

BILAN COOPÉRATIF
DU RÉSEAU DES BANQUES POPULAIRES



RSE 2014



BANQUE POPULAIRE
FÉDÉRATION NATIONALE

www.fnbp.fr



05 LE MOT DU PRÉSIDENT

06 LE DIVIDENDE COOPÉRATIF & RSE
**Une démarche collaborative et de progrès
du réseau des Banques Populaires**

08 RÉSULTATS 2014
LA DYNAMIQUE SE POURSUIT

10 LE BILAN COOPÉRATIF

L'humain, au cœur du modèle coopératif

12 LE RESPECT DES 7 PRINCIPES COOPÉRATIFS INTERNATIONAUX
INDICATEURS 2014

14 SOCIÉTAIRES
DES ACTEURS IMPLIQUÉS DANS LE PROJET COOPÉRATIF

16 ADMINISTRATEURS
DES DÉCIDEURS AUX COMPÉTENCES SOLIDES

18 COLLABORATEURS
LES ARTISANS DU MODÈLE COOPÉRATIF

SOMMAIRE

20 LE BILAN RSE
RSE, actions vers les clients et les territoires

22 BILAN RSE EN CHIFFRES

24 CONSTRUIRE UNE RELATION DURABLE AVEC LES CLIENTS

28 ACCOMPAGNER LES CRÉATEURS D'ENTREPRISES

30 INTÉGRER LES PRÉOCCUPATIONS ENVIRONNEMENTALES

32 SOUTENIR LES ASSOCIATIONS AU CŒUR DES TERRITOIRES

35 LA RSE DANS NOS PRATIQUES QUOTIDIENNES

36 LA FONDATION D'ENTREPRISE BANQUE POPULAIRE

38 ANNEXES

Pour aller plus loin...

40 LA FÉDÉRATION NATIONALE DES BANQUES POPULAIRES

41 MÉTHODOLOGIE DU DIVIDENDE COOPÉRATIF & RSE

42 CARTOGRAPHIE DU RÉSEAU DES BANQUES POPULAIRES

44 LE MODÈLE COOPÉRATIF DES BANQUES POPULAIRES

45 STATISTIQUES ADMINISTRATEURS 2014



Le Dividende Coopératif & RSE permet de mesurer à la fois la responsabilité sociétale et l'engagement coopératif de nos banques au service de leurs territoires

LE MOT DU PRÉSIDENT

DES BANQUES AU SERVICE DES HOMMES & DE L'ÉCONOMIE

Dès leur création, les Banques Populaires se sont positionnées aux côtés de leurs clients et sociétaires pour promouvoir les valeurs de la coopération dans leur relation commerciale et les assister dans leurs engagements de responsabilité sociétale.

Les actions constitutives du Dividende Coopératif représentent la part du résultat qui leur est affectée.

Avec l'entrée en vigueur de la loi RSE (Grenelle II), le Dividende Coopératif s'est naturellement adossé à ce dispositif et cela depuis quatre ans. Un outil original et complet a été développé, qui permet de mesurer à la fois la responsabilité sociétale et l'engagement coopératif de nos banques au service de leurs territoires : le DIVIDENDE COOPÉRATIF & RSE.

Notre millésime 2014 du Dividende Coopératif & RSE est riche d'enseignements. Il montre la multiplication des réponses apportées aux attentes sociétales de notre clientèle et une augmentation sensible des engagements et des actions conduites par nos Banques Populaires sur le terrain.

L'apport de produits respectueux de l'environnement, l'accompagnement spécifique des plus fragiles, un engagement toujours plus fort en faveur de la création d'entreprises et de l'emploi se sont traduits par une hausse de plus de 7% du Dividende Coopératif & RSE dans une relation de partenariat avec nos clients.

Dominique Martinie

Président de la Fédération Nationale des Banques Populaires

Une démarche collaborative et de progrès du réseau des Banques Populaires



ÊTRE UNE BANQUE COOPÉRATIVE ET RESPONSABLE, C'EST :

RESPECTER LES INTÉRÊTS DE SES PARTIES PRENANTES SUR LE LONG TERME.

DIALOGUER AVEC SES SOCIÉTAIRES : ÊTRE À LEUR ÉCOUTE ET LEUR DONNER LA PAROLE.

RENFORCER LA COMPÉTENCE DES ADMINISTRATEURS QUI REPRÉSENTENT LES SOCIÉTAIRES AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION.

ENTRETENIR UNE RELATION PRIVILÉGIÉE AVEC SES SOCIÉTAIRES, SES CLIENTS, ET INNOVER POUR RÉPONDRE À LEURS BESOINS.

S'ENGAGER AUX CÔTÉS D'ASSOCIATIONS DE SON TERRITOIRE.

MOBILISER SES SALARIÉS AUTOUR DE PROJETS QUI ONT DU SENS.

PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT ET LIMITER L'UTILISATION DES RESSOURCES NATURELLES.

RÉSULTATS 2014

LA DYNAMIQUE SE POURSUIT

Chaque année, l'engagement du réseau des Banques Populaires en faveur de ses parties prenantes (sociétaires, administrateurs, collaborateurs, clients et société civile) est mesuré et valorisé au travers de l'outil du Dividende Coopératif & RSE. L'ensemble des actions de responsabilité sociétale et coopérative du réseau est ainsi suivi en complément de l'activité économique des banques.

L'année 2014 a été un tournant pour le réseau des Banques Populaires. Le montant total du Dividende Coopératif & RSE progresse de plus de 7% par rapport à l'exercice 2013. Cet effort accru du réseau pour répondre aux attentes de ses parties prenantes se constate dans deux des trois chapitres du Dividende Coopératif & RSE :

- La relation aux consommateurs progresse de plus de 25%. Cette très forte hausse s'explique par la volonté du réseau de mettre à la disposition de ses clients des offres toujours plus adaptées à leurs besoins.
- Les dépenses réalisées par les Banques Populaires en faveur de la société civile témoignent d'un engagement toujours plus actif sur leurs territoires avec une progression de près de 10%.

Cette année encore, le réseau des Banques Populaires a concentré ses efforts sur des thématiques fortes : l'aide à la création d'entreprises, les produits durables ou solidaires, l'éducation et la culture ou encore la participation des sociétaires.

Les actions entreprises par les Banques Populaires en matière de RSE coopérative sont en parfaite cohérence avec le modèle coopératif qu'elles défendent : des banques solidaires et engagées économiquement dans le développement de leurs territoires.



6,8 M€

en faveur de la création d'emplois et la solidarité, dont 3 M€ pour l'aide à la création d'entreprises



6,7 M€

en faveur de la culture et de l'éducation



5,4 M€

en faveur de la participation et l'information coopérative



4,4 M€

en faveur des produits durables ou solidaires, dont 2,3 M€ en faveur de la solidarité



1,2 M€

en faveur de la promotion de l'Économie Sociale et Solidaire, de la RSE et de la finance solidaire



53%

Engagement sociétal

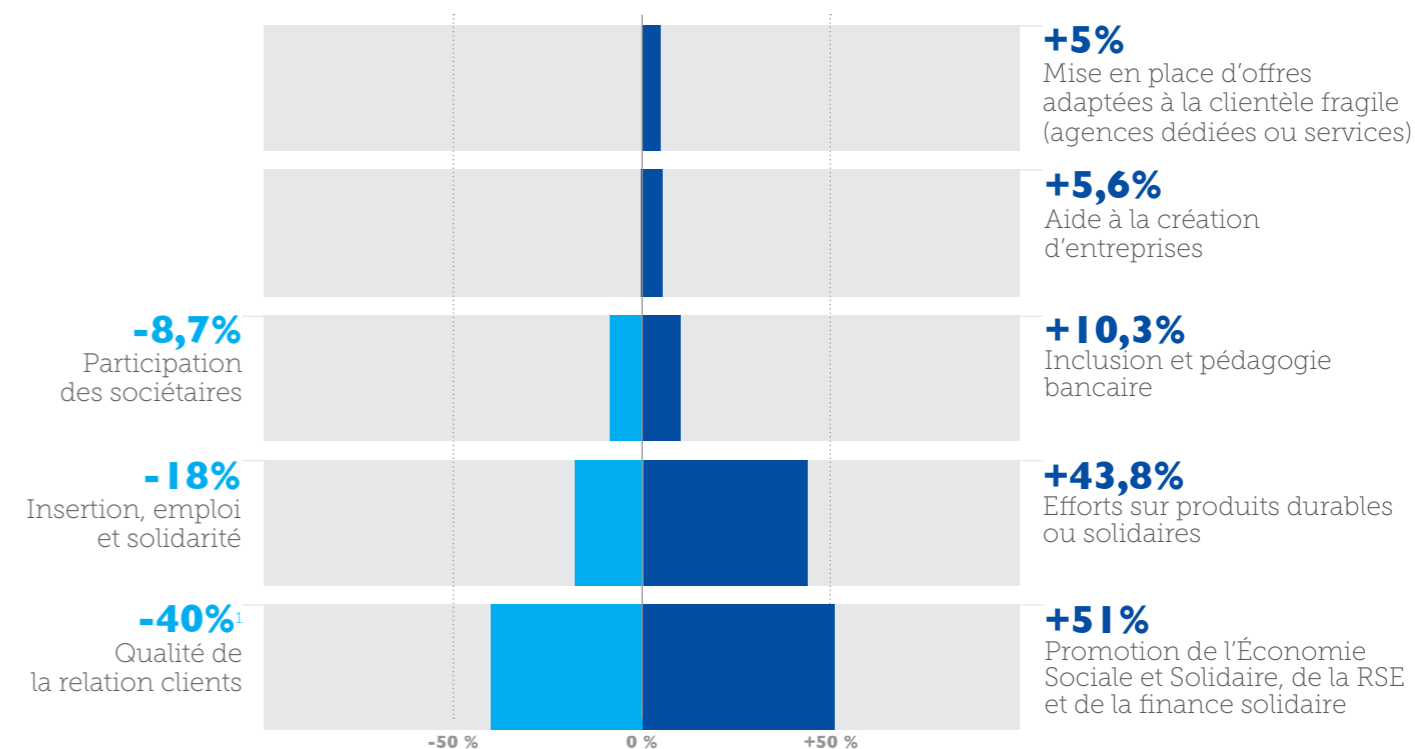
25%

Relation aux consommateurs

22%

Gouvernance coopérative

TENDANCES DES INVESTISSEMENTS DEPUIS 2013



1. Cette baisse est due à l'amortissement de frais engagés les années précédentes mais ne reflète pas une baisse de l'engagement du réseau des Banques Populaires.

L'humain, au cœur du modèle coopératif

LE MODÈLE COOPÉRATIF
BANQUE POPULAIRE S'APPUIE
SUR 3 GRANDS PILIERS :

LES SOCIÉTAIRES

DÉTENTEURS DU CAPITAL DE LEUR BANQUE POPULAIRE PAR L'ACHAT D'UNE PART SOCIALE, ILS VOTENT LES RÉOLUTIONS EN ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ET ÉLISENT LES ADMINISTRATEURS.

LES ADMINISTRATEURS

REPRÉSENTANTS DES SOCIÉTAIRES AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LEUR BANQUE, ILS JOUENT UN RÔLE PRÉPONDÉRANT DANS L'ACTIVITÉ ET LA DÉFINITION DE LA STRATÉGIE DE LA BANQUE.

LES COLLABORATEURS

INTERLOCUTEURS PRIVILÉGIÉS DES CLIENTS DE LA BANQUE POPULAIRE, ILS SE FONT LE RELAIS DU MODÈLE COOPÉRATIF ET DES VALEURS BANQUE POPULAIRE.

LE RESPECT DES 7 PRINCIPES COOPÉRATIFS INDICATEURS 2014

L'Alliance coopérative internationale (ACI) est à l'origine des 7 grands principes qui sont aujourd'hui la référence mondiale des coopératives.



