



LE GUIDE BLEU COOPÉRATIF & RSE 2019

LE LIVRET

EN 2019, LES BANQUES POPULAIRES ONT MENÉ PLUS DE 3 500 ACTIONS COOPÉRATIVES ET RSE* SUR LEURS TERRITOIRES.

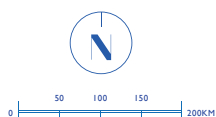
Rendez-vous sur le site du Guide Coopératif & RSE pour découvrir 28 de ces actions, deux par Banque Populaire, témoignages représentatifs de leur gouvernance coopérative et de leur engagement envers la société : www.guide-rse.banquepopulaire.fr/

Soutien à l'entrepreneuriat, initiatives solidaires, écoute des sociétaires, égalité femmes/hommes, protection de l'environnement... Ces 28 actions ont fait l'objet d'interviews. Vous les retrouvez positionnées sur la carte de France de ce livret.

*RSE : responsabilité sociétale de l'entreprise.



RETROUVEZ TOUS LES TÉMOIGNAGES
SUR LE SITE INTERNET
WWW.GUIDE-RSE.BANQUEPOPULAIRE.FR



**Émetteur
Fédération Nationale
des Banques Populaires**

76-78 avenue de France
75204 Paris cedex 13
SIRET 521 948 059 00030
Code NAF F9499Z
Tél. : 01 58 40 69 73
information@fnbp.fr

Directeur de publication

Michel Roux,
Directeur général de la FNBP

Directeur de rédaction

Laurent Bourguignat,
Directeur stratégie
et développement coopératif

Rédactrice

Florence Gamon,
de La Folle Entreprise

**Coordination graphique
et rédactionnelle**

Béatrice Vignon,
Directrice communication
Audrey Lecourt,
Chef de projet communication

Collecte des données

Chloé Renouf,
Chef de projet sociétariat et RSE

Conception, réalisation, mise en page

L'Atelier Cartographik

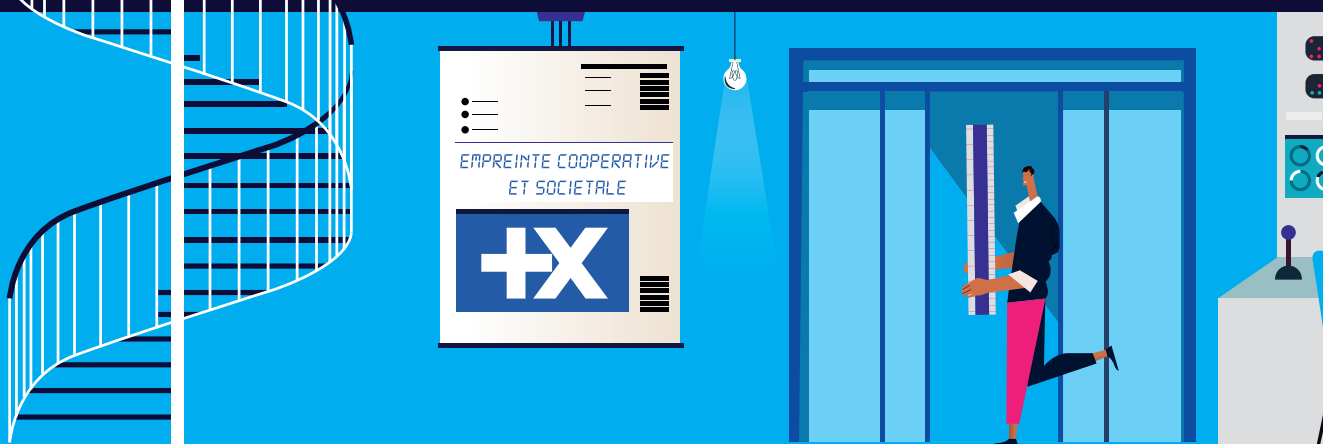
Impression

Deja Link

Le papier est issu de forêts gérées durablement.

SOMMAIRE

- 6 Engagement coopératif et RSE : résultats 2019**
98,7 millions d'euros investis dans les territoires
- 10 Gouvernance coopérative**
Renforcer le rôle des sociétaires, des administrateurs
et des collaborateurs
- 16 Relation aux consommateurs**
Proposer des produits et services adaptés à chaque client
- 22 Engagement sociétal**
Contribuer au développement économique et sociétal
des territoires
- 28 Environnement**
Préserver, sensibiliser et agir de manière durable
- 34 Relations et conditions de travail**
Agir en employeur responsable
- 40 Éthique des affaires**
Co-construire avec les fournisseurs
- 46 Droits des personnes**
Lutter contre toute forme de discrimination
- 52 Indicateurs coopératifs**
Les sept principes de l'Alliance coopérative internationale
- 56 Qui sont nos administrateurs ?**





ENGAGEMENT COOPÉRATIF ET RSE : RÉSULTATS 2019

98,7 MILLIONS D'EUROS INVESTIS DANS LES TERRITOIRES

Parce que leur modèle est coopératif depuis 100 ans, les Banques Populaires sont engagées en régions dans de multiples actions socialement responsables et respectueuses de l'intérêt général. Afin de mesurer et valoriser ces engagements en faveur des personnes et des organisations sur leurs territoires, elles ont créé en 2010 l'Empreinte Coopérative et Sociétale, outil de pilotage et de mesure élaboré autour de la norme de référence internationale en matière de RSE, l'ISO 26 000. Ces engagements des Banques Populaires constituent un véritable « plus coopératif », vecteur d'innovation sociétale et d'amélioration continue des pratiques bancaires au service de la société.

ZOOM SUR L'EMPREINTE COOPÉRATIVE ET SOCIÉTALE

L'Empreinte Coopérative et Sociétale mesure les initiatives concrètes et responsables menées par les Banques Populaires et les qualifie selon les sept chapitres de l'ISO 26 000 :

- **Gouvernance coopérative** : actions initiées en faveur des sociétaires, administrateurs et collaborateurs du réseau des Banques Populaires en matière de coopération ;
- **Relation aux consommateurs** : actions répondant aux attentes et aux besoins des clients, notamment en matière de produits durables ou solidaires et d'accessibilité de tous aux services et agences bancaires ;
- **Engagement sociétal** : actions entreprises en faveur de la société civile et du développement local ;
- **Environnement** : actions favorisant les modes de consommation durables, actions de réduction des pollutions et des déchets... ;
- **Relations et conditions de travail** : actions relatives à la qualité de vie et à l'organisation du temps de travail, au dialogue social, à la santé et à la sécurité des collaborateurs ;
- **Éthique des affaires** : actions destinées à améliorer les pratiques des affaires, notamment dans les relations avec les fournisseurs et sous-traitants ;
- **Droits des personnes** : actions contribuant à la promotion de la diversité, à l'égalité des chances et à la réduction des discriminations.

Les initiatives comptabilisées vont toutes au-delà des obligations réglementaires, ne concernent pas le cœur de métier de la banque et n'ont pas un objectif prioritairement commercial.

98,7 M€

répartis sur 3 590 actions

RÉPARTITION DE L'EMPREINTE COOPÉRATIVE ET SOCIÉTALE

RELATION AUX CONSOMMATEURS :

accessibilité des agences et services bancaires, clients fragiles financièrement, produits durables ou solidaires...

ÉTHIQUE DES AFFAIRES :

achats responsables, dialogue avec les fournisseurs...

ENVIRONNEMENT :

bâtiments écologiques, réduction de la consommation d'énergie, réduction des déplacements...

DROITS DES PERSONNES :

diversité, égalité des chances, égalité femmes/hommes...

ENGAGEMENT SOCIÉTAL :

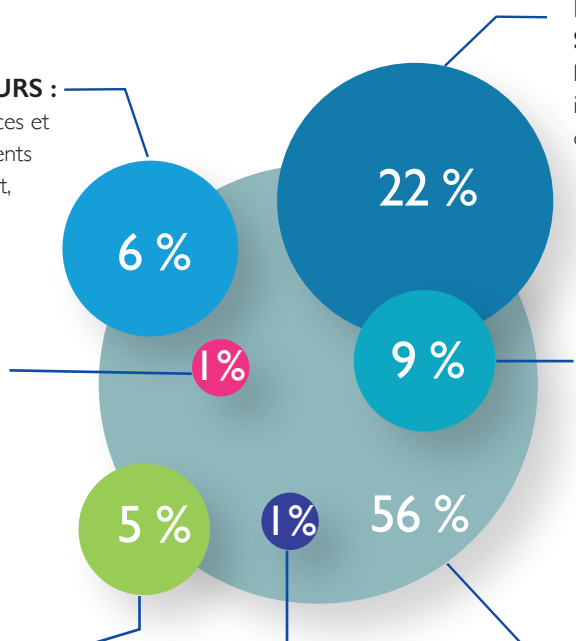
aide à la création d'entreprise, insertion et solidarité, culture et éducation...

GOUVERNANCE COOPÉRATIVE :

information et implication des sociétaires, formation des administrateurs, stratégie de RSE coopérative...

RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL :

qualité de vie au travail, développement des compétences, rémunération équitable...







