

Les 2^e assises de La Banque Citoyenne

Innovation et inclusion

5 avril 2018



LES ASSISES
DE LA BANQUE
CITOYENNE

INNOVATION & INCLUSION

2^E ÉDITION



Usbek & Rica



2

Introduction

3

L'exclusion numérique,
un frein à l'inclusion bancaire

6

Le numérique pour faciliter
l'inclusion bancaire

9

L'inclusion bancaire,
encore loin du compte ?

11

L'heure du bilan pour la plateforme
de conseil « L'Appui » de La Banque
Postale

14

L'innovation digitale au service
de l'inclusion bancaire
des professionnels et TPE

18

Épargner ou investir, oui,
mais de façon solidaire
et responsable !

21

Vous les avez manqués...
Les ateliers d'idéation sur l'inclusion
numérique et bancaire

Introduction

Le 5 avril 2018 se tenaient les 2^e Assises de la Banque citoyenne, organisées par La Banque Postale. Plus de 400 personnes se sont réunies, partenaires du monde associatif et du secteur privé, pour faire un bilan des actions engagées suite aux premières assises, l'année dernière, et définir de nouveaux champs d'action pour le futur.

L'occasion pour La Banque Postale de rappeler ses engagements en faveur de l'inclusion bancaire des personnes financièrement précaires, particuliers ou professionnels, mais aussi d'annoncer de nouveaux engagements citoyens, en faveur de la transition énergétique et du développement de la finance responsable...

« La Banque Postale s'est engagée depuis plusieurs années aux côtés de partenaires pour construire et développer de nouvelles pratiques bancaires. »

« En tant que banque de service public, La Banque Postale souhaite aller plus loin et poursuivre le développement de pratiques vertueuses en faveur de l'inclusion bancaire et numérique, de la transition énergétique, de l'environnement, de la santé publique, de l'éducation des jeunes et l'égalité des chances... Autant d'enjeux qu'il nous appartient de relever collectivement. »

Rémy Weber, Président du directoire de La Banque Postale.

Les interventions croisées de La Banque Postale, des associations et des partenaires ont permis de mettre en lumière le travail sur le terrain réalisé en faveur de l'inclusion bancaire.

Le numérique, de son côté, est un levier pour favoriser l'inclusion bancaire. Pour autant, le besoin de formation et d'informations de certains publics aux outils digitaux reste un enjeu majeur.

L'exclusion numérique, un frein à l'inclusion bancaire

50 %

des clients de La Banque Postale :
— ne sont pas autonomes sur le numérique
— n'ont jamais utilisé les services en ligne de la banque

17 %

des personnes interrogées sont en situation d'**exclusion numérique***

24 %

sont en situation de **précarité numérique faible***

9 %

sont en situation de **précarité numérique forte***

* selon une étude menée par WeTechcare et le Crédoc, sur la base de 1 078 réponses recueillies dans 5 bureaux de poste: Aulnay-sous-Bois, Epinay-sur-Seine, Les Lilas, Saint-Denis, Tremblay-en-France

Dans un monde qui se digitalise chaque jour un peu plus, l'acquisition des bases du numérique, que ce soit via un ordinateur, une tablette ou un smartphone, apparaît comme indispensable.

Se connecter, consulter ses comptes, imprimer un RIB ou faire un virement sont autant d'actions a priori banales, mais qui recèlent en réalité un niveau de difficulté insoupçonné quand on a une connaissance limitée des nouveaux usages numériques. Pour les personnes financièrement fragiles, c'est souvent la double peine, l'exclusion numérique allant souvent de pair avec l'exclusion bancaire. Anne-Laure Bourn, Directrice Générale du Réseau La Poste, constate qu'il peut y avoir aussi «*un sentiment d'impuissance de la part des collaborateurs*» de La Banque Postale qui ne disposaient pas jusqu'à maintenant de moyens d'accompagnement pour favoriser l'apprentissage du numérique.

