

L'actualité commerciale...

## Les résultats commerciaux

(Chiffres métropole et DOM arrêtés au 30/04/2009)

### Un marché de la Fonction publique contracyclique ?

En effet, dans un contexte économique difficile, le marché de la Fonction publique apparaît moins impacté.

Ainsi, les équipes ont réussi **un premier trimestre globalement satisfaisant** avec des résultats qui ont démontré une réelle dynamique partenariale et des réussites qui se conjuguent d'abord avec le terrain.

#### ■ Les comptes à vue (CAV)

En tenant compte des difficultés liées à la souscription dans "CONTACT" de l'année précédente, notre progression de CAV sur mars 2009 est de plus de 12,14% (+28,79% en brut).

En cumulé sur le trimestre, et dans un environnement difficile, nous avons une production étale (8 415 CAV en 2009 contre 8 422 en 2008).

Le stock (DOM compris) atteint 616 546 comptes.

#### ■ Les prêts BFM Liberté

Contracyclique, vous disiez ? BFM, durant ce premier trimestre, a plus que jamais accompagné son marché en proposant un barème de taux attractif.

La production nette en capitaux atteint 153 M€ (+17%) pour une production en nombre de 16 400 dossiers (+3%).

L'encours total passe à 1 393 M€ en hausse de 10%, entre autre grâce à l'augmentation des encours moyens des prêts qui passent à 11 960 € (+6%).

#### ■ Les livrets BFM Avenir

Un stock en nombre qui progresse de 8% sur la même période 2008, pour s'établir à 303 748 Livrets avec un encours de 2 111 M€.

L'indice de pénétration ressort à 49% avec un solde moyen de 7 000 €.

De par ses taux d'épargne et de crédits attractifs, le livret demeure plus que jamais le placement à promouvoir auprès des fonctionnaires.

#### Quid du deuxième trimestre ?

Notre campagne PPM de Printemps doit nous permettre de bénéficier d'un effet de levier sur les ouvertures de CAV et l'équipement en Livret BFM Avenir.

Lancer notre Campagne « Jeunes » se prépare dès à présent. Et c'est sous la bannière TOUMOI que nous impulserons cette dynamique tout particulièrement dans le cadre des pré-rentées IFSI.

L'actualité commerciale...

## Livret BFM Avenir : évolution des taux

### Le contexte

Les pouvoirs publics ont à nouveau baissé le taux de rémunération du Livret A, passant de 2,50% à 1,75% depuis le 1er mai 2009. La BFM baisse également la rémunération brute de son Livret BFM Avenir.

Ainsi, depuis le 1er juin 2009, la nouvelle rémunération du Livret BFM Avenir est ramenée à 2,50% jusqu'à 3 000 € et 2% au-delà.

### La diffusion de l'information

Cette information a été relayée au moyen de 5 canaux :

- Les relevés de compte de nos clients détenteurs d'un Livret BFM Avenir (relevés de compte d'avril envoyés en mai 2009).
- Les relevés de comptes bancaires de juin de tous les clients SG/BFM.
- L'encart marketing BFM Avenir joint aux relevés de compte SG/BFM de juin visant à inciter les clients non détenteurs à souscrire un Livret BFM Avenir et les détenteurs à effectuer des versements complémentaires.
- Les PLV : les dépliants BFM Avenir et Offre Globale et la brochure BFM Energie ont été mis à jour.
- La mise à jour du site Internet sur [www.bfm.fr](http://www.bfm.fr).

## HOMMAGE...

Nous avons eu la tristesse d'apprendre le décès de **Monsieur Roger Cazin**, survenu dans la nuit du 7 au 8 mai 2009, à l'âge de 87 ans.

Président Général de la Mutuelle Générale de l'Équipement et des Transports (MGET) pendant de nombreuses années puis Président Général de la Fédération Nationale des Mutuelles de Fonctionnaires et Agents de l'État (aujourd'hui Mutualité Fonction Publique). Il fut à l'origine de la création de la Banque Fédérale Mutualiste (dont il assura la Présidence jusqu'en 1989) et signa le 2 septembre 1985, conjointement avec Marc Viénot, Président Directeur Général de la Société Générale de 1986 à 1997, le protocole d'accord définissant les termes du partenariat entre les deux établissements.

Le chiffre

2,50 %

C'est la rémunération brute du livret BFM Avenir à compter du 1er juin 2009 pour les 3 000 premiers euros

à retenir

## La nouvelle équipe commerciale

Le récent départ à la retraite d'un certain nombre de Délégués BFM (Jean-Pierre Freisseix, Christian Heleine et Jean-Luc Masson) ainsi qu'une évolution de l'organigramme conduisent la BFM à procéder ci-dessous à **une information détaillée de l'organisation désormais en vigueur au sein de la Direction de l'Animation Commerciale** :

### DIRECTION NATIONALE

- Michel Sirven (Directeur commercial)
- Félix Gigliotti (Directeur de l'Animation Com<sup>al</sup>.)

