Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

3 nominations au sein du comité exécutif de la Banque Populaire Méditerranée



La Banque Populaire Méditerranée a annoncé les nominations de Nadine Trochu au poste de directrice des prestations Clients, Chloé Vincenti à celui de directrice de la Communication, et Ali Zinoune au poste de directeur du réseau Entreprises et Expertises (par intérim), au sein de son comité exécutif.

Le comité exécutif de la Banque Populaire Méditerranée voit du renouveau avec les nominations de trois personnes : une directrice des prestations Clients, une directrice de la Communication, et un directeur du réseau Entreprises et Expertises.

Une directrice des prestations Clients

Nadine Trochu a donc rejoint la banque en tant que directrice des prestations Clients en juin dernier après une carrière riche dans le conseil. Elle a pour mission d'améliorer la qualité de service et de transformation des back et middle office. « 5 mois intenses depuis mon arrivée et chaque jour au cœur des équipes et des managers, c'est vraiment important de comprendre, d'écouter et partager avant de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

transformer », déclare-t-elle.

Une directrice de la Communication

Chloé Vincenti, quant à elle, a intégré la Banque Populaire Méditerranée au début du mois d'octobre en tant que directrice de la Communication après 25 ans au Crédit Agricole, dont 5 en tant que

directrice de la Communication du Crédit Agricole Alpes Provence. Son objectif au sein de la Banque Populaire Méditerranée est d'apporter une vision moderne de la communication. « Avec notre plan stratégique Cœur Bleu Méditerranée, nous avons une formidable opportunité de renforcer notre impact, affirme-t-elle. Nous allons accompagner cette transformation par une communication vivante, inclusive et porteuse de sens, pour mobiliser les équipes et inspirer notre communauté. »

Un directeur du réseau Entreprises et Expertises

De son côté, Ali Zinoune rejoint le Comité Exécutif de la banque, tout en conservant ses fonctions actuelles de directeur du Réseau Entreprises et Expertises par intérim. Arrivé en août 2024, il accompagne la transformation des modèles de la banque ainsi que le développement des marchés professionnels et entreprises. « Depuis mon arrivée à la Banque Populaire Méditerranée, j'ai le plaisir de travailler avec un collectif pleinement engagé pour faire de notre établissement le partenaire de la réussite de nos clients et de notre territoire », dit-il.

Le Salon de l'Entreprise débarque à Orange : un concentré de solutions pour entrepreneurs ambitieux !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



Jeudi 16 octobre à 9h, à l'Espace Daudet à Orange, la 2e édition du Salon de l'Entreprise ouvre ses portes. Porté par la CCI de Vaucluse et le Réseau Initiative Terres de Vaucluse, ce rendez-vous incontournable réunit 60 exposants autour de la création, du financement, du digital ou encore de la transition écologique. Un événement gratuit et ouvert à tous, pour propulser les projets d'aujourd'hui et de demain. L'édition 2024 avait été une réussite avec 500 participants et 40 exposants.

Après le succès de la première édition à Sorgues en 2024, le Salon de l'Entreprise revient en force cette année, direction le Nord Vaucluse. C'est à Orange, à l'Espace Daudet, que la dynamique entrepreneuriale prend ses quartiers pour une journée placée sous le signe de l'action, de l'échange et des opportunités. Organisé par la CCI de Vaucluse et le Réseau Initiative Terres de Vaucluse, avec le soutien de la Ville d'Orange, de la Banque Populaire Méditerranée et du Groupe Gemelli, le salon s'annonce comme le point de convergence des porteurs de projets, chefs d'entreprise, curieux de l'entrepreneuriat et partenaires économiques.

