



Martine Desaulles



Jean-Philippe Bastias



Valérie Boisliveau



Nicolas Ribeiro



Sabrina Nouri



Boris Violet



Paméla Gallopin



Cécile Marchesi



David Espin

RÉSEAUX :

Brainstorming à BPCE

Une réunion du Comité de Groupe s'est tenue le 10 juillet en présence de Nicolas Namias. Alors que le plan stratégique « vision 2030 » est muet sur le devenir de nos réseaux, le 10 juillet changement d'ambiance sur nos modèles de distribution pour les Caisses et les Banques. Le Groupe se réveille en sueur en découvrant la réalité du terrain : près d'une ouverture de compte sur deux est captée par une banque en ligne.

N. NAMIAS : « ON DOIT AUJOURD'HUI PENSER NOS MODÈLES DE DISTRIBUTION POUR L'AVENIR ».

N. Namias après avoir rappelé que notre ADN c'est :

« Tous les clients, tout le territoire, tous les services », enchaîne sur : « Il y a d'autres modèles qui se développent et il y a des ruptures sur le marché ». « Le rapport à l'agence évolue ».

On décode : près d'une ouverture de compte sur 2 est captée par une banque en ligne. Aujourd'hui nos clients sont multi bancarisés et n'hésitent plus à disperser leurs placements, produits d'assurances ou services en fonction de leurs intérêts.

En clair, il va y avoir des changements pour les réseaux d'agences. Lesquels ? La question reste en suspens puisque l'heure est à la cogitation à BPCE avec des dirigeants de CE et BP.

Dans l'attente de savoir à quelle sauce nous allons être mangés, l'ambition affichée est d'1/3 des rendez-vous ciblés sur l'épargne.

↓ 4 AXES

1. Développement du digital avec un objectif de proposer **100 % des produits d'épargne via Banxo**. Aujourd'hui **15 à 20 %** des souscriptions se font en ligne.

3. Marché de l'entreprise : épargne de bilan et épargne financière. Quelques CE et BP sont pilotes sur le sujet.

2. Dynamique autour de l'assurance vie (particuliers, GP, gestion de fortune).

4. Aligner le commerce, la finance et les risques autour des enjeux de collectes et d'équilibres de bilan.

En résumé, BPCE et les dirigeants des CE et BP travaillent sur :

- ✓ L'accélération du digital
- ✓ Une réponse spécifique sur certaines **typologies de clientèle** (jeunes...)
- ✓ Un réseau d'agences qui doit évoluer au gré des déplacements de population ! ? avec une exigence en zone rurale de distance **de 20 à 30 mn pour se rendre dans une agence.**
- ✓ L'intensification de la relation avec la clientèle.

A FORCE DE JOUER AVEC LE FEU, ON SE BRÛLE

Pour **Sud**, la situation est sans surprise. Cela fait des années que les directions poussent les clients à fonctionner à distance, ferment des points de vente, pratiquent une tarification excessive, mènent une politique commerciale agressive (la multi vente), diminuent les effectifs, n'arrivent pas à fidéliser leurs salariés qui quittent l'entreprise. Nos dirigeants s'étonnent dans ces conditions que les clients qui ont pris le pli de fonctionner à distance aillent voir ailleurs ?

Ce brainstorming n'augure rien de bon. À aucun moment, il n'y a de véritable remise en cause de la politique commerciale et sociale menée dans les réseaux.

Il y a fort à craindre que le résultat des cogitations de nos patrons ne se résume à nouveau à : des suppressions d'agences et de postes, une intensification du travail avec l'IA, un développement du digital.

UNE RÉPONSE SIMPLISTE QUI NE SERAIT PAS À LA HAUTEUR DES ENJEUX.

A Paris, le 18/07/2025

06.59.29.75.46

sud.ceidf@sudbpce.com



Rejoignez

