



La lettre d'information à destination
du réseau de la Société Générale

BFM Infos

Sommaire

L'actualité commerciale.....P1 et P2

L'évolution de l'offre BFM.....P3

Les opérations locales.....P4

L'INFO A RETENIR

LE CLUB BFM S'ARRETE.

Le Club BFM a été créé en 1999 par la Banque Fédérale Mutualiste et ses Mutuelles sociétaires, pour répondre à l'époque aux besoins exprimés par les adhérents mutualistes.

Pendant plus de 10 ans, nous avons permis à plusieurs milliers d'adhérents mutualistes de bénéficier de prestations avantageuses dans le domaine de la vie quotidienne.

Notre environnement a profondément évolué et le développement d'Internet a aujourd'hui modifié les modes de consommation de nos adhérents, rendant inadapté notre concept de club financé par des cotisations annuelles.

En conséquence, la BFM a décidé de cesser l'activité du Club BFM.

Après étude de plusieurs solutions d'évolution, elle a souhaité se recentrer sur son cœur de métier et dédier ces moyens au développement des aspects solidaires de son offre.

Depuis le début du mois de mai 2010, la BFM a ainsi cessé toute promotion du Club et il n'est donc plus possible d'y adhérer, ni de renouveler son adhésion annuelle.

En revanche, jusqu'à la cessation effective prévue pour le mois d'avril 2011, les prestations servies par le Club BFM seront maintenues afin d'assurer une continuité de service aux adhérents jusqu'à l'échéance de leur cotisation (via le site internet www.clubbfm.com). Une information spécifique complète (en direction des mutuelles sociétaires, du partenaire bancaire et des adhérents) a été réalisée à la mi-mai 2010.



L'ACTUALITE COMMERCIALE *

Les résultats commerciaux (Chiffres BFM/SG arrêtés à fin mars 2010)

Dans un environnement économique encore complexe, les équipes commerciales ont su réaliser un premier trimestre très satisfaisant.



CAV : 10 914 comptes ouverts sur le premier trimestre (+29,70 %) pour un stock de 652 000 (+8,11 %). Un solde moyen de 3 600 €.

BFM Avenir : 20 833 livrets (+43,72 %) avec un indice de pénétration de 52,56 %. L'encours atteint 2 405 M€ (+6,22 %) pour un stock de 336 562 (+14,42 %).

BFM Liberté : 16 343 dossiers traités (+19,51 %) et un stock de 178 413 dossiers (+9,82 %), soit +36,2 % en capitaux débloqués (en brut).

L'encours de 1 518 M€ progresse de 2,93 % sur décembre 2009.

Prêts immobiliers : Une très forte progression avec une production de +150 % correspondant à 8 282 dossiers.

Ces chiffres encourageants sont notamment portés par la dynamique du crédit (consommation et immobilier). Il nous faut néanmoins rester concentrés sur nos objectifs car l'année est longue...

Gardons en tête comme "fil bleu" :

Offre performante + Contacts réguliers avec clients et partenaires = Résultats gagnants !

(* Sources SG / BFM)

De nouvelles contraintes pour les Mutuelles...

Les Mutuelles sont régulièrement confrontées à de nouvelles contraintes.

Après les règles prudentielles, la montée de l'individualisme, la prise de garantie plus tardive, la concurrence des assurances employeurs, les Mutuelles sont de nouveau exposées :

- au transfert de charges (déremboursements, CMU...)
- à la politique générale visant à banaliser la protection sociale
- aux réformes de l'Etat (regroupements de Ministères et régionalisation).



Cet état de fait entraîne des rapprochements qui peuvent ponctuellement perturber la démarche partenariale.

A contrario, pour se différencier, les Mutuelles développent le volet Solidarité avec de nombreux services justifiant pleinement la place de leur banque : la Banque Fédérale Mutualiste.

L'année 2010, avec des résultats commerciaux supérieurs aux prévisions, est principalement une période de consolidation pour les Mutuelles, axée sur la Solidarité, tout comme la stratégie de la BFM.

