

Magazine du personnel des banques CIC

Les syndes

L'euro et
les marchés
des capitaux

Nouvelles
fiches
métiers

Le poste de
travail bancaire
à l'horizon 2005



77 %

de
salariés
actionnaires

N° 23

Septembre 1998

Vous avez été près de 17 000 à souscrire des actions de la Compagnie Financière : c'est un succès et une marque de confiance dans notre avenir.

Le succès doit être souligné à deux titres : d'abord parce que vous avez ainsi montré votre attachement au Groupe. Que chacun d'entre vous exprime cet attachement envers son entreprise, là où il travaille, cela est à la fois légitime et naturel.

Ensuite parce qu'avec plus de 3 % du capital, et à terme près de 4 % lorsqu'auront été distribuées les actions gratuites prévues dans l'offre, vous vous êtes donné un moyen expressif de contribuer à l'équilibre de l'actionnariat aux côtés du Crédit Mutuel et du GAN.

C'est aussi une marque de confiance dans l'avenir que vous avez exprimée : chacun d'entre vous, lorsqu'il a investi son épargne personnelle et familiale, a regardé au-delà des avantages immédiats consentis dans le cadre de la privatisation ; en réalité, vous vous êtes inscrits dans une perspective de progrès qui se réalisera dans la durée et la continuité.

Le Crédit Mutuel s'est engagé auprès du groupe CIC sur la base d'un plan de co-développement. Je peux vous dire que les premiers axes en seront rapidement dévoilés pour que sa réalisation débute sans tarder. Ainsi vous serez assurés que vous avez exprimé votre confiance à bon escient, et qu'au-delà des turbulences conjoncturelles, vous avez eu raison de croire en l'avenir du groupe CIC.

Je suis sûr, en ce qui me concerne, que vous y trouverez le motif d'une implication encore plus grande dans ce qui sera notre réussite commune.

Michel Lucas

77 % de salarié actionnaire

Une participation synonyme d'engagement

Avec un taux de souscription global de 77 % - et près de 79 % dans les banques - les résultats de l'ouverture du capital du groupe CIC aux salariés se situent dans la fourchette haute de ce type d'opération. A titre de comparaison, si les salariés de la BNP avaient souscrit à 91 % lors de la privatisation de l'entreprise, ils avaient été moins de 50 % à le faire aux AGF et ont été 70 % à France Télécom. « Ce taux est un vrai succès, souligne Christian Briere, directeur des Ressources humaines du Groupe. D'autant plus que l'opération concernait une holding, qui par essence est considérée comme moins proche des salariés. Ce résultat tend donc à démontrer que le sentiment d'appartenance des salariés à un groupe est bien réel ».



L'attachement au Groupe aura certainement été le premier "moteur" de cette forte participation. Un autre facteur déterminant fut la volonté du Crédit Mutuel de coter le CIC en Bourse, « preuve, souligne Christian Briere, de la transparence de l'opération et de la volonté d'assurer la liquidité du titre. » D'où le mouvement d'adhésion constaté dans l'ensemble des entités du Groupe, au-delà de quelques disparités. En Ile-de-France qui se situe légèrement en deçà de la moyenne nationale, la participation a été supérieure à 70 %. Quant au CIO et à la Société Bordelaise, elles se sont distinguées par des taux supérieurs à 90 %. Autre indice de cette large dynamique : la participation a progressé en ligne avec le niveau hiérarchique, s'élevant de 57 % pour les employés, à 77 % chez les gradés et 88 % parmi les cadres. « Ce dernier chiffre, souligne Christian Briere, est d'ailleurs supérieur à celui de 80 %, habituellement atteint par cette catégorie. » Le montant moyen souscrit, de 25 000 francs,

se situe légèrement en retrait par rapport à celui d'autres opérations (28 000 francs à la BNP, près de 60 000 francs aux AGF). Mais en plébiscitant largement la Formule 3 (souscription via le plan d'épargne Groupe représentant un engagement de 5 ans), les salariés ont clairement inscrit leur démarche dans la durée et manifesté leur confiance dans l'avenir à long terme de l'entreprise.