Un salon pensé pour tous les profils

Vous avez une idée d'entreprise ? Vous dirigez déjà votre activité ? Vous êtes en reconversion, en recherche d'emploi ou tout simplement en quête d'inspiration ? Ce salon est fait pour vous. L'objectif est clair : apporter des réponses concrètes, personnalisées, et un réseau solide à celles et ceux qui font bouger le territoire. Sur place, environ 60 exposants représentant tous les secteurs clés : accompagnement à la création et à la reprise d'entreprise, financement, recrutement, ressources humaines, formation, transition écologique, technologies et digital, services aux entreprises… Autant de solutions pour structurer, développer ou redéfinir votre projet professionnel.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



Copyright CCI de Vaucluse Communication

Des rencontres et des ateliers pour booster les projets
Tout au long de la journée, des ateliers thématiques viendront compléter les échanges avec les exposants. L'occasion de creuser certains sujets, d'explorer des pistes innovantes ou de bénéficier de conseils d'experts. Nouveauté de cette édition : la possibilité de prendre rendez-vous en amont pour des entretiens personnalisés via le site du salon. Un format efficace, centré sur les besoins des entrepreneurs.

Une inauguration en présence des acteurs du territoire
Dès 9h, le Salon de l'Entreprise sera inauguré par Gilbert Marcelli, président de la CCI de Vaucluse en présence de Yann Bompard, Maire d'Orange et Président de la Communauté de Communes Pays d'Orange en Provence, entouré des organisateurs, partenaires et nombreux intervenants. Un moment symbolique pour affirmer le soutien de la Chambre consulaire au territoire à son tissu entrepreneurial.

Des temps forts de la journée :
9H Inauguration du salon et déambulation avec les personnalités officielles ; **10h à 17h Ateliers thématiques**, 10H-10H45 Quelles tâches automatiser avec l'IA par Google Ateliers Numériques : Les étapes de la création d'entreprise par la CCI de Vaucluse et Initiative Terres de Vaucluse ; 11H-11H45 Atelier sur le financement par la Banque Populaire Méditerranée ; 11H45 – 12h Les incidences fiscales d'une voiture de fonction par le Groupe Gemelli ; 12H-12H45 Définir une stratégie marketing avec l'aide de l'IA par Google Ateliers Numériques ; L'entrepreneuriat au féminin par Femmes chefs d'entreprise et Les Premières Sud 13H-13H45 Se lancer à l'export : les dispositifs d'accompagnement par Team France Export et Procamex ; Les étapes de la transmission d'entreprise par CRA et le Barreau d'Avignon ; 14H-14H45 Storytelling : Comment raconter l'histoire de ma marque par Google ; Ateliers Numériques ;

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

Comment prendre soin de la santé du chef d'entreprise par l'AIST84,
CARE84, CIP, APESA et 60 000 Rebonds ; 15H-15H45 ; Générer des contenus pour les réseaux sociaux avec l'aide de l'IA par Google Ateliers Numériques
; Combien vaut mon entreprise ? Par CRA et l'Ordre des experts-comptables ; 16H-16H45 La location du local commercial : un enjeu stratégique du projet
entrepreneurial par le Barreau de Carpentras **16H-17H** Trophées de la RSE Vaucluse ; Prix Coup de Cœur, Grand Prix RSE Vaucluse, et Trophées premiers pas des
initiatives engagées ; Les Trophées de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) récompensent ; Les entreprises pour leurs bonnes pratiques en matière de développement durable, sur les plans social, environnemental, et économique. Créées au niveau ; régional par Philippe Girard, fondateur du Lab RSE Innovation, ils sont portés localement par la CCI de Vaucluse pour l'édition départementale . Un prix du public sera également remis à l'un des candidats. **17H-18H** Conférence sur l'innovation par le Comité Richelieu. Le Comité Richelieu est un réseau qui favorise le développement basé sur l'innovation et la recherche, l'expérimentation et l'ouverture. Avec la CCI Vaucluse, ils partagent la conviction que l'innovation est favorable au développement économique et constitue un levier majeur contribuant à relever les défis de notre temps. Cette conférence se tiendra en présence de Jean-Pierre Gérault, Président d'honneur du Comité Richelieu, et de Pierre Pelouzet, Médiateur national des entreprises.