De fait, de nombreux protocoles ont été contractualisés pour l'octroi de prêts bonifiés par nos Mutuelles sociétaires (MNAM, MNT, CNG, SMAR...) voire avec certaines Administrations dont celle des Douanes.

Le dispositif "Jeunes" de rentrée

Près de 120 000 jeunes de moins de 35 ans intègrent chaque année une école de la Fonction publique, au travers de plus de 1 000 écoles spécifiques réparties sur l'ensemble du territoire.

Les jeunes fonctionnaires représentent pour la SG et la BFM un fort levier de recrutement et une clientèle attractive (stabilité professionnelle, équipement supérieur et taux d'attrition plus faible que la clientèle SG). La forte dynamique commerciale de 2009 a permis l'ouverture de 18 881 CAV Jeunes BFM.

Pour 2010, la BFM et la SG renouvellent l'ambition que ces ouvertures atteignent 50 % du poids de la production de CAV BFM.

La campagne de recrutement du Marché Jeunes BFM a pour objectif de faciliter les entrées en relation à l'aide d'un dispositif d'animations complet et original sur 2010 :

- Permettre une présence dans les écoles tout au long de l'année et toucher ainsi toutes les promotions (1^{ères} années, dernières années...).
- Proposer une palette d'outils d'animations aux Délégués BFM et aux Animateurs de Marché SG.
- Utiliser plusieurs canaux pour une démultiplication des occasions de



contact.

Le schéma ci-dessus fait apparaître 2 TYPES d'opérations et d'actions :

1. La reconduction d'opérations existantes :

- Les actions de marketing direct gérées au niveau national qui décuplent l'effet commercial local.
 - Les mailings de recrutement de printemps (avril) et de rentrée (septembre) auprès des adhérents mutualistes 18/34 ans.
 - La lettre "Jeunes" (avril) auprès des clients SG/BFM 18/34 ans, qui, si elle ne concoure pas au recrutement, favorise la fidélisation.

■ Les opérations d'animation TOUMOI dans plus de 600 écoles de la Fonction publique, qui ont connu l'an passé un franc succès d'image et favorisé de nombreuses ouvertures de CAV Jeunes BFM.

■ Plusieurs nouveautés pour 2010 :

- Une refonte graphique d'une partie des supports, notamment ceux utilisés en Institut de Formation en Soins Infirmiers (IFSI) aux côtés de la mutuelle de référence MNH.
- Le renouvellement du lot remis lors du jeu TOUMOI : casque audio AKG de grande qualité (possibilité pour les animateurs de compléter la dotation par des iPod shuffle).
- Le relais de la page facebook/14besoins dans l'ensemble des supports TOUMOI utilisés dans les IFSI.
- De nouveaux gadgets : tatouage éphémère TOUMOI, autocollant

LA BFM EST PRESENTE SUR FACEBOOK !

La Banque Fédérale Mutualiste a récemment lancé une page sur Facebook intitulée " Parce que je connais par cœur les 14 besoins de Virginia Henderson " :

facebook.com/14besoins

Ce modèle conceptuel élaboré par une infirmière américaine du 20^{ème} siècle illustre la base de la formation en IFSI.

Ces 14 besoins représentent ainsi des fondamentaux créant un fort sentiment d'appartenance à un groupe d'infirmier(e)s.

En devenant fan de cette page, les étudiants infirmiers (ou infirmiers déjà en activité) reçoivent des informations relatives à leur métier, à leur formation ou à des préoccupations de leur vie quotidienne (logement...).

Cette opération "réseaux sociaux" a rapidement remporté un franc succès car plus de 5 200 personnes sont devenues fans de la page en moins de 2 mois.

A noter l'organisation d'un jeu-concours proposant de gagner 14 paires de chaussures "Cros", chaque semaine pendant un mois. Un autre jeu aura lieu lors de la rentrée en septembre avec de nombreux lots de qualité.

facebook/14besoins pour les infirmier(e)s et clefs USB thermoformées en personnage TOUMOI pour les réseaux animateurs FP et Jeunes SG.