Objectifs atteints grâce à des relais efficaces

43 % des actions proposées à la vente ont été souscrites. Ce ratio pourrait sembler relativement faible comparé à d'autres ouvertures de capital. Mais il faut noter que la privatisation du Groupe était une opération de gré à gré et que, à ce titre, elle a été réalisée sans le soutien d'une importante campagne de communication. « Dans ce contexte, conclut Christian Briere, on peut estimer que les objectifs ont été réalisés. » « Tous ces résultats, commente Christian Briere, ont été obtenus grâce à la mobilisa-

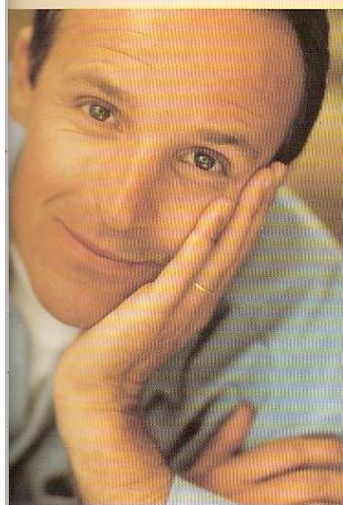
Synergies n° 23 • septembre 1998

ires



Une vraie dynamique de groupe

« L'opération d'actionnariat des salariés a constitué une occasion de rencontres entre des hommes et des femmes venus d'horizons différents, assumant les fonctions les plus variées, note Philippe Petiot, directeur des Ressources humaines de la BSD. Elle a illustré et renforcé une prise de conscience : celle de l'appartenance à un groupe. »



Les relais actionnariat symbolisent parfaitement la dynamique engendrée par l'opération au sein du Groupe. Ils ont permis à des personnes représentant toutes les banques, toutes les régions, tous les métiers - organisation, ressources humaines, communication, exploitation - de se rencontrer et de travailler ensemble à plusieurs reprises... A cette échelle, de telles réunions étaient une première dans le Groupe. En outre, au niveau de chaque entité, les réunions d'informations ont été de véritables forums, lieux d'échanges et de discussions, rassemblant les forces vives de l'entreprise, dans leur diversité, autour d'un enjeu commun. Tous se sont retrouvés en dehors des clivages hiérarchiques habituels. Au travers des questions posées, ils ont pu constater combien étaient proches leurs préoccupations, tant professionnelles que personnelles, quant à l'avenir de l'entreprise.

Clarté et confiance

Ces rencontres ont, selon Philippe Petiot, permis de détailler les mécanismes de l'opération. Elles ont également été l'occasion d'expliquer le projet du Crédit Mutuel pour le groupe CIC et ses implications pour les salariés. « Je ne pense pas, estime Philippe Petiot, que nous aurions atteint une souscription moyenne de 25 000 F, si l'attrait de l'opération avait été seulement financier. Les salariés ont fait une analyse lucide de la proposition qui leur était faite par le nouvel actionnaire et ils y ont souscrit. » Pour lui, l'adhésion s'est opérée autour du projet "Bâtir ensemble" présenté par le Crédit Mutuel et ressenti comme une marque de confiance dans le Groupe, à moyen et long terme. En retour, le succès de l'opération a prouvé que les salariés étaient prêts à accompagner ce projet. ●



Poids des salariés sur l'ensemble de la souscription



Résultats statistiques à la fin de la souscription

- > 20 759 souscriptions
- > 917 098 titres souscrits
- > 224 326,33 actions gratuites potentielles

tion des chefs de projet, ainsi qu'au travail de fond effectué avec et par les relais actionnariat. Sans oublier celui des agents de souscription qui ont accompagné les salariés lors de l'achat des actions. » ●

Sinergies n° 23 • septembre 1998

Une organisation à la mesure d'un dossier complexe

Opération complexe que l'ouverture du capital du Groupe à ses salariés et anciens salariés. Sa mise en place aura duré plus de six mois. Parmi les principaux enjeux : la nécessité de respecter le calendrier strict de la privatisation tout en intégrant de nombreux ajustements, et notamment l'introduction du Groupe en Bourse.

« L'ouverture du capital a démarré dès décembre, explique Sébastien Palle, responsable du projet pour le groupe CIC, avec la mise en place d'un comité de pilotage. Ce comité, sous l'égide d'un directeur général de l'UECIC et composé d'un président et d'un directeur général de banque régionale, mais aussi de spécialistes des ressources humaines, de la finance, du marketing, de la communication et de la logistique, examinait l'ensemble des orientations stratégiques. » Parallèlement, une "équipe

projet" de six personnes a été créée, organisée autour de trois pôles : juridique-financier, communication-formation, logistique-informatique. Sa mission ? Assurer la maîtrise d'œuvre de l'opération et la coordination de sociétés spécialisées⁽¹⁾.

