

Le Canal du Midi

Le magazine de notre région



Édito

Le printemps est là. On le sent dans la volonté de chacun de se remettre en mouvement, de « passer à l'action ». Cette énergie, nous devons également la libérer dans nos agences. Retrouver un rythme plus en accord avec l'environnement et avec nos capacités réelles. Et savoir exploiter les opportunités : le printemps est une saison où la consommation reprend, où l'on pense à se protéger avant les vacances. Donc une période propice pour un crédit et un bilan assurance. Ne laissons pas ces opportunités à nos concurrents. Un plan important de relance de l'activité a été lancé. Avec des moyens significatifs et une ambition : être ensemble au rendez-vous à fin juillet. À l'heure où s'ouvre un nouveau chapitre pour notre entreprise, mobilisons-nous et démontrons que les hommes et les femmes du Midi ont de l'énergie.

Michel ZANATTA
Directeur de Réseau Midi



LE MIDI EN MOUVEMENT AUTOUR DU PARCOURS CLIENT

PAGE 04

03 LES FEMMES ET LES HOMMES DU MIDI

À la rencontre des sportifs du Midi

06 L'INVITÉ

Interview d'Étienne Barès - Président d'Étienne Lacroix Group

08 FOCUS

Les manifestations locales dans le Midi

Le Midi, terre des touristes

La haute saison touristique 2016 va débuter. Enjeu économique majeur pour notre région, le tourisme pèse 14 Md€, soit 10 % du PIB régional, et représente 108 000 emplois. Le LRMP est la 1^{re} région française en termes de fréquentation avec 154 millions de nuitées françaises et 67 millions de nuitées étrangères.

Lorsque l'on pense « tourisme estival », nos regards se portent naturellement vers le littoral. C'est sans compter sur les tourisimes montagnard et rural qui ont représenté un tiers des nuitées lors de l'été 2015. De par son patrimoine naturel, historique, culturel et culinaire, la région Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées attire de plus en plus de touristes, français comme étrangers, gourmants de découvertes. Forts de ce constat, l'ensemble des départements concernés cherchent à développer cette économie source de croissance. À l'image de la Lozère, qui développe des festivals sur une bonne partie de l'été (<http://culture.lozere.fr/liste-de-festivals.html>) ou du Lot, qui met à la disposition des touristes un ensemble de guides téléchargeables sur les activités pédestres et cyclistes notamment (<http://www.tourisme-lot.com/brochures>).

L'Aveyron n'est pas en reste
L'engagement de l'aveyron sur ce secteur d'activité lui a permis d'accroître de plus de 120 % en 20 ans le chiffre d'affaires direct lié au tourisme, générant ainsi plus de 3 000 emplois salariés. Toutefois, le grand gagnant de cette

haute saison touristique est le littoral avec 46 % des nuitées. Pour profiter pleinement de cette position, l'ex. Languedoc-Roussillon améliore son offre hôtelière. Ce qui se traduit par une hausse de plus de 100 % entre 2008 et 2012 du nombre de lits dans les hôtels 4* et plus. Pour se retrouver dans cet univers d'informations, des applications mobiles ont été développées et mises gratuitement à la disposition du public. Vous en trouverez quelques-unes dans ce numéro. Le tourisme est important pour



Le pont du Gard, le monument le plus visité de notre région

© Wolfgang Staudt

l'ensemble des acteurs économiques de la région, y compris les banques. LCL accompagne son développement en finançant notamment des projets d'hôtellerie de plein air. Cette haute période touristique est une opportunité génératrice de PNB. L'afflux de touristes augmente les flux monétaires de nos clients commerçants (3,3 M€ de PNB en 2015) et le nombre de retraits dans nos automates (+ 10 % en 2015).

Benjamin Tosques et Fabrice Harzic ●

À la rencontre des sportifs du Midi

De nombreux collaborateurs du Midi exercent une activité sportive au sein d'un club ou d'une association. D'autres exercent régulièrement des activités physiques. Partons à leur rencontre.

COURSE SOLIDAIRE INTERENTREPRISES – BLAGNAC

Le 22 mars dernier, nos collègues Aurélien Bizard, Gaëtan Larrieu, Francis Boué et Éric Guichard ont représenté LCL en participant à la 5^e Course solidaire interentreprises qui s'est déroulée à Blagnac. Chaque coureur devait parcourir 2,5 km. Pour sa première participation, notre équipe a réalisé une excellente performance en terminant 11^e sur 49 et en parcourant les 10 km en 45 minutes et 16 secondes. Bravo !



