

EN SEINE !

MAI 2019 | LE MAGAZINE INTERNE DE LA CAISSE D'ÉPARGNE ÎLE-DE-FRANCE

LE GRAND ENTRETIEN
ALEXANDRE MISSOFFE

DÉCRYPTAGE
LA BDR ACADEMY



ILE DE
FRANCE



EN COUVERTURE

Fidèle à ses valeurs, la CEIDF s’engage avec BPCE pour la restauration de Notre-Dame de Paris à la suite de l’incendie dramatique intervenu lundi 15 avril.

- » Don dédié à la rénovation de 10 M€ (par toutes les entreprises du Groupe)
- » Collecte en ligne ouverte aux collaborateurs en faveur des Pompiers à Paris
- » Réflexion pour accompagner tous ceux (artisans, entreprises, institutions) qui participeront à la restauration de l’édifice

3 ÉDITO

4 LA VIE DE LA BANQUE

- 5 Les news de la CEIDF
- 6 Résultats financiers
- 8 Talents
- 10 Décryptage
- 12 Ambition digitale
- 13 Portrait

14 LA VIE DU RÉSEAU

- 15 Les news du réseau
- 16 Portrait d'agence
- 17 Mon agence, mon quartier

18 TENDANCES

- 19 Les news
- 20 Le grand entretien
- 22 Enjeux en Ile-de-France
- 23 Réglementation

24 LE MAG DANS LE MAG

- 25 Mécénat
- 26 Sortir en Ile-de-France
- 27 Top 3 / Quizz

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Thomas Levet – RÉDACTRICE EN CHEF : Stéphanie Dupuis – RESPONSABLE ÉDITORIALE : Clémence Tallon – ÉQUIPE RÉDACTIONNELLE : Véronique Ségolini, Clémence Tallon – CRÉATION : Agence Fargo, Delphine Faÿsse – CRÉDITS PHOTO : Couverture : Thomas Levet / Thierry Mamberti, Shutterstock, Unsplash – IMPRIMEUR : SPRENGER (Sausheim) en collaboration avec le service impression de la CEIDF.
Un magazine produit par la Direction des Affaires Institutionnelles de la Caisse d’Epargne Ile-de-France : communication@ceidf.caisse-epargne.fr
Les contenus proposés dans ce magazine ont un caractère purement informatif et ne constituent en aucun cas un engagement contractuel de la Caisse d’Epargne Ile-de-France.

« La CEIDF au plus près et au grand large, tel est notre rôle de banquier moderne, assureur, coopératif et performant.

AU PLUS PROCHE DES CLIENTS

Appartenant à ses sociétaires, la CEIDF continue sa transformation tout en préservant ses valeurs de proximité et d’utilité. Le travail mené autour de l’importance du digital et de l’expérience du client porte ses fruits : devenir la banque préférée des Franciliens d’ici 2024 est aujourd’hui un objectif raisonnable que nous nous fixons. Plus nous répondrons aux attentes de nos clients de manière qualitative, c’est-à-dire par un accompagnement personnalisé, plus ils seront satisfaits et s’attacheront à demeurer fidèles mais également à recommander la CEIDF. Nous y parviendrons donc en fortifiant et multipliant les relations de qualité basées sur la confiance, le maître mot de nos rapports avec nos clients, nos partenaires et nos prospects.

En parallèle, nous avons à cœur de vous informer que nos capacités financières actuelles et notre expérience de gestion de filiale (par exemple la Banque BCP) nous permettent d’envisager des investissements en dehors de la région Ile-de-France afin de faire rayonner notre expérience et notre savoir-faire : nous venons ainsi d’acquérir deux établissements français présentant un réel potentiel de développement : la Banque de Tahiti et la Banque de Nouvelle Calédonie.

Les perspectives, à tout point de vue, sont riches de promesses et nous pouvons être fiers de notre modèle. Engageons-nous et véhiculons nos valeurs de banque coopérative. Plus notre socle sera solide, plus nous pourrions envisager de possibles.



DIDIER PATAULT,
PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE



LA VIE DE LA BANQUE

- 5 | LES NEWS DE LA CEIDF
- 6 | RÉSULTATS FINANCIERS
Au 31 décembre 2018
- 8 | TALENTS
Ça bouge à la CEIDF
- 10 | DÉCRYPTAGE
Bienvenue à la BDR Academy
- 12 | AMBITION DIGITALE
- 13 | PORTRAIT
David Nowicki, Membre du directoire Pôle BDD



TRAITEMENT VIP POUR LES ENTREPRENEURS

Depuis janvier, les entrepreneurs de la BDD, et plus précisément une cible haut de gamme de pros, ont leur agence dédiée avec la naissance de la Filière Entrepreneurs dirigée par Pierre Pradayrol. L'équipe de 10 personnes, répartie sur Paris et Boulogne, a vocation à apporter un service client optimal grâce à leurs expertises et à leur relation privilégiée avec la banque privée. L'agence démarre avec un portefeuille issu des agences mais accorde la priorité à la prospection et au développement.



Pierre Pradayrol,
Directeur Filière Entrepreneurs

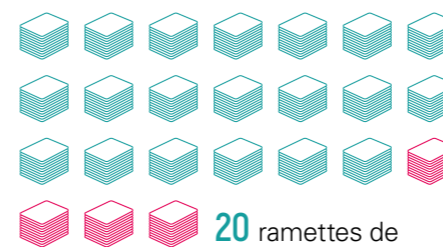
DES "PETITS-BOUGERS" QUI PLAISENT AUX CLIENTS



Équipe de l'agence Malesherbes

Lorsqu'un projet Esprit de Service se concentre sur la satisfaction client, les résultats sont au rendez-vous. À l'agence Malesherbes, l'équipe a mis en place en juin une série de petites actions visant à mieux répondre aux attentes. « Notre priorité a été d'améliorer l'accueil et la gestion des demandes des clients : au guichet, au téléphone, dans le suivi des messages vocaux et électroniques, indique François Prieur, Directeur de l'Agence. Pour ce faire, chacun en a porté la responsabilité, en intervenant au guichet en cas d'affluence, en décrochant une ligne en attente, en fixant une plage horaire réservée au traitement des messages. »

LA RSE : TOUS RESPONSABLES À LA CEIDF



20 ramettes de papier par employé en 2018
24 en 2017



Label Relations Fournisseurs Responsables
pratiques d'achats responsables et vertueuses



Label égalité AFNOR
reconnait l'égalité professionnelle femmes/hommes

EN BREF

La 2^{ème} édition du programme de développement personnel et professionnel Feel Rouge est ouverte. Cette année, 20 collaborateurs partagent un parcours leur permettant d'optimiser leur potentiel et de construire leur projet professionnel. Feel Rouge s'adresse à des cadres, managers ou experts, de 30 à 40 ans environ, ayant 3 ans d'ancienneté, identifiés par leurs managers et la DRH pour leur performance, leur engagement et leur potentiel.

feel rouge

Objectifs du programme :

- > développer leur potentiel,
- > leur donner les moyens de faire progresser leur carrière,
- > préparer la relève sur les postes d'encadrement supérieur,
- > décrocher, donner accès à une vision plus transverse de l'entreprise.