Des relais dans tout le Groupe

L'équipe projet, tout en définissant des règles communes, s'est mise à la disposition des équipes décentralisées dans les 68 sociétés

(banques et filiales spécialisées) concernées par l'opération. Un service d'assistance téléphonique leur était notamment réservé. Ainsi, 26 chefs de projet (DRH pour la plupart) et 150 relais actionnariat ont largement contribué à diffuser l'information auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe. Enfin, près de 700 agents ont été formés pour assurer la souscription au sein de 600 guichets du 22 juin au 10 juillet. Une mobilisation à la mesure d'une opération qui, au total, a concerné 45 000 personnes. ●

(1) Conseil juridique, Gide; communication, BDDP; prestations informatiques, GSI; gestion d'épargne salariale, Intersem et Plan Gestion; logistique de la souscription, Cicotitres; formation, Format Finance; assistance maîtrise d'œuvre, Area.

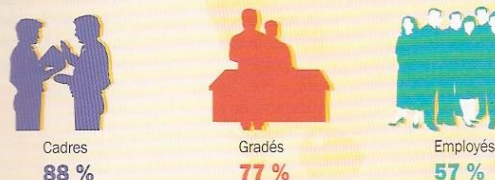
“Devenons actionnaires de notre entreprise”

Tel était le leitmotiv, dans un contexte marqué par la privatisation de la campagne de communication en faveur de l'actionnariat

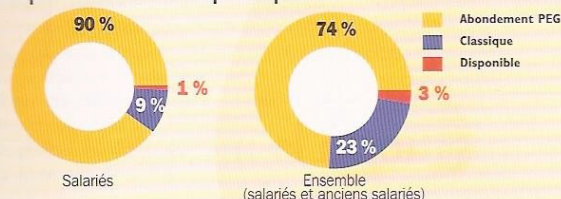
« L'enjeu de la campagne était double, dit Martine Damour, directeur de la communication de l'Union Européenne de CIC, donner aux salariés les éléments nécessaires pour leur permettre d'analyser la situation et les perspectives d'avenir du Groupe et les informer objectivement sur la nature du placement financier qui leur était proposé ». En l'absence d'une vaste campagne de publicité grand public, la priorité a été donnée à une communication centrée sur les quelque 40 000 salariés et anciens salariés. La campagne s'est organisée en deux temps : une phase prépara-

toire, consacrée du mois de février à la mi-mai, à la sensibilisation des relais actionnaires et la mise au point des outils. Une phase de communication intensive en direction de l'ensemble des salariés et anciens salariés, de la mi-mai à la mi-juillet, marquée par les opérations de communication démultipliées dans toutes les banques et filiales du Groupe. Dans ce cadre, ont notamment été réalisés les affichettes et dépliants de la campagne, les différentes versions des guides de l'actionnaire, quatre éditions du journal dédié spécialement à l'opération dont une édition spéciale

Répartition des souscriptions par catégorie professionnelle



Répartition des souscriptions par formule



Liste des chefs de projets et de leurs équipes dans les sociétés du périmètre



“Que chacun ait l'information en main”

Dans toutes les entités du Groupe, la mobilisation des acteurs de terrain et la diversité des outils de communication qu'ils ont pu mettre en œuvre ont été les clés du succès de l'opération. Témoignage.



Documentation et animation

« Au-delà des documents fournis par le Groupe, précise Jean-Luc Bapst, relai actionnariat au CIO, nous avons mis au point des informations simples reprenant les éléments clés. L'objectif était de s'assurer que chacun

avait bien l'information nécessaire pour prendre la décision d'investir en actions du groupe CIC. Dans cet esprit, nous avons aussi mis l'accent sur les questions les plus fréquemment posées en y apportant les réponses dans la messagerie de la banque. » Si l'efficacité de ces outils a joué un rôle important, Jean-Luc Bapst estime toutefois que le succès de l'opération n'aurait pas été ce qu'il fut sans l'implication de toute la hiérarchie. « Cette mobilisation a concerné tout le monde, du Président-directeur général, qui par exemple est intervenu lors des trois réunions organisées à Nantes pour les collaborateurs du siège, aux directeurs de groupe et aux directeurs des agences, qui ont démultiplié l'information et ont assuré l'animation qui a conduit au succès. » ●

Groupe"

Le groupe CIC,
les salariés.

pour les anciens salariés, l'audiovisuel de présentation des diverses formules de placement, ainsi qu'un numéro vert mis à la disposition des actionnaires potentiels. La direction de la communication a aussi assuré le suivi de la fabrication des dossiers de souscription. Au total, un nombre impressionnant de documents à sortir, en gérant deux contraintes majeures : l'opération étant assimilée à un appel public à l'épargne, l'obligation de faire valider chaque support par la COB ; des délais de réalisation acrobatiques liés à la finalisation tardive des conditions de l'offre financière. ●