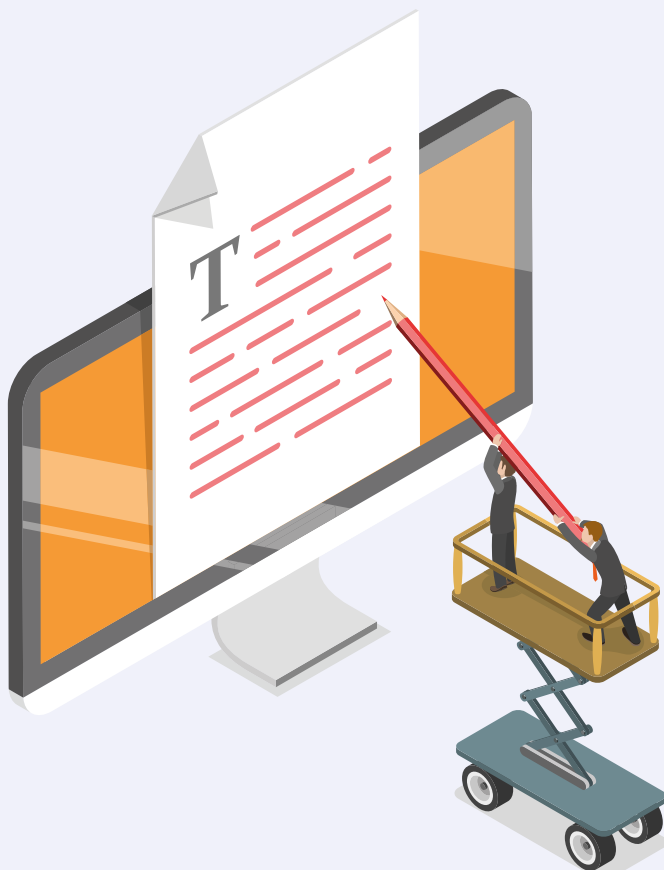
Mais le nouvel outil développé par WeTechCare, branche d'Emmaüs Connect, est selon Anne-Laure Bourn, «*la boîte à outils*» qui devrait changer la donne. Les outils pédagogiques développés par WeTechCare avec les équipes de la Banque et du Réseau La Poste permettent d'évaluer le degré de connaissance numérique des clients de la banque à l'aide d'une tablette tactile et d'un bref questionnaire pour déterminer leur niveau : débutant, intermédiaire ou confirmé. En fonction du résultat, les clients se voient proposer une formation à l'utilisation du site ou de l'application de La Banque Postale, ou une formation plus générale pour apprendre les bases de l'utilisation du digital.

Ces outils pédagogiques sont accessibles gratuitement et en toute autonomie via le site www.lesbonsclics.fr ou via des modules de formation, dispensés dans les espaces de solidarité numérique de l'association Emmaüs Connect, d'une durée comprise entre 10h et 30h. Pour Jean Deydier, Président de WeTechCare, «*on voit les clients heureux d'être accompagnés sur un sujet essentiel.*» À la fin mars, l'expérimentation pilote de ce nouvel outil a pu être testée et enrichie dans les bureaux de poste à Saint-Denis et à Bordeaux.

Ainsi, au bureau de poste des Aubiers, à Bordeaux, Joël Gekière, Responsable de l'espace commercial, décrit «*un quartier enclavé où le taux de chômage est supérieur à 20% avec une clientèle*

fragile financièrement ». Dans ces quartiers, La Banque Postale est bien souvent la seule offre bancaire de proximité. Depuis deux mois, le personnel de La Poste se sert de l'outil développé par WeTechCare. Et les premiers retours sont positifs !

Ce dispositif innovant visant à favoriser l'usage du numérique et par extension l'accès aux services bancaires sera étendu à un premier cercle de partenaires: le réseau FACE (Fondation Agir Contre l'Exclusion) et PIMMS (Point Information Médiation Multi Services) qui sont déjà des acteurs de la médiation. Puis, dans un futur proche, le dispositif sera étendu à un millier de bureaux de poste.



Le numérique pour faciliter l'inclusion bancaire

Les acteurs du monde associatif se tournent de plus en plus vers le numérique pour accompagner les personnes en situation d'exclusion sociale. Une approche pédagogique et ludique qui permet souvent d'aborder autrement la précarité financière. La gestion d'un budget est essentielle, surtout s'il est serré. Or, bien souvent les foyers modestes peinent à identifier leurs difficultés budgétaires. Pour y remédier, il existe maintenant des applications spécialement développées par des associations de terrain et soutenues par La Banque Postale, dans le cadre du plan d'inclusion bancaire par le numérique lancé par La Banque Postale en mars 2017, lors des 1^{ères} Assises de la Banque citoyenne.

« L'accès et l'usage des services numériques bancaires sont désormais essentiels pour nos clients : cela offre plus d'autonomie, une vision claire et instantanée de la position de son compte. Sans compter le temps de traitement de la demande qui par le numérique se réduit sensiblement. Les clients qui découvrent ce nouvel usage, l'adoptent ! »

Mouna Aoun, Directrice des politiques clientèles mass market et spécifiques à l'initiative de ces actions.

« *Le numérique peut aussi aisément aider à mieux gérer son budget* », complète Mouna Aoun. C'est le cas de l'application **PiloteBudget** co-construite par 10 partenaires publics privés. L'idée est née au sein de l'association SOS Famille Emmaüs de Nanterre, qui agit dans un des quartiers les plus pauvres des Hauts-de-Seine. Simon Weiner, le Responsable de SOS Famille Nanterre, s'est aperçu que, souvent, « *les familles travaillent sur ce qui rentre et pas sur le reste à vivre* ». Mais les impôts, la taxe foncière ou la taxe habitation nécessitent d'être provisionnés en amont. Grâce à un code couleur, l'utilisateur visionne en un clin d'oeil les entrées et sorties d'argent sur son smartphone. Sa vraie plus-value, c'est le calcul du reste à vivre. Elle permet ainsi de

favoriser l'épargne et d'éviter le découvert. Sylvie Hanocq, Responsable du projet à l'ANSA (Agence Nouvelle des Solidarités Actives), confirme que l'application « *a été téléchargée plus de 6 000 fois* depuis son lancement* ». Un succès en partie dû au fait que **PiloteBudget** est une application sécurisée gratuite et anonyme.