PRINCIPE DE L'ACI N°1 : ADHÉSION VOLONTAIRE ET OUVERTE À TOUS

L'adhésion à une Banque Populaire est un acte libre et volontaire, sans discrimination de sexe, d'origine sociale, ethnique, religieuse ou politique. C'est pourquoi :

34% en moyenne des clients du réseau sont sociétaires

3,9 millions de sociétaires au sein des 18 Banques Populaires

85% de sociétaires particuliers
13% de professionnels

76 707 sociétaires supplémentaires sur l'exercice 2014



PRINCIPE DE L'ACI N° 2 : POUVOIR DÉMOCRATIQUE EXERCÉ PAR LES MEMBRES

Vote des sociétaires :

Un vote des sociétaires historiquement à la proportionnelle : un homme = 0,25% maximum des voix exprimées en Assemblée générale et des plafonds de détention de parts sociales bas

15,5% des sociétaires en moyenne ont voté lors des Assemblées générales ordinaires ou mixtes

Représentation des sociétaires :

270 administrateurs d'un âge moyen de 61 ans

23 censeurs

9 réunions de Conseils d'administration en moyenne par banque en 2014

13 réunions

de Comités spécialisés issus du Conseil d'administration en moyenne par banque en 2014

81% de participation des administrateurs aux Conseils d'administration

27% de femmes administrateurs (hors administrateurs salariés)

Pas de femme présidente

8 femmes vice-présidentes

Un questionnaire d'auto-évaluation du fonctionnement des Conseils d'administration mis à disposition des 18 Banques Populaires par la Fédération Nationale des Banques Populaires



PRINCIPE DE L'ACI N°3 : PARTICIPATION ÉCONOMIQUE DES MEMBRES

Une rémunération des parts sociales plafonnée en 2014 à **2,62%**

20% du résultat net redistribué aux sociétaires sous forme d'intérêts aux parts sociales (moyenne des Banques Populaires en 2013, validation en AG 2014)

82,2% des sociétaires économiquement actifs au sein de leur coopérative

Un plafonnement de la détention du capital par chaque sociétaire (variable selon les banques)

8% en moyenne des sociétaires détiennent 50% du capital de leur Banque Populaire



PRINCIPE DE L'ACI N°4 : AUTONOMIE ET INDÉPENDANCE

Le capital des Banques Populaires est détenu à **100%** par les sociétaires



PRINCIPE DE L'ACI N°5 : ÉDUCATION, FORMATION ET INFORMATION

5,4 M€ de dépenses consacrées à la vie coopérative et à la communication aux sociétaires

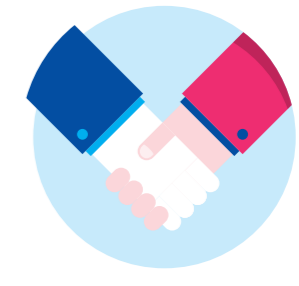
532 réunions de sociétaires de proximité en agences et plus de 106 réunions ou soirées de sociétaires réunissant entre 50 et 3 000 sociétaires

67% en moyenne des nouveaux collaborateurs sont formés au modèle coopératif Banque Populaire par leur banque

27% des administrateurs sont formés par la Fédération Nationale des Banques Populaires et leur banque

Détail des formations :

- Séminaire d'accueil et de formation des nouveaux administrateurs et censeurs
- Séminaire de perfectionnement des administrateurs et censeurs
- Séminaire de formation des membres de Comités d'Audit et des Risques
- Séminaire de formation des membres des Comités Sociétariat et RSE



PRINCIPE DE L'ACI N°6 : COOPÉRATION ENTRE LES COOPÉRATIVES

Le réseau des Banques Populaires est membre de Coop FR, organisme de représentation du mouvement coopératif en France, et est représenté au sein du Conseil Supérieur de la Coopération. Le réseau des Banques Populaires est également membre fondateur de la CIBP (Confédération Internationale des Banques Populaires), regroupant 27 pays

5 Banques Populaires soutiennent la Chambre Régionale d'Économie Sociale et Solidaire de leur territoire



PRINCIPE DE L'ACI N°7 : ENGAGEMENT ENVERS LA COMMUNAUTÉ

12 Banques Populaires sur 18 font participer leurs sociétaires à leurs Prix Initiatives Région et à d'autres actions d'animation

181 clubs de sociétaires sur le territoire

2 607 membres de clubs de sociétaires

455 réunions de clubs de sociétaires en 2014

SOCIÉTAIRES DES ACTEURS IMPLIQUÉS DANS LE PROJET COOPÉRATIF

Première des parties prenantes des Banques Populaires, le sociétaire devient co-proprétaire du capital de sa banque en achetant une part sociale. Concrètement, cela lui permet de prendre part aux principales décisions prises annuellement en Assemblée générale. Il vote ainsi les résolutions et élit parmi ses pairs ceux qui le représenteront au sein du Conseil d'administration : les administrateurs.

L'Assemblée générale : temps fort démocratique

Les Assemblées générales sont construites en 3 temps : la partie réglementaire, la partie interactive avec les sociétaires, avec les réponses en direct à des questions posées par écrit et/ou à l'oral lors de l'Assemblée générale et une troisième partie d'échanges autour de l'empreinte RSE de la banque sur son territoire. Afin de permettre au plus grand nombre de participer à ce temps fort de la vie coopérative, cinq Banques Populaires se sont dotées d'un mécanisme de vote en ligne.

Réunions et échanges avec les sociétaires

Les Banques Populaires, engagées en faveur de leurs sociétaires, les sollicitent et les font participer à diverses actions. Ces initiatives volontaires en matière de gouvernance coopérative ont permis d'entretenir une relation privilégiée avec un vaste réseau de sociétaires soucieux de participer au développement de leur territoire aux côtés de leur banque.

Les Banques Populaires ont ainsi mis en place des réunions régulières avec leurs sociétaires. Conçues pour les informer sur la vie de leur coopérative, présenter le modèle coopératif et ses valeurs, dialoguer et échanger, ces réunions prennent plusieurs formes : grands rassemblements de plusieurs milliers de personnes, soirées théâtrales ou de remises de prix, réunions dédiées dans les agences Banque Populaire pour échanger au niveau local ou pour préparer l'Assemblée générale. Les Banques Populaires réunissent ainsi leurs sociétaires en moyenne 60 fois par an par Banque Populaire¹.

Cinq Banques Populaires ont également créé des clubs de sociétaires. Véritables réseaux de bénévoles, ces clubs rassemblent des sociétaires qui souhaitent échanger sur divers sujets, exprimer leurs attentes et leurs propositions. La synthèse de ces échanges est ensuite présentée aux autres sociétaires. Ces clubs peuvent également détecter et récompenser des initiatives locales, notamment dans les domaines de la solidarité et de l'environnement.

& zoom sur Les Prix Initiatives Région

+ Autre forme d'implication des sociétaires dans la vie de leur banque, les Prix Initiatives Région sont organisés par 11 Banques Populaires. Ils visent à récompenser des actions d'intérêt général qui touchent à divers domaines comme l'insertion, la solidarité, la protection de l'environnement. Les candidats sont présentés chaque année au vote des sociétaires qui désignent le lauréat qui bénéficiera de la subvention de la banque. Des films de présentation financés par la banque mettent ensuite en avant les initiatives récompensées lors d'événements organisés à destination des sociétaires. X

Une information privilégiée

Soucieuses de la bonne information de leurs sociétaires, les Banques Populaires multiplient les supports à vocation non commerciale. Elles adressent périodiquement une lettre, adossée ou non aux relevés de comptes, afin de leur transmettre une information privilégiée sur leur banque. Tous les canaux de communication sont sollicités pour permettre aux sociétaires de suivre l'actualité de leur banque, de mieux connaître son modèle coopératif et comprendre l'environnement économique actuel. Que ce soit au travers de supports papiers (lettres de sociétaires, bilan coopératif & RSE, journaux ou magazines), de supports digitaux (sites internet dédiés, WebTV), ou d'événements (films vidéos projetés lors des réunions de sociétaires, conférences dédiées aux sociétaires), les Banques Populaires varient les formes de communication pour permettre d'informer les sociétaires le plus régulièrement et dynamiquement possible.



45%
Réunions
de sociétaires

28%
Information
des sociétaires

17%
Participation
des sociétaires

6%
Formation et
information des
administrateurs

4%
Formation et information
des collaborateurs en matière
de sociétariat et de RSE

La parole à ...

« **Cédric GARDON, membre des clubs de sociétaires Banque Populaire Loire et Lyonnais, participant aux réunions sur l'innovation et aux réunions de préparation de l'Assemblée générale :**

La réunion innovation m'a permis de faire mes premiers pas dans le "cercle" des sociétaires. Le fait de voir que notre banque vient vers nous pour comprendre nos besoins et nos envies est valorisant. Les échanges avec des profils venant de tous les horizons étaient très enrichissants. La seconde réunion nous a donné un aperçu global du contenu de l'Assemblée générale. Elle m'a apporté de nouvelles connaissances sur le fonctionnement de notre banque. J'ai décidé de m'investir davantage auprès de la Banque Populaire Loire et Lyonnais afin de mieux connaître ma banque et de m'impliquer dans son évolution. Je vois que ma banque est à mon écoute. Elle prend le temps de répondre à mes interrogations, et ce d'autant plus via mon statut de sociétaire.

1. Les Banques Populaires réunissent leurs sociétaires à l'occasion de réunions dédiées aux sociétaires, de réunions de clubs de sociétaires, et lors des Assemblées générales et des Assemblées générales délocalisées.

ADMINISTRATEURS DES DÉCIDEURS AUX COMPÉTENCES SOLIDES

Les administrateurs des Banques Populaires sont élus par les sociétaires lors des Assemblées générales. Ils participent ainsi aux décisions de la banque et représentent les sociétaires lors des Conseils d'administration et des comités techniques et/ou consultatifs (Comité d'Audit, Comité des Comptes, Comité Sociétariat et RSE...).

Formation

Issus du tissu économique local dont ils connaissent les spécificités, les administrateurs sont reconnus pour leurs qualités professionnelles, leur attachement aux valeurs coopératives et leur ancrage régional. Forces vives de leur territoire, ils sont régulièrement présents dans les organisations professionnelles et économiques ou occupent des fonctions représentatives au sein d'organisations patronales.

La Fédération et les Banques Populaires accompagnent les administrateurs pour qu'ils bénéficient de connaissances solides dans le domaine bancaire et qu'ils aient les moyens de prendre des décisions stratégiques dans les Conseils d'administration. Des séminaires annuels de formation sont ainsi mis à leur disposition pour leur permettre d'enrichir leur expertise et leurs compétences : journées d'accueil pour les administrateurs nouvellement élus, séminaires de perfectionnement ou séminaires spécialisés à destination des membres des Comités d'Audit ou sur la RSE. Les administrateurs sont ainsi formés au rôle et à la responsabilité de l'administrateur au sein du Conseil d'administration, aux états financiers d'une banque, à la lutte anti-corruption et la fraude, aux risques réglementaires et la conformité du secteur bancaire, ainsi qu'à la responsabilité de l'administrateur dans la mise en place d'une politique RSE intégrée.



& zoom sur

La formation RSE

+ La Fédération Nationale des Banques Populaires propose depuis 2013 aux administrateurs de se former sur la thématique de la RSE. Au programme : RSE et stratégie d'entreprise, cadre normatif et réglementaire de la RSE, rôle de l'administrateur dans le déploiement d'une politique RSE, complémentarité entre sociétariat et RSE, etc. Les administrateurs peuvent ainsi échanger avec des professionnels de la RSE sur les opportunités qu'elle représente pour une entreprise, et notamment pour les Banques Populaires. **X**

La parole à ...

Michel DOLY,
administrateur Banque Populaire
du Massif Central :

Ces formations m'ont apporté avant tout des connaissances et permis de mieux cerner le contexte et l'environnement des activités bancaires en France et en Europe. La formation sur la RSE m'a fait prendre conscience de l'importance de l'engagement sociétal d'une entreprise comme une Banque Populaire dans la démarche de Développement Durable. Il me paraît très important que notre Fédération se préoccupe de l'évolution des connaissances des administrateurs. Les formations dispensées m'ont été utiles pour mieux comprendre les techniques bancaires, les notions de risques et m'ont permis d'identifier plus clairement les actions RSE.