De gauche à droite : Francis Boué, Éric Guichard, Aurélien Bizard, Gaëtan Larrieu

Crédits photos : DR

URBAN TRAIL – MONTPELLIER

La Banque Privée a participé à l'Urban Trail de Montpellier le 13 mai dernier. Huit collaborateurs ont pris part aux deux courses (16 km en solo ou 8 km en relais de deux personnes), supportés avec énergie par les autres collègues de la Banque Privée.



1^{re} ligne, en haut : Barbara Veyre, Sabine Raynal-Danlos, Virginie Regouffre, Olivier Deweerdt, Loïc Rousteau, David Martinet, Sabine Daigueperse - 2^e ligne, en bas : Matthieu Léandri, Julie Paugois, Evelyne Bonnay, Christine Sitnikow

L'ÉQUIPE CYCLISTE DU MIDI

Notre équipe est composée de cinq coureurs, Frédéric Gat, Jean-Marie Logie, Pierre Gasc, Eric Gozzer et de Sébastien Lelièvre qui est à l'initiative de sa création récente. Elle représente LCL lors de nombreuses courses locales. Citons pour l'exemple l'Ariègeoise, qui se déroulera le 25 juin 2016.



De gauche à droite, Sébastien Lelièvre, Pierre Gasc, Eric Gozzer

Jean-Marie Logie

Frédéric Gat

La "météo" du Midi

20 stations
touristiques sur le littoral. ●

- 0,6 %
évolution des contrats monétaires actifs ●

- 25 points de base
nouveau recul de notre part de marché en crédits personnels ●

TRIATHLON – TOULOUSE

À l'instigation de Victor Piccollo, plusieurs équipes composées de collaborateurs de la DSBA de Toulouse, du Centre d'affaires Entreprises de Toulouse et une collaboratrice du CRC du Midi ont décidé de participer, en relais, au Triathlon de Toulouse le 17 septembre prochain. Victor, quant à lui, participera à l'épreuve de natation avec une personne en situation de handicap. Bel esprit d'équipe !



David Caffort, Fabien Bertrand, Yasmine Dufour, Sabrina Chella, Laetitia Castel.

RUÉE DES FADAS – TOULOUSE

Le 8 mai dernier à Toulouse, sous l'impulsion de David Caffort, des collaborateurs du CRC ont participé à la « Ruée des Fadas », cette course d'obstacles de 12 km où quelque 4 000 « fadas » déguisés n'ont qu'un seul et même objectif : franchir la ligne d'arrivée.

Le Midi en mouvement autour du parcours client

Les notions de « parcours client » et d’opérations de « bout en bout » servies par le digital tracent ce que pourraient être les contributions de chacun dans l’évolution de la relation client. C’est à chacun de nous d’être acteur afin d’apporter sa contribution dans la relation commerciale de demain.

1000 SMS envoyés par la DSBA à nos clients professionnels

35% des clients approchés par les agences multicanal ont souscrit au moins 1 contrat

1/3 des solutions trésorerie en VAD agence

De nombreuses initiatives locales sont en marche dans le Midi dans l’ensemble des directions. Du 8 mars au 30 avril dernier, 11 agences, les deux pôles BP et l’agence e-Icl du Midi ont participé en tant qu’agences référentes multicanal à une action commerciale pour promouvoir la vente à distance sur quatre familles de produits. Les échanges entre les agences sur les perceptions clients et collaborateurs confirment l’intérêt de cette démarche : simplicité, rapidité, accessibilité, sans oublier la conformité. Cette démarche a permis de relever

« Ce test permettra de rendre plus autonome notre client dans son parcours digital. »

que les clients ayant souscrit un contrat à distance apprécient cette autonomie dans l’étape de décision et sont donc plus attirés par de nouvelles propositions. L’agence e-Icl, déjà impliquée dans l’action ci-dessus, s’est portée volontaire pour intégrer le test pilote vente à distance de solution conso. La possibilité, pour le client, de valider par une signature électronique ce type de contrat, ouvre de nouvelles perspectives commerciales. Ce test permettra de rendre plus autonome notre client dans son parcours digital. Quant à la DSBA, dans le cadre de sa transfor-



L’équipe de l’Unité Métier de Toulouse en charge du Midi, de gauche à droite : Nathalie Gargadennec, Isabelle Chartier, Sophie Martinelli, Bertrand Petit, Véronique Offner, Jessica Mellouk, Corinne Domon, Jacques Soucarre, Sophie Wuytens, Martine Vincenot, Stéphanie Martineau.

mation en lien avec le projet Centricité, elle expérimente les moyens d’entrer plus efficacement et directement dans la relation client.