GOUVERNANCE COOPÉRATIVE

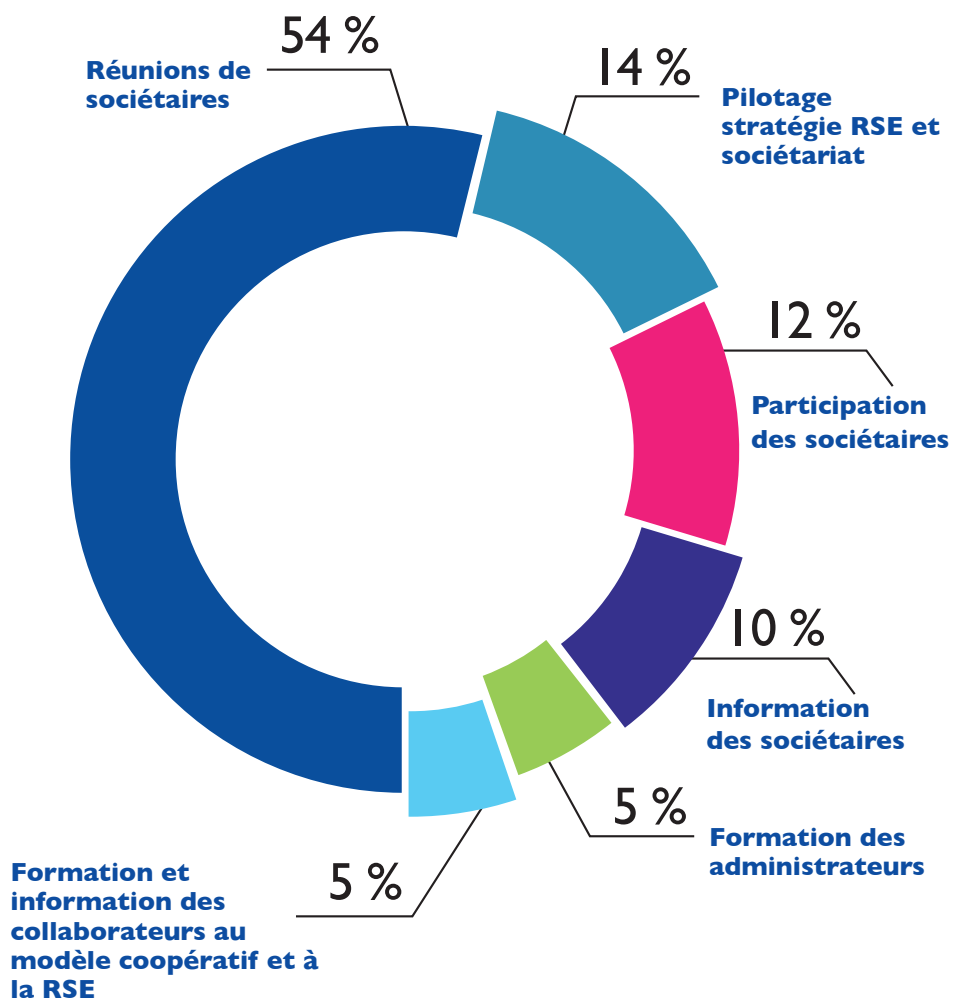
RENFORCER LE RÔLE DES SOCIÉTAIRES, DES ADMINISTRATEURS ET DES COLLABORATEURS

Les Banques Populaires sont des banques coopératives. Leur gouvernance repose sur trois acteurs majeurs : les sociétaires, les administrateurs et les collaborateurs. Les sociétaires sont des clients qui détiennent une partie du capital social de leur banque – via l’achat de parts sociales dont la rémunération est plafonnée – et qui participent aux assemblées générales. Les administrateurs quant à eux sont des sociétaires élus par leurs pairs ; ils prennent les décisions stratégiques lors des conseils d’administration et participent à différents comités. Enfin, les collaborateurs sont le relai du modèle coopératif et des valeurs Banque Populaire auprès des clients.

Plusieurs actions sont menées pour faire vivre et renforcer ce modèle de gouvernance. Les sociétaires sont informés des initiatives menées par la banque, ils peuvent participer à des réunions dédiées afin d’exprimer leur avis ou voter pour soutenir des projets locaux. La **Bred Banque Populaire** a par exemple organisé 36 réunions de sociétaires sur son territoire en 2019. Les administrateurs sont formés tout au long de l’année afin de renforcer l’expertise et les compétences nécessaires à l’exercice de leurs fonctions. Quant aux collaborateurs, ils sont sensibilisés à l’identité coopérative et à la démarche RSE, afin de mieux comprendre et valoriser les spécificités du modèle.

8,7 M€

DÉDIÉS À LA GOUVERNANCE COOPÉRATIVE



À RETENIR

730
réunions de sociétaires

9,3 heures de formation
en moyenne par administrateur

4 Banques Populaires
intègrent des
critères liés à la RSE
dans leur contrat d'intéressement ou de participation



Recherche sur la RSE

Accueil d'une doctorante

La Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne conjugue Recherche et Développement et RSE

Sur le chemin de la Responsabilité Sociétale des Entreprises dès 2011, première banque du Groupe BPCE à être engagée RSE 26 000 en 2014, la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne poursuit sa démarche innovante en devenant la première Banque Populaire à accueillir une doctorante en Sciences de Gestion sur cette thématique de la RSE, Emmanuelle Flores.

Vous avez intégré la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne pour réaliser votre thèse en contrat CIFRE. Pourquoi ce choix ?

« Lorsque je me suis mise en quête d'une entreprise pouvant m'accueillir pendant trois ans en tant que doctorante salariée, j'ai naturellement privilégié dans mes recherches celles qui avaient une démarche RSE avancée. La Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne m'a été conseillée car elle fait preuve d'une démarche innovante référente au sein du Groupe BPCE. Mon projet de recherche et mon profil atypique ont intéressé Yves Sand, le directeur développement durable, RSE et innovations de la banque, et après quelques échanges avec lui et mon directeur de thèse pour co-construire notre sujet, j'ai intégré la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne en juillet 2018 en CDD. »

Sur quoi portent vos recherches ?

« En produisant des biens ou des services, en s'implantant sur un territoire, chaque entreprise génère des impacts économiques, sociaux et environnementaux, sources de risques et d'opportunités, en lien avec les parties prenantes. Lorsque l'on parle de parties prenantes, on considère aussi

bien les collaborateurs de l'entreprise, ses sociétaires, ses clients, ses fournisseurs, que les collectivités locales et institutions, les universités ou bien encore les ONG. Partant de ce constat, deux enjeux animent ma réflexion : le modèle coopératif permet-il de donner une dynamique différente à la RSE et comment élaborer une stratégie avec l'exhaustivité de ces parties prenantes ? »

Comment votre thèse va-t-elle pouvoir enrichir la réflexion de la Banque Populaire ?

« Ma thèse analyse ce que les différentes parties prenantes de la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne attendent de cette dernière en matière de RSE ainsi que leur satisfaction. Cela me permettra d'établir un outil dit « matrice de matérialité », qui évaluera les enjeux RSE en fonction de leur importance pour les parties prenantes et pour le développement de la banque. Parmi les sujets évalués figurent par exemple les conditions de travail des collaborateurs, le changement climatique ou bien encore la gouvernance. Ce travail sera intégré dans la Déclaration de Performance Extra-Financière et pourra venir alimenter les réflexions de la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne lors de l'établissement de son prochain plan stratégique triennal. »





RELATION AUX CONSOMMATEURS

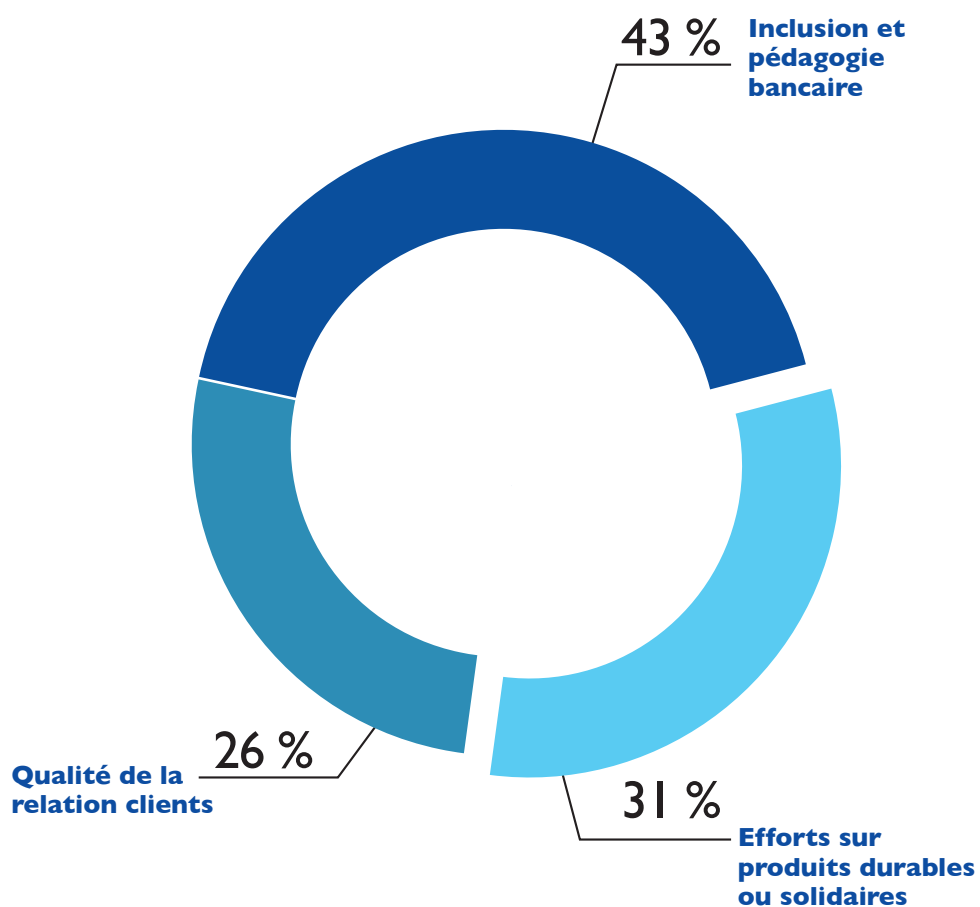
PROPOSER DES PRODUITS ET SERVICES ADAPTÉS À CHAQUE CLIENT

Les Banques Populaires s'attachent à prendre en compte les attentes et besoins de tous leurs clients et à maintenir une relation bancaire de qualité, à l'image du **Crédit Coopératif** qui a organisé en 2019 plusieurs rencontres ouvertes à tous pour échanger sur le rôle de la banque. Elles veillent également à lutter contre l'exclusion bancaire en proposant aux clients les plus fragiles, particuliers et professionnels, une offre et un accompagnement personnalisés. Des actions de sensibilisation et de pédagogie bancaire sont menées pour les aider à mieux maîtriser leur budget. Les Banques Populaires sont aussi attentives à l'inclusion bancaire des personnes en situation de handicap : des outils pour faciliter la mise en relation avec le conseiller ou adapter l'affichage d'un site web à différentes déficiences ont été déployés dans les banques.