CHANGEMENTS PAYANTS + 12 pts

NPS (Net Promoter Score)
Enquête Avril-Août 2018

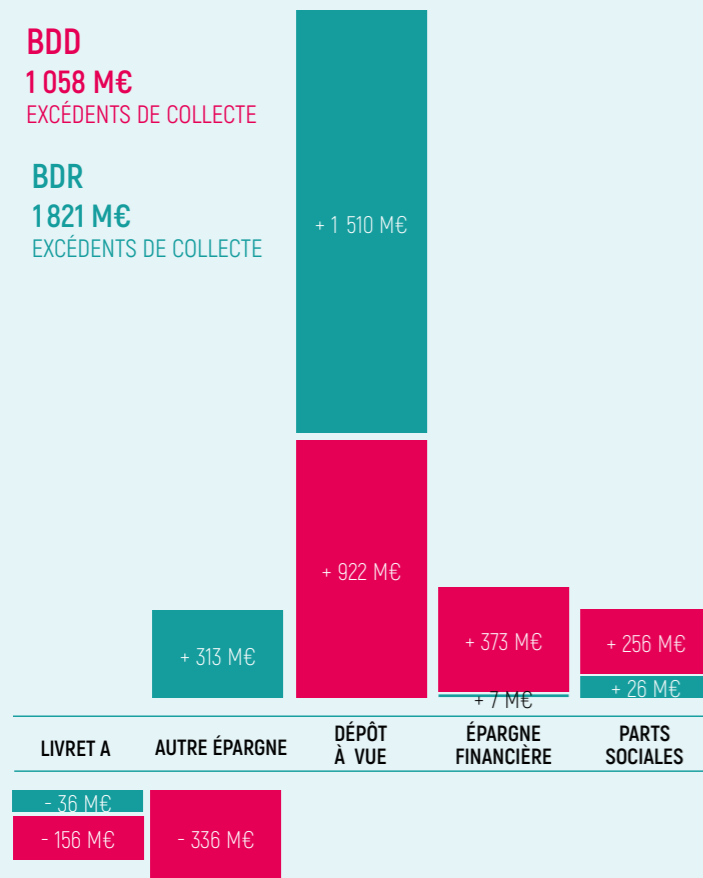


L'ACTIVITÉ COMMERCIALE AU 31 DÉCEMBRE 2018

1 COLLECTER L'ÉPARGNE

BDD
1 058 M€
EXCÉDENTS DE COLLECTE

BDR
1 821 M€
EXCÉDENTS DE COLLECTE

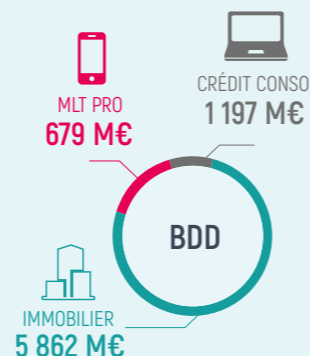


2 PRÊTER À NOS CLIENTS

La production globale de crédits s'élève à 11 482 M€

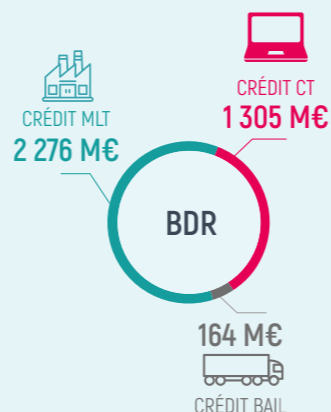
7 737
MILLIONS D'€

Production de crédits



3 745
MILLIONS D'€

Production de crédits



3 LES ÉQUIPER

ACTIVATION BDD

+2 981
clients équipés supplémentaires

- 9 833
DISTANCIÉS ÉQUIPÉS

- 1 803
JEUNES DISTANCIÉS ÉQUIPÉS

- 8 864
ENFANTS ÉQUIPÉS

19 175 BANCARISÉS PRINCIPAUX ÉQUIPÉS

+ 4 306 JEUNES BANCARISÉS PRINCIPAUX ÉQUIPÉS

4 LES BANCARISER

+23 150
bancarisés principaux supplémentaires, dont :

17 813
BANCARISÉS PRINCIPAUX

5 337
JEUNES BANCARISÉS PRINCIPAUX



LES RÉSULTATS FINANCIERS EN UN COUP D'ŒIL AU 31 DÉCEMBRE 2018

1 024
MILLIONS D'€

Produit Net Bancaire
Le PNB est en hausse de 7 M€ par rapport à celui de décembre 2017

227
MILLIONS D'€

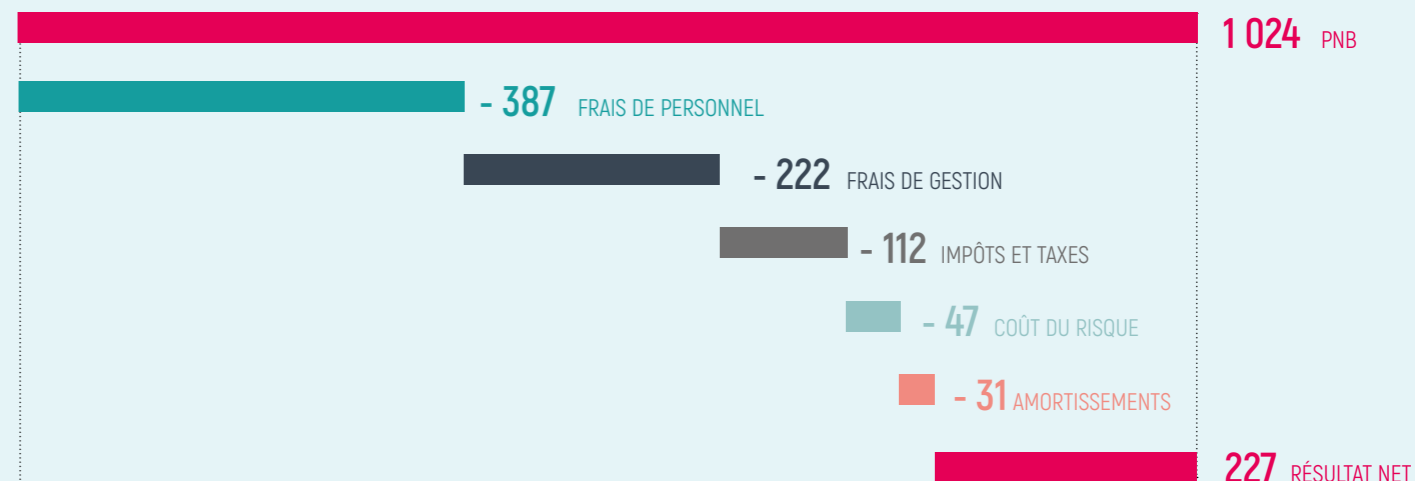
Résultat Net
Il augmente de 28 M€ au regard de l'année précédente

65,7 %

Coefficient d'Exploitation
Le Coefficient d'Exploitation est en baisse de 0,8 point vs. décembre 2017



COMPTE DE RÉSULTAT EN M€



ALAIN DAVID

Membre du Directoire en charge du Pôle Finances et Services Bancaires revient sur les résultats au 31 décembre 2018.

Le PNB progresse légèrement par rapport à 2017, qui intégrait des produits exceptionnels, pour trois raisons :

- » Une forte hausse de l'encours de crédits (+ 12 %) et de collecte ;
- » Une très bonne défense des taux d'intérêts des crédits et une poursuite de la baisse des taux moyens de la collecte ;
- » Une forte hausse des commissions (+8 %) grâce au développement de la bancarisation et de l'équipement des clients.

Le coefficient d'exploitation a poursuivi sa baisse grâce à la progression du PNB et à une légère diminution des frais de gestion. Le résultat net a fortement augmenté grâce à la hausse du PNB, à la baisse des frais de gestion et à une nouvelle baisse du coût du risque à un niveau particulièrement faible (0,10 % des encours de crédits).

ÇA BOUGE À LA CEIDF

LA MOBILITÉ PROFESSIONNELLE SIGNIFIE BIEN PLUS QUE GRAVIR DES ÉCHELONS. C'EST AUSSI DONNER LA POSSIBILITÉ DE PASSER D'UN UNIVERS PROFESSIONNEL À UN AUTRE, DE DÉFRICHER UN NOUVEAU CHAMP DE COMPÉTENCES ET FINALEMENT DE CHANGER DE MÉTIER.

INTERVIEWS CROISÉES : ENTRE SIÈGE ET RÉSEAU
LES PASSERELLES SONT BEL ET BIEN ACTIVES. POUR PREUVE...



MAUD FOURNET-FAYARD,
RESPONSABLE DU SERVICE
ESPÈCES. DIRECTION ADJOINTE
MOYEN DE PAIEMENT

QU'EST-CE QUI VOUS A DONNÉ
ENVIE DE BOUGER ?

J'étais DAAP (Responsable d'Agence Principale et Adjointe du Directeur de Secteur Commercial) à Saint-Cloud, depuis 2014. Arrivée en 2007 à la Caisse d'Épargne, je suis devenue DAA (Directrice Adjointe d'Agence) en 2008, puis j'ai rejoint la Direction Régionale 91-92 en 2012 comme Animatrice Commerciale. Forte de ces expériences, j'avais envie de changer d'environnement.