Budget à Grande Vitesse (BGV), va encore plus loin, mais nécessite aussi une connaissance du numérique un peu plus approfondie. Selon Jean-Louis Kiehl, Président de Crésus, « *c'est une application qui permettra de faire le budget en temps réel et de se projeter dans l'avenir* ». Grâce à l'intelligence artificielle embarquée, le BGV se veut un véritable conseiller financier de poche. L'application envoie des alertes, propose des courbes d'analyses des dépenses et détecte les premiers signes de fragilité financière. Cerise sur le gâteau, elle permet même de calculer ses impôts et sa retraite à l'avance. Côté sécurité, le BGV intègrera la très prometteuse technologie de la Blockchain, qui permet d'éviter la centralisation des données. Bref, un outil de gestion budgétaire d'un nouveau genre.



* au 15/05/18

Avec le serious game **Money Deal**, la Fondation Agir Contre l'Exclusion (FACE) a choisi une approche immersive. À travers des situations du quotidien, ce jeu pédagogique enseigne à faire face aux imprévus, comme les accidents de la vie ou la maladie. Une partie dure douze mois. De quoi permettre de passer en revue les aléas, petits et grands, qui viennent perturber la gestion d'un budget. Pour Marion Drouault, Directrice des activités vie quotidienne chez FACE, le jeu permet aussi d'engager plus facilement la discussion avec les médiateurs et « *de parler d'argent sans tabou* ». Money Deal, c'est avant tout un accompagnement pédagogique dans la durée pour prévenir le surendettement.

L'inclusion bancaire, encore loin du compte ?

3,6
millions

de personnes en situation
de précarité financière,
auxquels s'ajoutent...

500
000

personnes qui ne sont pas
bancaarisées, soit un total de ...

4,1
millions

de personnes en situation
de fragilité financière.
(source OIB, 2018)

En 2014, un Observatoire de l'Inclusion bancaire (OIB) a été mis en place sous la présidence de la Banque de France. Cet organisme, qui réunit à la fois banques, pouvoirs publics et associations, est unique en son genre en Europe. Pour Jacques Fournier, Directeur Général des statistiques de la Banque de France, il reste encore beaucoup à faire en matière d'inclusion bancaire: seulement «10% des personnes en situation de fragilité financière ont souscrit à une offre spécifique».

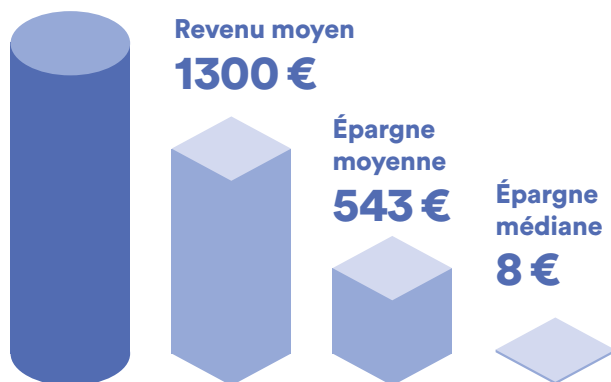
La loi bancaire adoptée en 2013 était censée assurer une meilleure protection des personnes financièrement précaires. Cet objectif n'est toutefois que partiellement rempli, notamment concernant les crédits. Bien souvent, les clients des banques en situation de pauvreté monétaire se voient refuser leurs demandes de crédit. Quand par chance ils y accèdent, les taux sont si élevés qu'ils se voient précipités dans la spirale du surendettement. Mais il existe une forme de crédit adaptée : le microcrédit.

Daniel Boccardi, Président de Créa-Sol, un organisme financier issue de l'économie sociale et solidaire, rappelle que *« le microcrédit est une démarche citoyenne qui permet de proposer une offre raisonnée, adaptée et bienveillante en direction des personnes exclues du système bancaire classique »*. Cette démarche sociale, qui permet en outre aux associations d'établir un diagnostic budgétaire et de dispenser des conseils budgétaires, est aussi économique. *« 90 % des microcrédits accordés par Créa-Sol ont permis le retour à l'emploi, ou tout du moins, de le faciliter »*, via le financement d'une formation ou l'achat d'un véhicule. Cette réussite, Daniel Boccardi l'attribue à *« l'accompagnement des référents sociaux qui jouent un rôle pédagogique extrêmement important »*. Le partenariat imaginé avec La Banque Postale en mars 2017 a donné naissance à une nouvelle offre de microcrédit portée par Créa-Sol et mécénée par La Banque Postale depuis le 1^{er} janvier 2018. Plus de 700 microcrédits instruits en quelques mois. Objectif 2018 : plus de 3000 microcrédits et une augmentation de 25 % en 2019.