En complément de ces services, les Banques Populaires proposent une gamme de produits durables, appelée gamme Vair, destinée à financer des travaux de rénovation énergétique de l'habitat ou l'acquisition de véhicules électriques par exemple. Des produits solidaires à destination de personnes en situation de handicap ou de victimes de catastrophes naturelles sont également proposés. Pour les clients qui souhaitent donner du sens à leur épargne, certains livrets sont spécifiquement dédiés au financement de l'économie locale ou de la transition énergétique. Ces produits durables ou solidaires font parfois l'objet d'avantages en termes de taux et de tarifs, promotions valorisées dans l'Empreinte Coopérative et Sociétale.

6 M€

DÉDIÉS À LA RELATION AUX CONSOMMATEURS



À RETENIR

7 Banques Populaires
disposent de services ou structures dédiés
à l'accompagnement de
clients fragiles

4 Banques Populaires
ont fait auditer
leurs pratiques RSE
selon la norme ISO 26 000

159 agences dans les
quartiers prioritaires
et 130 en zone rurale



EQWI

L'e-agence durable

Une agence dédiée à la croissance verte

Septembre 2019 : la Banque Populaire du Sud lance EQWI, la première agence en ligne dédiée au développement durable. Explications avec Julie Bérenguer, conseillère spécialisée en développement durable à l'agence EQWI, et François Jubeau, client de la première heure.

François Jubeau : « À la recherche d'un crédit pour l'achat d'un véhicule électrique personnel, je suis tombé par hasard sur EQWI. Je suis très engagé en faveur du développement durable et leur discours m'a plu : je les ai contactés et j'ai eu un premier retour dans l'heure. »

Julie Bérenguer : « Mon rôle est d'apporter aide et expertise en termes de transition durable. Engagée depuis plusieurs années dans des actions de réduction de la consommation de papier, de promotion du télétravail, de mise à disposition de véhicules électriques et de covoiturage, la Banque Populaire du Sud a voulu aller plus loin pour s'adapter aux nouveaux enjeux de consommation durable. Proposer une nouvelle offre bancaire dédiée était une évidence : avec EQWI, nous ne faisons pas de *greenwashing**. »

F.J. : « J'ai bien entendu réalisé une étude comparative avec d'autres banques : EQWI était très bien positionnée par rapport à ses concurrents, et surtout le taux annoncé n'était pas un produit d'appel, leur offre était transparente, l'assurance était incluse.

Je souhaitais un crédit sur 108 mois, ce qui n'était à priori pas possible, le crédit pour les véhicules électriques étant plafonné à 84 mois. Mme Bérenguer m'a écouté et a pu établir une proposition avec réactivité et professionnalisme. L'engagement en matière de RSE et les valeurs d'EQWI ont achevé de me convaincre. »

J.B. : « EQWI part d'une feuille blanche : je suis donc très attentive aux attentes de nos clients afin que l'agence s'adapte parfaitement à leurs projets. J'ai fait remonter la demande de M. Jubeau en proposant des solutions innovantes et nous avons pu lui répondre favorablement. EQWI compte aujourd'hui une cinquantaine de clients, dont une majorité de clients particuliers. Nous constatons au travers des demandes reçues un véritable intérêt pour l'acquisition de véhicules électriques. Cette expertise nous permet de faire évoluer l'offre de la Banque Populaire du Sud sur différents volets, mais aussi d'apporter un conseil aux autres agences sur les éco-prêts à taux zéro ou les fonds « Investissement Socialement Responsable » très réglementés. »

**Greenwashing : aussi nommé éco-blanchiment ou verdissage, le greenwashing est un procédé de marketing ou de relations publiques utilisé par une organisation dans le but de se donner une image de responsabilité écologique trompeuse.*





ENGAGEMENT SOCIÉTAL

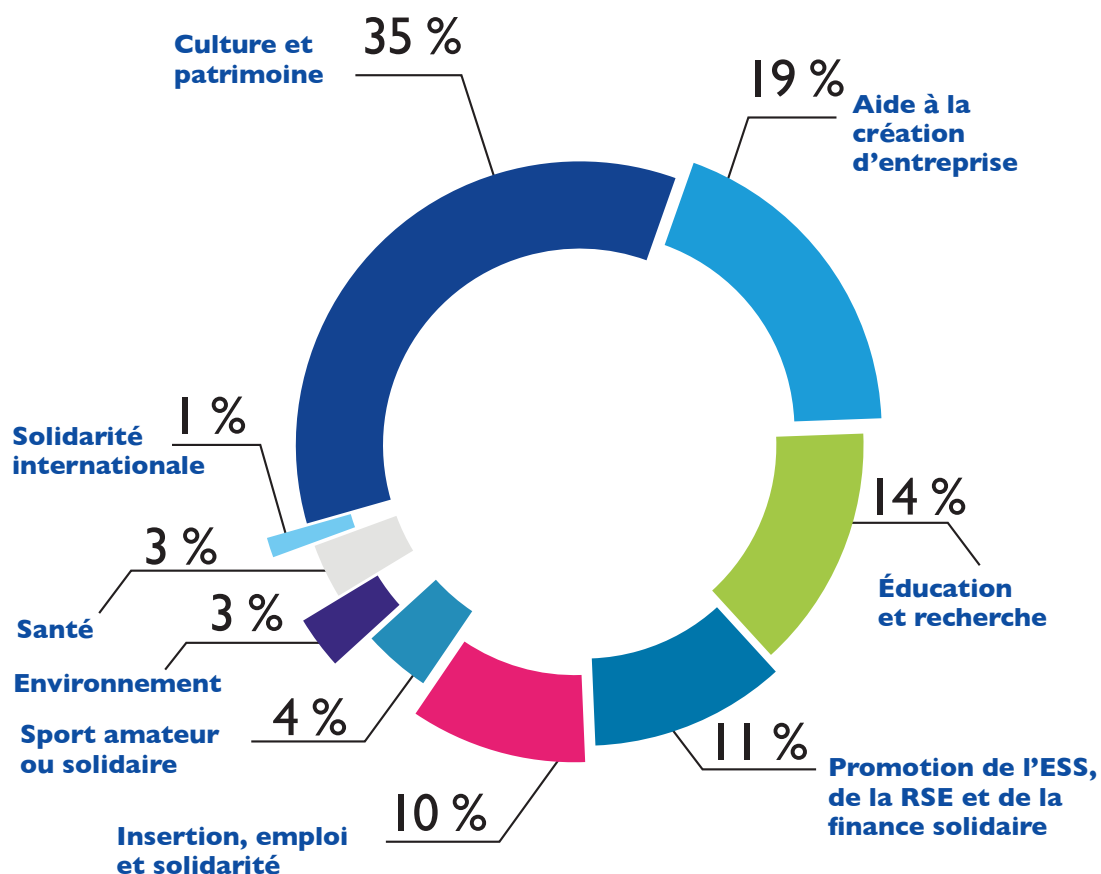
CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIÉTAL DES TERRITOIRES

Les Banques Populaires font du financement de l'économie locale leur principale mission. Au-delà de l'activité bancaire classique, elles soutiennent activement la vie associative de leur territoire, sur des thématiques telles que la culture et le patrimoine, l'éducation et la recherche, le sport, la santé, l'économie sociale et solidaire... Elles s'engagent aussi à contribuer à l'insertion et l'emploi des personnes défavorisées, en aidant au développement de structures de logement social ou en finançant les organismes qui luttent contre l'exclusion sociale ou économique.

Très axées sur l'entrepreneuriat de par leur histoire, les Banques Populaires soutiennent les structures de sensibilisation et d'accompagnement à la création d'entreprise pour tous les publics : jeunes, femmes, seniors et personnes en situation de précarité. La **Banque Populaire du Nord** a par exemple accordé 650 000 euros de lignes de refinancement à l'Adie en 2019 afin d'aider les micro-entrepreneurs à lancer leur activité. Parallèlement à ces partenariats, les Banques Populaires sont aussi actives auprès des Chambres de commerce et d'industrie et des Chambres de métiers et de l'artisanat, aux côtés desquelles des collaborateurs de la banque apportent leur expertise. L'esprit d'entreprendre est aussi véhiculé par la Fondation nationale, instrument de mécénat des 14 Banques Populaires, qui récompense des lauréats dans les domaines de la musique, du handicap et de l'artisanat d'art.

21,2 M€

DÉDIÉS À L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL



À RETENIR

4,1 M€ consacrés à l'aide à la création d'entreprise

28,9 M€ de lignes de crédits accordés
par les Banques Populaires à l'Adie dont elles sont les premiers financeurs

3,3 M€
dédiés à la **restauration de la Cathédrale Notre-Dame de Paris** *par l'ensemble des Banques Populaires*



BSB et Wintegreat

Une formation pour les réfugiés

Redonner vie aux projets professionnels des personnes réfugiées

Ils étaient instituteur, professeur de mathématiques, biologiste, maçon, diplômés en littérature étrangère ou en affaires juridiques... En quittant leur pays, ils ont tout perdu et ont pour la plupart été contraints d'abandonner leur rêve en arrivant en France.

Pour lutter contre ce fossé injustifiable entre le potentiel des personnes réfugiées et la réalité de leur situation, la Burgundy School of Business (BSB) de Dijon a signé le 19 septembre 2019 une convention de partenariat avec l'association Wintegreat. Créée en 2015, celle-ci s'est donnée pour mission de leur permettre de rebondir grâce à des programmes intensifs, gratuits et certifiants au sein des grandes écoles et universités.