COMMENT S'EST DÉROULÉ
LE RECRUTEMENT ?

Cet été, le Directeur Régional 92 m'a

parlé du poste de la DS2C qui recherchait un Responsable d'Agence avec une expérience de management pour reprendre le service Espèces. J'ai été tout de suite intéressée : je sortais de ma zone de confort, c'était une façon de me remettre en question professionnellement. J'ai postulé à l'appel d'offres. J'ai été reçue par ma gestionnaire RH et le N+1 qui m'a présenté le poste en détail et m'a donné envie de relever ce challenge. J'ai eu un second entretien en octobre avec Olivier Jourdain, Directeur Crédits et Moyens de Paiements, pour une prise de fonction au 1^{er} décembre.

QUEL EST VOTRE SENTIMENT
AUJOURD'HUI ?

Je suis ravie d'avoir intégré la DS2C. J'ai beaucoup à apprendre sur le métier de back office, mais je me sens déjà utile et soutenue par ma hiérarchie et mon équipe. Ma connaissance du réseau est un atout considérable dans mon quotidien. Les plus de mon activité sont les interactions avec BPCE, avec les métiers transverses (travaux, sécurité, informatique...), avec les prestataires externes. J'apprécie également d'être plus proche de l'information.



MURIELLE PELLETIER,
DIRECTRICE RÉGIONALE 75 EST

QU'EST-CE QUI VOUS A DONNÉ
ENVIE DE BOUGER ?

Je suis entrée à la Caisse d'Épargne en 1992 en tant que Chargée d'Affaires (Économie Sociale – Institutionnels – Logement social et SEM). Depuis, j'ai occupé plusieurs postes qui m'ont amenée en 2017 à prendre les fonctions de Directrice de l'Animation Commerciale et de la Transformation de la Relation Client. Début 2019, David Nowicki, membre du Directoire en charge de la BDD, m'a

confié un nouveau et très beau challenge au sein de la Direction Régionale 75 Est. Challenge dont j'ai pris toute la mesure et que je relève aujourd'hui avec beaucoup d'enthousiasme.

QUEL EST VOTRE SENTIMENT
AUJOURD'HUI ?

Je suis ravie d'avoir rejoint le réseau. Cela me permet aujourd'hui de voir sur le terrain les mises en œuvre de ce que nous avons pu définir et construire au niveau des équipes support. Mes premières actions sont consacrées aux visites des agences afin de rencontrer, d'écouter l'ensemble des équipes. Mon défi, avant tout managérial, est de me tourner vers l'accompagnement des managers et des collaborateurs ; l'objectif est bien sûr de maintenir la performance de la DR et de continuer à porter la transformation nécessaire de nos métiers. Avec cette prise de fonctions, je participe à mon échelle à renforcer les passerelles entre le siège et le réseau.

POUR UNE MOBILITÉ FONCTIONNELLE

Je trouve les témoignages de Maud Fournet-Fayard et Murielle Pelletier parfaitement en phase avec la vision de la mobilité que nous défendons au sein de la DRH.



CHRISTELLE KILANI,
DIRECTRICE DES
RESSOURCES HUMAINES

La mobilité fonctionnelle est source d'apprentissage, d'enrichissement, de motivation et *in fine* d'employabilité pour chacun des salariés. Nous encourageons les salariés, avec l'aide de leurs managers, à se montrer pro-actifs quant à leur projet de mobilité. Pour les accompagner, nous avons déployé de nombreux outils. L'entretien professionnel permet de rassembler tous les projets de salariés et de contacter ceux qui ont un projet professionnel à court terme validé par leur manager, et qui est en lien avec un appel d'offres en cours afin qu'ils puissent se positionner. Les revues d'équipe réalisées avec les managers servent à approfondir les projets de chacun et à mettre en place des plans d'accompagnement. Ceux-ci sont ensuite abordés en entretien RH. Enfin, nous mettons à la disposition des salariés des dispositifs pour aider ceux qui ont le souhait de bâtir un projet puis de le mettre en œuvre. Parmi ces dispositifs, les conférences métiers présentent (en live ou en replay sur l'Intranet) les métiers de la Caisse, les compétences associées et les passerelles de mobilité entre les filières. Par ailleurs, le site Internet Mobiliway, disponible sur Planet, est un excellent outil pour préparer un entretien, revoir son CV, découvrir des témoignages sur la mobilité, ou encore visionner des tutoriels, très utiles pour optimiser sa démarche.

En complément, les équipes de la DRH animent régulièrement des ateliers CV et des ateliers de préparation à l'entretien de mobilité. Contactez-nous pour en savoir plus, nous sommes là pour vous accompagner !

TOUTES LES INFOS
SONT SUR LE SITE MOBILIWAY
ACCESSIBLE VIA VOTRE INTRANET

BIENVENUE À LA BDR ACADEMY

En début d'année et après plusieurs mois de co-construction entre experts métiers et la Direction des Ressources Humaines, la Direction du Développement et de l'Animation Commerciale de la BDR a mis en place un cycle de formation qui lui est propre : la BDR Academy.

Elle est constituée de 3 modules de perfectionnement en technique relationnelle et commerciale et vise à accompagner la force de vente sur la voie de l'excellence.

« La BDR connaît un développement constant chaque année avec des résultats commerciaux à la hauteur de notre ambition, constate Catherine Miconnet, Directrice du Développement et de l'Animation Commerciale. Notre savoir-faire et les expertises de la Caisse comme du Groupe sont aujourd'hui reconnus. La BDR Academy a pour vocation de donner aux commerciaux des atouts supplémentaires pour faire la différence par rapport à nos concurrents. »

TÉMOIGNAGE



OLIVIER LEBEAU,
DIRECTEUR CENTRE
D'AFFAIRES SECTEUR
PUBLIC 77/91

J'ai été frappé par le dynamisme de la formation, tant dans l'animation que dans l'engagement des participants. Le travail en petits groupes est très efficace, le brassage entre collègues des différents marchés est porteur et la perspective de se retrouver dans le même groupe à chaque module contribue à cette efficacité. Le travail se fait avec une forme de bienveillance qui libère la parole, alors même que l'on se retrouve devant la caméra pour se livrer personnellement. Pour avoir assisté au pilote de ce module, j'ai été touché de voir le souci du formateur à s'adapter à nos demandes. Cette nouvelle façon de co-construire une formation interne a un impact positif évident.



SABINE RESLINGER,
CHARGÉE D'AFFAIRES
À LA DIRECTION DU
LOGEMENT SOCIAL

Après avoir participé aux pilotes, j'étais assez impatiente d'assister au premier module de la BDR Academy. Ce module revient sur les bases d'un premier rendez-vous et comment le réussir. Je suis à la BDR depuis 2011, et pourtant, j'ai trouvé important ce retour aux sources à un moment charnière

TÉMOIGNAGE

de notre développement. Il permet de travailler concrètement notre posture et d'affiner notre pitch selon notre marché et d'anticiper la mobilité en entretien. Nous avons appris à tenir compte de notre interlocuteur, de ce qu'il va mémoriser afin d'adapter notre propos. Le training vidéo a été particulièrement révélateur du décalage entre notre posture quand nous évoquons une passion privée ou notre métier. Notre défi aujourd'hui : avoir une fierté contagieuse pour construire une image de marque collective de la CEIDF et savoir la transmettre à nos clients.

RÉPONDRE AUX ATTENTES ET CRÉER LA CONFIANCE

Pour élaborer son programme, la BDR Academy s'est appuyée sur les résultats des enquêtes de satisfaction et intègre les attentes clients comme l'écoute, la compréhension du besoin, la pro-activité et l'anticipation. « Nous visons une forme d'excellence relationnelle, synonyme de confiance pour nos clients. », poursuit Catherine Miconnet.

