenus pour faire des propositions pertinentes* », ajoute ce professionnel, rappelant que l'application Caisse d'Epargne évolue régulièrement dans ce sens »

HACKATHON

Banque Populaire réunit banquiers et développeurs en mode co-construction



Quatre couleurs, quatre équipes: pour la deuxième année consécutive, Banque Populaire a réuni, les 15 et 16 décembre derniers, des hommes et des femmes, pour un hackathon de deux jours, le temps de partager des idées et des compétences. « *L'évènement vise à faciliter la rencontre de deux populations d'acteurs - banquiers et développeurs informatiques - qui n'ont pas l'habitude de collaborer au même moment, pour les faire travailler ensemble sur des projets d'applications innovantes* », explique Patrick Bianchetti, directeur adjoint du développement Banques Populaires. « *Les résultats au bout de deux jours sont ceux que nous mettrions des mois*

« *faciliter la rencontre entre banquiers et développeurs* »

à obtenir en temps normal », déclare un participant. Alors qu'elle vient d'équiper toutes ses agences du WiFi et ses conseillers de 14.000 iPad, Banque Populaire a choisi, pour son hackathon 2015, un thème bien précis : la tablette au service de l'efficacité du conseiller. Le jury a tranché et récompensé une solution permettant d'optimiser la décision de financement en facilitant la constitution et la validation des dossiers de financement pour la clientèle professionnelle. Lors de l'édition 2014, c'est une application visant à mesurer la satisfaction client à la suite d'un entretien avec son conseiller qui avait émergé et qui est actuellement expérimentée dans six agences »

UNE QUESTION À...



Eric Buffandeau,
Directeur adjoint des études économiques, Groupe BPCE

« *Que pensez-vous de la divergence des politiques monétaires de part et d'autre de l'Atlantique ?* »

Aux Etats-Unis et en Europe, les politiques monétaires, historiquement accommodantes, sont largement en territoire inconnu d'expérimentation, d'où l'exacerbation de la volatilité sur les marchés. Nouveauté, elles vont désormais devenir plus antagonistes. La Fed cherche à normaliser des conditions monétaires qui ne sont plus justifiées aux Etats-Unis du fait de la solidité de la demande interne et d'une inflation sous-jacente déjà à 2 % l'an en octobre 2015. Elle va sans doute augmenter graduellement son principal taux directeur pour le porter à 1,5 % fin 2016, tout en empêchant une trop vive appréciation du dollar, à moins qu'elle fasse une pause de neutralité politique, dès mars 2016, à 0,75 % jusqu'à l'élection présidentielle. A contrario, la BCE s'engage davantage dans des politiques quantitatives pour ne rien dire des politiques de taux négatif, dont personne ne connaît avec certitude tous les effets. Ses objectifs véritables, mais inavoués, sont la dépréciation du change et la reprise du crédit. Sous couvert de ramener l'inflation vers 2 %, elle impose un sens symétrique à son principal mandat pour que les Etats-membres aient le temps d'accomplir les réformes structurelles nécessaires. Une stratégie qui ne suffira ni à accroître la croissance potentielle ni à réduire les effets de l'hétérogénéité économique entre les pays de la zone euro »

LE BAROMÈTRE: LA FRANCE, UN ATOUT POUR LES DIRIGEANTS DE PME ET ETI



Source : BPCE L'Observatoire à partir d'enquêtes qualitatives et quantitatives menées en France en 2015 - A suivre, la sortie prochaine d'une enquête économique inédite sur la croissance des PME et ETI

LA PHOTO DU MOIS

Toute l'équipe de presse et de la e-réputation du Groupe BPCE vous souhaite une excellente année olympique aussi ambitieuse que victorieuse



En 2016, le Groupe BPCE soutient les athlètes de l'Equipe de France en route pour les Jeux Olympiques de Rio

RENDEZ-VOUS



20 JANVIER :

Prix National de la dynamique agricole et de la pêche Banque Populaire



10 FEVRIER:

Résultats du quatrième trimestre et de l'année 2015 du Groupe BPCE



23 FEVRIER :

Conférence de presse sondage Caisse d'Epargne Fondation du patrimoine

LU DANS LA PRESSE

Le Parisien, 28 décembre 2015

BPCE a équipé depuis plusieurs semaines un millier de clients [de la carte à cryptogramme dynamique]. « Nous regardons à la fois l'effet de cette nouvelle technologie sur le coût lié à la fraude mais aussi sur la confiance des utilisateurs dans le paiement en ligne, dans l'usage des cartes bancaires », explique **Nicolas Chatillon, directeur du développement fonctions transverses du Groupe BPCE**. Un point stratégique. Car un possesseur de carte bancaire en confiance, c'est un consommateur qui dépense !

20H de TF1, 28 décembre 2015

« L'avantage pour le client [de la carte-bancaire à cryptogramme dynamique], c'est que, s'il se fait dérober les données de sa carte, qu'il aura saisies lors d'un achat sur mobile ou sur Internet, le voleur pourra beaucoup moins facilement utiliser ces données puisqu'elles ne seront plus valables dès que le code aura changé. »

Frédéric Chenot, directeur du développement Banques Populaires

Docaufutur.fr, 28 décembre 2015

Il [le Groupe BPCE] est engagé dans

une logique d'innovation sur le versant de la gestion du document papier et électronique sortant. « A l'instar de nos concurrents, nous rationalisons progressivement cette activité ; cela passe notamment par l'externalisation des impressions, loin d'être notre cœur de métier, tout en optimisant l'utilisation de nos centres d'édition », explique **Jean-Christophe Tran, directeur de programme à la direction des opérations du Groupe BPCE**.

20H de TF1, 20 décembre 2015

Banques classiques ou réseaux mutualistes, la stratégie repose sur un même constat : lorsqu'un client vient pour un gros emprunt, un choix de vie, une modification de son patrimoine, il faut lui consacrer du temps. « Lorsqu'un client vient en agence, il y passe plus de temps qu'avant. Lorsqu'il est en entretien, là où avant les entretiens duraient 30 minutes, nous sommes passés à des entretiens d'1 heure. De plus en plus le client va avoir besoin d'un peu plus de temps, d'un peu plus de conseils »

Valérie Raynaud, membre du directoire de la Caisse d'Epargne Lorraine Champagne Ardenne

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, Marie de Clercq