Seule business school avec les grandes parisiennes, HEC, ESSEC et ESCP Europe, à s'inscrire dans cette initiative, BSB a ainsi accueilli de janvier à mi-mars 2020, 20 réfugiés, 4 femmes et 16 hommes de 18 à 42 ans. Ceux-ci ont bénéficié de 20h d'enseignement pendant 12 semaines, avec au programme des cours de français langue étrangère, d'anglais et de *soft skills** assurés par des professeurs de BSB et des professionnels en contrat avec Wintegreat. Des cours bonus leur ont également été donnés bénévolement par les professeurs de l'école sur des sujets aussi variés que

l'Europe, la gouvernance d'entreprise, la dette ou bien encore la liberté d'expression...

Dans le cadre de leur module obligatoire d'engagement citoyen « *Ma mission Lead for Change* », de nombreux étudiants se sont engagés comme « *coach/buddy* » pour permettre aux réfugiés de parler français et de partager des activités. Les participants ont également été encadrés par un mentor, professionnel actif, afin de les aider à construire leur réseau et leur projet professionnel.

Ce projet d'établissement est soutenu par la Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté, partenaire historique de BSB et de sa fondation d'entreprise, qui partage les mêmes valeurs de solidarité, d'ouverture au monde et de responsabilité sociétale : la banque est intervenue auprès de la promotion pour présenter la gestion des budgets et les enjeux de la relation bancaire.

**Les soft skills désignent les compétences humaines ou comportementales et s'opposent aux hard skills, qui désignent les compétences purement techniques.*

Informations recueillies auprès de Céline Soulas, professeur à la Burgundy School of Business de Dijon.





ENVIRONNEMENT

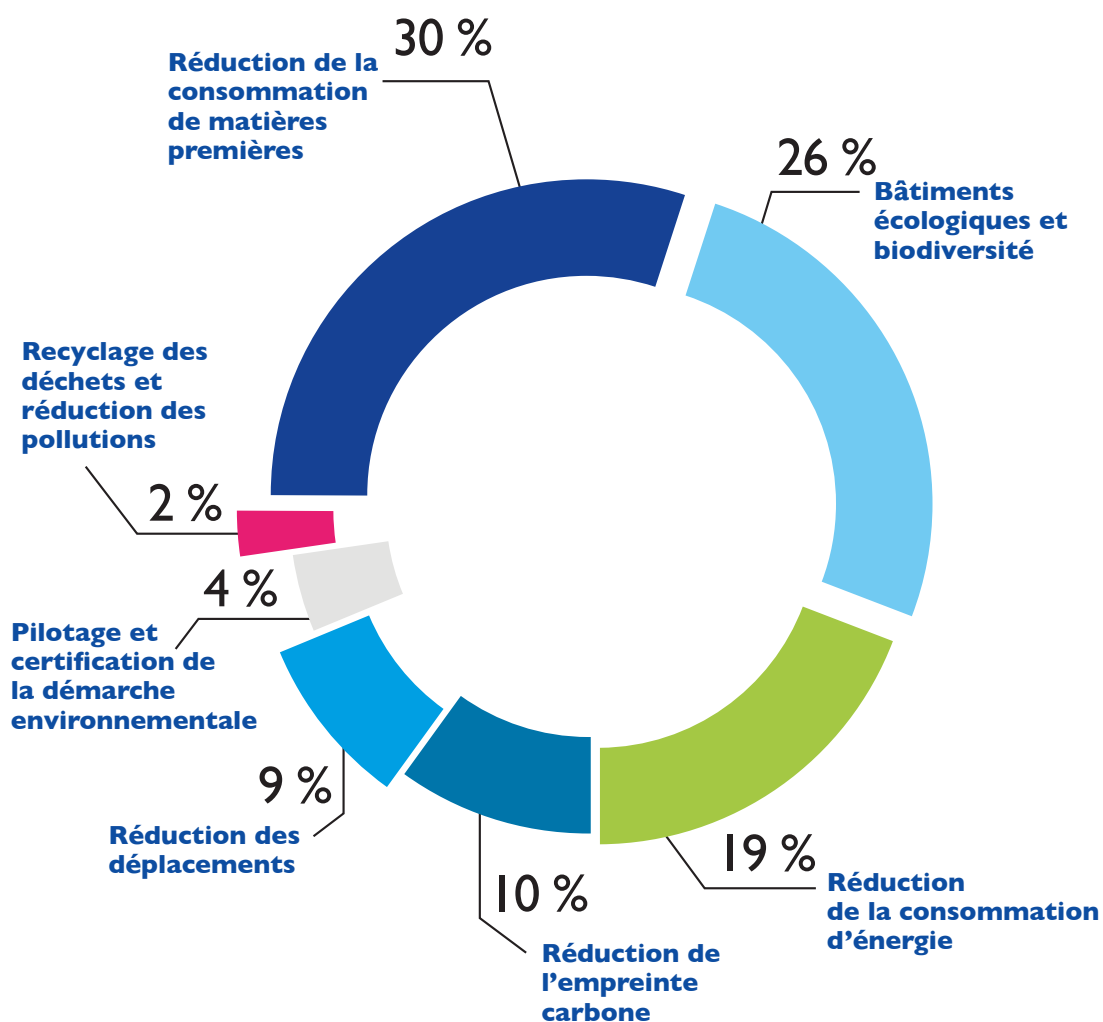
PRÉSERVER, SENSIBILISER ET AGIR DE MANIÈRE DURABLE

Les Banques Populaires ont intégré la dimension de développement durable dans leurs pratiques internes et s'engagent à réduire leur empreinte environnementale. Elles veillent à réduire leurs consommations de matières premières et d'énergie : des processus de dématérialisation ont été engagés dans toutes les Banques Populaires et un Bilan Carbone® est réalisé chaque année. Elles se mobilisent auprès de leurs collaborateurs pour limiter ou optimiser les déplacements professionnels. Des modes de transport plus durables sont par exemple proposés : covoiturage, mise à disposition de vélos et de véhicules électriques...

Conscientes des enjeux environnementaux, les Banques Populaires participent au financement d'associations locales de préservation de l'environnement et de sensibilisation, sur des thématiques telles que l'eau, l'énergie et les transports. Elles soutiennent par exemple des initiatives de promotion de l'éco-mobilité, de protection de lieux naturels, de sensibilisation à la protection de la biodiversité, à la gestion des ressources naturelles et aux énergies renouvelables. Ces actions peuvent prendre la forme de mécénat, comme pour l'association française d'agroforesterie soutenue par la **Fondation Banque Populaire Occitane**, mais aussi de subventions ou de prix remis par les banques pour récompenser des actions innovantes en matière de protection de l'environnement.

5,1 M€

DÉDIÉS À L'ENVIRONNEMENT



À RETENIR

7 Banques Populaires
disposent de **12 immeubles**
certifiés ou éco-labellisés,
soit plus de 104 000 m²

7 Banques Populaires
ont souscrit à une **offre**
d'électricité
100 % renouvelable

4 Banques Populaires
encouragent financièrement
leurs collaborateurs à se **déplacer à**
vélo



Mobilité

L'autopartage interentreprises

La Banque Populaire Val de France innove pour réduire son empreinte carbone

Membre du Club Climat Énergie de la communauté d'agglomération de Saint-Quentin-en-Yvelines, association qui réunit 25 entreprises et promeut des questions relatives au climat et à l'énergie sur le territoire de Saint-Quentin, la Banque Populaire Val de France s'est engagée en 2019 dans le projet de partage de véhicules interentreprises « SQY Share ».

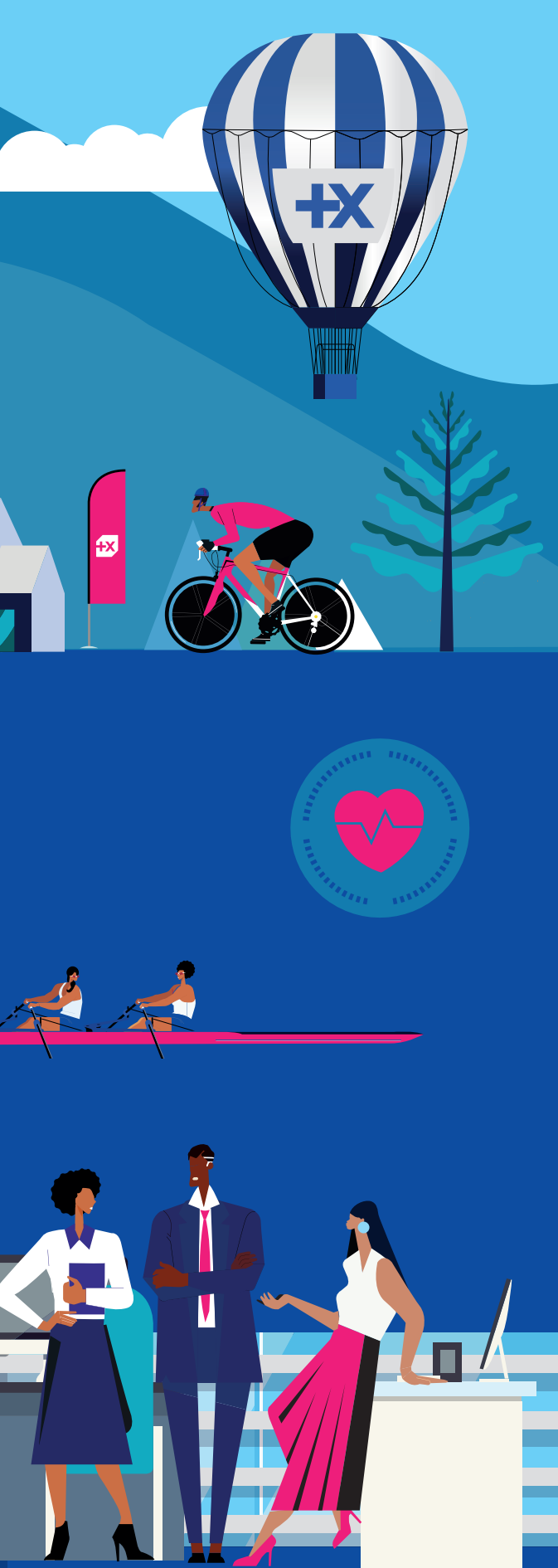
Fin 2020, six véhicules électriques, quatre hybrides et trois bornes de rechargement seront mis à disposition des salariés des trois entreprises partenaires : la Banque Populaire Val de France, Enedis et LEONI. Ceux-ci pourront réserver l'un des véhicules grâce à une application web disponible sur smartphone et le garer sur des places de parking dédiées, aménagées à proximité des sites. Chaque entreprise sera ensuite facturée en fonction de la distance parcourue.