UNE CULTURE COMMERCIALE COMMUNE

La BDR Academy implique également de s'approprier une méthode commune pour gagner en efficacité lors de l'entretien client et optimiser la gestion du temps. Ainsi, la formation est transversale aux marchés et concerne tous les gestionnaires de portefeuille et tous les managers. Les participants sont répartis en petits groupes identiques au fil des modules afin de créer une forme de cohésion et d'unité de travail. Catherine Miconnet conclue : « Mieux se connaître et tisser des liens entre nous, c'est aussi ça la BDR Academy. »

GROUPE PROJET

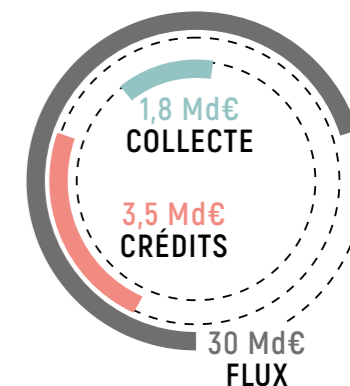


ON EST PARTI D'UNE FEUILLE BLANCHE !

La BDR Academy a été co-construite par le groupe projet composé de membres de la Formation et de chacun des marchés. Nous avons été associés dès le départ pour la rédaction du cahier des charges et de l'appel d'offres. Notre expérience était nécessaire pour identifier les besoins de nos équipes ainsi que les actions à mener pour les aider à gagner en aisance et en efficacité, leur apprendre à se valoriser et à valoriser la Caisse d'Épargne. L'ambition est d'embarquer tous les commerciaux sans remettre en question leur exper-

tise. Pour cela, nous avons pris soin de tenir compte des remarques des participants aux tests pilotes. La BDR Academy commence avec un module très personnel sur la posture, puis rentre dans les détails plus techniques de la discussion commerciale et de la négociation. L'enthousiasme manifesté par les participants au premier module est d'ores et déjà très encourageant et gratifiant ! »

RÉSULTATS 2018 :



BDR ACADEMY :

3
MODULES

150
PERSONNES FORMÉES

25
GROUPE



PATRICIA DUBOIS,
DIRECTRICE
CENTRE D'AFFAIRES
LOGEMENT SOCIAL

DIGITALEMENT VÔTRE

LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DANS L'ENTREPRISE EST DEVENUE UN LEVIER INCONTOURNABLE. À LA CEIDF, CHACUN S'ACTIVE POUR MONTER DANS LE TRAIN DE LA DIGITALISATION.

La communauté des **Digit'Coachs** est née en juin 2018 pour accompagner la transformation digitale de la CEIDF. Elle rassemble aujourd'hui 57 collaborateurs représentant les différents métiers de l'entreprise. « Ces Digit'Coachs, en tant qu'ambassadeurs digitaux, explique Laure Rico-Tirel, Directrice de la Transformation Digitale, jouent un rôle de pivot ». Ils relayent, forment, animent, et transmettent, pour que chaque collaborateur s'approprie au mieux les nouveaux outils numériques.

Les Digit'Coachs sont sans cesse en action pour accompagner l'ambition digitale de la CEIDF. En novembre 2018, ils ont participé à l'organisation des **Digital Days**, l'occasion de réunir les collaborateurs autour de stands thématiques et d'organiser des conférences et ateliers notamment sur les outils RH, l'intelligence artificielle, les réseaux sociaux et les pratiques collaboratives.

Les Digit'Coachs se mobilisent également pour le **Digital Expresso**. « Rendez-vous trimestriel, ce moment convivial est un temps d'échanges au cours duquel les collaborateurs peuvent rencontrer des experts métiers et des Digit'Coachs », explique Marjorie Lheureux en charge de l'événement. Le dernier Digital Expresso portait sur les dernières nouveautés des applis "Banque" et "Banxo", le dispositif CPF et des astuces pour les Smartphones (Android et Iphone).

Pour Antoinette Apey, Chargée de Projet Digital, « il est essentiel d'être à l'affût des nouveaux dispositifs numériques et de les intégrer à notre activité. Avec les Digit'Coachs, nous bâtissons une réelle culture digitale en favorisant le partage de l'information et des bonnes pratiques ».



L'équipe de la Transformation Digitale, rattachée au Secrétariat Général :
Marjorie Lheureux, Laure Rico-Tirel et Antoinette Apey

DES INITIATIVES AU SEIN DES SERVICES

Au-delà des enjeux sociétaux, le numérique est une chance pour l'entreprise. Les services l'ont bien compris et c'est ainsi que naissent un peu partout au sein de la CEIDF des initiatives dédiées au digital. Début 2019, chaque service de la DS2C a "pitché" sur la simplification induite par le numérique, pour les clients comme pour les collaborateurs avec des vidéos à l'appui. Et pour échanger en toute convivialité sur les changements et leurs impacts, chacun choisit son moment : apéros digitaux à la Direction de l'Audit ou encore petits-déjeuners à la Direction des Risques, de la Conformité et des Contrôles Permanents.

APPRENDRE PAR LE JEU AVEC B'DIGIT

Avec le quizz en ligne **B'Digit**, chacun peut s'initier à la transformation digitale en accomplissant des missions ludiques accessibles sur ordinateur, tablette et smartphone. De nouvelles missions sont régulièrement ouvertes ! Rendez-vous sur l'Intranet.

STRATÉGIE DIGITALE DE LA CEIDF

1 | FAIRE SIMPLE POUR LES CLIENTS

2 | FAIRE SIMPLE POUR LES COLLABORATEURS

3 | GAGNER EN EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE

4

Digital Expressos par an

57

Digit'Coachs

2 000

participants au quizz B'Digit

TROIS QUESTIONS À DAVID NOWICKI

DAVID NOWICKI, MEMBRE DU DIRECTOIRE, PILOTE LA BANQUE DE DÉTAIL DEPUIS LE 1^{ER} JANVIER 2019. COUP DE PROJECTEUR SUR SA VISION DE LA CEIDF ET PLUS PARTICULIÈREMENT DE LA BDD.

« La forte implication de la ligne managériale apparaît essentielle pour la réussite de nos ambitions.



Quelles sont les ambitions de la BDD à court et moyen termes ?

À la BDD, nous souhaitons consolider notre bonne performance commerciale en améliorant la satisfaction de nos clients. Notre objectif est ainsi d'amplifier le développement de notre fonds de commerce et de nos parts de marché en misant sur la fidélisation et sur la recommandation. Nous devons également proposer à nos clients des solutions innovantes. Pour cela, nous dynamisons notre offre en proposant des services dématérialisés et en développant le numérique. Il est indispensable aujourd'hui de répondre aux nouvelles attentes des clients et de s'inscrire pleinement dans la transformation digitale.

Quelles actions mettez-vous en œuvre avec vos équipes ?

Dans le prolongement d'Esprit de Service, nous avons déterminé les axes sur lesquels nous devons progresser : accompagnement lors du changement de conseiller, accessibilité (rester joignable), réponse à la demande et développement du "Selfcare". Afin d'avancer en ce sens, nous avons organisé en avril la "Satisfaction Week" qui a regroupé un ensemble d'actions visant à partager les bonnes pratiques envers la clientèle. Cet événement s'inscrit bien entendu dans

une réflexion plus globale nous permettant de progresser collectivement sur le sujet de la satisfaction clients. La forte implication de la ligne managériale apparaît essentielle pour la réussite de ces ambitions. La notion de managers-coachs est désormais au cœur de nos projets.

Quelle vision de la Caisse d'Epargne Ile-de-France souhaitez-vous transmettre ?

En matière de posture et finalement de sens et de vision que nous souhaitons transmettre, nous devons incarner notre slogan "Vous être utile" ; utile à nos clients, à nos partenaires, et bien évidemment à notre territoire. Avec l'implication de chacun de nos collaborateurs, je suis convaincu que nous arriverons à nous différencier de la concurrence et à devenir ensemble la banque préférée des franciliens.