Infos pratiques :
Salon de l'Entreprise – 2e édition. Jeudi 16 octobre 2025, à partir de 9h. Espace Daudet. 24 avenue Antoine Pinay à Orange. Entrée libre et gratuite. Programme, exposants et prises de rendez-vous ici.

Autonomie financière : un dispositif pour accompagner les victimes de violences conjugales

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



La Banque populaire méditerranéenne vient de mettre en place un dispositif d'autonomie financière à l'attention des personnes victimes de violences conjugales. Il s'agit d'une offre bancaire gratuite d'une durée de 2 ans. Elle concerne 9 départements du sud-est (dont la région provençale) couverts par cette banque coopérative, filiale du groupe BPCE.

C'est une problématique majeure. Les femmes victimes de violences conjugales désirant partir du domicile se confrontent à la question de l'indépendance financière. Partir, tout recommencer, se loger, se meubler, se nourrir, se déplacer relèvent d'un défi immense pour les victimes, fragilisées par la situation vécue en couple.
En 2024 dans le département vauclusien, 1512 violences contre les femmes majeures en contexte familial ont été recensées, avec une augmentation de 9,19% depuis 2023. Une expérimentation de l'aide d'urgence créée par la CAF il y a 17 mois a été sollicitée par 326 femmes, pour un montant moyen de 881€.

> "Un tiers des femmes n'ont pas de source de revenus."
>
> *Jean-Jacques Roman, ancien directeur de l'antenne avignonnaise de la Banque populaire*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

Face à ces actes de violence conjugale en augmentation, la coopérative bancaire régionale s'engage dans un nouveau projet social depuis avril 2025. "Un quart des femmes en France ne disposent pas d'un compte bancaire personnel, et un tiers n'ont pas de source de revenus autre que celle de leur conjoint" fait remarquer Jean-Jacques Roman, ancien directeur de l'antenne avignonnaise de la Banque populaire et désormais directeur de communication au sein du groupe.

Ce qui n'est pas sans rappeler les antiques difficultés des femmes mariées, ayant enfin le droit, à partir de 1965, d'accéder à leur compte bancaire. À ce jour, "seuls 39% des Français en couple gardent leur argent sur un compte personnel. Un tiers (34%) mixent compte personnel et compte joint, et un quart des couples ne possèdent qu'un compte joint" selon une étude de MoneyVox et YouGov.

Objectif : parvenir rapidement à l'autonomie financière
C'est dans cette perspective d'autonomie et de renforcement financiers que la banque siégeant à Nice déploie son dispositif sur toute la région PACA, ainsi que sur le Gard et l'Hérault. L'accompagnement s'articule ainsi : ouverture simplifiée d'un compte bancaire gratuit pendant 2 ans, réception de la carte et des correspondances bancaires en dehors du domicile conjugal, et suivi clientèle par des conseillers formés à l'enjeu des violences conjugales. L'objectif à terme devrait permettre aux femmes victimes et vulnérables de gérer leurs dépenses et de subvenir à leurs besoins, en n'étant plus dépendantes de leur conjoint.

Amy Rouméjon Cros

La Banque Populaire Méditerranée présente ses résultats annuels 2023 à Avignon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



Le 15 mai 2024, la Banque Populaire Méditerranée a présenté ses résultats commerciaux et financiers de l'année 2023 lors d'une assemblée générale qui s'est tenue à Avignon. En s'appuyant sur une dynamique de développement et un ancrage territorial fort, la banque française a montré des chiffres d'expansion très encourageants pour l'avenir, notamment sur le Vaucluse.

Une banque qui pèse sur le plan départemental

La Banque Populaire Méditerranée a toujours basé et ce depuis sa fondation en 2016, sa stratégie commerciale sur un enracinement territorial prononcé et un accompagnement client personnalisé. Créé suite à la fusion de plusieurs établissements, cette structure ne compte pas moins de 244 agences réparties sur 9 départements, de 2.380 collaborateurs et surtout 520.000 clients particuliers.