Taux de souscription des salariés par banque

Banques	Taux de souscription des salariés
BRA	77 %
BRO	85 %
BSD	83 %
Banque Transat.	63 %
CIO	90 %
CIAL	77 %
CIC Paris	69 %
CIN	86 %
LB	76 %
SB	92 %
SNVB	75 %
UECIC	73 %
Total général	77 %

Cession d'actions

Deux possibilités s'offrent
aux actionnaires :

- la négociation de ses titres en Bourse
- la cession de ses titres dans les conditions prévues par l'engagement de liquidité de la Banque Fédérative du Crédit Mutuel

En fonction du choix retenu, les modalités de vente ne sont pas les mêmes. Si vous optez pour la vente au cours de Bourse, il vous suffit d'envoyer une instruction de vente à n'importe quel moment de l'année à :

UECIC - Service centralisation et domiciliation
4 rue Gaillon 75002 Paris.
Si vous optez pour la valeur à dire l'expert, dont la prochaine sera connue fin novembre, vous devrez le notifier par lettre AR entre le 1^{er} et le 31 décembre 1998 ou entre le 1^{er} et le 30 juin 1999 à la même adresse que ci-dessus. Attention cependant aux différents calendriers de cession selon la formule de souscription choisie !

- Dans la formule 1 «Disponible», vous pouvez céder vos titres dès maintenant.

- Dans la formule 2 «Classique», vous ne pouvez pas céder vos titres pendant 2 ans.

- Dans la formule 3 «Abondement PEG», vos parts de FCPE sont bloquées pendant 5 ans, sauf cas de déblocage anticipé possible après les deux premières années d'incessibilité.

Sans oublier, dans tous les cas, les délais de conservation nécessaires à l'attribution des actions gratuites, soit un an dans la formule 1 et trois ans dans les deux autres formules.

Ces mécanismes vous paraissent un peu complexes ?

Ou vous souhaiteriez tout simplement le moment venu plus de précisions. Vous pourrez toujours vous adresser au Service centralisation et domiciliation de l'UECIC au 01 42 66 86 93 pour les actions détenues en direct et à Intersem au 01 45 96 65 61 ou 65 45 pour les parts de FCPE.



Actionnaires au quotidien

Plus de 17 000 salariés du groupe CIC détiennent aujourd'hui des actions de leur entreprise. « Comme tous les autres actionnaires, explique Bernard Pierre, responsable des financements Groupe à l'UECIC, ils sont en droit de participer - directement ou au travers d'un FCPE - à la vie du Groupe, d'être tenus informés de son activité, de ses résultats et de ses perspectives. »

En leur qualité d'actionnaires, les salariés seront plus que jamais au cœur de la vie du Groupe, notamment grâce aux instances de représentation qui leur sont ouvertes.

Conseils de Surveillance des FCPE

Plus de 16 000 salariés ayant souscrit à la formule 3 «Abondement PEG» vont être représentés dans les Conseils de Surveillance des Fonds Communs de Placement Entreprise créés dans le cadre du Plan d'Épargne Groupe. Ces conseils sont composés de 12 membres dont 6 seront élus directement par l'ensemble des porteurs de part. Un scrutin sera organisé dans le courant du dernier trimestre 1998 à cet effet.

Conseil de Surveillance de l'UECIC

En outre, les actionnaires salariés seront représentés au Conseil de Surveillance de l'UECIC grâce au siège qui leur est statutairement réservé. Ce membre sera nommé parmi les candidats proposés par les Conseils de Surveillance des FCPE mentionnés ci-dessus, d'une part par l'Assemblée Générale des Actionnaires, et d'autre part par des groupes d'action-

naires salariés détenant au minimum 5 % des titres détenus directement par les actionnaires salariés.

Assemblée générale

Au-delà, le moment le plus important de la vie de l'entreprise est l'assemblée générale annuelle des actionnaires. Tous les actionnaires, y compris les salariés actionnaires directs, pourront y prendre part. Inscrits nominativement et convoqués individuellement, ils seront ainsi en mesure de poser des questions et d'obtenir des réponses sur les points qui les préoccupent, et d'avoir voix au chapitre dans les débats de l'assemblée. A noter : les nombreux salariés ayant choisi la Formule 3 (et dont les actions sont apportées dans l'un des trois fonds) disposent de droits identiques, mais ils les exercent différemment, au travers de leur FCPE et du conseil de surveillance paritaire de celui-ci.