### REGION NORD

- Joseph Prot (Délégué BFM)
- Patrick Blaizac (Délégué BFM)
- Jean-Marie de Massary (Chargé de mission)

### REGION GRAND OUEST

- Jacky Pichard (Délégué BFM)
- Yves Le Clainche (Délégué BFM adjoint)

### REGION SUD OUEST

- Marc Dhallenne (Délégué BFM)
- Alain Marlot (Délégué BFM adjoint)

### REGION MEDITERRANEE

- Bernard Mas (Délégué BFM)
- Daniel Derieux (Délégué BFM adjoint)

### REGION RHONE ALPES

- Bertrand Planchamp (Délégué BFM)
- Claude Sevenier (Délégué BFM adjoint)

### REGION PARIS / ILE-DE-FRANCE

- Gilles Senon (Délégué BFM)
- Jean-Claude Tronc (Délégué BFM adjoint)
  - Luc Delamarre (Responsable de secteur)
  - Aurélie Vérichon (Responsable de secteur)
  - Valérie Le Nech (Responsable de secteur)
  - Isabelle Pausset (Responsable relations Mut.)
  - Antonio d'Onofrio (Animateur commercial)

### REGION EST

- Hubert Adam (Délégué BFM)
- Lucien Roos (Délégué BFM adjoint)

### DOM

- Hugues Parsemain (Délégué BFM Antilles)
- Michel Doutone (Délégué BFM Guyane)
- Denis Herbaut (Délégué BFM Réunion/Mayotte)
  - Joseph Médoc (Délégué BFM La Réunion)
  - Frédéric Mounichetty (Délégué BFM Mayotte)

## En bref...

Le 28 avril 2009, la Banque Fédérale Mutualiste a procédé à l'acquisition des 45% d'actions de la Banque Française jusqu'alors détenus par MFP Participations, portant ainsi à 61% sa part de capital de la BF.

Cette opération, prévue depuis de nombreux mois, confirme la volonté exprimée par notre actionnaire majoritaire MFPS de voir les deux établissements poursuivre leur marche coordonnée et complémentaire, à la fois en ayant chacun leur stratégie commerciale propre et en recherchant

## Le dispositif de rentrée TOUMOI

Dans un contexte de recrutement volontariste sur le marché des jeunes, les écoles de la Fonction publique demeurent une opportunité incontournable de conquête de nouveaux clients.

Suite à la période de test menée en 2008 sur le dispositif TOUMOI, la BFM et la Société Générale ont décidé de généraliser cette approche sur l'ensemble des Ecoles de la Fonction publique pour 2009.



### LE MARCHÉ

Toutes les écoles de la Fonction publique sont concernées par le dispositif TOUMOI et prioritairement 3 grandes familles d'écoles recensées :

- IFSI (Institut de Formations en Soins Infirmiers) : cible prioritaire de par son nombre et le maillage des écoles sur l'ensemble du territoire français.
- Ecoles MGEFI (impôts, trésor, douanes...)
- Ecoles de Police et de Gendarmerie.

Ces écoles bénéficient de la présence de mutuelles légitimes et proactives BFM.

### LES OBJECTIFS

- Renforcer les actions de recrutement sur la cible jeunes.
- Optimiser les moyens tant en termes de supports que de mécanique d'animation, de façon ludique et originale.
- Accroître la notoriété de l'offre BFM Energie
- Apporter un ton et une image plus modernes sur la cible jeunes.
- Capter l'attention, faire connaître, faire préférer la BFM et déclencher l'ouverture de CAV.

### LA DEMARCHE

La démarche d'animation TOUMOI permet de s'adapter aux spécificités de chaque école de la Fonction publique en suivant un cadre commun.

Le point commun entre toutes les écoles est le mode de recrutement des élèves :

- examen écrit,
- examen oral,
- annonce des résultats,
- dossier d'inscription,
- arrivée au sein de l'établissement : période marquant le début de la vie de l'élève fonctionnaire.

Toutes ces étapes : de l'inscription à l'intégration à l'école donnent à BFM et à SG des occasions

variées de communication et des prétextes de présence sur les sites.