■ Et toujours à disposition :

- Stylos boule ou seringue, marque pages, personnages antistress TOUMOI.
 - www.TOUMOI.fr, site Internet à la fois ludique et commercial, entièrement dédié à la cible élève : module de création de son TOUMOI, animations, jeu permettant de gagner des casques audio à compter du 01/08/10 et découverte de l'offre BFM Energie.
- Objectif : prise de contacts BFM/SG.

2. L'enrichissement au travers de 2 nouvelles actions :

■ Les conférences Jeunes actifs Fonctionnaires " RDV de l'immobilier ", opérations commerciales clé en main et personnalisables sur le thème du projet immobilier. Ces conférences permettent de s'appuyer sur les réseaux locaux (écoles, futurs diplômés et mutualistes) en vue de créer un dialogue et des occasions de contacts avec les primo-accédants et propriétaires.

■ L'animation facebook, qui permet de constituer une large communauté d'internautes élèves et anciens élèves infirmier(e)s / aide soignant(e)s, et de positionner ainsi la BFM comme un accompagnateur de référence auprès des personnels de la Fonction publique hospitalière.

Chacun de nous (Siège, réseau animateurs, conseillers de clientèle, contacts mutualistes...) a un rôle à jouer dans le relais, la préparation et l'utilisation de ces différents outils d'animation.

Souhaitons un plein succès au dispositif de recrutement " Jeunes 2010 "

BFM Perspective : la solution pour redonner du souffle à un budget !

Lancé progressivement depuis janvier 2010 dans les DEC ayant déjà déployé I-Conso, BFM Perspective est un prêt qui englobe les notions de regroupement de crédits et de crédit de restructuration. Il remplace ainsi le prêt de restructuration dans WPrêt.

L'objectif de BFM Perspective est de proposer **une solution avantageuse, pratique et sur mesure** qui s'adresse à tous nos clients, en difficulté financière ou non.

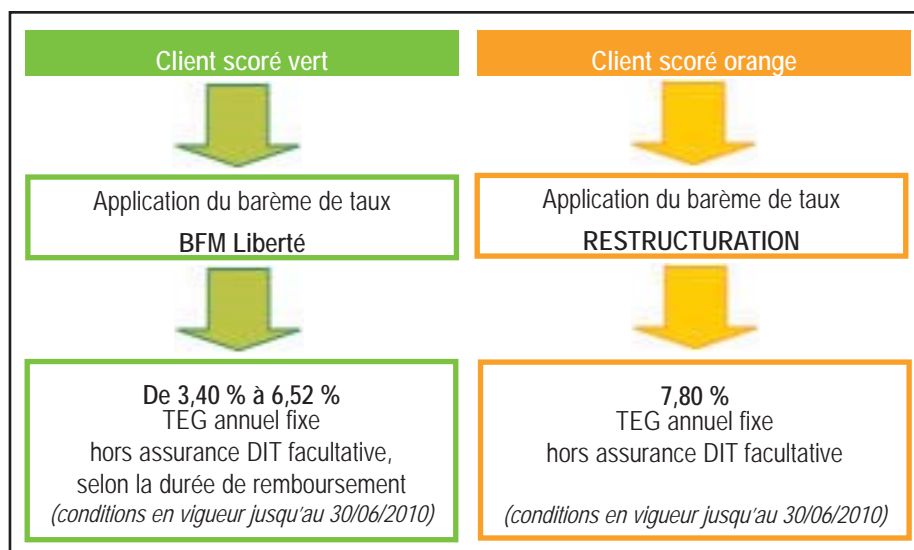
Le prêt BFM Perspective a été conçu essentiellement comme un produit de recrutement mais peut être aussi utilisé comme un outil de fidélisation.