LA VIE DU RÉSEAU

15 | LES NEWS DU RÉSEAU

16 | PORTRAIT D'AGENCE
Rencontre avec l'Agence du Personnel

17 | MON AGENCE, MON QUARTIER
Le quai Panhard et Levassor, Paris 13^e

L'AGENCE COLLABORATIVE : UN NOUVEAU MODÈLE RELATIONNEL



Val d'Europe a inauguré en mars le nouveau concept d'agence collaborative. Plus fluide, ce format décroïssonne l'agence, favorise la circulation des personnes, apporte visibilité et transparence



en rendant les conseillers plus accessibles. Il porte la volonté de transformer l'expérience client et de s'ajuster aux nouveaux comportements. L'agence s'ouvre sur un espace d'accueil convivial

et fonctionnel avec d'un côté les automates en libre-service, de l'autre des salons de réception vitrés pour les rendez-vous client. Les conseillers se retrouvent dans un espace collaboratif afin de favoriser une dynamique d'échanges et de partages. L'espace détente bien évidemment profite lui aussi de ce nouveau design.



Équipe de l'agence Val d'Europe



DES CONFÉRENCES POUR MIEUX CONSEILLER NOS CLIENTS

Pour animer les clientèles des marchés de la BDR, la CEIDF a organisé trois conférences-débats sur des thématiques financières qui ont attiré chacune entre 50 et 80 personnes. L'objectif a été d'instaurer un dialogue avec des clientèles qualitativement ciblées et de traiter des sujets au cœur de leurs préoccupations. En janvier, les décideurs du secteur médico-social ont pu débattre de la question des fonds propres et de la structuration de leur patrimoine. Puis, face à un groupe de promoteurs immobiliers, Alain Tordjmann, Directeur des Études Économiques et de la Prospective du Groupe BPCE, a apporté un éclairage prospectif sur l'évolution des taux, un exercice répété en avril devant un parterre de responsables de logements sociaux.

LA CEIDF REFAIT À NEUF LA TOUR EIFFEL



Partenariat emblématique s'il en est, la CEIDF a signé fin 2018 le financement de la rénovation de la Tour Eiffel pour un montant de 42 M€, en qualité de banquier unique. Après le Grand Palais, c'est le deuxième monument historique parisien, également site olympique 2024, que la CEIDF accompagne dans sa remise à neuf. Pour répondre aux demandes spécifiques de l'appel d'offres, l'équipe de Nathalie Szczepanski, Directrice du Marché Secteur Public,

Aménagement et Partenariats Publics Privés, a joué de finesse en proposant un montage financier complexe, du sur-mesure qui a remporté l'adhésion. Au programme, la réfection de l'éclairage externe, la mise en peinture, la rénovation des ascenseurs, des espaces de restauration... Car pour ses 130 ans, la Tour Eiffel entend bien dépasser la barre des 8 millions de visiteurs par an, soit 1 million de plus qu'aujourd'hui. Livraison des travaux prévue pour 2022.



RENCONTRE AVEC L'AGENCE DU PERSONNEL

Elle s'appelait l'Agence Dédinée et résidait rue du Havre dans le 8^{ème}. Au 1^{er} janvier, elle est devenue l'Agence du Personnel et s'est installée dans l'immeuble Seinerger, dans le 13^{ème}. Son offre s'adresse exclusivement aux collaborateurs de la Caisse d'Epargne Ile-de-France, et au "topage" des collaborateurs du groupe BPCE. En 2019, ses missions et son périmètre évoluent pour se mettre en phase avec les attentes de ses clients.

« Cette évolution a pour but de mieux répondre à notre mission, explique Gilles Claude, Directeur Relation Clients Multicanal & Hors Réseau. À savoir : satisfaire nos collaborateurs clients en réduisant les délais de traitement des dossiers de crédits immobilier et consommation. Elle marque notre volonté de rendre plus attractive, plus simple et plus lisible notre offre tarifaire, dans le respect de la réglementation fiscale ». L'Agence du Personnel se positionne désormais comme une agence de contrôle. La relation client dans sa totalité est confiée à l'agence de proximité du collaborateur. Les portefeuilles de Natixis et BPCE, quant à eux, sont gérés par l'agence Bibliothèque Nationale. L'Agence du Personnel conserve deux missions principales à savoir la gestion des risques au quotidien et le traitement des dossiers de financement dits "sensibles". Depuis le 1^{er} janvier, afin de fluidifier les délais, toutes les demandes bien notées en terme de risque sont laissées au conseiller de proximité. Les quatre chargés de

contrôle traitent les dossiers plus complexes, soit une trentaine depuis le début du mois. « *Le temps dégagé nous permet d'être beaucoup plus réactifs sur le contrôle des dossiers*, note Yves Komandi, ancien Conseiller Financier arrivé en 2014. *Nous assistons les conseillers de proximité dans la transition.* »

UNE OFFRE CLARIFIÉE

En ce qui concerne la gestion des risques au quotidien, les mouvements en attente de décision sont réceptionnés chaque matin. « *Mon rôle, explique Sylvie Soinard, est de signaler aux collègues clients les anomalies remontées des comptes bancaires pour qu'ils puissent les régulariser dans la journée.* » Amale Caron, qui a rejoint l'équipe en janvier, procède à la vérification des dossiers. Chaque mois, Christophe Everitt, en plus des contrôles et de l'assistance réseau au quotidien, se charge de la mise à jour de la liste du personnel. « *L'arrivée d'un nouveau collaborateur est "topée", donc marquée dans son dossier client, son départ "détopé".* » Être collaborateur Caisse d'Epargne donne droit à des conditions tarifaires particulières. Elles ont été fixées à une remise de 30 % sur les produits et services. « *À partir du moment où le client est reconnu collaborateur, la remise tarifaire est calculée automatiquement, confirme Laurent Gaudin Directeur de l'agence. Les nouvelles conditions tarifaires assurent un traitement en conformité avec les exigences légales et réglementaires.* »

MON AGENCE, MON QUARTIER.

Le Quai Panhard et Levassor où se situe l'Agence du Personnel se caractérise par une fièvre industrielle. Il porte le nom des deux inventeurs de la première automobile à essence de la fin du 19^e siècle.



Le port de Tolbiac

Face à l'Agence du Personnel, le Port de Tolbiac de 800m se distingue par ses installations logistiques et industrielles. Ici, l'activité est entièrement dévolue à la fabrication de ciment, expliquant l'incessant ballet de bétonneuses qui alimentent les chantiers de construction parisiens. Les matières premières sont acheminées par voie d'eau, d'où les larges barges qui remontent la Seine pour s'ancrer sur le port.



Les Frigos. En remontant la Seine, on tombe sur "Les Frigos", un repère d'artistes, sans cesse menacé par l'érosion mais qui persiste et signe dans son originalité désuète. Ancien bâtiment frigorifique construit en 1921, désaffecté et loué depuis 1980, il compte 87 ateliers d'artisans et artistes, et un restaurant qui vaut le détour.

L'immeuble Seinerger

Au cœur d'un quartier en mutation, l'immeuble Seinerger est inclus dans le plan de rénovation urbaine Paris Rive gauche, une opération d'une rare ampleur, couvrant plus de 130 hectares, d'anciennes friches industrielles et de voies ferrées. Il mixte chantiers en cours et ambitieuse innovation urbaine.



L'université Paris Diderot

À deux pas, se trouve l'université Paris Diderot et ses 29 000 étudiants. Si elle se vante d'être pluridisciplinaire, elle est particulièrement renommée pour son cursus en mathématique. Qui dit étudiants, dit restaurant universitaire, et celui de Diderot a l'originalité de proposer une annexe sur la Seine... La péniche du CROUS est une cantine très appréciée !



Monochrome for Paris de

Nancy Rubins est une sculpture monumentale constituée d'un amalgame de 60 canoës en métal. Installée en 2013, elle surplombe le square de l'université.



TENDANCES

19 | LES NEWS

20 | LE GRAND ENTRETIEN
Rencontre avec Alexandre Missoffe

22 | ENJEUX EN ILE-DE-FRANCE

23 | RÉGLEMENTATION
Le RGPD, un gage de confiance

LES COMPÉTENCES SOCIALES ET ÉMOTIONNELLES RECHERCHÉES

« AMÉLIORER
D'ICI CINQ À DIX ANS
LA COMPÉTITIVITÉ
DE L'INDUSTRIE FRANÇAISE
DE LA FINANCE !