L'animation TOUMOI, qui s'adapte parfaitement à la vie de l'école, permet d'être présent plusieurs fois dans l'année lors de moments magiques : rentrée, diplôme, journée d'intégration, partenariat BDE... L'animation est pilotée par le Délégué BFM en étroite collaboration avec l'AM BFM, accompagné de l'AM Jeunes.

Le dispositif TOUMOI permet également d'associer la mutuelle de référence et l'école lors de la mise en place de l'action, lors du tirage au sort du jeu et proposer une gestion optimisée et partagée des animations sur stand.

### 1. Les moments magiques

- Phase examens : se faire remarquer, créer la notoriété en toute complicité.
- Phase inscription : exister, au service de l'offre.
- Phase rentrée : être présent le jour J, permettant ainsi l'entrée en relation, la présentation de l'offre jeunes, la prise de rendez-vous.
- Phase post-rentrée : garder le contact pour générer des occasions de rendez-vous supplémentaires.

### 2. Le jeu concours

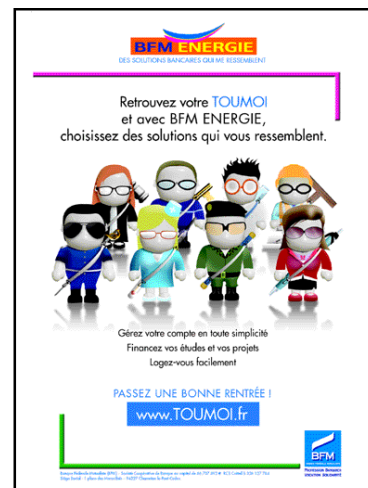
L'objectif de cette animation vise à générer du trafic sur le stand BFM/TOUMOI et valoriser l'image de BFM auprès des élèves, du personnel enseignant et des mutuelles.

La dotation prévue par BFM est d'un iPod shuffle par jeu concours.

### 3. Les supports d'animation

Des supports d'animation spécifiques ont été créés pour aider les animateurs à être présents à chaque moment de la vie de l'école :

- Les supports de communication (affiches, cartes postales, dépliants...).
- Les goodies (stylos lumineux, personnages en mousse, marque pages...).
- Internet (site [www.TOUMOI.fr](http://www.TOUMOI.fr) et relance emailing).



L'animation TOUMOI permet de renforcer la synergie entre les intervenants (SG / BFM / Mutuelles), au sein des relations avec les écoles et au service de la conquête commerciale du marché des jeunes.

## L'externalisation des appels de gestion et l'impact pour le réseau SG

Désormais, les appels en provenance des agences SG (et aussi des clients) relatifs aux sujets suivants sont **pris en charge par le Centre de contacts téléphonique de la BFM** :

- **Depuis début mars 2009** : appels concernant les produits d'épargne (boucle écofil : 0 821 220 060), la connaissance des avantages à prêts, les précisions sur l'IFU et tout renseignement sur le livret BFM.
- **Depuis le 25 mai 2009** : ceux liés aux décisions sur prêts (boucle écofil : 0 821 220 109), au traitement des scores oranges et aux dérogations de taux.

Les effectifs du Centre de contacts ont été renforcés pour la circonstance et l'ensemble des personnels de la plate forme a été formé aux applicatifs de la Banque Fédérale Mutualiste.

**Cette évolution permet ainsi :**

- Une prise en charge plus rapide et de qualité des appels en provenance des agences SG.
- Plus de 80% des appels sont traités directement par le Centre de contacts (sans retransfert de l'appel vers les équipes de gestion de la BFM).
- Une amplitude horaire plus large permettant une meilleure réponse aux appels (le samedi matin en particulier).
- Une plus grande disponibilité des équipes BFM afin de répondre aux problématiques les plus complexes.

**L'externalisation des appels de gestion sera totalement achevée à la fin du mois de juin 2009**, avec la prise en charge par la plate forme des appels relatifs aux demandes de remboursement anticipé (capital restant dû...): boucle écofil 0 821 220 036).

## Un nouveau site Internet pour la BFM !

Afin de faire face aux nouveaux enjeux stratégiques sur Internet, la Banque Fédérale Mutualiste a initié un projet de refonte de son site Web.

**Nouveau site, nouveaux objectifs :**

- Symboliser le dynamisme des équipes de la BFM au travers d'une création plus moderne et plus vivante.
- Faciliter l'accès à l'information produits pour les clients et prospects et augmenter le nombre de contacts réalisés par ce canal de recrutement... tout en marquant clairement l'empreinte BFM : Profession Banquier, Vocation Solidarité.



La création graphique s'inscrit dans le changement grâce à une composition plus aérée.