Accompagner le réseau et les clients

À Toulouse, nous considérons que notre rôle ne se résume plus simplement à produire des contrats, nous nous devons d’accompagner le réseau et le client dans la simplification des tâches. Tout en étant garants de la conformité, nous vou-

lons jouer un rôle de facilitateur et faire preuve d’ouverture et de clarté dans les traitements afin d’améliorer le parcours client. Le premier test que nous réalisons s’inscrit complètement dans cette démarche, tout comme celui porté par les équipes de Gard Lozère avec la DSBA de Marseille sur l’amélioration du processus d’entrée en relation « Pro » de niveau 2.

Christel Bonnaud, Michel Manote, Philippe Moreau ●

Échanges autour du parcours client à la DSBA



Philippe Moreau, Responsable Unité Métier Contrats et Garanties Toulouse

Philippe, pouvez-vous nous expliquer comment l’Unité Métier de Toulouse s’invite dans le parcours client ?

Nous avons commencé par repenser et relooker nos modes d’animation afin de développer la culture « client » et « business » avec mes équipes. Ces deux mots qui peuvent faire peur aux acteurs du « back-office » prennent du sens au quotidien, car ils traduisent finalement une valorisation et donc le sens de nos actions.

Concrètement, comment cela se traduit-il ?

Actuellement, nous testons l’envoi de SMS pour informer les clients professionnels de la prise en charge et de l’avancée de leur demande de prêt. Ensuite, nous allons tester les appels ou les mails directs aux clients pour compléter leur dossier, afin de gagner en efficacité et d’alléger le travail du conseiller. Nous travaillons aussi sur la mise en place d’une nouvelle fiche de situation de dossier qui se veut dynamique et doit permettre à chacun de suivre, « de bout en bout », l’évolution actualisée des dossiers. Cette fiche aujourd’hui à destination des équipes commerciales pourrait être à terme, après mise en forme et apprentissage du « parler client », à la disposition

directe de notre relation. Pourquoi ne pas imaginer rapidement de déposer le contrat de prêt sous l’espace sécurisé du client ?

Pouvez-vous nous présenter les évolutions à venir ?

Sans attendre la technologie, nous sommes en mouvement et l’ensemble des innovations que nous construisons nous prépare à cette transformation du back-office, dont le mot « back » aura perdu une grande partie de son sens. Est-ce fantasmer que d’imaginer un conseiller commercial présenter (via Lync par exemple) un acteur de l’Unité Métier de Toulouse au client, et lui dire qu’il sera la personne en charge de la mise en force de son financement, et donc de son suivi jusqu’au déblocage ? Le client sera rassuré et satisfait d’avoir des contacts directs, par l’ensemble des moyens digitaux, avec la personne qui traite son dossier. Ne serait-ce pas aussi du temps et de l’efficacité gagnés pour le conseiller ?

« L’ENSEMBLE DES INNOVATIONS QUE NOUS CONSTRUISONS NOUS PRÉPARE À CETTE TRANSFORMATION DU BACK-OFFICE, DONT LE MOT “BACK” AURA PERDU UNE GRANDE PARTIE DE SON SENS. »

Propos recueillis par Christel Bonnaud et Michel Manote ●

Le groupe Lacroix
en quelques chiffres

• **Date de création**
1848

• **Activités**
Création d'événements
pyrotechniques et multimédias,
conception et fabrication de
systèmes d'autoprotection,
d'artifice et d'entraînement
pour la défense, fabrication
de produits pyrotechniques
pour la sécurité civile

• **Nombres de salariés
et implantations,
France & étranger**
800 salariés, 5 implantations
industrielles en France,
3 implantations aux Émirats
Arabes Unis, 1 implantation
en Chine, 1 implantation
commerciale en Corée,
1 en Argentine, 1 au Vietnam

• **Chiffre d'affaires**
136 M€

Étienne Barès

Président d'Étienne Lacroix Group

« L'ÉQUIPE DE LCL QUI NOUS
ENTOURE A UNE GRANDE
CONNAISSANCE DE NOTRE
ENTREPRISE ET DE SES DIRIGEANTS »

**Pouvez-vous nous présenter
le Groupe Lacroix et nous préciser
ses activités ?**

Lacroix a été créée en 1848 à Toulouse. Depuis le capital est toujours détenu par notre famille. L'activité d'origine est la fabrication de feux d'artifice. Spécialiste de la pyrotechnie, l'entreprise s'est ensuite diversifiée sur de nouveaux marchés tels que la défense et la sécurité civile, avec notamment la conception et la fabrication de leurres pyrotechniques destinés à la protection des avions, bateaux et véhicules militaires. Le Groupe se caractérise par sa capacité à innover et par sa volonté de se développer à l'international. Nos racines restent très locales, autour de notre siège social situé à Muret en Haute-Garonne et de trois sites de fabrication situés à Mazères en Ariège (fabrication pour la Défense), à Sainte-Foy-de-Peyrolières en Haute-Garonne (feux d'artifice) et Muret (injection de plastique). Notre activité de recherche et développement est essentielle pour la croissance du Groupe et nécessite un fort niveau de compétences humaines. Notre volonté est de conserver beaucoup de proximité entre notre bureau d'études local et nos sites de fabrication.

