

Ecrit par le 11 avril 2025

Banque Populaire Méditerranée : un ancrage dans le territoire pour soutenir les talents et favoriser l'économie locale



La direction de la Banque Populaire Méditerranée, 'la BPMed', vient de faire point à Avignon sur le bilan 2022 et les perspectives 2023.

C'est d'abord son président, Philippe Henri qui rappelle l'historique de cette banque coopérative régionale : « En 1929, Joseph Chaix crée sa banque éponyme, dont le siège est Place Carnot à Avignon. Un siècle plus tard, à 3 ans près, (2016), elle fusionne avec la BPPC (Banque Populaire, Provençale et Corse) basée à Marseille, sur le Prado, ce qui donnera la BPMed. En 2023, nous sommes à la fois dans la continuité et le changement. Nous avons hérité de son côté proximité avec nos clients et avec le maillage du territoire grâce à toutes nos agences. Mais nous nous adaptons aussi aux temps nouveaux, l'humain reste essentiel et nous confortons notre expertise, nous aidons aussi la culture avec des partenariats de mécénat (comme avec le Quatuor Girard, les frères Capuçon ou la pianiste virtuose Jodyline Gallavardin venue à la Scala cet automne). Nous donnons un coup de pouce pour aider à mieux vivre ensemble quels que soient les défis. »



Ecrit par le 11 avril 2025

55 000 clients privés, 11 000 professionnels et 900 PME en Vaucluse

La directrice générale, Sabine Calba insiste : « Nous sommes effectivement au service du territoire, de ses talents, de ses entrepreneurs. Dans le Vaucluse nous totalisons 55 000 clients privés (+ 10% en 3 ans), 11 000 professionnels (+ 15% en 3 ans) et 900 PME. Notre rôle dans l'économie locale est donc majeur puisque nous avons injecté 330M€ en 2022 (soit 9% de nos financements globaux de la Région Sud). Nous avons à coeur d'être là où sont tous nos clients, c'est notre ADN. Et notre mantra, c'est un engagement de proximité avec un réseau d'une vingtaine d'agences et en plus un Centre d'Affaires Entreprises dédié. Nous avons investi 2,3M€ dans la rénovation des agences de Bollène, Courthézon, Le Pontet, Sorgues et Valréas. Dans un souci de cohérence, nous allons regrouper celles d'Orange et Pernes-Les-Fontaines. »

Elle poursuit : « Nous comptons 288 collaborateurs en Vaucluse (13% de nos effectifs globaux en Provence-Alpes-Côte d'Azur) et nous maintiendrons l'emploi en optimisant les équipes. Par exemple, avant nous avons deux sites à Avignon, sur le MIN et à Fontcouverte, désormais nous regroupons 75 collaborateurs à Fontcouverte, dans un souci de sobriété, de co-working, et de proximité géographique entre activités commerciales et de gestion ».

L'axe de développement des mois qui viennent est 'Le Plan Stratégie à l'horizon 2024' et la feuille de route est d'accompagner les clients dans la relance économique en cette période complexe. « On sera là pour les factures énergétiques, les prêts à rembourser, pour les boulangers, les charcutiers, les restaurateurs, les paysans, les personnels de santé, ce sera du cas par cas, du cousu main » ajoute la Directrice Générale. « Dans notre banque régionale, les décisions sont prises ici, pas à Neuilly, pas dans la macro-économie. Les dossiers on les suit pas à pas avec un conseiller dédié qui connaît les clients, est proche d'eux, les rencontre, leur téléphone, les rassure, les accompagne humainement pendant des années. »

Accélération de la croissance d'ici 2024

Sabine Calba poursuit : « Notre stratégie jusqu'en 2024, date où Marseille accueillera les épreuves de voile des Jeux Olympiques au large de la Corniche, c'est ce 'Plan 2024' où il faudra accélérer la croissance avec 400M€ de PNB, 70M€ de résultats nets et un coefficient d'exploitation de 66%, chiffres qui sont déjà pour partie atteints grâce au dynamisme, à la motivation de toutes nos équipes. Et nous sommes toutes voiles dehors pour anticiper sur la banque de demain. Nous devons anticiper, suivre les évolutions indites par le télé-travail, la digitalisation, les modes de vie. »

Elle conclut : « Nos trois ambitions majeures sont d'être plus efficaces, plus engagés et plus entrepreneurs. Notre rôle de banquier n'est pas seulement celui d'un financier mais d'un partenaire à part entière. Aujourd'hui, à propos de questions sur leur contrat d'assurance-vie, nombre de nos clients, souvent âgés, sont ravis d'avoir une visio-conférence avec nos collaborateurs, ils n'ont pas besoin de prendre leur voiture pour un rendez-vous physique dans l'une de nos 20 agences de Vaucluse. Le client est notre colonne vertébrale, nous allons donc créer une agence dématérialisée spécialisée dans l'agriculture, l'arboriculture et la viticulture avec 3 collaborateurs dédiés pour accompagner notre clientèle rurale et favoriser le développement économique de nos territoires. Peut être demain une autre sera-t-elle imaginée pour aider les professions libérales, les pharmacies, les laboratoires d'analyses ».