Information

Comme tout actionnaire, les salariés seront tenus informés des résultats du Groupe au travers des communiqués financiers et du rapport d'activité. Une lettre aux actionnaires sera créée et Synergies contribuera également à l'information sur la vie de l'actionnariat. ●

EURO

Marchés : quand le "big bang"

Le 4 janvier 1999, l'ensemble des marchés financiers va basculer définitivement à l'euro. Toutes les opérations et toutes les cotations réalisées sur ces marchés le seront dans la nouvelle monnaie européenne. Les centres de métiers (Cicotitres, EIFB) et les services spécialisés des banques du groupe CIC (OPCVM, gestion de patrimoine et salles de marchés) doivent donc adapter leurs procédures et leurs outils de traitement à ce "big bang".



Pour relever ce challenge technologique, la PFA et la mise en place de CIC-Coopération seront bien évidemment des atouts majeurs.

Mais la révolution sera aussi, et surtout, commerciale. Parallèlement aux adaptations techniques et informatiques, en effet, une nouvelle offre de produits et de services aux couleurs de l'euro est en train de se mettre en place. Sa diffusion implique également une nouvelle façon de travailler. Objectif : que l'ensemble du groupe CIC se mobilise pour accompagner la clientèle dans cette mutation sans précédent et lui permettre de profiter des opportunités qu'elle engendre.

Traitement des titres : penser "euro"

Pour Cicotitres et EIFB, le passage à l'euro signifie prouesses techniques mais surtout révolution commerciale.

En phase avec l'ensemble de la Place, Cicotitres s'apprête à modifier l'ensemble de ses traitements pour les exprimer en euros dès le tout premier jour de 1999. Même transmis en francs par le client, via sa banque, tout ordre de Bourse sera automatiquement traduit en euros. Après un travail très important, Cicotitres aborde avec sérénité les premiers tests qui vont démarrer en septembre. Mais, comme le souligne son directeur général, Pierre Menu, le passage à l'euro est loin d'être un simple problème de conversion. « Il s'agit d'une nouvelle façon d'appréhender la valeur des choses, analyse-t-il. Il faudra s'habituer à raisonner en euros et non pas à convertir. Nous devons mettre à profit le basculement des valeurs mobilières pour

entamer cet apprentissage. » Toute la logistique de Cicotitres a été conçue dans ce sens. Sur leurs écrans, les chargés de clientèle auront accès spontanément aux applicatifs en euros, et ce n'est que par une manipulation supplémentaire qu'ils pourront consulter des données en francs. Un bouleversement, certes, mais aussi un défi à relever ! Face à des clients, dont certains seront sans doute perturbés par l'événement, le chargé de clientèle pourra faire preuve de ses capacités de pédagogie et de conseil et nouer des relations de confiance durables.

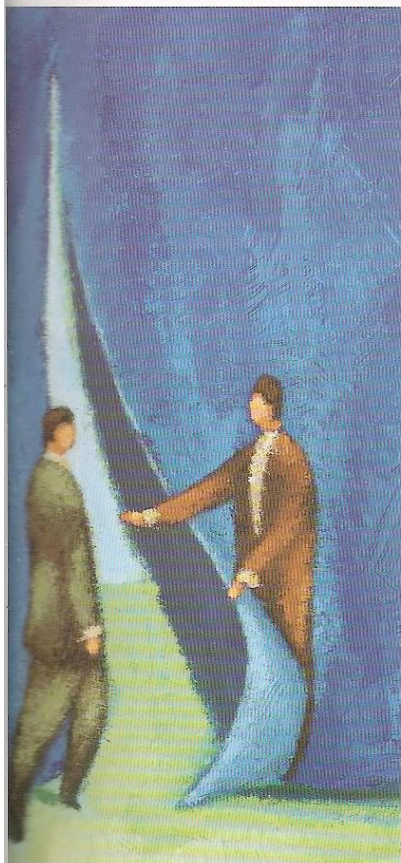
Révolution commerciale

EIFB, la société de Bourse du groupe, affiche le même calme. Après un an de travail, ses

outils informatiques et comptables sont prêts pour le grand saut. « Pourtant, insiste Georges François, président du directoire d'EIFB, la grande révolution sera commerciale. En quelques mois, nous devons passer d'une offre composée aujourd'hui essentiellement de valeurs françaises à une offre européenne. » Avec la disparition du risque de change, les investisseurs vont raisonner par secteur d'activité (automobile, informatique...) sur une zone géographique beaucoup plus vaste : celle de l'euro. Analystes financiers et vendeurs devront maîtriser rapidement de nouvelles valeurs que jusqu'ici ils connaissaient peu. Comme l'affirme Georges François, « l'aspect technique n'est pas le plus difficile, face à un tel défi commercial ». ●



engendrer des opportunités



Salles des marchés : place à l'innovation !

Avec l'euro, c'est l'activité même des marchés qui sera transformée. Les salles des marchés du Groupe savent qu'elles devront affronter une concurrence accrue. Elles misent sur l'innovation pour réussir ce pari.