Collaboratif et innovant, « SQY Share » permettra à la fois d'optimiser le parc de chaque entreprise et de réduire les émissions de gaz à effet de serre et les frais liés aux déplacements en voiture personnelle.

Cette action s'inscrit dans la politique de réduction de l'empreinte carbone de la Banque Populaire Val de France, qui s'est déjà traduite par la signature d'un nouvel accord de télétravail en septembre 2019, par l'équipement de tous les collaborateurs en PC portables et le déploiement d'outils de travail à distance, ainsi que par la mise en place d'une flotte de 16 véhicules hybrides et électriques en libre accès sur les sites de Saint-Quentin-en-Yvelines et de Tours.

Informations recueillies auprès de Stéphanie Chevallier, chef de projet à la Banque Populaire Val de France.





RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL

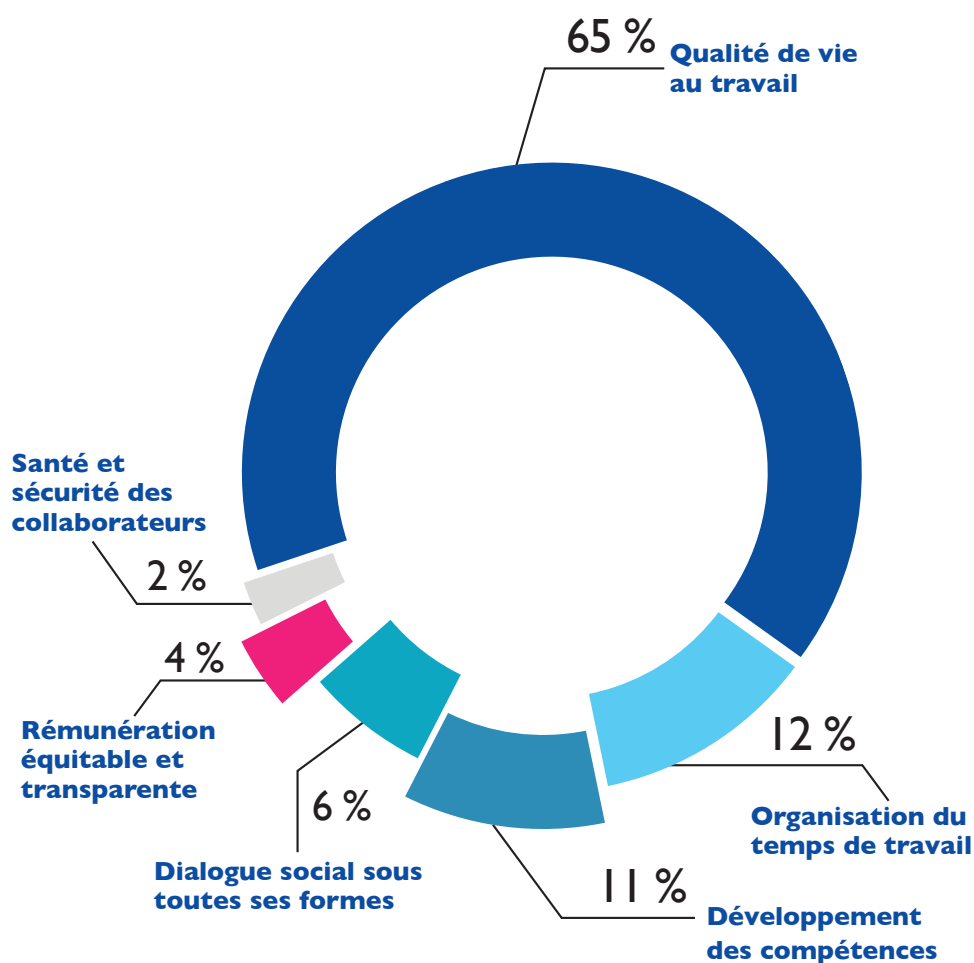
AGIR EN EMPLOYEUR RESPONSABLE

Parce que le dynamisme d'une entreprise repose avant tout sur ses collaborateurs, les Banques Populaires veillent à la qualité des conditions de travail qu'elles offrent. Cette vigilance ne s'arrête pas au respect du droit du travail. L'attention portée aux collaborateurs va bien au-delà des obligations des Banques Populaires en leur qualité d'employeurs et se concrétise à de multiples niveaux. Que ce soit dans l'organisation du temps de travail, dans le recours à de nouvelles méthodes de management, ou à travers des exigences en matière de rémunération équitable, les Banques Populaires multiplient les initiatives afin de renforcer compétences et engagement de leurs collaborateurs.

Les Banques Populaires prennent ainsi un soin particulier à l'accueil des nouveaux embauchés avec des séminaires spécifiques, à la formation tout au long du parcours professionnel, parfois dans des écoles dédiées, à l'association des salariés aux décisions de l'entreprise, mais aussi à la prise en compte de problématiques de parentalité ou d'enjeux de santé (physique et psychologique) auxquels peuvent être confrontés leurs collaborateurs. La solidarité, valeur coopérative, s'incarne dans des dispositifs tels que le don de jours de repos par la banque ou entre salariés à destination des aidants. La **Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes** a par exemple organisé une collecte de dons en faveur de la recherche médicale lors d'un défi sportif en équipes, mêlant bien-être au travail et solidarité.

55,5 M€

DÉDIÉS AUX RELATIONS ET AUX CONDITIONS DE TRAVAIL



À RETENIR

35,8 M€

consacrés à **l'amélioration de
la qualité de vie au travail**
des collaborateurs

Près de 1,5 M€

dédié à des **formations
diplômantes** *pour les collaborateurs*

5 Banques Populaires
ont mis en place un dispositif solidaire
**de dons de jours de repos
entre salariés**



L'innovation collaborative

DynamiGO

La Banque Populaire Grand Ouest fait le pari de l'intelligence collective

Ambassadrice de DynamiGO, Marie-Annick Mevel, directrice de projets, présente cette démarche innovante qui fait bouger les lignes au sein de la Banque Populaire Grand Ouest.

Quels sont les fondamentaux de la démarche DynamiGO ?

« Ils sont au nombre de deux : la création de valeur et l'intelligence collective. La création de valeur tout d'abord, car les enjeux de la Banque Populaire Grand Ouest sont à la fois de trouver de nouveaux relais de croissance et de gagner en efficacité opérationnelle. DynamiGO permet à tout collaborateur, sur la base du volontariat, de se saisir d'un sujet qui l'anime, qui le concerne, qui le touche, même en dehors de son champ d'activité, et de constituer un groupe de volontaires, nommés les AmiGOs. Cette méthode souple permet de faire germer l'idée, la concrétiser et ainsi devenir co-auteur de l'histoire de la banque, en complémentarité de son activité quotidienne, et avec des collègues engagés qui ne se côtoieraient pas forcément.

Ce fonctionnement est indissociable de l'intelligence collective : de 40 « pionniers » début 2019, nous sommes aujourd'hui passés à 90 AmiGOs engagés, avec quatre ambassadeurs, animateurs et facilitateurs de la démarche. Chaque idée est pitchée, débattue, enrichie grâce à une large consultation et à la mobilisation d'experts métiers de la banque et de partenaires. Tout ceci pour la rendre robuste. Une présentation auprès de la direction générale permet alors de valider l'idée et d'allouer des moyens pour l'industrialiser.

L'objectif est de faire la preuve du concept et de transformer l'idée en réalité. ».

Quels sujets ont émergé des réflexions ?

« Ils sont très variés et concernent tant des questions internes comme la refonte de l'intranet ou la fonction des espaces de travail, que de nouveaux services que nous souhaitons proposer à nos clients. Deux projets ont reçu le feu vert de notre direction : le premier concerne l'élaboration d'une offre complémentaire de courtage d'assurances, le second, un carnet d'adresses d'entreprises recommandées par la banque à destination des clients professionnels. Des tables rondes ont été organisées avec les clients pour valider l'intérêt qu'ils pouvaient porter au développement de cette nouvelle plateforme de services.