L'Académie des administrateurs

La Fédération Nationale des Banques Populaires a mis en place, en mai 2014, un nouvel outil de gestion des formations dédiées aux administrateurs des Banques Populaires. Intitulé l'Académie des administrateurs, cet outil en ligne recense l'ensemble des formations dispensées par la Fédération en présentiel et en e-learning.

L'Académie des administrateurs répond à divers objectifs :

- Offrir une vue complète du catalogue de formations proposées par la Fédération ;
- Permettre aux administrateurs de s'inscrire en ligne aux formations et d'accéder à leur historique de formations suivies ;
- Permettre aux administrateurs de se tenir informés de l'actualité touchant au comité dont ils font partie ;
- Faciliter l'accès aux formations grâce à des modules e-learning ;
- Mesurer l'appétence des administrateurs en fonction du thème et du contenu de la formation par le biais d'études de satisfaction pour permettre à la Fédération d'adapter l'offre de formation aux attentes des participants.

L'Université des administrateurs

Tous les deux ans, la Fédération Nationale des Banques Populaires organise l'Université des administrateurs, un événement permettant de rassembler les personnalités qui composent les Conseils d'administration de toutes les Banques Populaires. En juin 2014, l'Université des administrateurs a rassemblé administrateurs et dirigeants du réseau autour d'un thème fédérateur : imaginer le modèle coopératif de demain. En toile de fond des deux journées, les profondes mutations auxquelles est aujourd'hui confronté le monde bancaire (importance croissante du numérique dans la société, besoin toujours plus fort de proximité, réglementation européenne qui exerce une influence croissante sur le métier) et les incidences directes et indirectes pour le modèle coopératif Banque Populaire. Comment dégager de nouvelles perspectives de croissance en intégrant ces évolutions ? Comment préserver la spécificité du modèle coopératif des Banques Populaires et exprimer sa différence ? C'est sur ces questions qu'ont travaillé près de 300 administrateurs et dirigeants des Banques Populaires pour bâtir un socle d'engagements communs et trouver comment coopérer « autrement ».



COLLABORATEURS

LES ARTISANS DU MODÈLE COOPÉRATIF

Premiers interlocuteurs des clients, les collaborateurs sont les ambassadeurs des valeurs de la banque et du modèle coopératif.



Diversité des outils de formation

Les Banques Populaires mettent en place divers outils pour former les collaborateurs dans leur rôle de relais du modèle et pour les informer des actions RSE de leur banque, en complément des formations métiers. Certaines Banques Populaires ont ainsi développé des formations qui permettent aux collaborateurs de s'imprégner fortement des valeurs coopératives, du modèle Banque Populaire et de ses spécificités. Neuf banques ont créé des modules de formation spécifiques sur le modèle coopératif et le sociétariat, qui s'adressent aux nouveaux embauchés et aux collaborateurs déjà en poste.

Les formations dispensées par les Banques Populaires prennent des formes diverses : séminaires dédiés lors des journées d'accueil, modules de formation e-learning accessibles sur le site de la banque, serious-game permettant d'apprendre de manière ludique et interactive les principaux sujets afférents à la coopération...

Une attention particulière est par ailleurs portée aux nouveaux embauchés : lors de leur entrée, ils bénéficient le plus souvent d'une formation globale sur la banque. Dans certaines Banques Populaires, ils sont formés par des membres de la direction, le jour et sur les lieux de l'Assemblée générale. Ils sont ensuite invités à y assister afin de vivre un moment important de la coopération et être présentés aux sociétaires de la banque. La Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté a organisé, à la suite d'un module de formation, un quizz pour les collaborateurs sur les valeurs coopératives et sur le sociétariat durant la période de l'Assemblée générale. Le gagnant a reçu de la Banque Populaire une somme qu'il a pu remettre à l'association de son choix.

La parole à ...

« **Michèle MONTANGE,** collaboratrice Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté :

J'aime le principe du quizz dans le cadre du travail. Cela permet de faire le point sur nos connaissances ou nos lacunes. Parler du sociétariat revient à parler de la Banque Populaire et le quizz contribue à rappeler auprès de nos jeunes collaborateurs ce fondement de notre boutique. Le sociétariat véhicule un attachement à des valeurs, un choix de s'impliquer dans la vie de sa région et de partager des initiatives avec d'autres sociétaires. En remportant ce quizz, j'ai remis le chèque à l'association Festiv'Halles, qui s'attache à distribuer un programme de chant, de musique et de théâtre au cœur du village d'Azé. »



67%

en moyenne des nouveaux collaborateurs ont bénéficié de formations au modèle coopératif Banque Populaire en 2014



6 banques ont mis en place des modules de formation sur la RSE à destination de leurs collaborateurs

Module pédagogique et vidéo de la FNBP

En complément des formations organisées par les banques, la Fédération Nationale des Banques Populaires crée des outils spécifiquement destinés aux collaborateurs du réseau pour renforcer leur connaissance du modèle coopératif. C'est ainsi qu'elle met à leur disposition des modules de formation tel *Banquier et Coopératif*. Ce support présente l'histoire des Banques Populaires et ses fondamentaux, met en perspective le monde coopératif et explique le fonctionnement d'une Banque Populaire. Personnalisable, ce module permet par ailleurs aux banques d'illustrer leur engagement sur leur territoire.

Cet outil ludique et pédagogique vise à donner des éléments de langage et des clés de compréhension aux collaborateurs, pour les amener à devenir les véritables porte-paroles sur le terrain des spécificités du modèle coopératif Banque Populaire. Ce support, comme la vidéo *C'est quoi une Banque Populaire ?* est notamment utilisé par les banques pour l'animation des réunions sociétaires ou lors des formations d'intégration et des Assemblées générales. Parallèlement, six Banques Populaires proposent à leurs collaborateurs des formations ou sensibilisations sur la responsabilité sociétale de la banque. S'adressant plus particulièrement aux nouveaux embauchés, ces modules peuvent également être dédiés aux managers, en mettant l'accent sur l'impact environnemental et social de leur activité.

La parole à ...

« **Sophie BELIN,** collaboratrice Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique :

Je souhaitais faire bénéficier de mes compétences à une association locale de développement économique et social de la banlieue de Cotonou dans un domaine que je connais très bien : la gestion de projet. La Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique, partenaire de l'ONG Planète Urgence, permet à des salariés de participer à des missions de solidarité internationale. Elle a financé les frais de mission sur place. Cette mission a répondu à toutes mes attentes : on part pour donner et finalement on reçoit beaucoup plus encore ! Donner des clés et rester humble, telle est pour moi la définition de la mission solidaire. »

C'EST QUOI UNE BANQUE POPULAIRE ?

zoom sur

C'est quoi une Banque Populaire ?

+ Conçue dans l'objectif de renforcer la connaissance du modèle coopératif, son fonctionnement et ses valeurs, cette vidéo met en lumière les spécificités liées au réseau Banque Populaire et montre en quoi celles-ci irriguent encore aujourd'hui le sens de l'action des banques sur leur territoire. Une façon de montrer aux nouveaux entrants, collaborateurs déjà en poste, sociétaires, clients et prospects en quoi le modèle coopératif Banque Populaire est différenciant, moderne et à forte valeur ajoutée. X [A voir sur www.fnbp.fr](http://www.fnbp.fr)



RSE, actions vers les clients et les territoires

Répondre activement aux attentes des clients et leur proposer des services adaptés, développer le territoire en venant en aide aux associations locales, agir pour la conservation du lien social, c'est la responsabilité d'une Banque Populaire. En 2014, les efforts portés en faveur de ces domaines se sont encore accentués.

BILAN RSE EN CHIFFRES

Des banques qui agissent sur leurs territoires

Financement des PME / TPE via France Active¹

Entreprises TPE France Active :

1 351

entreprises financées en hausse de 3,4% par rapport à 2013, représentant 2 045 emplois

Garanties France Active² :

1 212

garanties France Active / Banque Populaire pour un montant total de 18 millions d'euros

Prêts France Active :

903

prêts Nacre³ France Active décaissés

4,6 M€

de prêts Nacre décaissés

841

prêts complémentaires liés aux prêts Nacre décaissés

26,3 M€

de prêts complémentaires liés aux prêts Nacre décaissés

Des banques engagées à l'écoute des besoins de leurs clients



Produits solidaires en faveur de l'environnement

	2014		2013		Évolution	
	Nombre	Encours	Nombre	Encours	Nombre	Encours
Livret Développement Durable	139 440	426 943 286	150 640	507 358 612	-7%	-16%
Livret Codevair	5 677	200 200 693	5 520	160 755 513	3%	25%
Eco PTZ	3 129	55 989 603	3 223	58 601 517	-3%	-4%
Prêt Autovair Développement Durable	2 090	24 346 493	2 375	25 417 009	-12%	-4%



Prise en considération de l'environnement

12 immeubles

certifiés ou éco-labellisés (HQE, Effinergie, NF...) pour une surface de **29 947 m²**

26 entreprises

du réseau Banque Populaire ont fait un Bilan Carbone® (filiales incluses)



Accompagnement des clients en difficulté

12 banques

ont mis en place des services ou structures dédiés à l'accompagnement des clients fragiles.

Nombre de clients accompagnés en 2014 :

■ Service bancaire de base⁴ : **4 466** contre 4 605 en 2013

■ Gamme de paiements alternatifs⁵ :

2 674 contre 862 en 2013



Accessibilité des agences pour les personnes en situation de handicap

1 604 agences Banque Populaire conformes à la loi Handicap, soit **47% des agences**

Collaborateurs



Formation des collaborateurs

27 429 collaborateurs

Banque Populaire formés en 2014, soit

90,70%

de l'effectif

65,90%

des heures de formation ont été consacrées aux non-cadres

8 banques

ont mis en place une formation ou une sensibilisation à la RSE

6 banques

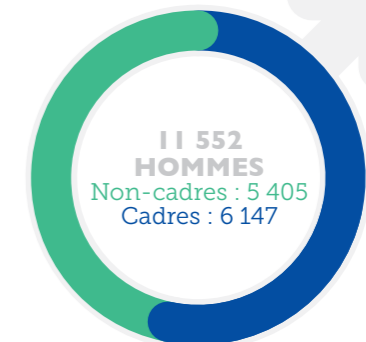
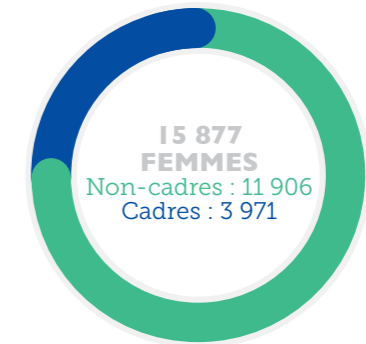
prennent en compte des critères RSE et/ou de qualité dans la définition des contrats d'intéressement et de participation des collaborateurs



Recours au Secteur adapté et protégé

124 ETP⁶ et 3 533 K€

d'achats développés auprès du Secteur adapté et protégé⁷, en hausse de **près de 9%**



- Financement par les Banques Populaires hors Casden Banque Populaire et Crédit Coopératif.
- Garanties comprenant : France Active Garantie et Fonds de Garantie à l'Initiative des Femmes.
- Prêt destiné aux demandeurs d'emploi (critères de l'Accre) qui souhaitent créer ou reprendre une entreprise.
- Service de base dont le coût est pris en charge par la banque dans le cadre du droit au compte.
- Gamme de services bancaires alternatifs au chéquier proposée aux clients pendant ou après une période d'interdiction bancaire, aux clients en situation de surendettement ou qui souhaitent mieux maîtriser leur budget.
- Équivalent temps plein.
- Résultats de la Politique Handicap et Achats Responsables (PHARE) des Banques Populaires.



zoom sur

Une initiative RSE dans le réseau

➕ Dans le cadre de la définition de son plan de déplacement entreprises, le Crédit Coopératif est la première entreprise en France à maintenir la prime de transport pour les collaborateurs se rendant sur leur lieu de travail à vélo. X

CONSTRUIRE UNE RELATION DURABLE AVEC LES CLIENTS

L'engagement fort des Banques Populaires en termes de relation aux consommateurs se matérialise par une réelle volonté de mise en place de solutions adaptées à chaque client.