Pour les salles des marchés, le week-end prolongé du 30 décembre 1998 au 3 janvier 1999 sera un véritable moment de vérité. Le lundi 4 janvier, elles devront être capables de traiter en euros les stocks et flux, titres et espèces, tout en maniant les contre-valeurs en francs afin d'informer les clients qui le souhaiteront. Mais au-delà de ce souci logistique, c'est tout leur environnement qui va se modifier. Tout d'abord, certaines opérations vont disparaître. C'est le cas par exemple des transactions intra-européennes (mark contre franc, lire contre franc, etc.) sur le marché des changes, ou encore, sur les marchés monétaires, des opérations sur les titres de créances négociables (comme les certificats de dépôt) en monnaies nationales.

Moins d'opérations de change

De même, la fin de la période de convergence entre les différents pays de la zone euro conduit à la disparition des opérations

d'arbitrage sur les taux d'intérêt. Désormais, les opérations de change porteront essentiellement sur le couple euro/dollar ou encore dollar/yen. Il importera également de s'intéresser à de nouvelles devises - celles des pays de l'Est, des pays scandinaves... - dont la demande va augmenter avec le développement des échanges commerciaux.

Opportunités et créativité

Étendus à l'ensemble de la zone euro, les marchés monétaire et obligataire vont devenir plus concurrentiels. La disparition du risque de change ouvrira de larges espaces aux investisseurs en matière d'actions, d'obligations ou de produits dérivés. « Le recours croissant à l'électronique va encore renforcer ce mouvement », analyse Cyril Le Touzé, directeur des activités de marchés à l'UECIC. Autre enjeu : « Les grands groupes financiers et bancaires pourront intervenir sur l'ensemble des pays de l'Euroland, un atout pour proposer une offre globale. »

Dans ce nouvel environnement, l'innovation sera la clé du succès. Les salles de marchés du Groupe s'y préparent activement. « Nos clients auront des besoins de plus en plus sophistiqués, estime Bernard Paget, directeur des Marchés au CIC Paris. Nous devons les accompagner, imaginer de nouveaux produits, leur offrir notre expertise : sur les marchés européens, sur de nouvelles devises, sur de nouvelles techniques de gestion du risque de change et de taux. »

Les produits structurés proposés par les salles de marchés du groupe CIC sont un exemple concret de cette capacité d'innovation. Ils permettent de doper les rendements des placements de trésorerie, entamés par la baisse des taux d'intérêt qui a précédé la mise en place de l'euro. Demain, cet esprit créatif devra se développer dans tous les domaines. ●

[Téléx]

> UECIC • classeur "Offre de services" euro

"Offre de services pour saisir les opportunités de l'euro" : le support de communication que l'UECIC vient de réaliser pour sa clientèle de grandes entreprises, de banques et d'institutionnels passe en revue les solutions "euro" que la banque propose, selon les besoins du client, dans tous les domaines bancaires. Il se présente sous la forme de 18 fiches insérées dans un classeur. Un plus, tant pour la fonctionnalité que pour de futures mises à jour.

saisir
l'euro



> CIO • l'actualité de l'euro en ligne

Depuis le 16 juillet, chaque collaborateur du CIO peut consulter "ActuEuro" à partir de son micro-ordinateur ; cette rubrique spécialisée dans la messagerie permet aujourd'hui de transmettre, le plus vite possible et à tous, des informations sur les avancées de l'euro au CIO.

> Lyonnaise de Banque • DiagEuro

Permettre de mesurer l'impact du passage à l'euro sur les principales fonctions de l'entreprise, d'identifier les priorités, d'élaborer un plan d'action : tels sont les objectifs du diagnostic que les responsables euro de la Lyonnaise de Banque ont pu présenter à de nombreux chefs d'entreprises. Près de 5 000 entreprises ont, entre décembre 1997 et juin 1998, fait l'objet d'une des visites menées en collaboration avec deux cabinets de conseil et une quarantaine de diagnostics ont déjà eu lieu.

[Télex]

> CIC Paris • télé-information

Le dispositif d'information "euro" de la banque va s'enrichir à l'automne avec la mise à disposition d'un numéro de téléphone destiné, dans un premier temps, aux clients Entreprises et Professionnels. Au bout du fil, des équipes répondront à toutes les questions sur les modalités de passage à l'euro, ainsi que sur l'offre commerciale du CIC Paris.

> BSD • Equip'euro

La Banque Scalbert Dupont a lancé en juin un nouveau crédit à moyen terme destiné à financer les dépenses (estimées entre 1 et 3 % du chiffre d'affaires) liées au passage à la monnaie unique. Equip'euro a été défini pour répondre aux préoccupations des chefs d'entreprise, selon la manière dont ils ont programmé leurs investissements.