Parallèlement, dix projets sont en cours d'idéation et sept autres en sont encore aux prémices de l'idée : chaque nouvelle séance de créativité et chaque rencontre avec les membres de la direction nous confortent dans la légitimité de DynamiGO pour inventer collectivement l'avenir de la Banque Populaire Grand Ouest. »





ÉTHIQUE DES AFFAIRES

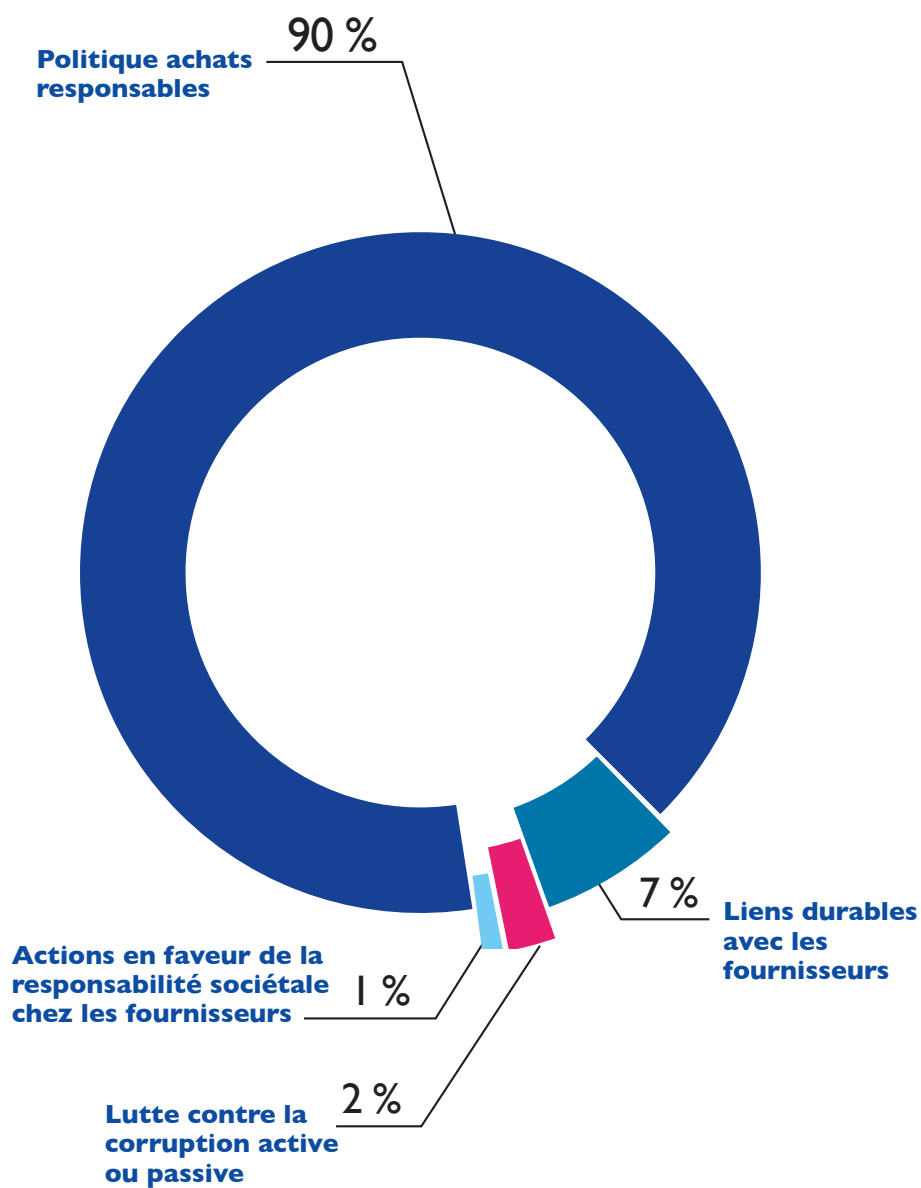
CO-CONSTRUIRE AVEC LES FOURNISSEURS

Les Banques Populaires participent à la lutte contre la corruption active ou passive, à la promotion de pratiques de concurrence loyale et à l'amélioration continue des achats responsables. C'est sur ce dernier volet qu'elles mènent de nombreuses actions au-delà de toute obligation légale. Que ce soit en choisissant des fournisseurs plus responsables, en encourageant les politiques RSE chez leurs prestataires ou en entretenant des liens durables et vigilants avec eux, les Banques Populaires visent sans cesse à améliorer leurs pratiques d'achats responsables.

De manière très concrète, cette éthique passe par une politique volontariste d'achats auprès de fournisseurs locaux, mais aussi auprès du secteur adapté et protégé (STPA), qui emploie des personnes en situation de handicap. Les Banques Populaires accueillent ainsi tour à tour le colloque PHARE qui réunit personnes en charge des achats dans les banques et acteurs du STPA. Par ailleurs, plusieurs Banques Populaires intègrent des critères d'évaluation RSE dans leurs questionnaires fournisseurs, insèrent des clauses développement durable dans leurs contrats et forment leurs collaborateurs à l'éthique des achats. Elles prêtent également une attention particulière à l'absence de dépendance des fournisseurs et à la réduction des délais de paiement. En complément de la signature de la charte « Relations fournisseurs et achats responsables » par le Groupe BPCE, deux Banques Populaires, dont la **Banque Populaire Rives de Paris**, se sont vu décerner le label du même nom, gage de maturité sur le sujet.

I M€

DÉDIÉ À L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES



À RETENIR

2 Banques Populaires *labellisées* **« Relations Fournisseurs Responsables »**

76 % des fournisseurs
des Banques Populaires sont **implantés**
sur leur territoire

73 % des achats
des Banques Populaires se font auprès
de fournisseurs d'entreprises
de taille petite, moyenne et
intermédiaire (PME et ETI)



Secteur du travail protégé et adapté (STPA)

Achats responsables

Conjuguer engagement social et performance économique

Interview croisée : Linda Cané, chargée des relations sociales à la Banque Populaire Méditerranée, et Renaud Briard, responsable des achats.

La Banque Populaire Méditerranée a été classée première des Banques Populaires en 2019 en matière d'emploi global et direct des personnes en situation de handicap. Pouvez-vous nous en dire plus ?

Linda Cané : « Avec un taux d'emploi direct de 6,69 %*, la banque s'engage fortement sur ce sujet. En 2019, nous avons conduit 28 actions en matière de handicap dont 23 de maintien à l'emploi. Nous avons aussi mené des actions de sensibilisation à l'attention de nos collaborateurs avec notre partenaire APF France handicap. Nous travaillons avec l'entreprise adaptée Aktisea, un acteur innovant du sourcing de candidats en situation de handicap. Nous associons ainsi emploi direct et indirect ! »

Comment le recours aux entreprises du Secteur du Travail Protégé et Adapté (STPA), qui emploient majoritairement des personnes en situation de handicap, s'intègre-t-il à la politique achats de la banque ?

Renaud Briard : « En 2019, la banque a eu recours à de la sous-traitance et à de la cotraitance à travers une quinzaine d'entreprises du STPA. Cet emploi indirect a représenté 12 % de l'emploi total de personnes en situation de handicap de

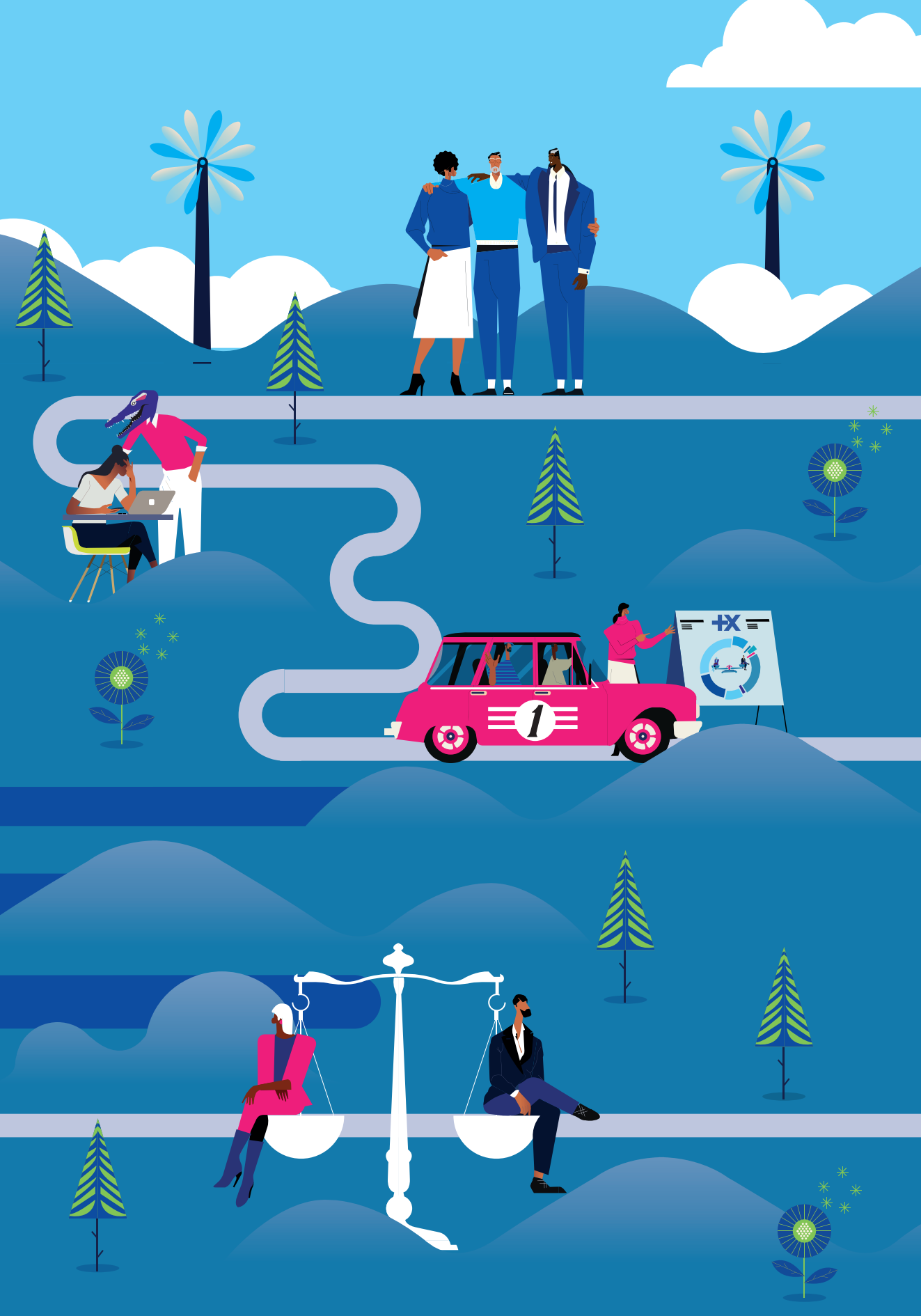
la banque. Travailler avec le STPA est une valeur forte et ancienne que nous avons formalisée au sein de notre politique achats avec l'intégration systématique, quand la thématique le permet, de ces entreprises lors des consultations, en complément des fournisseurs locaux et des fournisseurs référencés par le Groupe BPCE. »

Est-il possible d'aller plus loin ?