L'année hors norme de la Banque Populaire Méditerranée

En jouant son rôle de proximité, la banque mutualiste a gagné 30 000 clients et distribué des crédits à tour de bras pour soutenir l'économie du territoire. Sans gagner plus d'argent.

« Sans faire d'auto satisfaction, notre banque a répondu à ce qu'on pouvait attendre d'elle », juge [Sabine Calba, la nouvelle directrice générale de la Banque Populaire Méditerranée](#) (BPMED). Si les gens, tout au long de 2020 enfermés chez eux, ont accéléré le changement des usages bancaires en activant les canaux numériques à leur disposition, il ne reste pas moins vrai qu'ils se sont d'abord tournés vers leurs agences pour savoir comment la gestion de la crise sanitaire pourrait affecter leur relation avec leur établissement bancaire et surtout dans quelle mesure.

Contre toute attente, ce sont donc les banques traditionnelles qui ont le mieux tiré leur épingle du jeu concurrentiel lorsqu'elles ont pris la balle au bond. Et tout particulièrement celles qui ont « un modèle de proximité capable de marquer sa supériorité face à d'autres modèles », ajoute Sabine Calba. « Alors que beaucoup d'entre nous ont dû adopter du jour au lendemain le travail à domicile et les nouveaux outils qui l'accompagnent, un véritable esprit de solidarités s'est instauré au sein des équipes (2 200 collaborateurs) non seulement pour faire face à un afflux exceptionnel de demandes de la part de nos clients, mais aller au-devant de leurs attentes. »

« Pas question de courber l'échine »

Les « neo banques », dont l'offre est agile mais sans grande variété n'a pas convaincu face à la mobilisation des réseaux physiques comme celui de la Banque populaire Méditerranée. Dès l'annonce du premier confinement (17 mars), un plan de continuité de l'activité s'est mis en place pour assurer le contact auprès des clients. Et maintenir le lien en multipliant « les petites actions et les signaux forts ». « Nous avons par exemple poursuivi la rénovation de 35 agences et mis en place plusieurs cellules de crise parce qu'il n'était pas question de courber l'échine face aux difficultés inédites qui ont bouleversé notre économie ». La relation client donc s'est maintenue avec 400 000 rendez-vous et mieux encore améliorée puisque la banque, toutes clientèles confondues, a attiré 30 000 nouveaux clients.

Activité record en matière de crédit notamment

L'activité de la banque a donc connu un nouveau record avec une production de crédit de 5 milliards

Ecrit par le 11 avril 2025

d'euros, supérieure d'un milliard à celle de 2019 :

- Les entreprises ont été fortement soutenues, à hauteur de 1,2 milliards, pour [12 000 dossiers de prêts garantis par l'Etat](#) dont la plupart a été distribué dans les deux premiers mois du confinement. La banque a en effet instruit un PGE sur dix en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, tandis que sa taille en part de marché est deux fois moindre sur d'autres segments. Selon les chiffres de la banque, environ 15% des entreprises prévoient - au début de l'année - de rembourser leur prêt par anticipation ou à échéance d'un an. Elles ont été en réalité deux fois moins nombreuses (7%). « Parmi celles qui demandent un différé de remboursement, 78% choisissent une durée de cinq ans ; les 15% restantes optent pour un délai d'un à quatre ans », détaille [Philippe Gassend, le directeur de l'exploitation de la banque](#). « Si on regarde le début 2021, la demande de PGE (100M€) a été plus faible et plus modérée. Les entreprises peuvent aussi souscrire un [prêt participatif](#) pour renforcer leurs fonds propres. Ces créances, sur 8 ans, prévoient 4 ans de franchise de remboursements suivi de quatre ans d'amortissement. Même s'il est peu connu, on ne peut pas dire que ce dispositif a reçu pour l'instant un accueil à la Johnny Halliday... »

- Les reports d'échéances de prêts pour les entreprises et les professionnels ont permis de reporter plus de 10 000 crédits dès les premiers jours d'arrêt en mars 2020, pour un montant de 1,1 milliard d'euros.

- Gros marqueur d'activité, les prêts immobiliers atteignent 2,5 milliards en production pour 2020. Le stock de l'ensemble des crédits (hors PGE) accordé à la clientèle dépasse les 15 milliards, soit une envolée de plus de 22% par rapport à 2019.

Au terme de cette année atypique, la BPMED ne gagne pas plus d'argent, parce qu'il ne coûte presque plus rien : même si la distribution de crédit est forte, les revenus d'activité d'intermédiation restent très faibles. Ils composent néanmoins 58% du PNB de la banque (370M€) contre 42% pour les frais et commissions bancaires (55% et 45% en 2019). Le résultat net, en progression de moins de 1,5% (53M€), est plombé par le coût du risque, multiplié par deux (33M€) en un an.

Quelle est la vision de la banque sur la situation actuelle ?

« Tout semble 'en stand by'. Il est par conséquent difficile de se projeter sur une reprise rapide ou non. Il est important que les gens aient envie de consommer et d'être dans une spirale de positivité pour que nous ayons un meilleur équilibre entre épargne et consommation, favorable à la reprise de l'économie », conclut Philippe Gassend.