Lutte contre l'exclusion bancaire

Les Banques Populaires s'engagent auprès de leurs clients en favorisant l'inclusion et la pédagogie bancaire. Cela passe par un accompagnement spécifique des clients fragiles, par des actions de sensibilisation et de pédagogie bancaire et par l'amélioration de l'accès aux services bancaires des personnes en situation de handicap.

En 2014, les Banques Populaires ont confirmé leur engagement en accentuant le déploiement de mesures de détection et d'accompagnement des clients en difficulté. Ces solutions s'adressent aussi bien aux entreprises qu'aux particuliers ou professionnels. Des agences ou des services dédiés permettent ainsi une prise en charge spécifique des clients fragiles, en leur offrant une écoute particulière et une disponibilité accrue.

Ces mesures ont été déployées par 12 Banques Populaires pour un montant de 2,2 millions d'euros. Illustration de cet engagement du réseau, la Banque Populaire du Massif Central a signé une convention quinquennale de partenariat avec l'Union Des Associations Familiales (UDAF) pour l'accompagnement budgétaire de ses

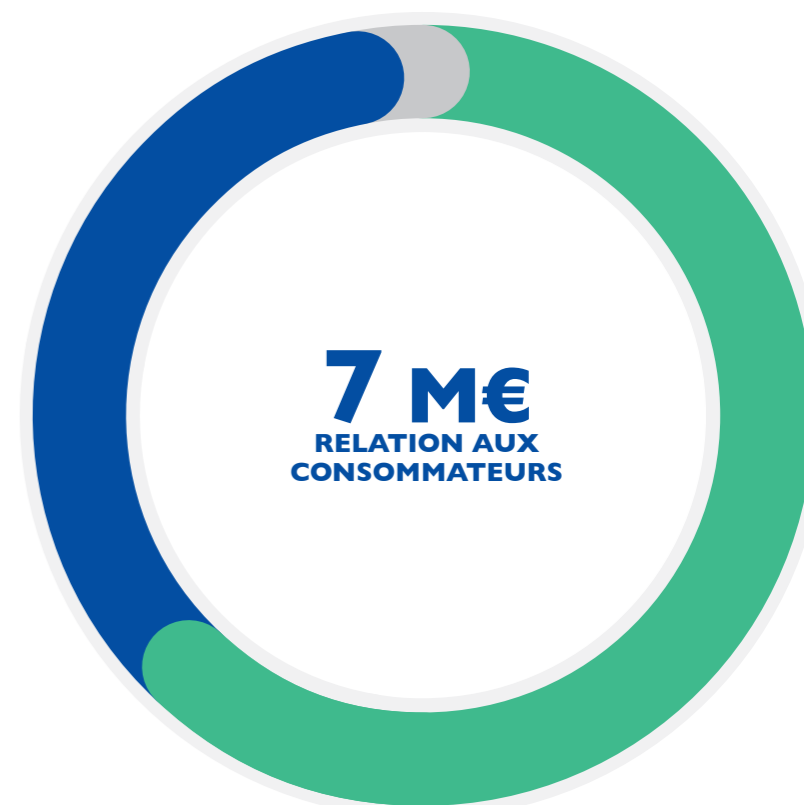
clients fragiles par des spécialistes de l'UDAF. D'autres banques telles que la Banque Populaire Occitane ou la BRED Banque Populaire ont créé des cellules destinées aux clients fragiles permettant aux clients ayant connu un accident de la vie de bénéficier d'une offre et d'un accompagnement spécifiques. La Banque Populaire Val de France a quant à elle créé l'agence Tandem pour aider les clients en état de fragilité bancaire à retrouver une situation financière stable. De même, l'agence Tandem Entreprises accompagne les professionnels et entreprises placés en redressement.

Les Banques Populaires offrent, par ces services ou agences dédiés, un accompagnement adapté au travers de collaborateurs formés pour être présents auprès des porteurs de projets et le rester, y compris lorsqu'ils rencontrent des difficultés liées à un accident de la vie. Les collaborateurs sont ainsi les principaux artisans de la réussite de ces dispositifs et du retour des clients fragiles en agence traditionnelle.

La parole à ...

Anne DELAFONTAINE,
Directrice de l'agence Concordia
de la Banque Populaire Rives de
Paris :

La Banque Populaire Rives de Paris a choisi d'accompagner ses clients fragiles grâce à Concordia qui les aide à piloter leur budget et leur propose le moyen de paiement le plus adapté à leur situation pour leur permettre de sortir d'une situation financière compliquée. Par cette action, Concordia accomplit un geste sociétal en aidant des clients psychologiquement et financièrement fragilisés et en favorisant leur inclusion bancaire. Elle réalise ainsi une action en harmonie avec les valeurs coopératives que la Banque Populaire Rives de Paris défend. Depuis sa création, 3 070 clients ont été accompagnés et 62% de la clientèle de Concordia a repris le chemin d'une agence traditionnelle.



62%
Efforts sur
produits durables
ou solidaires

35%
Inclusion et
pédagogie
bancaire

3%
Qualité de la
relation clients
et certifications



Des mesures de détection et d'accompagnement des clients en difficulté ont été déployées par **12 Banques Populaires** pour un montant de **2,2 M€**

La parole à ...

Frédérique FANGUIN,
Directrice de l'agence Tandem Entreprises
de la Banque Populaire Val de France :

La mission de cette agence est d'ouvrir et de gérer les comptes de professionnels et entreprises, clients ou non, à la demande d'administrateurs judiciaires partenaires, nommés par le Tribunal de Commerce dans le cadre de procédures pour aider les entreprises en difficulté. Depuis sa création en 2009, l'agence a accompagné 841 sociétés, dont 309 en 2014. Un client sur deux sort par le haut de la procédure via un plan de redressement. L'agence intègre ainsi les préoccupations économiques de sociétés de son territoire et leurs conséquences sociales. Notre ambition est de continuer à développer cette activité car elle est cohérente avec notre accompagnement historique des professionnels et entreprises.



Les Banques Populaires ont consacré

2,5 M€

à l'inclusion et à la pédagogie bancaire en 2014



Toutes les Banques Populaires certifiées ISO 9001 ou Afnor ont renouvelé leur certification après audit d'un organisme extérieur

Accès pour les personnes en situation de handicap

En 2014, 11 Banques Populaires disposent du service ACCEO, qui facilite la mise en relation entre les clients atteints de surdité et leur conseiller bancaire. Cette mise en relation se fait à distance grâce à un interprète traduisant l'entretien en langue des signes française via un système de visioconférence. Il existe aussi au sein du réseau des Banques Populaires des agences disposant de conseillers spécialisés en langue des signes française.

Les Banques Populaires ont consacré 2,5 millions d'euros à l'inclusion et à la pédagogie bancaire en 2014. **Cet engagement, en hausse de 10% par rapport à 2013**, montre une mobilisation croissante des Banques Populaires auprès des clients fragiles ou en situation de handicap.

Qualité de la relation clients (hors PNB)¹

Le Dividende Coopératif & RSE des Banques Populaires recense les actions en faveur de la qualité de la relation clients. Ces actions placent le client au centre de la démarche, vont au-delà de la réglementation et représentent un effort supplémentaire qui s'illustre de façon concrète sans retour sur investissement mesurable à court terme.

Les Banques Populaires inscrivent leurs actions dans la durée et portent une attention particulière à la qualité de la relation clients, que ce soit sous forme d'engagements transparents, de certification de démarche qualité, ou de mise en place de dispositifs innovants. Toutes les Banques Populaires certifiées ISO 9001 ou Afnor pour la qualité de leurs services en matière de conseil, de traitement des réclamations ou d'accueil ont d'ailleurs renouvelé leur certification après audit d'un organisme extérieur.

En 2014, le réseau des Banques Populaires a poursuivi sa politique d'amélioration de la qualité de la relation clients, même si les sommes engagées sont en baisse. Cela est essentiellement dû au fait qu'en 2013, les Banques Populaires ont fait l'acquisition de dispositifs coûteux à mettre en place. Ces dispositifs sont toujours d'actualité au sein des Banques Populaires mais ne subsistent que leurs coûts de fonctionnement. Néanmoins, en termes d'actions, l'engagement des Banques Populaires est en progression par rapport à 2013.



Les Banques Populaires ont consacré

4,4 M€

aux produits durables ou solidaires en 2014

d'épargne sur-rémunérés destinés à 100% aux entreprises de leur région. Les Banques Populaires participent ainsi au maintien de l'emploi dans ces régions, conformément à leur valeur de proximité et à leur mission de développement économique des territoires. Pour venir en aide aux associations de son territoire, la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne propose à ses clients un Livret Association dont les fonds récoltés sont sur-rémunérés et destinés au financement du secteur associatif.

Ces exemples s'inscrivent dans une offre plus globale de produits durables ou solidaires proposée par les Banques Populaires, comprenant également les produits de la gamme Vair (PREVair; PROVair; CODEVair) et des prêts environnementaux (voir p.30).

De manière générale, les encours sur la gamme de produits solidaires connaissent une forte augmentation, résultat de deux fortes tendances : l'effort des Banques Populaires pour soutenir l'économie locale et une demande grandissante des clients qui souhaitent donner du sens à leur épargne. En 2014, **les efforts portés par les Banques Populaires en matière de produits durables ou solidaires ont augmenté de 44%**, passant de 3 millions d'euros à 4,4 millions d'euros.

Produits solidaires en faveur de l'économie locale

Fortes de leur modèle coopératif, les Banques Populaires font du financement de l'économie locale leur principale mission. Elles offrent depuis plus de 20 ans une gamme complète de produits durables ou solidaires à leurs clients, exclusivement destinée à l'économie locale et bénéficiant d'avantages tarifaires (pour les prêts) ou de sur-rémunération (pour les produits d'épargne).

La Banque Populaire des Alpes avec le Livret Alpes Industries et la Banque Populaire Atlantique avec le Livret Investissement Local s'illustrent en proposant à leurs clients des produits

La parole à ...



Grâce au Livret Investissement Local et leurs titulaires qui, en épargnant, ont permis à des projets de devenir une réalité, **Hervé HARNOIS, client de la Banque Populaire Atlantique, a pu développer son activité :**

Agriculteur de profession, j'ai articulé un tout nouveau projet autour d'une marque forte : KER RONAN. Mon objectif : proposer un yaourt gourmand et de qualité. Grâce à la Banque Populaire Atlantique qui a su répondre à nos besoins d'expansion, KER RONAN rassemble aujourd'hui une douzaine de personnes qui produisent plus de 30 000 yaourts par jour !



1. Le Produit Net Bancaire (PNB) est la différence entre les produits et les charges d'exploitation bancaires.

ACCOMPAGNER LES CRÉATEURS D'ENTREPRISES

Les Banques Populaires expriment leur attachement à la liberté d'entreprendre. Créé par et pour des entrepreneurs, le réseau des Banques Populaires est mobilisé aux côtés des créateurs d'entreprises à chaque étape de leur parcours, que ce soit directement par le prêt et le conseil ou bien en soutien d'acteurs plus spécialisés. Fortes de leur statut de banques coopératives et régionales, elles inscrivent leur relation dans la durée, le suivi et l'accompagnement.

Comme en 2013, les Banques Populaires se sont fortement engagées en faveur de l'aide à la création d'entreprises. Elles ont subventionné les grands réseaux d'accompagnement comme l'ADIE, Initiative France et France Active notamment à hauteur de près de 3 millions d'euros, un montant en hausse de 6% par rapport à l'année précédente.

Les Banques Populaires sont des partenaires incontournables des principaux réseaux d'accompagnement à la création d'entreprises et de micro entreprises. Ainsi, les Banques Populaires sont les premiers partenaires du refinancement de l'Adie. Ce sont plus de 17 millions d'euros de lignes de crédit qui ont été mis à disposition de l'association et ont permis d'accorder plus de 5 414 microcrédits professionnels, ce qui représente près de 29% de la production en 2014. Le réseau des Banques Populaires est également très engagé dans l'entrepreneuriat des jeunes de l'Adie, en étant partenaire principal du Fonds

de prêt d'honneur pour les jeunes, à hauteur de 104 000 euros et en soutenant le dispositif Créajeunes pour plus de 312 000 euros. Sur les territoires, les plateformes d'Initiative France sont également des partenaires de premier ordre pour les Banques Populaires.