Il propose de nombreux avantages :

- un montant du prêt jusqu'à 75 000 € sur une durée large pouvant aller jusqu'à 96 mois.
- une dispense de garantie : aucune caution personnelle ou d'un tiers n'est demandée.
- aucuns frais de dossier.
- une assurance emprunteur à faible coût (0,28 % du capital initial).



En outre, le taux appliqué correspond au mieux à la situation du client : celui-ci varie selon le "scoring" du client :



Le prêt BFM Perspective répond ainsi aux besoins de deux types de clients :

- Les clients en situation financière saine qui souhaitent regrouper leurs différents crédits en un seul : cela leur permet d'alléger leurs charges et de simplifier la gestion de leur budget (un seul interlocuteur et une seule mensualité).
- Les clients en situation financière plus difficile : cela leur permet de réorganiser leurs créances, d'alléger leurs charges, d'assainir leur situation financière et de retrouver potentiellement une capacité d'épargne.

Un dépliant marketing est disponible à la commande auprès de l'OAC depuis le mois d'avril 2010. L'ensemble des caractéristiques du Prêt BFM Perspective y est présenté et un exemple de rachats de crédits par une cliente "scorée vert" illustre les avantages de ce prêt.

Les partenariats associatifs

FEDERATION NATIONALE DES AMICALES DES PERSONNELS HOSPITALIERS (FNAPH)

Les 21èmes assises de la FNAPH se sont tenues du 24 au 26 mars sur les terres du Président Patrick Boulais, au CHU de Rennes. Cette Fédération est composée d'environ 27 000 adhérents répartis sur une centaine d'amicales.

Lors de la demi-journée consacrée aux partenaires, le stand BFM/SG, proche de celui de la MNH, a rencontré **une forte affluence et de nombreux contacts** ont ainsi été noués avec les responsables d'amicales présents.

FEDERATION NATIONALE DES ASSOCIATIONS SPORTIVES ET CULTURELLES D'ENTRAIDE (FNASCE)

Forte d'environ 60 000 adhérents, cette fédération proche de la MGET est composée de 115 associations départementales Dom et Tom compris (quelques départements comptant plusieurs associations).

Le 42ème congrès s'est tenu du 31 mars au 2 avril sur la commune de Boulazac en Dordogne. La FNAPH et la BFM ont affirmé leur confiance respective, précisé ou revu certains points de la convention en vigueur par un avenant signé lors d'une séance plénière devant 400 congressistes. Le stand BFM a accueilli plus de **250 adhérents, dont 70 responsables d'associations départementales** que nos relais locaux ont contacté par la suite.

COMITE DES OEUVRES SOCIALES (COS) DE NARBONNE

La BFM et le Comité des Œuvres Sociales de la ville de Narbonne ont entériné le 9 avril dernier **la signature d'une convention relative à la bonification de prêts à la consommation et immobiliers.**

Le Président du COS entouré de membres de son bureau, mais également des représentants de la BFM et de la SG s'étaient réunis pour l'occasion. Chacun des représentants a fait part de sa satisfaction d'officialiser ce lien. L'image sociale et solidaire de la BFM a particulièrement convaincu nos nouveaux partenaires.

Des contacts sont déjà pris et des séances d'information sur la prévention du surendettement d'ores et déjà envisagées.



La BFM, ses Mutuelles sociétaires et ses partenaires à Metz

Le 28 avril 2010, la BFM a réuni au Lycée des Métiers de l'Hôtellerie à Metz les représentants de **plus de 25 Mutuelles et Partenaires**.

Des responsables de la BFM et de la SG ont présenté et commenté l'activité et les résultats commerciaux tant régionaux que départementaux. Au-delà d'une analyse de l'actualité et du détail des nouveautés, les intervenants ont également procédé à un rappel des produits et services de la BFM, y compris le volet "prévention" de notre action solidaire.

Un tour de table a ensuite permis à chacun de s'exprimer, en particulier sur l'idée de l'organisation dans le courant du dernier trimestre 2010, d'une "journée rencontre" dédiée exclusivement aux Mutuelles et Partenaires. Cette idée a été largement approuvée.