C'est l'objectif ambitieux du récent livre blanc du Pôle Finance Innovation, qui détaille les 28 chantiers d'innovation prioritaires liés à l'intelligence artificielle et à la Blockchain. En particulier, il suggère d'utiliser l'intelligence artificielle pour optimiser le scoring de crédit, lutter efficacement contre la fraude, ou faire face aux cyber-risques. Il se penche aussi sur la notion de "conseiller augmenté". Il anticipe des méthodes d'organisation plus agiles et une redéfinition des métiers. En "augmentant" le conseiller ainsi débarrassé des tâches à faible valeur ajoutée, l'IA lui permettra de se concentrer pleine-

ment sur l'écoute client et l'interaction avec l'humain. De nouvelles compétences techniques seront recherchées, mais ce sera aussi le cas des compétences sociales et émotionnelles (empathie, leadership, créativité, etc.), plus difficilement automatisables.

365
MILLIONS D'€

Montant levé en 2018
par les fintechs françaises
à travers 72 opérations, selon KPMG.
Un chiffre en hausse de 15% !

TENDANCES CONTRASTÉES POUR LE CROWDFUNDING

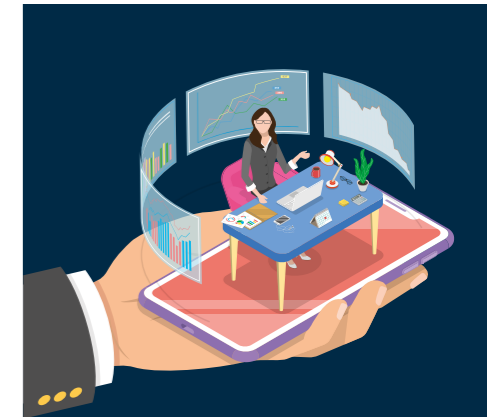
Le *crowdfunding* a poursuivi sa lancée en France en 2018, mais les tendances sont contrastées selon les segments de ce marché. À 402 millions d'euros, les montants levés par les plateformes de financement participatif progressent de 20 %, selon le baromètre de KPMG et de l'association Financement Participatif France. Cependant si les financements en prêts bondissent de 40 % à 273 millions d'euros, les financements en sont en déclin (-19 %) pour la deuxième année consécutive et se limitent ainsi à 47,1 millions d'euros.



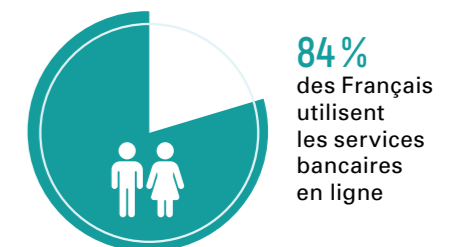
DES DISTRIBUTEURS DE BILLETS À RECONNAISSANCE FACIALE

Depuis le mois de février, les Barcelonais ont l'opportunité de retirer des billets à certains distributeurs via un système de reconnaissance faciale. Une première mondiale ! Installée sur une vingtaine de machines, une caméra intégrée identifie le client en analysant 16 000 points sur son visage. Pour sécuriser l'opération et ne pas être trompé par une simple photo, l'automate demande de donner un "signe de vie" en inclinant la tête.

LA BANQUE 100 % MOBILE FAIT DES ÉMULES



Si près de 9 Français sur 10 réalisent des opérations bancaires en ligne (84 %), ils restent très attachés au contact humain ! L'enquête menée début 2019 par le cabinet Deloitte (*Les Français et les nouveaux services financiers*) fait apparaître que 47 % d'entre eux sont « réfractaires à toute forme de conseiller virtuel ». Cependant, le recours à une néobanque 100 % mobile progresse pour concerner 7 % des Français (+3 points par rapport à 2018). Ils recherchent avant tout des frais réduits (pour 49 % d'entre eux) et la simplicité d'utilisation (47 %).



MAIS SEULEMENT :

7%
sont clients d'une banque 100 % mobile
(4 % en 2018)



ILS RECHERCHENT :



DES FRAIS RÉDUITS DE LA SIMPLICITÉ





« Les banques ont un rôle essentiel à jouer dans le projet du Grand Paris.

LE DYNAMISME ENTREPRENEURIAL DE L'ILE-DE-FRANCE EST UN FORMIDABLE AVANTAGE

ENTRETIEN AVEC ALEXANDRE MISSOFFE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE PARIS ILE-DE-FRANCE CAPITALE ÉCONOMIQUE

COMMENT ONT ÉVOLUÉ LES CRITÈRES DE CHOIX DES GROUPES INTERNATIONAUX QUI CHERCHENT DES LIEUX D'IMPLANTATION POUR LEURS ENTREPRISES ?

Les grandes entreprises internationales mettent en concurrence les territoires. Leur premier critère est souvent celui de la fiscalité, mais d'autres émergent parmi lesquelles, la qualité de vie, l'environnement, le nombre d'écoles internationales, de startups ou le taux de créations d'entreprises. Les créations d'entreprises sont ainsi en partie, à la fois la cause et la conséquence de

l'attractivité. À ce titre, le dynamisme entrepreneurial de l'Ile-de-France, en particulier dans les "quartiers", est un formidable avantage.

QUEL REGARD PORTENT LES DÉCIDEURS INTERNATIONAUX SUR LA RÉGION PARISIENNE ?

Les entreprises vont regarder une grande diversité d'acteurs et de liens. Elles veulent connaître les incubateurs, les startups, les centres d'innovation, les réseaux d'entreprises, etc. Mais elles vont aussi regarder les atouts d'un territoire dans une échelle plus vaste. Chaque commune a ses atouts propres, et ils sont plus puissants s'ils sont intégrés dans un réseau avec les

territoires voisins que les infrastructures mettent en synergie.

La diversité du Grand Paris est dès lors un argument décisif vis-à-vis des entreprises étrangères. Le projet du Grand Paris nous invite à changer notre regard sur Paris et les villes de banlieue pour penser les synergies dans une relation équilibrée. Il faut considérer l'ensemble de la métropole – et pas juste quelques territoires d'excellence – comme un argument positif pour l'attractivité. Par exemple, la Seine-Saint-Denis qui compte 160 nationalités différentes. La diversité de sa population et sa jeunesse sont des atouts en termes de capacité à capter des tendances de consommation universelles, concernant

PARCOURS

- Directeur général, Paris Ile-de-France Capitale Économique (depuis avril 2017)
- Directeur de projet, Transdev (2014-2017)
- Directeur de cabinet, Société du Grand Paris (2010-2014)

notamment la mode, les jeux vidéo ou le cinéma. Il a un taux de créations d'entreprises par habitant supérieur à la ville-centre, et largement supérieur à la plupart des grandes métropoles étrangères. Et cela dans des secteurs à très forte valeur ajoutée. Ce dynamisme et cette énergie entrepreneuriale sont là encore des arguments forts pour l'attractivité. En Californie, des métropoles comme Los Angeles ou San Francisco ont su valoriser l'énergie entrepreneuriale des populations issues de l'immigration. Nous pouvons ainsi citer Google, Amazon, Apple ou encore Ebay. Le Grand Paris devra à son tour valoriser son caractère ouvert et cosmopolite comme un argument pour son attractivité.

QUEL RÔLE DOIVENT JOUER LES RÉSEAUX BANCAIRES DANS CE PROJET DU GRAND PARIS ?

Les banques ont un rôle essentiel pour sensibiliser leurs clients-entreprises aux opportunités que représentent les chantiers du Grand Paris. Des processus ont été mis en place pour favoriser les TPE et les PME franciliennes. Les banques vont devoir aussi les accompagner en accordant des lignes de crédit à celles qui devront anticiper une montée en charge de leur activité dans ce cadre. Nous sommes par exemple passés d'un rythme de construction de 50 000 à 100 000 logements par an, depuis le lancement du Grand Paris. Et l'effet d'entraînement du marché de la construction se fait déjà sentir sur de

nombreuses activités de services. Les PME franciliennes ont besoin de se préparer à cette activité, d'investir parfois pour s'équiper ou pour embaucher. L'appui de leur banque est évidemment déterminant et sera d'autant plus efficace que les conseillers maîtrisent les enjeux liés au Grand Paris.

IL S'AGIT AUSSI POUR LES BANQUES D'UNE OPPORTUNITÉ DE BÉNÉFICIER DES NOUVELLES PERSPECTIVES OFFERTES PAR LES ZONES CONCERNÉES PAR LE GRAND PARIS.