Afin de mettre en perspective ces partenariats de terrain, le réseau des Banques Populaires et leur Fédération sont également engagés auprès d'universitaires et de chercheurs en tant que mécènes de deux chaires : la Chaire Banque Populaire en Microfinance du Groupe ESC Dijon-Bourgogne et la Chaire des Banques Populaires Microfinance et Vulnérabilité Financière de l'École Supérieure de Commerce Audencia Nantes.

+ 6%
en faveur
de la création
d'entreprises
en 2014

Les Banques
Populaires sont les
1^{ers} en termes de
refinancement de l'Adie

+ 115% de dons octroyés
par le Fonds de dotation FNBP et
le réseau des Banques Populaires
à l'Adie, soit 312 800 euros en 2014

+ 53% de lignes de crédit
consenties par les Banques Populaires
à l'Adie en 2014

La parole à ...

Catherine BARBAROUX,
Présidente de l'Adie,
Association pour le Droit à
l'Initiative Économique :

Le partenariat entre l'Adie et les Banques Populaires est plus vivant que jamais et à ce titre, 2014 a été une année charnière. Les Banques Populaires sont présentes à tous les stades de la vie de l'Adie (financement des prêts, accompagnement des jeunes entrepreneurs, promotion de l'entrepreneuriat des jeunes...) et de ses clients économiquement fragiles, en particulier les jeunes. Leur engagement à nos côtés est clé pour le succès du nouveau plan stratégique de l'Adie, qui repose aussi sur la poursuite de nos efforts dans la maîtrise du risque. L'urgence de l'action en faveur des personnes fragiles est plus que jamais au centre des enjeux sociaux et sociétaux de notre démocratie. Ensemble, nous contribuons à relever ces défis !



La parole à ...

Sébastien CHAZE,
Directeur régional de l'Adie :

Les Banques Populaires Provençale et Corse, et Côte d'Azur sont des partenaires historiques de l'Adie dans les régions Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse. Elles ont permis d'accompagner le développement important de son action depuis plus de 10 ans. Les Banques Populaires contribuent tous les ans à la création ou au maintien de plus d'un millier d'emplois sur les régions PACA et Corse, en intervenant sur les trois champs de besoins auxquels l'Adie doit répondre :

- Le refinancement par l'octroi de lignes de crédit annuelles et la prise en charge d'une partie du risque sur les prêts octroyés. En 2015, il est porté de 1 à 2,5 millions d'euros pour la Banque Populaire Provençale et Corse et de 600 à 800 000 euros pour la Banque Populaire Côte d'Azur ;
- La dotation au Fonds de prêt d'honneur pour les jeunes ;
- Le soutien par du mécénat à la prise en charge des coûts d'accompagnement des jeunes financés et accompagnés par l'Adie.

Une des actions emblématiques réalisée avec les Banques Populaires et déclinée sur leurs territoires est l'organisation des concours "jeunes parcours méritants" pour valoriser et récompenser des jeunes entrepreneurs au parcours méritant. Il s'agit d'un vrai temps fort du partenariat Adie et Banque Populaire et une illustration concrète d'un engagement local relayé auprès des acteurs locaux et du grand public. Les prix sont dotés par nos partenaires bancaires, l'Adie organise la sélection et les jurys en lien avec ces partenaires locaux.

INTÉGRER LES PRÉOCCUPATIONS ENVIRONNEMENTALES

Le réseau des Banques Populaires a intégré la dimension écologique et environnementale dans ses pratiques internes et dans sa relation avec les clients et les acteurs de la société civile. Depuis 1992 et la création du PREVAir, les Banques Populaires se mobilisent aux côtés de leurs clients particuliers et professionnels qui souhaitent adopter un comportement plus respectueux de l'environnement. Parallèlement, elles s'engagent à réduire leur empreinte environnementale en se fixant des objectifs en matière de déplacements professionnels et de réduction des consommables.

Le réseau des Banques Populaires met à la disposition de sa clientèle toute une gamme de produits adaptés : prêts pour financer les équipements écologiques sur les projets de rénovation des logements des particuliers, livrets dont les fonds dégagés servent à financer des projets liés à la protection de l'environnement... Pour s'engager davantage en faveur de l'environnement et du Développement Durable, les Banques Populaires proposent ces produits à des conditions préférentielles : efforts sur les taux d'intérêt, frais de dossiers réduits ou sur-rémunération du CODEVAir. Les fonds dégagés par ce livret d'épargne financent à 100% des prêts qui permettent aux particuliers de rénover leur habitat dans le respect de l'environnement. Grâce à ces prêts, les particuliers peuvent améliorer leur efficacité énergétique, réduire leurs émissions de gaz à effet de serre et ainsi faire des économies. En 2014, les efforts portés par les Banques Populaires sur les produits en faveur de l'environnement représentent un manque à gagner de plus de 2 millions d'euros.

Les Banques Populaires s'engagent en faveur de la protection de l'environnement en interne. Des réflexions sont menées dans toutes les Banques Populaires pour limiter les consommations de papier, d'eau et ainsi diminuer les émissions de gaz à effet de serre. L'ensemble des Banques Populaires s'appuie sur un Bilan Carbone® annuel destiné à mesurer les efforts consentis et mettre en place des mesures pour poursuivre cette diminution. En outre, elles proposent à leurs collaborateurs un plan de déplacement entreprises pour limiter les déplacements, en favorisant notamment les réunions à distance.

Les Banques Populaires financent les actions associatives et personnelles de protection de l'environnement. Elles viennent ainsi en aide aux actions territoriales de divers domaines : promotion de l'éco-mobilité, protection de lieux naturels, sensibilisation à la protection de la biodiversité, à la gestion des ressources naturelles et aux énergies renouvelables. Ces actions peuvent prendre la forme de subventions ou de prix remis par les banques pour récompenser des initiatives innovantes en matière de protection de l'environnement.

5 677 livrets CODEVAir en 2014, en hausse de **3%**

+ 25% d'encours de livrets CODEVAir en 2014, soit **200,2 millions d'euros** servant intégralement au financement des prêts à finalité environnementale

1^{er} réseau bancaire à proposer des prêts environnementaux depuis 1992



La parole à ...

Nicolas PRUVOST,
Délégué Départemental Casden
Banque Populaire et Directeur
d'école :

“L'Eau en Jeu” est un kit et un outil expérimental, créé par la Casden Banque Populaire et l'IRSTEA¹ permettant de développer une nouvelle culture citoyenne de l'eau auprès des jeunes élèves du CE2 à la Terminale. Il est déployé lors des Rencontres Casden dans les établissements. En contact avec les chercheurs publics de l'IRSTEA, concepteurs de “L'Eau en Jeu” avec la Casden Banque Populaire, nous avons travaillé à l'élaboration de règles simples malgré la complexité des enjeux de l'eau. Le caractère ludique est réel : il permet aux élèves, motivés et impliqués, de se poser de nombreuses questions sur les différentes situations rencontrées. La thématique de l'eau est ainsi présente dans les programmes de l'école primaire à partir de la maternelle.

La parole à ...

Alain VERNET,
Président de l'association
*Roule ma frite 66*² :

Roule ma frite 66 est une association qui contribue à la réduction des gaz à effet de serre liés aux transports et à la production de chaleur, par une activité de recyclage d'huiles alimentaires usagées. Le mécénat de la Fondation Banque Populaire du Sud a permis de financer l'acquisition d'un estérificateur³ de faible capacité et de produits nécessaires à l'estérification de 6 000 litres d'huiles alimentaires usagées. L'accroissement de volume valorisé localement grâce à ces premières acquisitions permet d'envisager des investissements matériels afin de produire un combustible conforme aux normes en vigueur grâce à un système de filtration sophistiqué. Nous pourrions également envisager dès l'année prochaine une inversion du ratio entre volume revalorisé localement et exportation. Nous prévoyons enfin d'utiliser la vidéo de présentation produite par la Fondation pour illustrer un appel au financement participatif via une plateforme internet de crowdfunding.

1. Institut national de recherche en sciences et technologies pour l'environnement et l'agriculture.

2. www.roulemafrite66.org.

3. Matériel permettant la transformation d'huile en combustible.



SOUTENIR LES ASSOCIATIONS AU CŒUR DES TERRITOIRES



Acteurs engagés sur leurs territoires, les Banques Populaires soutiennent activement la vie associative locale et redistribuent une partie de leur résultat sous forme de subventions. Elles nouent des partenariats non commerciaux et développent des actions de mécénat dans des domaines variés comme l'éducation, l'accès à la culture, la santé, le soutien à la création d'entreprises... En 2014, le réseau des Banques Populaires a poursuivi sa politique de développement des territoires : près de 15 millions d'euros ont été alloués par les Banques Populaires, un montant en hausse de 7%.

Culture et patrimoine

Permettre l'accès à la culture au plus grand nombre et valoriser la richesse du patrimoine des régions sont les deux grands axes soutenus par les Banques Populaires en matière de culture et patrimoine. En 2014, comme en 2013, l'engagement des Banques Populaires sur ces thématiques est en progression.

Le réseau des Banques Populaires est présent depuis longtemps auprès des jeunes artistes, notamment via la Fondation d'entreprise Banque Populaire. Les jurys sélectionnent de jeunes musiciens ou artisans d'art afin de les accompagner dans leurs projets et de les aider financièrement par l'octroi d'une bourse.

Au-delà de cet engagement, les Banques Populaires s'investissent en soutenant des festivals artistiques et en assurant la protection et la promotion du patrimoine naturel et architectural. La Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique est par exemple mécène du Fonds de dotation Cité mondiale des civilisations du vin de Bordeaux, grand projet d'intérêt général mettant en avant le vin comme élément indissociable de la culture et du patrimoine local. La Banque Populaire Côte d'Azur a renouvelé son mécénat de l'opéra de Toulon. Elle offre tout au long de la saison une centaine de places à ses sociétaires, afin de rendre accessible l'opéra à tous.

Aide à la création d'entreprises

Accompagner et encourager les entrepreneurs dans leur projet représente un engagement fort et historique pour les Banques Populaires. Outre leur partenariat historique avec l'Adie (voir p.28), les Banques Populaires soutiennent notamment les Chambres de commerce et d'industrie (CCI) et les Chambres de métiers et d'artisanat (CMA) qui proposent des aides aux créateurs d'entreprises, sous forme de formations à titre gracieux et sans contreparties commerciales. Les collaborateurs des Banques Populaires apportent ainsi leur expertise à des entrepreneurs pour leur permettre de maximiser leurs chances de réussite.

Les Banques Populaires accordent également une attention particulière aux structures de sensibilisation à la création d'entreprises pour des publics qui en sont généralement éloignés : les jeunes, les femmes, les seniors et les personnes en situation de précarité. Elles transmettent l'envie d'entreprendre via des partenariats avec 100 000 entrepreneurs et *Entreprendre pour Apprendre*, réseaux spécialisés dans la sensibilisation des jeunes du collège aux études supérieures.

Engagement pour l'insertion sociale et économique

Les Banques Populaires s'engagent au travers de nombreuses actions en faveur de l'insertion et de l'emploi, du handicap et de la lutte contre l'exclusion sociale ou économique. Cela se traduit notamment par l'action de la Fondation d'entreprise Banque Populaire qui soutient et encourage les personnes handicapées dans leurs projets de vie et leurs ambitions professionnelles. La Banque Populaire de l'Ouest a par ailleurs aidé l'association *J'accède*, association qui a développé une application d'aide au déplacement des personnes à mobilité réduite.