> CIO • Prêt Equip'euro

Le CIO a été la première banque à lancer un prêt pour permettre aux entreprises et aux professionnels de financer leurs investissements matériels et immatériels liés au passage à l'euro. Sur le marché depuis mai dernier, cette offre est appréciée pour les conditions privilégiées qu'elle propose aux clients les plus directement concernés par la monnaie unique.

> Banque Régionale de l'Ouest • répertoire

Dans le cadre de l'opération "Les PME et l'euro", les correspondants euro de la BRO sont répertoriés sur le Minitel 3615 Euro 99, ainsi que sur le site Internet du ministère des Finances. Pour y figure, adresser sur disquette les coordonnées des correspondants à : J.-Y. Nicolas, ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, 139, rue de Bercy - Télédéc 536, 75572 Paris Cedex 12.



> CIAL • Nouveau chéquier

Le Cial profite du passage à la monnaie unique pour renouveler les visuels de ses chèquiers en euros, mais aussi en francs. Ce nouveau look met en valeur l'architecture de ses villes d'implantation, une forme de clin d'œil aux visuels "architecturaux" des billets européens.

OPCVM : l'euro fait ses gammes

Nouvelles méthodes de gestion, nouvelles gammes : avec l'euro, les OPCVM du Groupe font peau neuve.

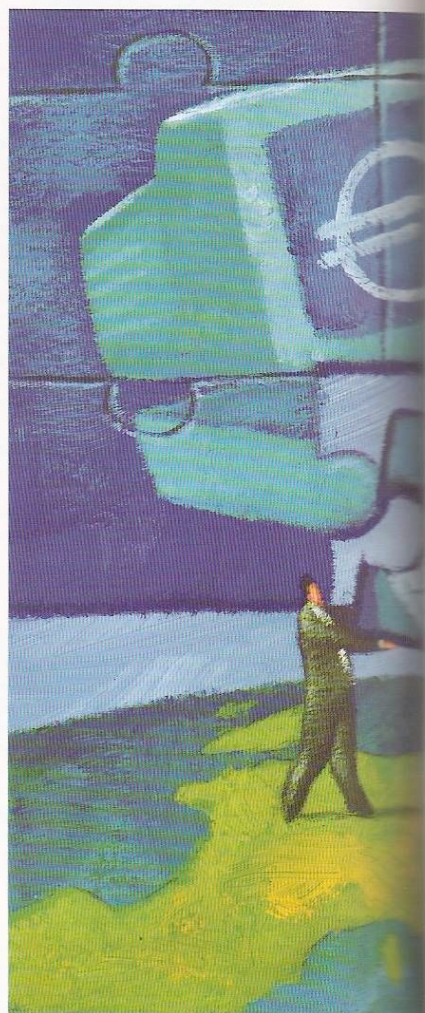
« Pour l'industrie des OPCVM, le passage à l'euro représente d'abord un enjeu en termes de méthodes de gestion », explique Gérard Roubach, directeur de la gestion financière au CIC Paris. Qu'il s'agisse d'actions ou d'obligations, le champ d'investigation des gestionnaires de fonds et de Sicav va se trouver considérablement élargi. « Les analystes financiers devront s'ouvrir à de nouvelles valeurs, acquérir une compétence sectorielle européenne et non plus nationale, poursuit Gérard Roubach. En matière obligataire, ils devront apprendre à évaluer la qualité de signatures qu'ils ne connaissent pas encore. »

Cet élargissement des marchés va multiplier les possibilités d'investissement pour les gestionnaires. En outre la disparition des devises nationales va mécaniquement entraîner la mutation de certains produits : les fonds dédiés aux instruments de taux français deviendront tout naturellement des produits de taux euro.

Reconfiguration en profondeur

Pour tenir compte de ces évolutions, la COB a d'ailleurs revu sa classification des OPCVM et introduit de nouvelles catégories. Quant au groupe CIC, il a déjà amorcé une reconfiguration profonde de sa gamme. « CIC Gestion, la société commune à l'ensemble du Groupe, a mis au point une gamme centrale à la disposition des banques régionales », explique Édouard Manset, directeur des gestions d'actifs et des clientèles institutionnelles à l'UECIC. Elle se compose de trois OPCVM : Eurocic Leader, consacré aux grandes valeurs européennes, Eurocic Opportunités, dédié aux petites valeurs en pointe et Eurocic Garanti n°1, un fonds indiciaire garanti. Chaque banque pourra compléter cette offre commune pour répondre aux besoins spécifiques de sa clientèle. L'UECIC est ainsi en train de confectionner une ligne de produits destinée aux patrimoniaux haut de gamme et aux institutionnels. « Avec Euro Challenge, le volet obligataire est déjà en place, précise Édouard Manset. C'est un fonds obligataire classique consacré aux pays "in". Il est complété par un