BFM / AGPM : un échange de bons procédés !

Partenaire de la Banque Fédérale Mutualiste depuis 2009, l'AGPM nous facilite grandement l'entrée en relation avec les personnels relevant du monde militaire. Par son intermédiaire, des partenariats ont ainsi pu être noués avec plusieurs casernes telles que Mullheim, Donaueschingen, Immendingen et bientôt Colmar puis Meyenheim.



Lors de chaque incorporation, notre offre est présentée aux nouvelles recrues avec un grand succès : en 2009, plus de **100 ouvertures de comptes** ont été réalisées et depuis le début de l'année, **30 nouveaux comptes** ont encore été ouverts.

En contrepartie, nous présentons systématiquement l'offre AGPM à tous nos clients militaires, notamment dans le cadre des financements immobiliers. En effet, l'assurance DIT AGPM est particulièrement adaptée aux spécificités de ces professions.

Concert UNISSON : la solidarité d'une seule voix !

Le 26 mars 2010 à Cesson-Sévigné, la Banque Fédérale Mutualiste et son partenaire Société Générale se sont associés à **Terre Fraternité** en participant à l'organisation du concert UNISSON au profit de la Cellule d'Aide aux Blessés de l'Armée de Terre (CABAT).

Terre Fraternité et la Cabat ont pour vocation d'apporter un soutien moral, matériel et financier aux blessés, à leurs familles ainsi qu'aux familles des disparus. A cet égard, l'année 2009 a dramatiquement frappé l'armée de Terre sur le sol national et à l'étranger.

Ce concert exceptionnel fut un véritable succès grâce à la présence de près de 800 personnes qui ont reçu pour l'occasion une documentation BFM.

Cette manifestation, qui a permis à la BFM de communiquer avec le monde militaire, lui a également offert l'opportunité de **valoriser ses engagements**



Journées intermutuelles en Ile-de-France

Au cours du premier quadrimestre 2010, sur la région Paris/IDF et plus précisément sur les départements 91, 95 et 75, ont été organisées 3 journées intermutuelles ayant regroupé sous la bannière de l'économie sociale, la plupart des représentants, élus ou développeurs, des Mutuelles sociétaires.

Pour la première fois, les partenaires du tissu associatif ont affiché ensemble **une très forte présence** démontrant ainsi leur adhésion au rôle de créateur de liens de la Banque Fédérale Mutualiste.

Orchestrées par l'équipe commerciale BFM, ces 3 réunions ont permis de créer ou de renforcer, au-delà du succès participatif, **une vraie relation durable** avec les interlocuteurs présents.

Interrogés par les partenaires mutualistes et associatifs sur des sujets purement bancaires, les représentants de la BFM et de la SG ont répondu de façon

EN BREF...

Le cap des 15 000 pour la BFC OI

Au mois de mars 2010, la BFC Océan Indien a passé le cap symbolique des **14 000 comptes à vue BFM (CAV)** en même temps que celui des **15 000 clients BFM**. Les comptes BFM représentent à ce jour **plus de 26% du stock de clients BFC** (Réunion et Mayotte) et près d'un fonctionnaire sur trois est désormais un client BFM (hors Education Nationale).

Cette réussite est le fruit d'une étroite collaboration entre des mutuelles volontaires et un fort engagement du réseau commercial présent chaque année sur **plus de 200 opérations de terrain**. L'objectif est de passer la barre des **15 000 CAV BFM** pour la fin de l'année 2010.



Banque Fédérale Mutualiste - Siège social : 1, place des Marseillais - 94227 Charenton-le-Pont cedex
Société coopérative de banque au capital de 83 710 818,50 euros, RCS Créteil 326 127 784
Intermédiaire en assurances immatriculé à l'ORIAS sous le numéro 0 804 13 72
Document destiné à usage interne imprimé par l'Imprimerie de Pithiviers (avenue du 11 novembre - 45300 Pithiviers)
Ne pas jeter ce document sur la voie publique.