Pour prendre en charge ce surcroît de demandes, Créa-Sol a mis en place un parcours digital, grâce à son outil de gestion dématérialisé à disposition des réseaux accompagnants, pour faciliter les demandes et améliorer le délai de réponses. Daniel Boccardi souligne toutefois que l'aspect quantitatif ne doit pas occulter l'aspect qualitatif, l'objectif étant que *« le microcrédit soit remboursé et qu'il ait une véritable utilité sociale »*.

L'heure du bilan pour la plateforme de conseil « L'Appui » de La Banque Postale

L'Appui a conseillé près de
100 000 personnes sur 4 ans

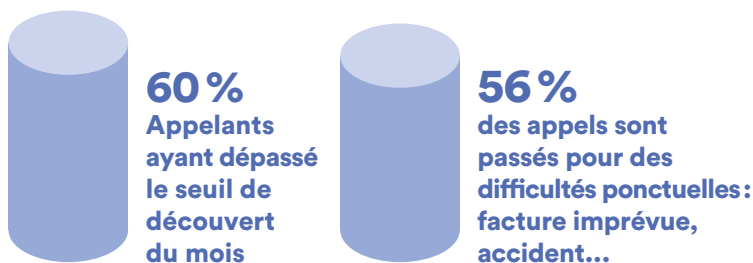


Fin 2013, La Banque Postale lançait L'Appui, un service d'accompagnement téléphonique pour ses clients en situation de précarité financière. 4 ans plus tard, la plateforme compte près de 40 collaborateurs, qui ont conseillé près de 100 000 clients, dont la moitié a bénéficié d'un accompagnement budgétaire. Évaluer la qualité et l'impact de cet accompagnement, c'est l'objet de l'étude réalisée par le cabinet Kimso, spécialisé dans la mesure de l'impact des projets d'intérêts généraux. Une étude qui a permis d'identifier le profil des appelants.

Pour Christophe Sanchez, consultant au sein du cabinet KIMSO qui a réalisé l'étude, L'Appui est « *un dispositif complémentaire des dispositifs de l'action sociale: certains appelants sont légèrement*

au-dessus du seuil de pauvreté avec un revenu moyen autour de 1300 €». Ce qui les caractérise surtout, c'est «*la faiblesse de leur épargne*». Avec 543 € d'épargne en moyenne, le filet de sécurité apparaît en effet bien mince pour faire face aux aléas budgétaires. Pour 50 % d'entre eux, il est même quasi nul avec une épargne médiane à 8 €. Les difficultés ponctuelles, comme une facture ou un accident de la vie, sont dans 56 % des cas le motif de l'appel. Signe précurseur : 60 % des appelants ont dépassé leur découvert autorisé dans le mois précédent l'appel. Les appelants les moins fragiles sont les seniors et les actifs sans enfants à hauteur de 58 %.

Les profils des appelants :



Les autres appelants, personnes précaires, rencontrent des difficultés structurelles en raison de revenus très faibles (autour de 800 euros) et sont, pour beaucoup, au chômage.

Pour la dernière catégorie, les parents actifs, si les revenus sont plus élevés que la moyenne, les dépenses le sont mécaniquement aussi. Une situation bien souvent fragilisée par un crédit. Christophe Sanchez souligne que «*l'accompagnement de L'Appui permet une stabilisation temporaire des ressources avec une augmentation de la surface financière de 170 euros par mois pendant 3 mois puis une chute de 400 euros. Pour les 16 % qui n'ont pas fait le diagnostic, c'est une baisse de 2000 euros.*»

L'Appui permet donc d'éviter une forte dégradation et de stabiliser les finances. Plus largement, la plateforme permet aux appelants de prendre conscience de leurs difficultés et d'identifier leur marge d'action. 70 % d'entre eux disent à présent mieux cerner les conséquences d'un découvert. Preuve en est, les personnes passent de une ou deux connexions à cinq ou six par mois sur leur compte en ligne. Poursuivre cet accompagnement dans la durée, en mettant en relation l'appelant avec les partenaires sociaux, est sans doute l'une des pistes d'amélioration potentielles. Christophe Sanchez remarque ainsi que l'orientation vers les conseillers sociaux «*se fait souvent sur des bases incitatives*», alors qu'une mise en lien direct comme dans le cas de l'association de lutte contre le surendettement, Crésus, permet au conseiller de prendre un rendez-vous directement pour le client via un intranet. Il y a donc «*un vrai enjeu de renforcement des partenariats*».



L'innovation digitale au service de l'inclusion bancaire des professionnels et TPE

En France, les Très Petites Entreprises (TPE) et les professionnels (commerces et artisans) représentent près de 3 millions et demi de structures et emploient près de 20 % des salariés.