L'aide au développement de structures de logement social et la lutte contre le mal-logement est également un des sujets où le réseau des Banques Populaires est impliqué au travers de partenariats avec les associations *Habitats et Humanisme*, *IMS entreprendre pour la cité* ou encore *Toit à Moi*. Enfin, la Banque Populaire Côte d'Azur s'est engagée une nouvelle fois cette année en faveur du handisport en étant partenaire du Comité Départemental Sport Adapté des Alpes-Maritimes.



26%
Culture et patrimoine

10%
Insertion, emploi et solidarité

5%
Santé

3%
Environnement

38%

20%
Aide à la création d'entreprises

8%
Promotion de l'Économie Sociale et Solidaire, de la Responsabilité Sociétale des Entreprises et de la finance solidaire

4%
Divers

2%
Solidarité internationale

19%
Éducation et recherche

3%
Sport amateur ou solidaire

Soit **38%** pour le développement économique local

La parole à ...

Olivier VARLET,
Directeur général de *Matikem*¹ :

Matikem est un pôle de compétitivité national dédié aux matériaux, à la chimie et à la chimie verte. Il développe des synergies entre les mondes de l'industrie, de la recherche et de la formation. Matikem et la Banque Populaire du Nord ont officialisé leur partenariat en mai 2011, forts d'une volonté commune de favoriser l'accompagnement et la réalisation de projets d'entreprises. Les deux structures sont unies pour permettre aux membres de Matikem de bénéficier d'un suivi spécifique de leur dossier par la Banque Populaire du Nord, dans le cadre du financement et de l'accompagnement de leurs projets labellisés par le pôle - en complément d'autres acteurs financiers - ou dans le cadre de l'internationalisation des entreprises.

1. www.matikem.com.

La parole à ...

Julien BOURGEOIS,
administrateur de l'association *ESP'errance* :

ESP'errance est une association de solidarité locale créée par trois bénévoles du Samu Social qui a donné naissance au projet de bagagerie "Pose ton sac d'abord". Cet espace d'accueil convivial favorise le bien-être et l'efficacité des démarches d'insertion sociale pour 40 personnes en situation d'errance, en réduisant la marginalisation et la stigmatisation dont ils sont victimes. La Fondation Crédit Coopératif a récompensé ESP'errance et le projet "Pose ton sac d'abord" dans le cadre de leurs Trophées de l'initiative en économie sociale. Au-delà du soutien financier important, cette première reconnaissance nationale nous a beaucoup touché et a donné une image et une valeur morale importantes au projet associatif.



Promotion de l'Économie Sociale et Solidaire

La promotion de l'Économie Sociale et Solidaire, de la Responsabilité Sociale des Entreprises et de la finance solidaire s'inscrit dans le développement d'une nouvelle économie, plus coopérative, solidaire et éthique. Cette réalité est depuis longtemps comprise par les Banques Populaires qui œuvrent chaque année à la diffusion de ce modèle au travers de leur mission de banque coopérative.

Le Crédit Coopératif, partenaire bancaire privilégié des acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire, soutient le programme Jeun'ESS dont l'objectif est de promouvoir, valoriser et faciliter l'insertion des jeunes dans les entreprises de l'ESS. Le programme Jeun'ESS est notamment à l'origine du lancement d'une boîte à outils permettant de référencer et mutualiser les supports de sensibilisation des jeunes à l'Économie Sociale et Solidaire. Dans le même registre, la Casden Banque Populaire a développé une « mallette pédagogique 1^{er} degré » sur l'Économie Sociale et Solidaire à destination des enseignants du primaire. De nombreuses Banques Populaires ont également soutenu l'association FINANSOL, qui promeut la solidarité dans l'épargne et la finance.

Les Banques Populaires s'investissent également sur leurs territoires en faveur d'associations de promotion de la RSE. La Banque Populaire Atlantique subventionne ainsi le programme mis en place par le FONDES¹ qui vise à accompagner les entreprises investissant dans la RSE.

L'engagement des Banques Populaires en termes de promotion de l'Économie Sociale et Solidaire, de la RSE et de la finance solidaire a augmenté de 50% en 2014, passant de 800 000 euros à 1,2 million d'euros.

Soutien à l'éducation et à la recherche

Parce qu'elles incarnent les idées de création et de construction du monde de demain, l'éducation et la recherche sont deux thématiques porteuses de sens pour les Banques Populaires. En 2014, le réseau des Banques Populaires a donc poursuivi son engagement auprès des créateurs de valeurs issus du monde de l'éducation et de la recherche. Il a ainsi apporté son soutien à des conférences, à des événements pédagogiques ou encore à des actions éducatives en faveur de publics fragilisés ou exclus. Par exemple, la BRED Banque Populaire a renouvelé son engagement auprès de l'Office Central de la Coopération à l'École, organisme national qui accompagne les enseignants dans leurs pratiques professionnelles, en leur proposant des formations sur la coopération à l'école et aux valeurs et principes issus des fondamentaux républicains, coopératifs et associatifs.

Le réseau des Banques Populaires est par ailleurs engagé en faveur de l'éducation et de la recherche au travers de nombreux soutiens aux fondations universitaires ou aux programmes d'enseignement ou de recherche.

Le soutien à l'éducation et à la recherche apporté par le réseau des Banques Populaires a augmenté de 30% en 2014, passant de 2,2 millions d'euros à 2,8 millions d'euros.



Les Banques Populaires ont consacré

1,2 M€

à la promotion de l'Économie Sociale et Solidaire, de la RSE et de la finance solidaire en 2014



Les Banques Populaires ont consacré

2,8 M€

à l'éducation et à la recherche en 2014



Le parrainage solidaire à la BRED Banque Populaire

La BRED Banque Populaire a mis en place un système de parrainage de clientèle. En parrainant un proche, le client Banque Populaire s'associe à un geste de solidarité. Dès que le filleul devient client, la banque effectue en son nom un don de 5 euros pour soutenir l'action humanitaire de l'une de ces trois associations : *Médecins sans frontières*, *La Fondation IFRAD, contre la maladie d'Alzheimer* ou *Jeunesse au Plein Air*. "C'est un système efficace qui permet de créer un tissu social important", indique Denis Lancelin, client à la BRED Banque Populaire. X

LA RSE DANS NOS PRATIQUES QUOTIDIENNES

Outre leur participation au reporting RSE réglementaire liée à la loi Grenelle II, les Banques Populaires se saisissent de la RSE comme levier de différenciation, que ce soit au travers de politiques RSE structurées autour d'engagements concrets, ou au travers d'une labellisation de leur démarche RSE.



Il existe 2 labels qui font référence aujourd'hui pour témoigner de la matérialité des engagements pris par une organisation en matière de Développement Durable : le **label LUCIE** et le **label AFAQ 26000**. À la suite de la labellisation LUCIE de la Banque Populaire Atlantique en 2012, d'autres Banques Populaires ont souhaité entreprendre la même démarche afin de structurer leur politique RSE et de l'intégrer par la suite à leur plan à moyen terme.

1. Membre du réseau France Active, le FONDES a pour objectif de participer au développement économique social et solidaire sur le territoire de la région des Pays de la Loire.

Label LUCIE

Banque Populaire Atlantique, Banque Populaire Rives de Paris

La Banque Populaire Atlantique est la première banque européenne à avoir fait labelliser sa démarche RSE par un tiers externe. À l'issue d'un audit conduit par le cabinet Vigeo, elle s'est engagée à progresser sur un certain nombre de sujets notamment liés à son cœur de métier. Cette labellisation lui a permis de structurer sa démarche et de mettre en place des actions répondant aux attentes de ses parties prenantes. Ont ainsi vu le jour des clubs de sociétaires pour recueillir les besoins et les suggestions d'innovation des sociétaires. L'agence Atlantique Coopération, dédiée aux clients fragiles et au microcrédit personnel et professionnel, où sociétaires volontaires et bénévoles accompagnent les clients en difficulté et les bénéficiaires de microcrédits par des actions de soutien et de pédagogie à la gestion budgétaire, a aussi été créée. Le livret Investissement local dont les fonds sont reversés à 100% à des entrepreneurs du territoire a également été mis en place à la suite de l'audit du cabinet Vigeo.

La Banque Populaire Rives de Paris a initié la même démarche de labellisation durant l'année 2014.

Label AFAQ 26 000

Banque Populaire des Alpes, Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne

L'AFAQ 26 000 est le label porté par l'Afnor. L'évaluation s'appuie sur un système de scoring et de points donnant lieu à une qualification du niveau de la démarche RSE de l'organisation. L'évaluation porte sur les pratiques managériales et opérationnelles (gouvernance, communication, RH, consommation durable, ancrage territorial). Les conclusions du diagnostic de l'Afnor ont été intégrées au plan stratégique de ces banques.

Intégration de la RSE dans le plan stratégique

Plusieurs banques ont développé des politiques RSE qu'elles ont intégrées à leur plan à moyen terme. Parmi ces banques, la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne a créé le programme « A.B.C.D.E ». Ce programme, mis en place en 2014, se fixe pour ambition de passer de la réglementation à la différenciation.

Intitulée « **Agir en Banque Coopérative Durable et Engagée** », cette démarche est structurée selon 5 piliers liés au cœur de métier :

- Agence bancaire citoyenne
- Bilan Carbone énergétique
- Croissance verte solidaire
- Déplacement mobilité
- Employeur éthique

Ces 5 piliers sont déclinés en 25 axes de progrès. Il en résulte 125 actions définies à moyen et long termes.

LA FONDATION D'ENTREPRISE BANQUE POPULAIRE

Instrument de mécénat des dix-huit Banques Populaires et de leurs sociétaires, la Fondation d'entreprise Banque Populaire illustre depuis plus de vingt ans la solidarité, le talent et l'esprit d'entreprendre.



La Fondation d'entreprise Banque Populaire favorise l'initiative individuelle et soutient des projets de vie dans les domaines de la musique, du handicap et de l'artisanat d'art. Être choisi comme lauréat par la Fondation d'entreprise Banque Populaire, c'est avoir, à un moment charnière de son parcours, l'opportunité de changer sa trajectoire de vie. Les initiatives sont toujours récompensées à une période cruciale de la carrière ou de la vie des lauréats. Le soutien financier et humain s'étend de un à trois ans, le temps d'établir une vraie relation de confiance et de permettre aux lauréats de profiter des conseils avisés de l'équipe et du large réseau de la Fondation d'entreprise Banque Populaire.

Grâce à un fort ancrage des Banques Populaires partout en France, la Fondation décèle les porteurs de projets où qu'ils se trouvent. Le choix des lauréats est assuré par trois jurys, composés de personnalités reconnues chacune dans leur domaine d'intervention, qui sélectionnent les candidats les plus prometteurs pour leur talent mais aussi pour leurs qualités de cœur, leur ténacité et leur envie d'agir.



Ouvrir le chemin aux jeunes musiciens

À la sortie des conservatoires nationaux et des écoles de musique, les interprètes et compositeurs entrent dans une période d'incertitudes et de fortes contraintes économiques. Accompagnés à ce moment précis par la Fondation d'entreprise Banque Populaire, ils peuvent se consacrer à leur vocation et, débarrassés des inquiétudes financières, aller jusqu'au bout de leurs ambitions. La bourse leur permet de continuer à apprendre auprès des grands maîtres, de tenter de nouvelles expériences musicales, de participer à des auditions prestigieuses, d'enregistrer un premier disque ou de se produire lors de festivals et de concerts.



654

lauréats depuis la création, en 1992 :
246 musiciens
393 personnes en situation de handicap
15 artisans d'art



18 financeurs,
les 18 Banques Populaires



1,48 M€
de budget par an



+ de **20 M€**
alloués en 12 ans
pour des bourses
variant entre 1 000
et 15 000 € par an
En 2014 : 853 K€



Un soutien d'une
durée de **1 à 3 ans**



Faire tomber les barrières du handicap

Dès son origine, la Fondation d'entreprise Banque Populaire a choisi d'être solidaire des personnes en situation de handicap en encourageant leurs talents. Elle offre un soutien unique dans tous les domaines : études, reconversion professionnelle, exercice d'un sport de haut niveau, projets artistiques ou de création d'entreprises. La bourse allouée aux lauréats et l'accompagnement de l'équipe de la Fondation sont des soutiens déterminants pour la mise en œuvre d'un projet qui va changer le cours de leur vie. Les projets sont retenus pour leur pertinence et leur originalité mais aussi parce qu'ils sont portés par des personnalités charismatiques.