**En ce qui concerne le contenu, de nouvelles fonctionnalités seront proposées :**

- Des simulateurs dynamiques en temps réel (prêt personnel BFM Liberté et livret BFM Avenir).
- Un accès facilité aux produits avec 2 types d'entrées possibles (par type de produit et par besoin).
- Un espace dédié aux jeunes.
- Des animations commerciales (campagnes promotionnelles..)

Grâce à une présentation et un accès aux produits améliorés, le site proposera notamment aux internautes d'exposer leurs besoins afin de leur permettre de consulter directement les solutions les plus adaptées à leur situation.

Cette fonctionnalité occupera une place dominante sur la page d'accueil du site, plaçant les besoins des clients au cœur de la problématique BFM.

En outre, l'accent a également été mis sur la vocation solidaire de la BFM, rappelant ainsi les valeurs de la Banque, au travers d'exemples concrets qui enrichiront le site et bénéficieront d'un traitement graphique spécifique.

**Ce nouveau site Internet BFM sera opérationnel au début du mois de septembre 2009 et un dispositif de communication sera mis en place simultanément.**

## L'Assemblée Générale BFM

Le mardi 26 mai 2009, l'Assemblée Générale de la Banque Fédérale Mutualiste s'est tenue dans les salons du Pavillon Dauphine à Paris.

Alain Arnaud, Président Directeur Général de la BFM, après avoir détaillé les éléments les plus significatifs du rapport de gestion 2008, a également procédé à une analyse de la situation et du développement de la BFM. A l'issue de cette Assemblée Générale, Etienne-Marie Airiau, Directeur Général de la Banque Privée Européenne, a été invité à venir animer "sans langue de bois" une conférence-débat articulée sur le thème de la crise financière.

### CHIFFRES CLES

■ **Total de bilan** : 2,2 milliards d'EUR (en augmentation de 5 % par rapport à 2007). Cette évolution provient au passif de l'accroissement des fonds déposés sur les livrets BFM (+ 6,4 %) et à l'actif de la progression des encours de prêts (+ 8,1 %) soulignant ainsi, dans un contexte difficile, la bonne tenue des résultats commerciaux de la BFM.

■ **Résultat** : 22,5 millions d'EUR (en progression de 117,4 % par rapport à 2007). Ce résultat est surtout lié à une forte progression du produit net bancaire (71,8 M€ contre 54,4 en 2007) dû en partie au fait que la BFM, pour des raisons d'opportunité financière, a cédé en 2008 la totalité de ses OPCVM monétaires, dégageant ainsi des plus values sur exercices antérieurs. Corrigée de l'effet des plus values latentes, la progression du PNB serait de 8 % (65,5 M€ contre 58,5 en 2007).

■ **Capitaux propres** : 112,1 millions d'EUR hors résultats (en augmentation de 16 % par rapport à 2007). Ils bénéficient des résultats non distribués de 2007, de la dotation au fonds pour risques bancaires de l'exercice et de l'augmentation de capital de novembre au cours de laquelle sont réinvestis partie des fruits de la distribution précédente.

■ **Valorisation de la part sociale et d'un Certificat Coopératif d'Investissement (CCI)** au 31/12/2008: 31,47 € (en augmentation de 12 % par rapport à l'an passé).

Les opérations locales...

## Le printemps des Bouches du Rhône

Du 20 mars au 4 avril 2009, s'est déroulée, pour la première fois dans cette région, une " **Quinzaine Bleue** ".

**75 agences SG réparties sur 4 DEC** (Marseille, Aix en Provence, Avignon, Toulon) ont été concernées par cette opération.

Pour l'occasion, un tirage au sort permettant de gagner de très jolis lots avait été organisé (1er prix : un voyage pour deux personnes à Majorque, 2ème prix : un week-end pour deux à Londres).

En outre, un concours de décoration des agences, remporté par les agences d'Aubagne et de Carry-le-Rouet, avait également été lancé.

En termes de logistique, ce sont donc 19 000 mailings clients ainsi que 15 000 mailings adhérents mutuelles qui ont été déclenchés, le tractage sur les sites ayant été pris en charge par la force de vente SG.

**Les résultats immédiats se sont avérés excellents :**

- 2 129 bulletins de jeu déposés.
- Plus de 1 500 entretiens dont 130 prospects.
- 46 comptes à vue ouverts sur la période
- 137 demandes de prêts BFM Liberté
- 99 ouvertures de livrets BFM Avenir

Mais le véritable bilan de cette opération s'opérera dans les mois qui suivent, compte tenu de l'implication des mutuelles et du réseau SG.

Les opérations locales...

## Journée rencontre à la DEC de Caen

Le 29 avril 2009, s'est déroulée au Mercure Port de plaisance à Caen (Calvados) une " **journée-rencontre BFM** " organisée par la DEC.