Pourtant selon Betty Marcerou, Directrice du développement de la direction des entreprises et des territoires à La Banque Postale, si ces TPE et pros sont *« un poumon économique au sein des territoires, beaucoup de préoccupations d'élus en ce moment tournent sur la dévitalisation des centre-villes. Et justement, les pros n'arrivent plus à s'installer ni à créer ce maillage territorial et social si important »*. Partant de ce constat, Bruno Le Maire exprimait en 2017 son souhait de voir La Banque Postale, en tant que banque citoyenne, devenir *« la banque des pros »*. Un souhait qui apparaît légitime puisque 100 000 pros sont déjà clients de la banque. En outre, 500 000 pros fréquentent quotidiennement les bureaux de poste. L'enjeu est d'autant plus pertinent puisque la demande est en forte augmentation : la création de TPE a augmenté de 7 % en 2017.

En ligne de mire, l'amélioration du financement des pros et TPE, notamment l'accompagnement lors de la création et le décollage de l'entreprise, une phase critique puisque une entreprise sur deux ferme au bout de 5 ans. Pour accompagner cet ambitieux projet, Betty Marcerou a annoncé que *« 350 conseillers pros sont déjà en place, ils seront 1000 dans les bureaux de poste d'ici à 2020 »*. L'objectif, c'est de faire du bureau de poste *« le centre névralgique du professionnel »*. Un dispositif physique de proximité complété par une *« application mobile permettant de traiter la plupart des opérations bancaires »*, disponible en 2018. D'autre part, La Banque Postale va lancer un parcours digital de financement permettant de traiter les demandes de financement des montants inférieurs à 20 000 euros en 48 heures.

● Aider les professionnels précaires à créer leur entreprise

Acteurs prépondérants de l'économie, les pros et les TPE peinent à se financer. Si leur demande de financement ne peut être satisfaite auprès de La Banque Postale, les demandeurs sont renvoyés vers l'Adie (Association pour le Droit à l'Initiative Économique), qui officie depuis 30 ans auprès des personnes souhaitant créer leur entreprise et n'ayant pas accès au crédit bancaire classique.

Créé en 1989 par Maria Nowak, qui a adapté à la France le principe du microcrédit inventé au Bangladesh par Muhammad Yunus, Prix Nobel de la Paix 2006, l'Adie a octroyé près de 200 000 microcrédits professionnels. Emmanuel Landais, Directeur Général de l'Adie, confirme l'intérêt de ce partenariat sur le e-crédit. *«Les banques ne peuvent pas intervenir, notamment sur les publics fragiles, les territoires particuliers et les créations d'entreprises où on sait qu'il y a un risque plus élevé. Il faut qu'elles puissent orienter les porteurs de projet vers l'Adie, plutôt que d'opposer un simple refus. C'est quelque chose de très prometteur.»* Si la volonté affichée est de renforcer la notoriété de l'Adie, la mission de l'association reste la même : *«continuer à être fidèle au public cible, les personnes touchant les minima sociaux, les habitants des quartiers sensibles, et plus généralement les personnes en situation d'exclusion qui ont des projets de création d'entreprise ».*



● Le crowdfunding, un complément pour financer les TPE

Avec le rachat de la plateforme de financement participatif KissKissBankBank et de sa filiale Lendopolis en 2017, La Banque Postale offre une nouvelle modalité de financement pour les TPE. Lendopolis met en relation les entreprises en besoin de financement avec des particuliers qui investissent une partie de leur épargne contre intérêts. L'idée n'est pas de se substituer au prêt bancaire traditionnel mais, comme le confirme Nicolas de Feraudy, Directeur de Lendopolis, c'est «une nouvelle solution pour les entrepreneurs qui ont des besoins qui sont peu ou pas couverts par les banques, notamment pour des raisons réglementaires». Les travaux, la communication, le marketing rentrent par exemple dans le cadre de ce financement. 99 % des entreprises utilisant Lendopolis ont d'ailleurs déjà contracté un crédit bancaire, c'est donc bien une offre de financement complémentaire extrêmement différente puisque c'est «une offre sans caution, sans garanties et sans pénalités de remboursement anticipés».

D'ailleurs, 80 % des projets de la plateforme sont financés en parallèle par une banque. Avec un taux d'intérêt fixe, Lendopolis offre une perspective de rendement intéressant qui séduit les particuliers.



● La micro assurance, une protection pour les pros et TPE fragiles

C'est en constatant que 15% des entrepreneurs financés par un microcrédit devaient cesser leur activité suite à un sinistre, par manque de couverture assurantielle, que La Banque Postale et ses partenaires ont créé il y a 10 ans la Fondation Entrepreneurs de la Cité. Le but, fournir une solution de micro-assurance pour permettre aux entrepreneurs de protéger leur local, leur stock, leur matériel, leur chiffre d'affaires et leur santé, avec un tarif fixe, qu'on ait entre 20 et 60 ans. Hayat Boaira, Déléguée Générale de la fondation, indique qu'*«un marchand ambulancier ou une personne ayant un site de e-commerce va pouvoir assurer son stock et son matériel à partir de 8 euros par mois»*. Des tarifs abordables pour un public composé à 80% d'anciens demandeurs d'emploi de longue durée, qui n'offrent donc souvent pas de garanties suffisantes pour s'assurer dans le système classique.