Favoriser la transmission et la créativité des artisans d'art

La Fondation d'entreprise Banque Populaire soutient les artisans d'art depuis 2013. Les lauréats se distinguent à la fois par leur parcours, leur talent, leur technicité et leur vision esthétique, mais également par leur esprit d'entreprise, leur ouverture d'esprit et leur volonté d'innover. Si certains sont les passeurs, d'autres sont tournés vers la création mais tous sont portés par la même volonté d'inscrire leur métier dans leur temps et de sans cesse le réinventer. La bourse qui leur est allouée leur permet de réaliser un projet d'envergure, ambitieux et nécessaire pour le développement de leur carrière.



La parole à ...

Emmanuel NOGUER,
lauréat Handicap de la Fondation d'entreprise
Banque Populaire

La Fondation d'entreprise Banque Populaire a financé ma thèse à hauteur de 48% soit 39 000 euros sur trois ans. Le soutien financier de la Fondation d'entreprise Banque Populaire a été précieux pour mon embauche dans la société AFFICHEM et faire en sorte que mon projet de thèse devienne réalité. Après un peu plus de 3 ans de recherche, mon travail de thèse a fait l'objet d'un dépôt de brevet et j'ai intégré le programme de recherche et développement de lutte contre la surdité de la société AFFICHEM.

Pour aller plus loin...

.Présentation de la Fédération Nationale des Banques Populaires

.Méthodologie du Dividende Coopératif & RSE

.Cartographie du réseau des Banques Populaires

.Le modèle coopératif des Banques Populaires

.Statistiques administrateurs 2014

LA FÉDÉRATION NATIONALE DES BANQUES POPULAIRES

Créée à l'initiative des dirigeants des Banques Populaires lors de la naissance du Groupe BPCE¹, la Fédération Nationale des Banques Populaires (FNBP) est l'instance représentative du réseau des Banques Populaires.

Constituée en juillet 2009, la Fédération est une association loi 1901 qui représente les 16 Banques Populaires régionales et 2 banques à vocation nationale : la Casden Banque Populaire et le Crédit Coopératif. Ses membres sont les 18 Banques Populaires représentées en Assemblée générale par leurs Présidents et leurs Directeurs généraux. Les Banques Populaires sont les maisons mères du Groupe BPCE.

La FNBP a pour missions :

- D'être l'instance de réflexion, d'expression et de représentation du réseau des Banques Populaires et de leurs sociétaires. La FNBP fait la synthèse des débats émanant des Banques Populaires, ce qui fait d'elle une force de proposition et d'orientation, jouant ainsi un rôle de chambre professionnelle ;

- D'accompagner et former les administrateurs dans leur rôle de représentation des sociétaires ;
- De formuler auprès de BPCE des recommandations et prises de position afin de contribuer aux choix politiques et stratégiques du Groupe ;
- De valoriser les actions de la Fondation d'entreprise Banque Populaire ainsi que les initiatives régionales des Banques Populaires ;
- D'être moteur et contributeur d'une politique de développement d'alliances et de partenariats pour le compte du réseau des Banques Populaires.

La Fédération Nationale des Banques Populaires s'engage dans le domaine de la responsabilité sociétale et coopérative. En tant que structure de représentation des intérêts des sociétaires et des Banques Populaires, elle est chargée de définir la politique de responsabilité sociétale et coopérative du réseau des Banques Populaires et de construire les outils de pilotage qui participent à son déploiement. Cette politique renforce l'impact de l'engagement sociétal des Banques Populaires et le rend visible. L'organe central du Groupe BPCE veille par ailleurs à l'application de la réglementation et, à ce titre, coordonne les reportings imposés par la loi Grenelle II et Bilan Carbone®.

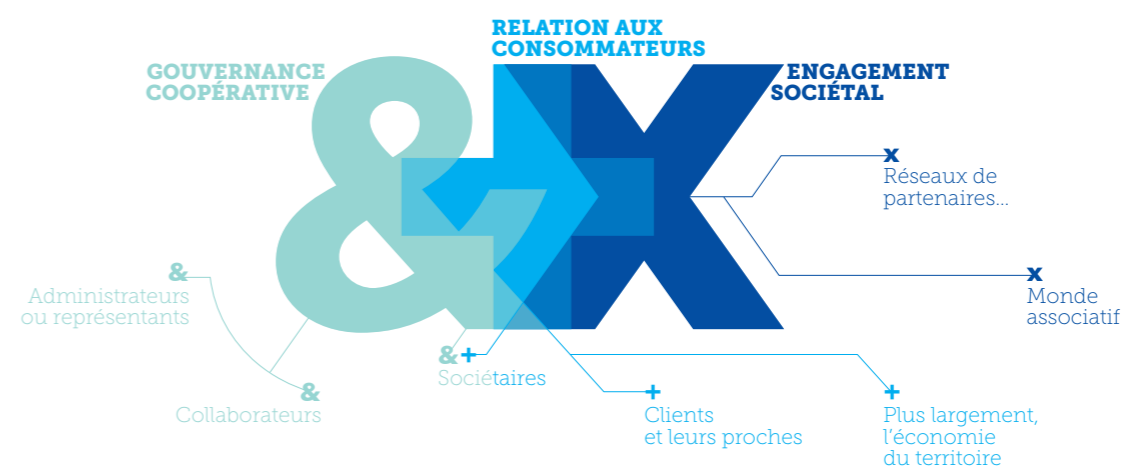
La coopération internationale et la CIBP

Le réseau des Banques Populaires est l'un des principaux membres fondateurs de la Confédération Internationale des Banques Populaires (CIBP), créée il y a plus de 60 ans. Cette organisation permet le développement de la coopération entre organismes bancaires et financiers, majoritairement coopératifs. Ces structures ont pour objectif de soutenir une activité financière de proximité et de développement local, notamment en faveur des PME. La CIBP regroupe aujourd'hui des groupes financiers dans plus de 22 pays dans le monde. Le réseau des Banques Populaires a participé via la Fédération aux travaux de comités au sein de la CIBP afin de renforcer la connaissance du modèle coopératif et réfléchir à sa gouvernance.

1. Issu du rapprochement des anciennes têtes de réseaux (BFBP et CNCE) des réseaux Banques Populaires et Caisses d'Épargne.

MÉTHODOLOGIE DU DIVIDENDE COOPÉRATIF & RSE

Banques coopératives, les Banques Populaires sont des acteurs engagés territorialement depuis leur création. Animées par des valeurs de solidarité et de liberté d'entreprendre, elles sont profondément engagées dans une démarche d'amélioration continue de leurs pratiques en faveur de leurs principales parties prenantes.



Afin de répondre aux attentes de leurs sociétaires et administrateurs, de leurs collaborateurs, de leurs clients et de la société civile, les Banques Populaires ont créé en 2010 un outil leur permettant de rendre compte de leurs actions de responsabilité sociétale et coopérative et de piloter leur démarche : le Dividende Coopératif & RSE. Construit autour de la norme de référence internationale en matière de Développement Durable ISO 26 000, le Dividende Coopératif & RSE mesure les engagements concrets pris par les Banques Populaires à destination de leurs parties prenantes internes et externes. Ces actions correspondent

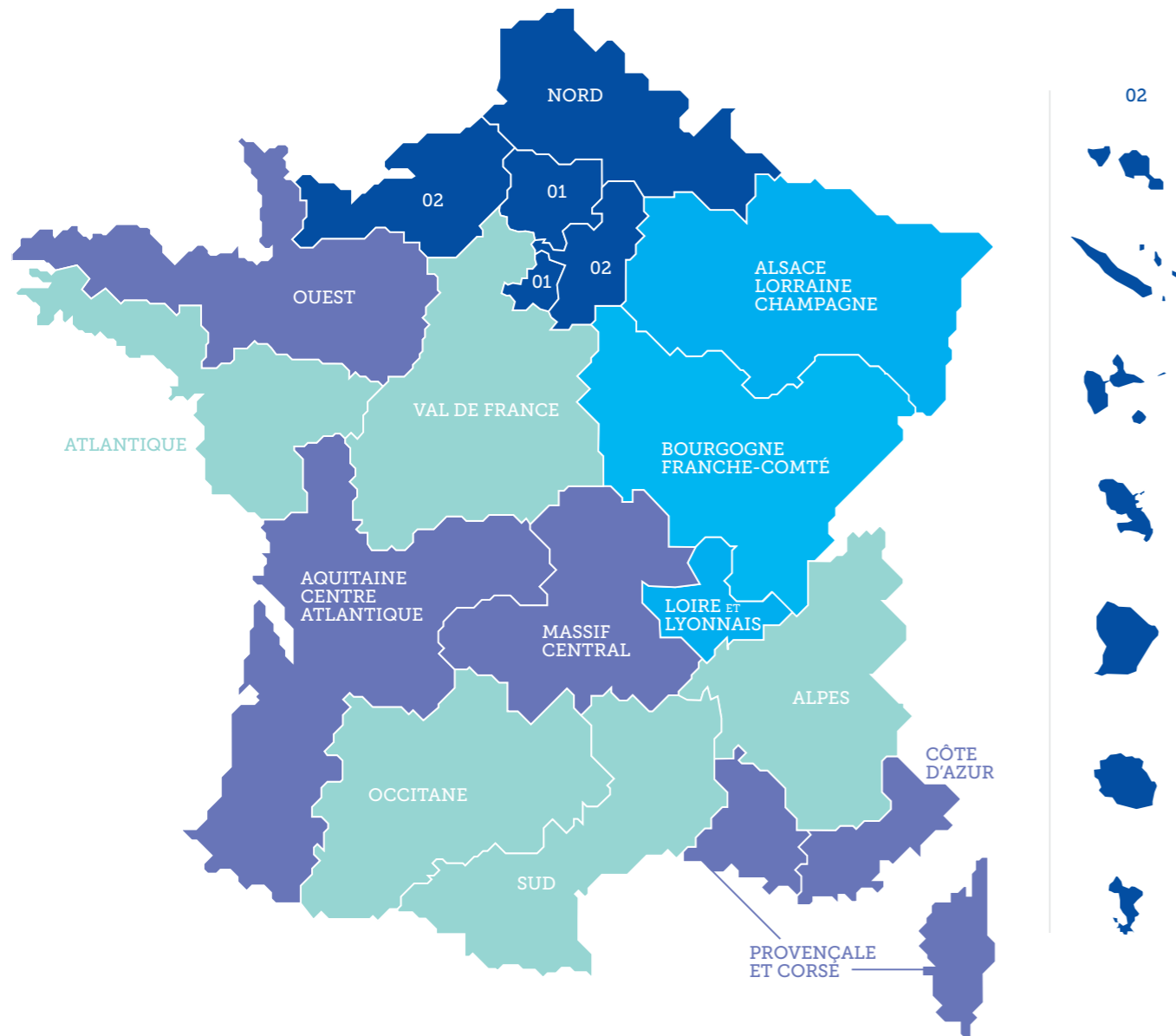
à trois des sept chapitres de l'ISO 26000 :

- Actions initiées en faveur des sociétaires, administrateurs et collaborateurs illustrant la **gouvernance coopérative** du réseau des Banques Populaires ;
- Engagements répondant aux attentes et aux besoins des clients visant à instaurer une meilleure **relation entre la banque et ses consommateurs** ;
- Actions entreprises en faveur de la société civile : le développement local et l'**engagement sociétal**.

Le réseau des Banques Populaires s'attache à mettre en avant une réelle

responsabilité, le **plus coopératif** : les actions qui sont mentionnées dans le Bilan Coopératif & RSE sont des engagements qui vont au-delà des obligations réglementaires, des engagements dont le but n'est pas commercial et qui dépassent l'exercice minimal du métier de banquier. C'est un vecteur d'innovation sociétale qui participe à l'amélioration continue des pratiques bancaires au service de la société et s'inscrit parfaitement dans le thème de la RSE en adoptant une attitude proactive qui ne se limite pas au simple respect de la réglementation en vigueur.