R.B. : « Toujours ! Nous avons à cœur de continuer à identifier de nouvelles « pépites » du STPA et de les faire connaître de nos équipes et collègues du Groupe. Ainsi présentons-nous chaque année un ou deux fournisseurs aux Trophées du Groupe BPCE qui récompensent une dizaine de prestataires sur les 56 000 que compte le Groupe. Lors des derniers trophées, deux de nos fournisseurs ont été primés : une joie pour eux comme pour nous !

En juin 2019, nous avons accueilli le colloque Phare BPCE (Politique Handicap et Achats Responsables). Ce fut l'occasion de mettre à l'honneur une vingtaine de fournisseurs à travers des retours d'expérience et des pitches, et de favoriser les opportunités d'affaires. Ainsi avons-nous pu identifier, pour la Banque Populaire Méditerranée, de nouveaux partenaires STPA avec qui nous travaillons depuis. »

*La réglementation impose aux entreprises de plus de 20 salariés un taux d'emploi des personnes en situation de handicap fixé à 6 % de l'effectif. Selon l'Agefiph, en 2019, seulement 30 % des entreprises remplissent leurs obligations.





DROITS DES PERSONNES

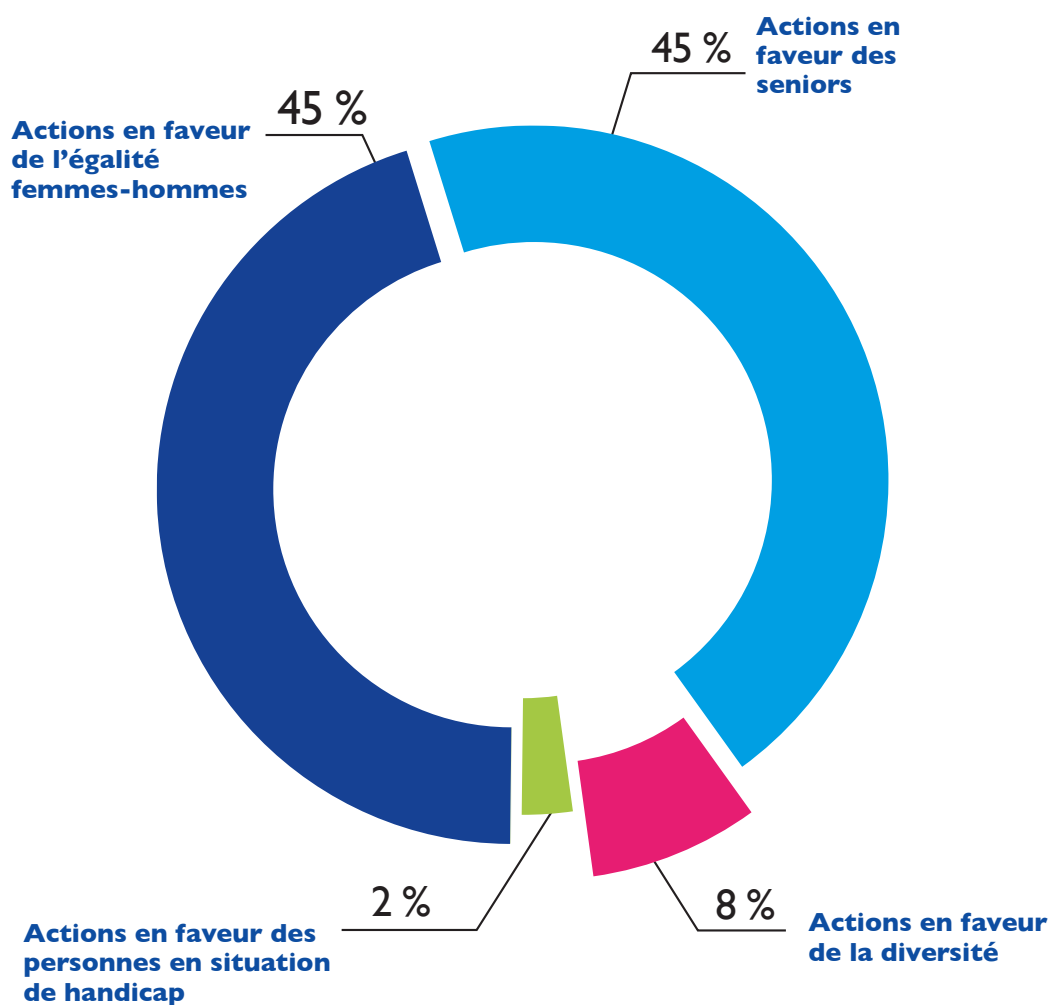
LUTTER CONTRE TOUTE FORME DE DISCRIMINATION

Quelles que soient les personnes concernées, qu'il s'agisse de collaborateurs, de clients ou de fournisseurs, les Banques Populaires accordent une attention particulière au respect des droits fondamentaux de l'Homme. Au-delà d'une application évidente des lois, les actions qu'elles mènent s'inscrivent dans une volonté de promotion de la diversité, d'égalité des chances et de réduction des discriminations. Ainsi, sur le plan de l'égalité femmes-hommes, huit banques sont labellisées sur le sujet de l'égalité professionnelle et cinq ont mis en place une commission dédiée. Huit s'appuient par ailleurs sur un référent mixité. La **Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique** a par exemple participé à un jeu citoyen en tant qu'entreprise étape engagée en faveur de l'égalité professionnelle. Les Banques Populaires soutiennent également des réseaux féminins internes qui offrent des formations et du mentorat dédié aux femmes.

En matière de handicap et de santé, les Banques Populaires participent activement à la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées. Elles sont aussi six à avoir adhéré au réseau Cancer@Work pour accompagner au mieux leurs collaborateurs touchés par la maladie. Vis-à-vis des seniors, elles ont mis en place des dispositifs de transition vie professionnelle-retraite, tels que des formations ou des majorations salariales pour les temps partiels. Plus généralement, elles mettent en place des indicateurs de suivi sur les sujets d'égalité des chances et de non-discrimination et sensibilisent leurs collaborateurs aux stéréotypes racistes et sexistes.

1,2 M€

DÉDIÉ AUX DROITS DES PERSONNES



À RETENIR

8 Banques Populaires
sont labellisées sur le sujet de
l'égalité professionnelle

7 Banques Populaires
ont mis en place des dispositifs de
majoration salariale pour
les seniors

7 Banques Populaires
soutiennent des **associations de**
réseaux féminins *dans leur*
banque



Prévention en entreprise

Sensibiliser aux attitudes déplacées

La CASDEN dit stop aux comportements « relous »

Victime, témoin ou parfois acteur, chacun peut être concerné par les comportements « relous », que ce soit dans les transports, dans sa sphère familiale ou bien encore dans son entreprise. Comment prévenir et gérer ces comportements, c'est l'objectif de l'opération lancée par la CASDEN Banque Populaire en partenariat avec l'ADOSEN Prévention Santé MGEN.

Pour travailler sur ce sujet complexe, parfois tabou, qui touche tant la qualité de vie au travail et la lutte contre les discriminations que l'égalité professionnelle, sept ateliers de réflexion ont été animés par l'ADOSEN de septembre à décembre 2019 : quatre réservés aux collaborateurs de la CASDEN et trois à l'attention de l'ensemble des managers.

Plus d'une centaine de personnes ont échangé en toute liberté sur la définition des comportements « relous », et travaillé sur l'identification des situations de harcèlement et les moyens d'intervenir, notamment en mobilisant la direction des ressources humaines. Le rôle du manager a fait l'objet d'une réflexion poussée portant sur sa responsabilité face à de tels comportements et l'influence liée à son statut.

Un atelier mixte réunissant les managers et collaborateurs ayant participé aux précédents échanges est venu compléter la démarche en janvier 2020, afin d'élaborer collectivement des solutions, des règles et des supports de sensibilisation.

Une bande dessinée devrait être ainsi réalisée à l'automne prochain afin de dédramatiser le sujet et faciliter son appréhension par l'ensemble des salariés de la CASDEN.

Informations recueillies auprès de Stéphane Lotz, directeur des ressources humaines à la CASDEN Banque Populaire.

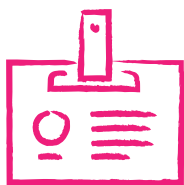




INDICATEURS COOPÉRATIFS

LES SEPT PRINCIPES DE L'ALLIANCE COOPÉRATIVE INTERNATIONALE

L'ALLIANCE COOPÉRATIVE INTERNATIONALE (ACI) EST À L'ORIGINE DES SEPT GRANDS PRINCIPES QUI SONT AUJOURD'HUI LA RÉFÉRENCE MONDIALE DES COOPÉRATIVES.



Principe 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.

33 % des clients Banque Populaire sont sociétaires (hors Bred, Crédit Coopératif et Casden Banque Populaire).

4,6 millions de sociétaires au sein des 14 Banques Populaires dont :

86 % de sociétaires particuliers.

13 % de professionnels.

1 % d'entreprises et associations.

Près de 115 000 nouveaux sociétaires en 2019.



Principe 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 des parts sociales bas.

2 270 € : montant moyen de parts sociales détenues par sociétaire.

17 € : valeur moyenne d'une part sociale.

15 % des sociétaires ont voté lors des assemblées générales ordinaires ou mixtes.

Représentation des sociétaires :

225 administrateurs d'un âge moyen de 61 ans.

16 censeurs.

8 réunions de conseil d'administration en moyenne par banque.

15 réunions de comités spécialisés issus du conseil d'administration en moyenne par banque.

85 % de participation des administrateurs aux conseils d'administration.

45,5 % de femmes administratrices.

24 % de femmes présidentes ou vice-présidentes de conseil d'administration.



Principe n°3

Participation économique des membres

1,50 % de rémunération des parts sociales en 2019.