Les banques de détail ont en effet l'opportunité de se positionner sur de nouvelles implantations, pour investir de nouveaux quartiers et une nouvelle clientèle. C'est d'ailleurs déjà la démarche de certaines chaînes de magasins ou de restauration. Il peut être stratégique de s'implanter autour des 68 gares du Grand Paris Express, qui jalonnent les 200 km de voies nouvelles de métro (soit un doublement du réseau actuel). Les aménagements qui vont être réalisés dans un rayon de 5 min à pied autour de chacune de ces gares représentent une surface totale de l'ordre de 1,5 fois la taille de Paris. Le potentiel économique de ces

nouvelles zones d'activité est considérable. Les grands investisseurs et les groupes internationaux ne s'y sont pas trompés : si le budget prévisionnel du métro et des gares, financé par l'Etat, est de 35 milliards d'euros, les investissements directement et indirectement liés à la sphère privée sont de l'ordre d'une centaine de milliards.

DANS LA PERSPECTIVE DU BREXIT, COMMENT JUGEZ-VOUS LA CAPACITÉ D'ATTRACTION DE LA PLACE FINANCIÈRE DE PARIS ?

Tout d'abord, il est crucial de continuer à montrer aux décideurs non-européens, que l'Europe reste un marché robuste, malgré le Brexit. Paris ne gagnera pas "contre" Londres, qui restera une place financière majeure. Oui, Paris doit s'imposer comme la capitale économique de l'Europe, mais pas avec une victoire par défaut. Nous serions, sinon, tous perdants. D'autant plus que nous avons les cartes en mains pour une victoire par le haut et que la place financière de Paris est très bien positionnée pour tirer son épingle du jeu au cours des prochaines années. Elle sera un élément d'entraînement très fort pour le projet du Grand Paris. Elle peut s'appuyer sur la qualité des formations françaises reconnues par les professionnels du monde entier. Paris est aussi l'une des places les plus avancées en matière d'investissement à impact social et environnemental, à travers par exemple des *green bonds* et des *social bonds* ou des cursus dédiés à la finance responsable dans les grandes écoles. C'est une vraie singularité en termes d'image. Enfin, les dirigeants des grandes banques internationales, s'ils veulent garder les talents dont ils ont besoin, se doivent de tenir compte des souhaits de leurs collaborateurs lorsqu'ils décident de l'implantation de leurs équipes. Chaque partie prenante intervient pour une part dans l'équation et il faut nous adresser à chacune avec un message spécifique.

**obligations vertes et sociales*

VILLAGE OLYMPIQUE UN PROJET AMBITIEUX POUR L'APRÈS-JO



Le projet du Village Olympique a franchi une nouvelle étape le 12 mars, avec le lancement de la consultation des promoteurs investisseurs. « *La ZAC du village olympique et paralympique prévoit la construction de 278000 m² de surface de plancher, en bord de Seine, à cheval sur les communes de Saint-Denis et Saint-Ouen, dans le département de Seine-Saint-Denis* » relève les Echos. Après les

Jeux Olympiques de 2024, cet ensemble urbain développera environ 1900 logements familiaux et 900 logements spécifiques (étudiants, personnes âgées, chambres d'hôtel...), 119000 m² d'activités, de tertiaire, de commerces et services, 9000 m² de nouveaux équipements publics, dont un gymnase, deux écoles, un lycée, et sept hectares d'espaces verts.

L'ILE-DE-FRANCE SE DÉSINDUSTRIALISE ET SE SPÉCIALISE

Au même titre que dans le reste de la France, l'industrie perd des emplois en Ile-de-France, selon un récent rapport de la Chambre de commerce de l'IDF : - 60000 depuis 2007. Dans ce contexte, depuis 2008, la région s'est recentrée sur quelques secteurs : la production et

la distribution d'électricité et d'eau, la production d'énergie, qui devient le deuxième secteur industriel francilien, à la place de la fabrication de produits informatiques, la fabrication de matériel de transport, la réparation et l'installation de machines et les industries agroalimentaires.

D'UNE VILLE DE L'OFFRE À UNE VILLE À LA DEMANDE

Comment aménager la ville à l'heure de la transition écologique et des révolutions numériques ? C'est la question à laquelle Réana Taherally s'est attachée à répondre dans son rapport réalisé pour le compte de *Grand Paris Aménagement*. Alors que les véhicules autonomes, les téléphériques urbains et les drones logistiques sont sur le point de faire leur apparition, elle met l'accent sur la mutation majeure à laquelle nous assistons : le passage de la ville de l'offre vers "une ville à la demande", où les usages redessinent les attentes et les besoins.



65
NOMBRE DE NOUVELLES GARES
DU GRAND PARIS EXPRESS
À L'HORIZON 2030



LA RÉGION CAPITALE LEADER MONDIAL DU TOURISME D'AFFAIRES

Non contente d'être la ville qui accueille le plus grand nombre de visiteurs internationaux au monde (20,5 millions en 2017 contre 19,8 millions à Londres), Paris Ile-de-France occupe aussi une place leader sur le tourisme d'affaires, selon une étude de la CCI de l'IDF. Ainsi, dans le secteur des salons, en termes d'équipement, Paris Ile-de-France possède l'offre d'infrastructure la plus riche et variée au monde avec 700000 m² de surface répartis sur plus de 20 sites d'exposition et de congrès de toutes dimensions dont 3 d'envergure mondiale (Paris Nord Villepinte – 246300 m², Paris expo Porte de Versailles – 222000 m² et Paris Le Bourget – 80000 m²). Paris et sa région proposent ainsi la première offre de salons au monde avec 439 manifestations professionnelles et grand public accueillies en 2017.

POUR EN SAVOIR + : Le rapport "Pour une stratégie d'innovation urbaine de Grand Paris Aménagement - La ville de demain, maintenant ou jamais ?" est consultable en ligne

LE RGPD, UN GAGE DE CONFIANCE

LE RÈGLEMENT GÉNÉRAL POUR LA PROTECTION DES DONNÉES S'APPLIQUE À TOUT TRAITEMENT DE DONNÉES PERSONNELLES, QU'IL SOIT AUTOMATISÉ OU NON. L'EUROPE CONSIDÈRE LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES COMME UN DROIT FONDAMENTAL.

LE RGPD EN BREF

- + d'encadrement de la collecte et de l'exploitation des données
- + de droits des personnes sur leurs données
- + de contrôles et de sanctions jusqu'à 4% du CA mondial ou 20 M€
- Des règles communes à tous les pays de l'Union Européenne

QU'EST-CE QU'UNE DONNÉE PERSONNELLE ?

Toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable. Ex. : nom, prénoms, numéro client, adresse IP, adresse mail, matricule collaborateur...

QUI EST CONCERNÉ ?

Les entreprises, associations, organismes publics, sous-traitants collectant des données de résidents de l'Union Européenne.

ENJEUX-OBJECTIFS

- Maîtriser le cycle de vie des données et pouvoir les transmettre sur simple demande.
- Donner plus de contrôle aux citoyens sur l'utilisation de leurs données.
- Maintenir et renforcer la confiance clients.

OBLIGATIONS DE L'ENTREPRISE

- Privacy by design : tout projet doit intégrer la protection des données dès sa conception.
- Responsabilité : l'entreprise met en œuvre toutes les mesures nécessaires à la protection des données.
- Finalité : une donnée personnelle ne peut être collectée que pour une finalité déterminée, explicite et légitime.

DROITS DU CITOYEN

- Droits à la portabilité, à l'oubli, à l'information, à réclamation, à réparation.
- Droits d'accès, de rectification, d'opposition.

SECTEUR BANCAIRE = RISQUES
CAR DONNÉES NOMBREUSES
ET SENSIBLES

SURVEILLANCE PARTICULIÈRE
DE LA CNIL*

*Commission Nationale de l'Informatique
et des Libertés



POUR EN SAVOIR PLUS
RENDEZ-VOUS SUR **CLICK&LEARN**
POUR UN E-LEARNING DÉDIÉ

À LA CEIDF :

LE DPO
DATA PROTECTION OFFICER
GUY SCHAEPELYNCK

LA RESPONSABLE SÉCURITÉ
DES SYSTÈMES D'INFORMATION
AMEL KESSOUS

LA RESPONSABLE DU DÉPARTEMENT
NORMES DE CONFORMITÉ
ET DES SERVICES D'INVESTISSEMENT
MATHILDE LEVECQ-LEBIGRE

- Veillent au respect du RGPD.
- Informent et forment les services.