CARTOGRAPHIE DU RÉSEAU DES BANQUES POPULAIRES



Chaque banque est représentée sur la carte par une couleur correspondant à son orientation majeure



01 : RIVES DE PARIS
02 : BRED BANQUE POPULAIRE

1^{er}

- banquier principal des PME
- banquier du monde de la Franchise
- distributeur de prêts à la création d'entreprises
- du cautionnement mutuel de France

2nd

- banquier des artisans
- banquier auprès des professionnels

6,4 milliards d'euros
PNB du réseau

18
Banques Populaires

3,9 millions
de sociétaires

270
administrateurs

9,1 millions
de clients

31 155
collaborateurs

Gouvernance coopérative

- Participation des sociétaires : actions visant à rendre les sociétaires davantage acteurs de la vie de leur banque (clubs de sociétaires, Prix Initiatives Région...) ou à faciliter leur expression (plateforme de vote en ligne lors de l'Assemblée générale)
- Réunions de sociétaires : invitations de sociétaires à des soirées dédiées, réunions d'agence ou à des conférences organisées par la banque
- Formation des administrateurs : séminaires dédiés aux administrateurs Banque Populaire sur la réglementation bancaire et la RSE

+ Alsace Lorraine Champagne
Réunions de sociétaires

+ Bourgogne Franche-Comté
Réunions de sociétaires

+ Loire et Lyonnais
Participation des sociétaires

Relation aux consommateurs

- Produits durables ou solidaires : mise à disposition des clients d'offres en faveur d'activités respectueuses de l'environnement, ou en faveur de l'insertion et de la solidarité
- Inclusion et pédagogie bancaire : soutien temporaire aux clients confrontés à un accident de la vie ou actions permettant aux personnes en situation de handicap de bénéficier normalement des services bancaires

+ Alpes
Produits durables ou solidaires

+ Atlantique
Produits durables ou solidaires

+ Occitane
Inclusion et pédagogie bancaire

+ Sud
Inclusion et pédagogie bancaire

+ Val de France
Inclusion et pédagogie bancaire

Engagement sociétal

Inclusion bancaire, Insertion et emploi, Promotion de l'Économie Sociale et Solidaire

- Promotion de l'Économie Sociale et Solidaire, de la RSE et de la finance solidaire : accompagnement d'actions en faveur d'une économie plus respectueuse de l'homme et de son environnement
- Insertion, emploi et solidarité : actions de lutte contre le handicap, soutien aux structures d'insertion et d'aide à l'emploi, lutte contre l'exclusion sociale
- Aide à la création d'entreprises : accompagnement des créateurs d'entreprises et d'emplois sur le territoire, notamment via la microfinance

+ Bred
Insertion, emploi et solidarité

+ Crédit Coopératif
Promotion de l'ESS, de la RSE et de la finance solidaire

+ Nord
Aide à la création d'entreprises

+ Rives de Paris
Aide à la création d'entreprises

Patrimoine, Éducation et Recherche

- Culture et éducation : soutien d'événements culturels, d'organismes d'éducation et de recherche, actions en faveur de la pédagogie à destination de publics fragilisés

+ Aquitaine Centre Atlantique
Culture et Éducation

+ Casden Banque Populaire
Culture et Éducation

+ Côte d'Azur
Culture et Éducation

+ Massif Central
Culture et Éducation

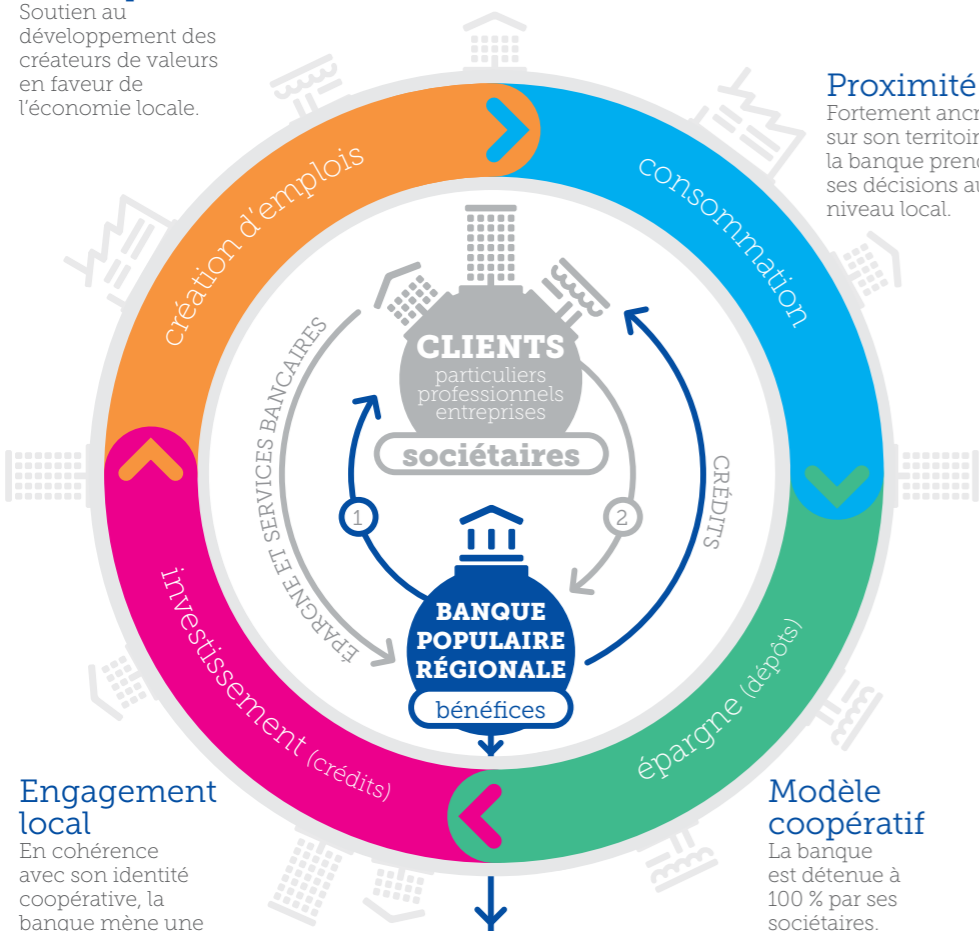
+ Ovest
Culture et Éducation

+ Provençale et Corse
Santé

LE MODÈLE COOPÉRATIF DES BANQUES POPULAIRES

Favoriser l'envie d'entreprendre
Soutien au développement des créateurs de valeurs en faveur de l'économie locale.

Proximité
Fortement ancrée sur son territoire, la banque prend ses décisions au niveau local.



- ① Rémunération des parts sociales
- ② Achat de parts sociales

Engagement local
En cohérence avec son identité coopérative, la banque mène une politique RSE sur son territoire : servir au mieux et dans la durée les intérêts de ses parties prenantes.

Modèle coopératif
La banque est détenue à 100 % par ses sociétaires.

réserves impartageables et non transmissibles



Les Banques Populaires sont des banques coopératives. Leur capital est détenu par les sociétaires. Toute personne, physique ou morale, peut en faisant l'acquisition d'une part sociale devenir sociétaire. Cela signifie qu'elle possède une partie du capital de sa banque, assiste à l'Assemblée générale de la banque, peut exprimer son opinion, vote les résolutions proposées par le Conseil d'administration, et élit les administrateurs.

L'activité d'une Banque Populaire se concentre sur la création de richesses et d'emplois dans sa région : choix de la proximité et de l'ancrage territorial. Les parts sociales ne permettent pas la spéculation. Leur rémunération annuelle par des intérêts est plafonnée par la loi. Elles s'achètent et se revendent au même prix. La Banque Populaire, conformément à ses valeurs de solidarité, met en réserve à l'issue de chaque exercice une partie de ses résultats au profit des générations futures.

STATISTIQUES ADMINISTRATEURS 2014



44% Chefs d'entreprises de plus de 10 salariés	16% Retraités
8% Professions libérales	8% Cadres administratifs et commerciaux d'entreprise
8% Artisans, commerçants et assimilés	5% Enseignement
3% Agriculteurs	4% Cadres fonction publique
2% N.C.	2% Divers

17% Industrie	13% Commerce
12% Activités spécialisées, scientifiques et techniques	11% Activités financières et d'assurance
8% Construction	8% Enseignement
8% Autres activités de services	4% Administration publique
4% Santé humaine et action sociale	4% Agriculture, sylviculture et pêche
3% Hébergement et restauration	3% Transports et entreposage
3% N.C.	2% Divers





33%
Élus de conseils régionaux et municipaux

25%
Membres des Chambres de commerce et d'industrie

14%
Membres du Conseil économique et social et environnemental et des CES régionaux

12%
Conseillers de la Banque de France

9%
Membres des Chambres de métiers et de l'artisanat

6%
Membres des tribunaux de commerce

1%
Conseillers du commerce extérieur



36%
Organismes professionnels adhérents

25%
Unions patronales

19%
Autres organisations patronales

7%
Medef

7%
Autres fonctions artisanales

6%
Union professionnelle artisanale

2014
27%

2013
26%

2012
18%

2011
12%



BANQUE POPULAIRE FÉDÉRATION NATIONALE

www.fnbp.fr



Émetteur

Fédération Nationale des
Banques Populaires, 100-104
avenue de France, 75646
Paris Cedex 13 – SIRET 521
948 059 00030 code NAF
F9499Z – Tel. : 01 58 40 69
73 – information@fnbp.fr.

Directeur de publication

Henri Lignon, Directeur
général de la FNBP.

Directeur de rédaction

Elisabeth Albert, Directeur
général adjoint, Stratégie et
Développement coopératif.

Rédacteur en chef

Simon Douailler, Chef de
projets Sociétariat et RSE.

Rédacteur

Romain Bénard, Chargé de
mission Sociétariat et RSE.

Coordination graphique et rédactionnelle

Céline Kech, Directeur
Communication / Audrey
Lecourt, Chargée de
Communication.

Conception + Réalisation & Pourquoi Pas ?

Accompagnement éditorial Watts-New

Impression

GDS Imprimeurs

Crédits photos

Banque Populaire Aquitaine
Centre Atlantique, Banque
Populaire des Alpes, Banque
Populaire Atlantique, Banque
Populaire Loire et Lyonnais,
Banque Populaire de l'Ouest,
Banque Populaire du Sud,
iStockphoto, Fotolia, Phovoir
Images, Photothèque Images
Banque Populaire, Adie,
Fédération Nationale des
Banques Populaires, CIBP,
©Luc Jennepin,
©Mathieu Mamontoff,
©Jean-Baptiste Millot,
©CHAIKANA,
©Esprit Bleu / Photo sotchi.
france-paralympique.fr;
©Jean-Jacques Bernier,
©François Berrué.

Remerciements

La Fédération Nationale des Banques Populaires souhaite remercier les collaborateurs et les clients des Banques Populaires qui ont contribué à la communication des données RSE de leur banque, ainsi que :

- Cédric Gardon, sociétaire de la Banque Populaire Loire et Lyonnais
- Michel Doly, administrateur de la Banque Populaire du Massif Central
- Michèle Montange, collaboratrice Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté
- Sophie Belin, collaboratrice Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique
- Frédérique Fanguin, Directrice de l'agence Tandem Entreprises de la Banque Populaire Val de France
- Anne Delafontaine, Directrice de l'agence Concordia de la Banque Populaire Rives de Paris
- Hervé Harnois, client de la Banque Populaire Atlantique
- Catherine Barbaroux, Présidente de l'Adie
- Sébastien Chaze, Directeur régional de l'Adie
- Nicolas Pruvost, Délégué Départemental Casden Banque Populaire et Directeur d'école
- Alain Vernet, Président de l'association *Roule ma frite 66*
- Olivier Varlet, Directeur général de *Matikem*
- Julien Bourgeois, administrateur de l'association *ESP'errance*
- Denis Lancelin, client à la BRED Banque Populaire
- Emmanuel Noguer, lauréat Handicap de la Fondation d'entreprise Banque Populaire