Fonds miroir, investi à 50 % en titres français, destiné tout particulièrement aux caisses de retraite qui sont tenues à certaines règles en matière de placements, et par un instrument monétaire, Euro Challenge court terme. » Les fonds Euro Challenge ont déjà permis de lever plus de 300 millions de francs, essentiellement auprès de la clientèle institutionnelle et des grandes entreprises. Quant au volet "Actions" de cette nouvelle gamme, il est déjà sur le métier. ●



Synergies n° 23 • septembre 1999

BRA

Le réseau plus proche du terrain

Afin de mieux ajuster l'offre à la demande, la BRA a réorganisé son réseau avec, à la clé, un renforcement des compétences et de la performance.

Depuis cet été, ce sont les frontières économiques régionales qui délimitent les sept nouveaux secteurs de la BRA – la Bresse, le Bugey, le Pays de Gex, la "Plastic Vallée", le Jura, le Val de Saône et la Côtère – en lieu et place des quatorze unités commerciales d'autrefois. À l'origine de cette réorganisation du réseau, une étude PH Group, réalisée en 1997, mettait en effet en valeur le fort potentiel de développement de ces régions, notamment du Jura, du Val de Saône et de la Côtère. Deux cœurs de cible étaient également désignés : les marchés des Particuliers et des Professionnels, où le taux de pénétration de la BRA n'atteignait que

20 % et 17 %, contre 48 % dans celui des Entreprises.

Une meilleure écoute des clients

« Notre objectif est de mieux satisfaire les clients en adaptant nos compétences aux spécificités économiques des secteurs régionaux. Il était donc nécessaire de rapprocher la structure hiérarchique du terrain », souligne Paul Deguerri, P-dg de la BRA. Pour ce faire, le nombre de responsables de secteur a été porté de neuf à vingt et un, soit un par marché – particuliers, professionnels et service clientèle – et par secteur. Autant de postes de directeurs

ont été créés, tandis que la fonction de responsable d'unités commerciales, assistant les responsables de secteur, était supprimée. Une large concertation a été menée au préalable. Approuvé par le comité d'entreprise, le remodelage a également été bien reçu par les collaborateurs de la BRA. « Chacun peut se féliciter de l'amélioration du niveau de compétences dans le réseau », souligne Lucien Treffot, direc-

teur du marché Service clientèle. Afin de soutenir cette démarche, les services de l'audit, de l'organisation et du suivi des risques ont été renforcés au siège de la banque. ●



CIAL

Dix ans de succès pour Cial Equipement

Cial Equipement, filiale du CIAL spécialisée en crédit-bail, n'est pas devenu sans raison leader sur son marché après dix ans d'activité...

Créé en 1988, Cial Equipement propose aux entreprises le financement en location ou en crédit-bail de véhicules roulants ou de matériel – automobiles de tourisme, cars, poids lourds, grues, machines de précision, etc. Cette filiale à 100 % du CIAL, qui emploie dix-sept personnes, compte

5 000 clients actifs pour une production annuelle de 600 MF, ce qui la place en tête des intervenants dans la région Grand Est. Très bien implantée sur le marché des entreprises, elle enregistre aujourd'hui ses plus fortes progressions sur le marché très convoité des professionnels. Les clés du succès : des struc-

tures et des prestations de vrais spécialistes, parfaitement intégrés dans l'activité commerciale du CIAL.

La qualité fait la différence

Face à la concurrence, Cial Equipement a ainsi pu se diffé-

rencier par la qualité du traitement de chaque dossier. Bien ancrés localement, bénéficiant de l'appui constant des chargés d'affaires du réseau, ces spécialistes du crédit-bail bâtissent, sous 48 h, des solutions personnalisées avec garantie de suivi. Une offre sur mesure qui permet de préserver les volumes produits et les marges. Cette année, Cial Equipement a tenu à souffler ses dix bougies en organisant au premier semestre deux actions commerciales d'une ampleur inaccoutumée. Des opérations de communication et des barèmes compétitifs ont constitué les pierres d'angle de deux Temps Forts, tournés vers les entreprises et les professionnels, qui ont dégagé un résultat historique de plus de 250 MF. Les efforts des commerciaux du CIAL ont été récompensés par un challenge qui leur a permis de se constituer une prestigieuse cave à vins ! ●



L'équipe de Cial Equipement.