En ce qui concerne vos activités de pyrotechnie, pouvez-vous nous donner des exemples des feux d'artifice les plus marquants pour vous ?
En France, le feu d'artifice le plus emblématique par son côté spectaculaire est celui réalisé à Carcassonne pour le 14 Juillet.

C'est notre marque de fabrique et nous y démontrons tout notre savoir-faire artistique et technique.

À l'étranger, celui de Dubaï pour le nouvel an, organisé depuis maintenant trois ans par le groupe Lacroix, est un véritable spectacle multimédia des plus modernes. Il illustre une évolution significative de l'activité où la pyrotechnie est intégrée à une offre globale, et où projection d'images, lasers, sons et lumières sont des composantes essentielles et incontournables du spectacle proposé.

Quel rôle joue LCL dans le développement de votre groupe ?

La société Lacroix est cliente du LCL depuis 1933, lors de la création de la société en SARL, avec l'ouverture de son premier compte bancaire. Depuis le Groupe est toujours resté fidèle à LCL. Pendant ces 83 années de collaboration, LCL nous a toujours appuyés, notamment au cours de ces dernières années, dans le cadre de nos opérations réalisées à l'export et de nos investissements. De plus, l'équipe de LCL qui nous entoure a une grande connaissance de notre entreprise et de ses dirigeants.

Propos recueillis par Stéphanie Seeli



Les bonnes pratiques

Ça bouge sur les cartes CRE !

L'utilisation des cartes CRE (carte de retrait express) a baissé de 35% sur les quatre premiers mois de cette année par rapport à 2015. Cette évolution favorable et homogène pour nos quatre Directions Régionales résulte d'une forte mobilisation des collaborateurs, qui ont su déployer beaucoup de pédagogie pour promouvoir les services de gestion à distance ainsi que notre offre automates auprès de nos clients. Autre raison, la recherche systématique des motifs d'utilisation des CRE afin de présenter une alternative personnalisée à chaque client et proposer ainsi une carte adaptée aux besoins du client, à défaut une carte Zen. Notre ambition est d'atteindre, à fin juin, 50% de réduction pour alléger de façon significative l'administratif à l'accueil au profit des missions de conseil. Le déploiement généralisé de LUG (logiciel unique groupe) et l'équipement en cartes de tous les titulaires d'un compte joint devraient également nous y aider. Bravo à l'ensemble des équipes pour cette belle performance.

Vincent Levardon

Les vidéos et tutoriels locaux, une aide certaine pour les collaborateurs

Depuis quelque temps, nous avons pu voir apparaître dans l'Intranet de la DdR Midi un nouvel espace indispensable au quotidien : OCCITANET. Une rubrique est dédiée aux « Bonnes pratiques et tutoriels ». On y retrouve différents supports favorisant le développement des connaissances et/ou des compétences des collaborateurs du réseau sur des thématiques parfois complexes. Cet appui technique et pédagogique permet d'être plus efficace et répond entièrement à la demande du réseau. Des cas concrets, une méthode efficace, c'est le but recherché par ce nouveau dispositif. Dans la partie tutoriels, on retrouve deux vidéos dédiées au marché des professionnels qui ont été très bien accueillies par les conseillers : la signature électronique sur LCL ESPACE PRO et LCL ESPACE PRO vision client. Ces tutoriels permettent de maîtriser les différentes étapes du processus, de connaître les procédures liées à la conformité, et surtout d'être "proactif" afin de pouvoir anticiper les besoins clients. N'oublions pas de consulter régulièrement cet espace dédié sous OCCITANET et de profiter ainsi de toutes les bonnes pratiques qui sont mises à notre disposition.

Latifa Hayaoui

Le mot de JIHO



Les applis locales testées pour vous



MON SUD DE FRANCE est le guide touristique mobile indispensable pour vos vacances et escapades en

Languedoc-Roussillon. Gratuite, cette application regroupe en cinq catégories des milliers d'offres touristiques sélectionnées pour leur engagement dans la démarche Qualité Sud de France. Gastronomie, vignobles, sports de plein air, bien-être, découverte du patrimoine, festivals, sont à l'honneur selon vos goûts et vos envies. Entrer un itinéraire, composer un circuit sur mesure, enregistrer son carnet de voyage, partager sur les réseaux sociaux, réagir... Mon Sud de France vous accompagne !