Cette opération fut une pleine réussite avec plus de 250 visiteurs composés à la fois de clients et de prospects pour un total de 165 entretiens.

Ce succès en terme de participation est le fruit d'une forte implication des responsables mutualistes et de l'investissement important des équipes de la Société Générale.

Aux différents stands tenus et animés par des Mutuelles telles que la MGEFI, la MNT ou la MNH, UNEO, s'était ajouté un certain nombre d'autres stands propres à la Société Générale et présentant les produits et services bancaires (Prêts immobiliers, crédits à la consommation, gestion de Patrimoine, banque au quotidien...).

**L'importante affluence des visiteurs** auprès des conseillers et spécialistes à leur disposition, a souligné la réussite de cette manifestation qui, à n'en pas douter, en appellera d'autres.

Les opérations locales...

## Journée de prévention sécurité routière au CHR de Lille

Le 16 avril 2009 et à l'invitation de la Mutuelle Nationale des Hospitaliers, la Banque Fédérale Mutualiste a participé à une journée de prévention au CHR de Lille.



Etaient également présents lors de cette manifestation, la GMF, l'Automobile-Club, la CRAM et les Pompiers qui ont pour leur part procédé à une démonstration sur place de désincarcération d'un véhicule.

Cette opération fut animée par un jeu QUIZZ TEAM dont les questions portaient sur le code de la route et permettant la constitution d'un fichier d'environ **130 personnes** qui ont été recontactées. L'offre BFM a ainsi pu être présentée aux 800 salariés présents sur le site grâce à la distribution efficace de documents d'information.

Les opérations locales...

## L'actualité avec les Associations

■ **Le Syndicat National des Directeurs Généraux (SNDG)**



Le 4 mars 2009, Pierre Emmanuel Valentin, Directeur Général Délégué de la Banque Fédérale Mutualiste et Stéphane Pintre, Président du Syndicat National des Directeurs Généraux (SNDG) et Directeur Général à la mairie d'Antibes, ont paraphé une convention liant la BFM à ce syndicat

professionnel, en présence de Messieurs Robert Serna, Vice-Président en charge des partenariats et Directeur Général à la mairie de Dunkerque, et Dominique Legrand, Secrétaire Général et Directeur Général à la mairie de Bressuire.

La Mutuelle Nationale Territoriale, proche du SNDG, était également représentée par Annick Allain, Administrateur et Correspondante nationale MNT.

Le SNDG représente 3 000 Directeurs Généraux de Collectivités Territoriales pouvant faciliter l'ouverture des portes de collectivités importantes à la BFM et contribuer localement à son développement.

■ **Le congrès de la FSPF à Bordeaux**

Le 20 mars 2009, lors du congrès annuel de la Fédération Sportive de la Police Française (FSPF) qui se déroulait à Bordeaux, la Mutuelle Générale de la Police, représentée par Monsieur Briatte et des responsables de la Banque Fédérale Mutualiste, ont co-signé avec Hélène Martini, Présidente de la FSPF, la poursuite de leur partenariat.

■ **Le congrès national de l'ANHR**

Le congrès national de l'Association Nationale des Hospitaliers Retraités (ANHR) s'est tenu à Nice le 22 avril 2009.



La Banque Fédérale Mutualiste, partenaire de cette Association depuis un an, y tenait un stand aux côtés de la Mutuelle Nationale des Hospitaliers (MNH). A cette occasion, Monsieur Chouzenoux, Président de l'ANHR, nous a fait l'honneur de visiter notre stand.

## Glossaire Société Générale

- **CTC Fonction Publique** : Conseiller Technico-commercial (Cadre de la DR dédié à l'animation du marché de la Fonction Publique)
- **DCPP** : Directeur de la Clientèle des Particuliers et Professionnels
- **DEC** : Direction d'Exploitation Commerciale (Entité commerciale regroupant plusieurs agences)
- **DR** : Délégation Régionale
- **DRIF (Nord et Sud)** : Délégations Régionales d'Ile-de-France
- **RAM** : Responsable Animation Marché
- **RFP** : Responsable Fonction Publique d'un secteur
- **DCMA** : Direction Commerciale et Marketing

## Banque Fédérale Mutualiste

1, place des Marseillais - 94227 CHARENTON LE PONT CEDEX

■ Tel : 0 821 222 500 (0,118 EUR TTC / min)

■ Fax : 01 46 76 96 00

■ Messagerie : [contacts@bfm.fr](mailto:contacts@bfm.fr)

[www.bfm.fr](http://www.bfm.fr)