16,6 % du résultat net redistribué sous forme d'intérêts aux parts sociales (moyenne des Banques Populaires en 2018 validée en AG 2019).

85 % des sociétaires économiquement actifs au sein de leur coopérative.

Un montant de détention du capital par sociétaire plafonné.

8,9 % des sociétaires détiennent 50 % du capital de leur Banque Populaire.



Principe n°4

Autonomie et indépendance

100 % du capital social des Banques Populaires est détenu par les sociétaires.



Principe n°5

Éducation, formation et information

6,3 M€ de dépenses consacrées à la vie coopérative et à la communication aux sociétaires.

568 réunions de sociétaires de proximité (de 10 à 50 sociétaires).

150 réunions de sociétaires réunissant entre 50 et 600 sociétaires.

12 réunions de sociétaires réunissant entre 600 et 3 000 sociétaires.

76 % des nouveaux collaborateurs formés au modèle coopératif des Banques Populaires.

77 % des administrateurs formés par la Fédération Nationale des Banques Populaires et leur banque.



Principe n°6

Coopération entre les coopératives

Le réseau des Banques Populaires est membre fondateur de la CIBP qui regroupe des banques coopératives dans le monde, membre de Coop FR et du Conseil Supérieur de la Coopération.

10 Banques Populaires soutiennent la Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire de leur territoire.



Principe n°7

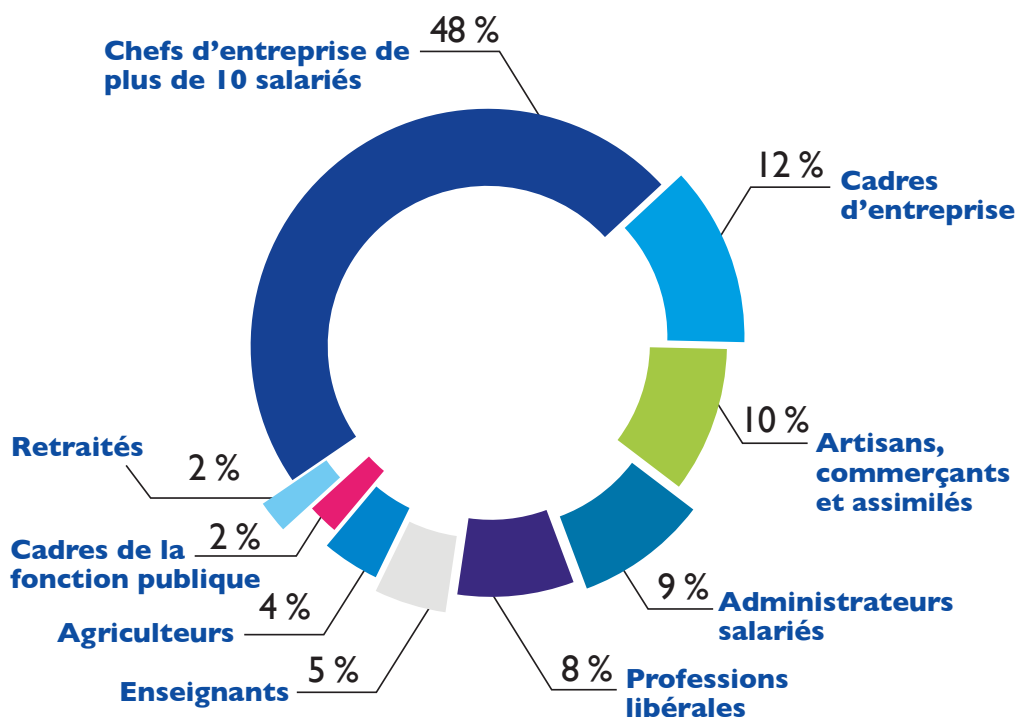
Engagement envers la communauté

9 Banques Populaires ont remis des prix à des associations sur vote des sociétaires.

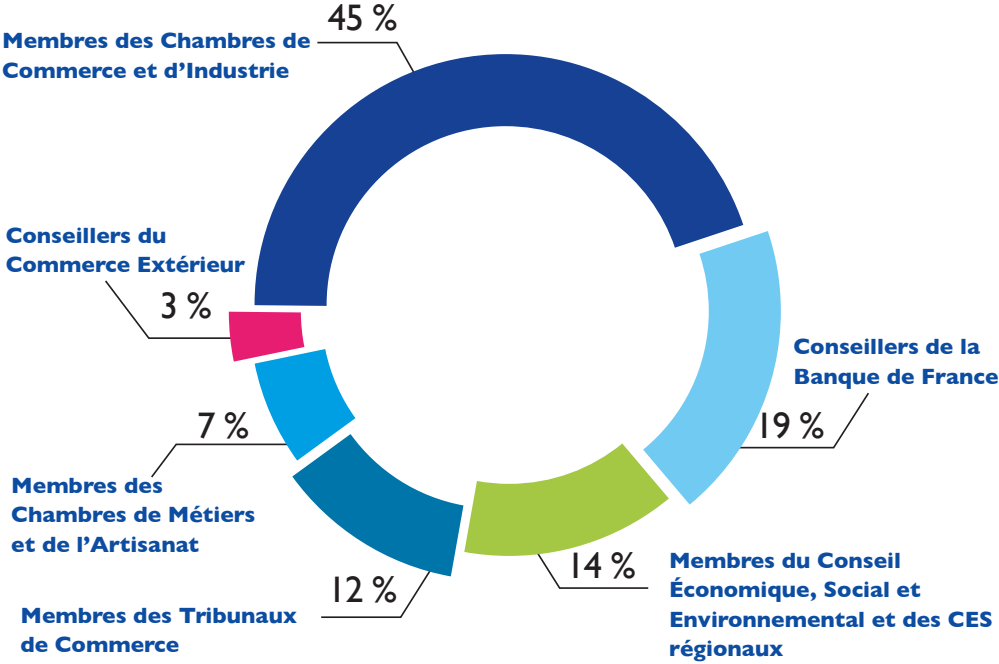
21,2 M€ consacrés à l'engagement sociétal des Banques Populaires sur leur territoire (en mécénat direct, via des fondations ou à travers des partenariats non commerciaux).

QUI SONT NOS ADMINISTRATEURS ?

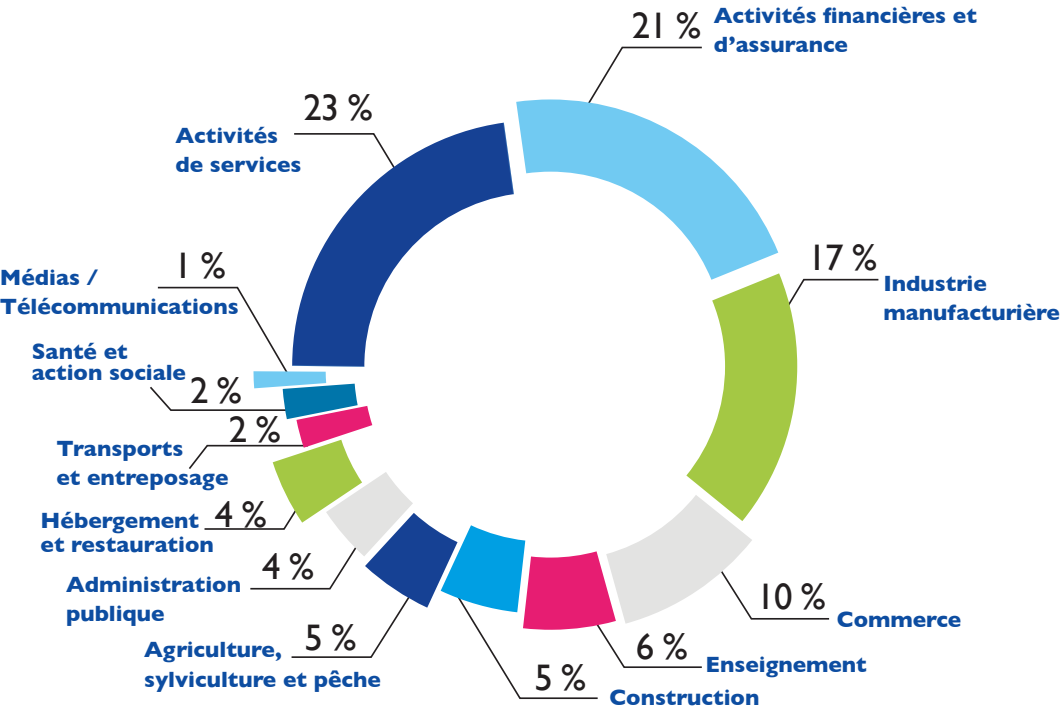
CATÉGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES DES ADMINISTRATEURS BANQUE POPULAIRE



RÉPARTITION DES FONCTIONS REPRÉSENTATIVES ET ÉLECTIVES EXERCÉES PAR LES ADMINISTRATEURS



RÉPARTITION DES ADMINISTRATEURS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE



Remerciements

La Fédération Nationale des Banques Populaires remercie les collaborateurs des Banques Populaires qui ont contribué à la communication des données RSE de leur banque. Elle remercie également les personnes qui ont accepté de témoigner et/ou d'apporter les informations nécessaires à la rédaction des textes :

› Emmanuelle Flores, doctorante en Sciences de Gestion à la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne ;

› Julie Bérenguer, conseillère spécialisée en développement durable à l'agence EQWI de la Banque Populaire du Sud, et François Jubeau, client de l'agence ;

› Céline Soulas, professeur à la Burgundy School of Business de Dijon ;

› Stéphanie Chevallier, chef de projet à la Banque Populaire Val de France ;

› Marie-Annick Mevel, directrice de projets à la Banque Populaire Grand Ouest ;

› Linda Cané, chargée des relations sociales à la Banque Populaire Méditerranée, et Renaud Briard, responsable des achats ;

› Stéphane Lotz, directeur des ressources humaines à la CASDEN Banque Populaire.