GRANDS SITES - MIDI-PYRÉNÉES

Une appli où vous trouverez informations et services

pour vous guider dans votre découverte de la région et vous permettre d'organiser votre séjour :

- Une présentation de chacun des 25 grands sites, sous la forme d'une fiche descriptive mentionnant les clés de découverte du site, d'un diaporama et d'une vidéo ;
- Des fiches pratiques sur des randonnées pédestres au départ des grands sites ;
- Des propositions de circuits thématiques pour découvrir la région ;
- Un agenda des festivals incontournables et des grandes scènes culturelles de la région.

Vous pourrez accéder à l'ensemble des informations géolocalisées de Midi-Pyrénées (hébergements, restaurants, lieux de visite, agenda) en mode connecté, ainsi qu'à différents services (météo, carte interactive) et fonctions (partage et envoi de photos et vidéos à vos proches).



Focus

L'été est la période propice aux festivités locales. Toutes ces manifestations, fêtes de village, festivals, sont des moments de vie et de rencontre et restent des événements incontournables dans nos régions. Pendant cette période, la DdR Midi organise des rencontres avec ses clients et prospects dans des lieux parfois marqués d'histoire, rencontres à l'occasion desquelles la synergie entre le Réseau, la Banque Privée et les Centres d'affaires Entreprises est permanente.

L'agenda de nos manifestations

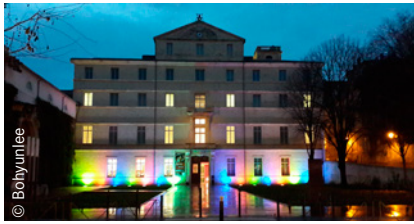
Juin :

- Le 19, LCL participe à la journée VIP organisée par le golf de Montauban. Des clients et prospects prennent part à cette manifestation.
- Le 22, la Direction de Réseau du Midi, en partenariat avec Amundi et Prédica, organise une conférence sur « l'analyse macro-économique et la situation des marchés » au musée des Abattoirs à Toulouse. Quelque 150 clients seront conviés à y participer et à échanger autour d'un cocktail dînatoire.



Le musée des Abattoirs de Toulouse

- Le 29, la Banque Privée privatise le musée Fabre à Montpellier lors d'une exposition temporaire « La Jeunesse de l'impressionnisme ». Les invités, clients et prospects, seront au nombre de 150.



Le musée Fabre à Montpellier

Juillet :

- Le 7, arrivée du Tour de France à Montauban.



Le Tour de France

- Le 8, départ du TDF de L'Isle-Jourdain et arrivée au lac de Payolle.
- Le 9, arrivée du TDF à Bagnères-de-Luchon.
- Le 12, arrivée du TDF à Revel.
- Le 13, départ du TDF de Carcassonne et arrivée à Montpellier.
- Le 13, profitant de l'arrivée du Tour de France à Montpellier, l'agence centrale de Victor Hugo est inaugurée, après plusieurs mois de travaux liés à un incendie. 150 clients seront invités. Une animation autour du TDF est prévue.
- Le 14, départ du TDF de Montpellier.

Septembre :

- Le 22, à l'identique de la rencontre du 22 juin avec nos clients, une conférence est organisée à Montpellier, où 150 clients seront également conviés. Un cocktail dînatoire clôturera la conférence.

Christel Bonnaud et Martial Montier ●

Le Canal du Midi est une publication de la Direction du Réseau Midi de LCL,
1 esplanade Compans-Caffarelli, 31000 Toulouse.
Tél. : 05 62 15 44 00 – juin 2016

Directeur de la publication : Michel Zanatta

Rédacteur en chef : Martial Montier

Comité de rédaction : Michel Andrieu, Christel Bonnaud, Didier Conan, Isabelle Cometti, Thomas Dacremont, Patrick Frejaville, Eric Gozzer, Fabrice Harzic, Latifa Hayaoui, Marie Lanes, Vincent Levardon, Michel Manote, Martial Montier, Philippe Moreau, Stéphanie Seeli, Benjamin Tosques, Eric Tissier, Patrice Vaufrey, Michel Zanatta.

Crédit photo couverture : Uni médias & solutions

Conception et réalisation :



Médias & solutions



Avec Ecofolio
tous les papiers
se recyclent.