60 RÉFÉRENTS
INFORMATIQUE ET LIBERTÉS

- Identifient les nouveaux traitements des données.
- Transmettent les bonnes pratiques.

LES TRAITEMENTS DE DONNÉES
PERSONNELLES SONT RECENSÉS ET
DÉCRITS DANS UN REGISTRE.



Une gestion sécurisée des données renforce la confiance des clients et des partenaires.



LE MAG DANS LE MAG

25 | MÉCÉNAT
Art, culture, solidarité

26 | SORTIR EN ILE-DE-FRANCE

27 | TOP 3
QUIZZ



ARTS, CULTURE, SOLIDARITÉ

AU-DELÀ DE SON RÔLE DE BANQUIER, LA CAISSE D'ÉPARGNE ILE-DE-FRANCE ACCOMPAGNE LA SOCIÉTÉ À TRAVERS DE NOMBREUSES ACTIONS DE MÉCÉNAT. SON AMBITION : CRÉER DU LIEN SOCIAL EN SOUTENANT DES PROJETS CULTURELS ET SOLIDAIRES.

OUVRIR LE MONDE DES ARTS AUX JEUNES

Grâce au soutien de la CEIDF, la **Comédie-Française** offre tous les lundis une centaine de places aux jeunes de moins de 28 ans. Le succès est au rendez-vous ! Chaque lundi, une longue file d'attente se forme devant la Salle Richelieu qui a accueilli ainsi plus de 4 000 jeunes en 2018. L'ambition de favoriser l'accès des jeunes à la culture est également partagée avec la **Réunion de Musées Nationaux-Grand Palais** qui organise à nouveau l'opération "Places aux jeunes !" avec le soutien de la CEIDF. Le Grand Palais offre ainsi des visites

en nocturne aux moins de 26 ans pour les expositions "Rouge" et "La Lune", les 1^{ers} mercredis de chaque mois.

Du côté de la danse, la CEIDF s'associe une nouvelle fois au **Théâtre National de Chaillot** pour soutenir la reconduction de la Carte Jeunes Chaillot pour les moins de 28 ans. Grâce à son mécénat, le deuxième spectacle choisi est offert au détenteur de la carte.

De la danse à la musique, il n'y a qu'un pas. Et c'est au côté de la **Philharmonie de Paris** que la CEIDF accompagne le projet *Demos* dont l'ambition est de combattre le déterminisme social par l'éducation musicale. *Demos* permet à des enfants éloignés de l'enseignement artistique de participer à la formation d'un orchestre classique pour présenter plusieurs concerts dont un à la Philharmonie !

MÉCÉNAT
+ 50 000
PERSONNES
bénéficient chaque année
du mécénat de la CEIDF



ENCOURAGER LA DIFFUSION CULTURELLE

Début mars, la CEIDF a soutenu le festival **Jazz à Toute Heure** qui investit pendant une dizaine de jours de nombreuses villes des Yvelines et de l'Essonne. Puis, c'est aux côtés du **Printemps du Violon** qu'elle a célébré, du 21 au 31 mars, le retour des beaux jours sur la capitale.

Le printemps de la CEIDF se poursuit en musique lors des journées **Tous à l'Opéra** les 3, 4 et 5 mai, lors desquelles les Opéras franciliens ouvrent gratuitement leurs portes au public (visites, animations...).



© Arthur Lenoir

LUTTER CONTRE L'EXCLUSION

La CEIDF est mécène de l'association **SAIS 92** qui œuvre pour la scolarisation des enfants handicapés. SAIS 92 apporte son expertise, forme le personnel, conseille et aiguille les familles pour que chacun trouve sa place. À travers cette association, la CEIDF soutient l'intégration de tous les enfants dans le milieu scolaire quelles que soient leurs différences.



RETROUVEZ LE MÉCÉNAT
DE LA CEIDF SUR
CAISSE-EPARGNE-ILE-DE-FRANCE.FR

EXPOSITION



Van Gogh, la nuit étoilée

Dans cette exposition immersive, promenez-vous littéralement pendant 35 minutes dans les plus beaux tableaux du célèbre peintre hollandais. Une plongée hallucinée entre nuit étoilée, chaises en osier et cerisiers japonais. Ici la technologie et l'art se rejoignent pour vous livrer une expérience sensorielle éblouissante et unique. Une exposition spectacle son et lumière qui met en scène plus de 2000 images en mouvement dans un espace de 1 500 m². Renversant et magique à l'image du célèbre peintre impressionniste.

Atelier des Lumières
38 Rue Saint-Maur, Paris (11^e)

Du 22 février au 31 décembre 2019

et aussi

Visitez la maison de Claude Monet à Giverny

Si vous aimez les impressionnistes, allez faire un tour du côté de Giverny dans l'Eure pour visiter la demeure et l'atelier du peintre des Nymphéas.

Infos : Giverny.org

LIVRES

Roman

Le Cercle

Dave Eggers

Dans ce roman dystopique, Mae Holland est embauchée par *The Circle*, l'entreprise la plus influente du monde (croisement entre Google et Facebook). Si au début la jeune femme vit un rêve éveillé, très vite elle va se confronter à l'ambition dévorante de *The Circle* : dominer le monde.



Bien-être

Vital !

Dr Frédéric Saldmann



Comment votre hygiène de vie affecte-t-elle votre réussite au travail et comment retrouver son capital santé pour être plus performant au quotidien ? À travers ce guide, le cardiologue

Frédéric Saldmann vous donne ses meilleurs conseils pour augmenter votre potentiel bien-être. Vital et capital.

BD

L'Iliade

Luc Ferry, Clothilde Bruneau, Pierre Taranzano



À travers trois tomes magnifiquement illustrés par Pierre Taranzano, redécouvrez le récit d'Homère comme vous ne l'avez jamais vu ni lu ; et plongez-vous au cœur de la mythologie grecque. Une trilogie formidable réalisée sous l'œil du philosophe Luc Ferry.

LES SITES FRANCILIENS LES PLUS VISITÉS

01 DISNEYLAND



Le Parc d'attraction situé à 30 km de Paris se place haut la main en tête de ce palmarès avec plus de 15 millions de visiteurs chaque année. La magie du monde merveilleux de Walt Disney.

Boulevard du Parc. Coupvray (77)

02 LE MUSÉE DU LOUVRE



Le plus célèbre musée du monde et ses trésors attirent chaque année toujours plus de visiteurs. Ils étaient 10 millions en 2018 à se bousculer devant le sourire de Mona Lisa.

Parc du Carrousel. Paris (1^{er})

03 LE CHÂTEAU DE VERSAILLES



Le Roi Soleil fascine toujours autant les visiteurs étrangers pour qui Versailles reste le grand symbole de l'histoire française. Chaque année, plus de 7 millions de personnes admirent les dorures des salles et se baladent dans ses jardins.

Place d'Armes. Versailles (78)

QUIZZ

1. Combien de ramettes de papier utilise en moyenne un employé de la CEIDF par an ?

2. Dans quel lieu historique les moins de 28 ans peuvent-ils entrer gratuitement tous les lundis soir grâce à la CEIDF ?

3. L'adresse mail d'un client est-elle une donnée personnelle protégée dans le cadre du RGPD ?

Réponses du quizz // 1 : 20 (page 5) // 2 : la Comédie-Française (page 13) // 3 : oui (page 23)

NOUVEAU LABEL

L'ÉCUREUIL
incarne la marque



LA TOUR EIFFEL
symbolise Paris

**ILE DE
FRANCE**

L'ILE-DE-FRANCE
affirme
l'ancrage territorial

Et toujours le bloc marque
pour les contrats, les courriers officiels
et les visuels agence



CAISSE D'ÉPARGNE
ILE-DE-FRANCE

Signature :



VOUS ÊTRE UTILE