Dix ans plus tard, Hayat Boaira s'aperçoit que *«ces micro-entrepreneurs ne sont pas forcément plus sinistrés que les autres, ce qui signifie que le marché de l'assurance peut avoir un équilibre financier sur les primes que l'on récolte et les sinistres que l'on paie»*. Cependant, la marge d'action reste encore importante, puisque *«30 à 40% des entrepreneurs ne s'assurent pas, c'est vraiment dommageable»*. Une étude d'impact social auprès des 2000 assurés de la fondation a révélé que *«87% des entrepreneurs assurés continuent leur activité après un sinistre»*. D'autre part, 70% d'entre eux considèrent que l'assurance leur a permis de rassurer leurs clients et de se sentir plus solides. Pour Hayat Boaira, c'est la preuve que, grâce à la micro-assurance, *«on parvient à assurer un niveau de protection minimale, même avec des niveaux de garanties et de tarifs très bas»*.

Épargner ou investir, oui, mais de façon solidaire et responsable !

Lutter contre l'exclusion en re-logeant des personnes, développer les énergies renouvelables ou créer des emplois locaux... Autant d'actions concrètes financées par l'épargne solidaire et l'investissement socialement responsable.

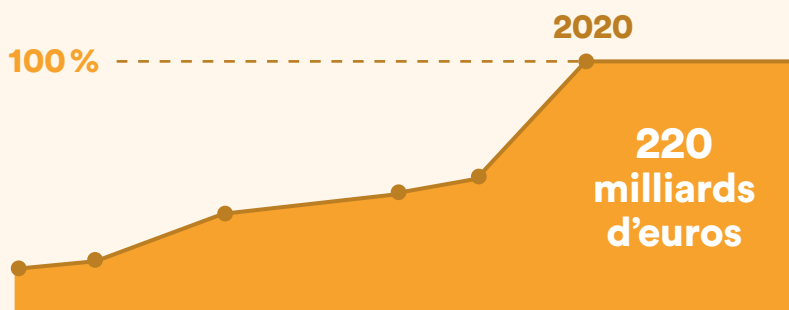


**fonds d'investissements
responsables, représentant
130 milliards
d'euros**

**Plus de 50 %
des fonds européens
sont français**

En 2016, 1,3 milliard d'euros ont été déposés sur de l'épargne solidaire. Au total, les 150 placements solidaires en France représentent un capital de 9,8 milliards d'euros. L'investissement socialement responsable propose quant à lui deux canaux préférentiels. Il est possible de financer des entreprises durables via les plateformes de financement participatif et de crowdfunding, ou de confier son argent directement à un conseiller bancaire spécialisé. En France, les 400 fonds d'investissement socialement responsables disposent de 130 milliards d'euros. Et plus de la moitié des fonds européens sont français.

Pour s'assurer de l'effectivité de l'investissement responsable, des labels existent. Finansol pour la finance solidaire, ISR pour l'investissement responsable et TEC, pour la transition écologique. Anne-Catherine Husson-Traoré, Directrice Générale de Novethic, souligne d'ailleurs une particularité hexagonale : *« les labels ISR et Transition Écologique sont des labels publics. »* Novethic, pour sa part, est chargé d'évaluer les entreprises éligibles au Label Vert selon des critères très strictes. Ainsi, l'entreprise ne doit avoir *« aucune activité en lien avec les énergies fossiles, y compris le nucléaire, et ne pas être responsable de violations répétées des droits de l'Homme. On a donc effectivement ceinture et bretelles. »* L'objectif, à terme, est de lancer un label européen qui permettra d'ici 2020 de *« choisir un produit financier comme une lessive »* sur des critères écologiques.



100% des actifs

gérés par la principale filiale d'asset management de La Banque Postale basculeront en Investissement Socialement Responsable d'ici 2020.

Mais si tout un écosystème financier solidaire et responsable est en train d'émerger, il convient aussi de former différemment les personnels des institutions bancaires qui seront à même de proposer ces placements d'un nouveau genre. C'est à cette fin que Jean-Christophe Carteron a créé le Sustainability Literacy Test (SULITEST). C'est au Sommet de la Terre à Rio, en 1992, que le Directeur RSE de Kedge Business School s'est rendu compte que

« les leaders politiques et économiques avaient une connaissance des grands enjeux parfois limitée et, par conséquent, qu'ils n'étaient pas conscients de l'impact de leurs décisions ». À l'instar du TOEFL test internationalement reconnu pour évaluer le niveau d'anglais, le SULITEST est un QCM en ligne qui permet de calculer le niveau de connaissances de l'évalué sur les grands enjeux environnementaux et sociétaux et notamment les Objectifs de Développement Durable (ODD).

Adoubé par l'ONU comme outil de suivi du développement durable, il est aujourd'hui utilisé par 736 universités et entreprises dans 62 pays. Dans la cadre de sa démarche RSE, La Banque Postale est en train de déployer cet outil en interne. Pour Jean-Christophe Carteron, ce n'est pas un « *coup de com'* » mais un véritable engagement de la banque. *« Pour qu'un système bascule, il faut des exemples. La Banque Postale est en train d'enclencher un mouvement où la France pourrait avoir une position de leader. »* La Banque Postale ne compte d'ailleurs pas s'arrêter là, puisque les 2^e Assises de la Banque citoyenne étaient l'occasion pour Daniel Roy, Président du Directoire de La Banque Postale Asset Management, de faire une annonce ambitieuse : d'ici 2020, La Banque Postale va basculer 100 % de ses 220 milliards d'Euros d'actifs gérés par sa principale filiale d'asset management en Investissement Socialement Responsable. Pour Anne-Catherine Husson-Traoré, *« l'engagement de La Banque Postale en faveur de l'ISR est un signal fort »*. Ce chantier, colossal, montre la volonté de La Banque Postale de s'engager durablement dans une démarche citoyenne et responsable.

« Nous faisons partie d'un immense mouvement planétaire qui peut donner du sens et aider à changer le monde et les Assises de la Banque citoyenne en font partie. »

Philippe Wahl, Président du groupe La Poste

Vous les avez manqués... Les ateliers d'idéation sur l'inclusion numérique et bancaire

Club l'initiative contre l'exclusion bancaire, c'est :

22

membres du monde social,
associatif et bancaire

6

années d'existence

180

heures de travaux communs
avec plus de 50 rencontres
en faveur de l'inclusion bancaire

100

intervenants mobilisés

Après le cycle de conférences de la matinée, les membres du club de l'Initiative contre l'Exclusion Bancaire (partenaires associatifs et collaborateurs de La Poste et La Banque Postale) avaient rendez-vous l'après-midi pour participer à deux ateliers d'idéation. Une cinquantaine de personnes, réunies en 4 groupes de travail, ont participé à cette discussion ouverte destinée à identifier les pistes d'amélioration pour une meilleure inclusion numérique et bancaire, et une diffusion plus large des différentes offres bancaires adaptées aux besoins de personnes en situation de fragilité financière.

Un échange nécessaire, aussi, pour mieux identifier les pistes et actions concrètes avec les acteurs sociaux. Au cours de ces deux ateliers, les partenaires associatifs ont pu partager leur expérience sur le terrain et les potentiels points d'amélioration dans les dispositifs existants. Pour Laurence Patron, Directrice du Secteur de Corbeil-Essonnes La Poste, les bénéficiaires de cet après-midi de discussion ont été mutuels, puisqu'elle a pu échanger «avec des acteurs sociaux avec qui elle n'a pas de contact habituellement». Un échange qu'elle qualifie de «très riche et très constructif». Elle confie d'ailleurs qu'il lui tarde de travailler avec l'ANSA (Agence Nouvelle des Solidarités Actives) et Emmaüs Connect, dont elle ne connaissait pas le site lesbonsclics.fr, dédié à l'apprentissage du numérique.

Côte associatif, Patricia Paris-Larvido, Directrice du PIMMS d'Antony, confirme que les sujets évoqués dans les ateliers «s'inscrivent totalement dans les préoccupations» qu'elle avait. La Directrice a maintenant une meilleure connaissance des partenariats qu'elle pourrait nouer avec La Banque Postale ce qui va lui permettre «de passer à la vitesse supérieure». Autre point de satisfaction, savoir que La Banque Postale a des besoins et des questionnements auxquels les acteurs sociaux peuvent apporter des réponses.

De ce dialogue innovant entre banque et associations de terrain sont nées de nouvelles perspectives pour améliorer encore l'inclusion bancaire et numérique des populations précaires. Des idées qui pourraient être débattues ou mises en place pour la prochaine édition des Assises de la Banque citoyenne.

Voici la feuille de route, qui se veut très concrète, des actions à mener, identifiées lors de ces deux ateliers.

Club l'Initiative : 6 ans au service de l'inclusion bancaire



Alain Bernard, Secours catholique

«Au sein du club l'Initiative, ce sont autant les actions que l'état d'esprit qui sont à retenir. Il y a un langage commun entre les partenaires.»



Nicolas Hamel, Adie

«À l'Adie, nous sommes en pleine transformation numérique, pour rendre accessibles nos services et nous comptons sur La banque postale et sur la dynamique du club l'Initiative pour favoriser l'accessibilité en ligne et le parcours des clients les plus fragiles dans les projets personnels et professionnels.»



Yves Oudin, Restos du coeur

«En tant qu'association, nous pouvons donner notre point de vue sur des projets de produits bancaires destinés aux clientèles en situation de fragilité financière.»



Jean-Louis Kiehl, Cresus

«Ce Club a permis de mieux connaître les autres acteurs de lutte contre l'exclusion financière.»



Rémy Weber, La Banque Postale

«Les travaux menés au sein du Club l'Initiative contre l'exclusion bancaire sont riches d'enseignement. Ils permettent d'améliorer notre action collective en faveur de l'inclusion bancaire ou de l'inclusion bancaire par le numérique. Il est important que la Fédération bancaire française (FBF) puisse en prendre connaissance et c'est pourquoi nous avons décidé de la convier une fois par an au sein de notre club.»



● Booster l'inclusion numérique : comment créer un réseau efficace d'aidants au numérique ?

Question 1: Quelles sources de financement imaginer ? De quels modèles d'affaire s'inspirer ?

- Lancer des campagnes de financement participatif en s'appuyant sur le sentiment d'appartenance local
- Mieux utiliser l'existant pour réduire les coûts :
- Selon Statista, 79,8 % des français seront équipés de smartphone en 2019
- Utiliser les smartphones des bénéficiaires pour dispenser les formations, ce qui supprime le « biais de la nouveauté »
- Occuper les locaux et le matériel des associations en dehors des heures d'ouverture

Question 2 : Comment atteindre les personnes en situation d'exclusion numérique ?

- Créer de l'intérêt en identifiant les besoins spécifiques à chacun et en faisant valoir les bénéfices immédiats et à court terme :
 - Devenir capable de faire le suivi scolaire
 - Consolider le lien avec les enfants, pour les personnes âgées
- Capitaliser sur les réseaux et les relations existants (famille, voisinage, travailleurs sociaux, bénévoles)
- Identifier et partager la cartographie des points d'accueil existants (cantine partagée et bureaux de poste par exemple) pour favoriser la confiance et la proximité
- Traduire les outils de formation en plusieurs langues

Question 3 : Comment pérenniser ce réseau d'aidants ? Quelles clés de la réussite retenir ?

- Personnaliser et adapter la réponse à chaque bénéficiaire
- Deux clés principales de réussite :
 - Calculer le degré d'autonomie des bénéficiaires dans le temps : imaginer et créer un indice spécifique ?
 - Suivre le nombre d'incivilités à l'encontre des outils et services proposés aux bénéficiaires (moins il y en a, plus la compréhension est élevée)

Question 4: Quels outils pour créer ce réseau et le rendre efficace ?

- Mener des formations pour les aidants: e-learning, blended learning*
- Nommer des ambassadeurs pour former les aidants sur des bases communes: ce système peut apporter une nouvelle source de financement pour les associations si elles détiennent le statut de centre de formation
- Privilégier les SMS et le support papier au détriment du mail
- Utiliser France Connect pour faciliter l'accès aux plateformes (identifiants et mot de passe)

*Selon Capital Formations, le Blended-learning (également appelé formation mixte) est un dispositif de formation alliant différents modes de formation afin d'offrir à l'apprenant le moyen de formation le plus complet du marché. Pour en savoir plus : <http://www.capital-formations.fr/lexique/definition-blended-learning.html>

● Comment aller plus loin en matière d'inclusion bancaire ?

Question 1: Comment mieux présenter les offres du réseau pour favoriser l'inclusion bancaire ?

- Mettre à disposition des personnes des lettres types pour se signaler comme client souhaitant disposer de l'OCF (Offre Clientèles Fragiles, terminologie de la Loi Bancaire de 2013)
- Désintermédier le parcours, pour le microcrédit
- Organiser des réunions d'information locales

Question 2: Comment atteindre les bénéficiaires potentiels ? Quels points de contact identifier ?

- Améliorer la transmission de l'information des banques aux associations : organiser des réunions d'information entre les banques et les associations, sur le modèle de l'Initiative contre l'exclusion bancaire, créée avec La Banque Postale
- Du côté des associations, privilégier les points de contact physiques :
 - Faciliter l'accès à des médiateurs bancaires
 - Distribuer des prospectus et des flyers
 - Mener des campagnes de porte-à-porte et de phoning. Par exemple, s'appuyer sur les fichiers des clients sensibles fournis par EDF
- Utiliser les PCB (Points Conseil Budgétaire), réunissant les bénéficiaires potentiels, les banques et les associations

Question 3: Quels outils utiliser ?

- Co-construire avec les partenaires de l'Initiative des guides simples (guide, lettres d'info...) pour expliquer comment trouver ses relevés bancaires, et clarifier leur utilité
- Développer un outil informatif sur le travail de la banque, sur les frais bancaires, le crédit et le découvert pour favoriser l'accompagnement budgétaire et la compréhension des mécanismes
- Accompagner les bénéficiaires à leurs rendez-vous avec le banquier
- Diffuser les outils existants :
 - Pilote Budget (ANSA)

▬ Budget Grande Vitesse (Crésus)

▬ Money Deal (FACE)

Question 4: Comment former les bénévoles et travailleurs sociaux aux thématiques d'inclusion bancaire ?

- ▬ Dédramatiser les sujets en s'appuyant sur des exemples précis et en partant de situations vécues sur le terrain
- ▬ Travailler en binôme, une personne disposant du contact terrain et une vision « micro » du bénéficiaire, l'autre ayant une connaissance précise des outils disponibles et une vision « macro » des problématiques
- ▬ Informer sur le temps long et par doses homéopathiques, en complément de la formation initiale. Mêler le ponctuel et le récurrent.
- ▬ Relancer les réunions d'information locales avec des binômes sur le terrain avec les associations