Très présente sur le département du Vaucluse, la BPM dénombrait fin décembre 2023, 23 agences sur le 84, 15.176 clients professionnels, 52.842 clients particuliers et 251 collaborateurs professionnels. Avec des agences à Avignon, l'Isle-sur-la-Sorgue ou Le Pontet entre autres, les chiffres de développement foncier et commerciaux de la BPM ne cessent d'augmenter, ce qui prouve la place imposante prise par la banque territoriale sur le plan départemental face à ses concurrents, présents depuis de très nombreuses années.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



L'agence Banque Populaire Méditerranée à l'Isle-sur-la-Sorgue, une des 23 agences sur le département du Vaucluse

Un bilan 2023 qui affiche un produit net bancaire supérieur à 400 M€

Depuis le début de l'année 2022, de nombreuses tensions géopolitiques sont venues dérégler et perturber le marché financier et bancaire européen. Cela a entrainé une inflation globale qui ont eu de nombreuses répercussions sur le système bancaire. Première conséquence, les taux d'intérêt directeurs de la Banque Centrale Européenne ont considérablement augmenté, entrainant avec lui une période de transitions pour l'ensemble des structures bancaires dans leurs bilans et des conséquences immédiates et fortes sur leur rentabilité.

Malgré ce contexte la Banque Populaire Méditerranée affiche, au titre de l'exercice 2023, 401,8 millions d'euros de produit net bancaire (PNB), l'équivalent du chiffre d'affaires pour le milieu bancaire. Ce résultat traduit le dynamisme de l'activité commerciale de la banque, au service de ses 520 000 clients.

Ce n'est pas là le seul bénéfice comptable de 2023, la Banque Populaire Méditerrané a annoncé un résultat net de 64,6M€ sur l'exercice annuel et 1,1 milliard d'€ de fonds propres ce qui permet à la structure bancaire de continuer à créer de la valeur pour le territoire, ses collaborateurs et ses

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

sociétaires dans le cadre de sa stratégie régionale et de sécuriser les projets d'avenir en emmenant une stabilité financière primordiale.



Sabine Calba, directrice générale de la Banque Populaire Méditerranée

La BPM, structure engagée et conservateur sur ses investissements

Malgré un contexte financier instable, la Banque Populaire Méditerranée mise sa politique d'avenir sur ses clients et ses collaborateurs professionnels du territoire en réinjectant les investissements générés dans leurs projets. 2,4 milliards d'€ de financements ont été accordés aux clients régionaux, ce qui représente un prêt tous les 4 minutes. Elle a également, investi de manière considérable sur le développement de ses expertises dans le but de toujours mieux s'adapter au tissu économique du territoire et ses spécificités.

La BPM a tenu également à améliorer son accompagnement auprès des professionnels et des entreprises en créant une agence de d'accompagnement destinée à apporter un soutien spécialisé aux structures en procédure judiciaire ou en lançant l'agence AgriViti où 8 collaborateurs spécialisés et répartis sur

Ecrit par le 15 novembre 2026

l'ensemble du territoire apportent un suivi quotidien aux clients agriculteurs et viticulteurs.

Enfin, l'année 2023 a confirmé la volonté de la BPMED à s'imposer comme un employeur et un créateur d'emploi sur son tissu régional. 400 recrutements ont été effectués et 129 alternants ont été formés au cours de l'année écoulé et ce sur tous les départements où la Banque Populaire Méditerrané est présente.

Le musée Angladon accueille la Banque Populaire Méditerranée comme nouveau mécène

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



Le musée Angladon, situé au 5 rue Laboureur à Avignon, a signé une convention de mécénat avec la Banque Populaire Méditerranée. Une collaboration qui a pour but de contribuer à l'attractivité du territoire et à partager les collections du musée avec un public plus large.

C'est dans les salons du musée Angladon-Collection Jacques Doucet que le partenariat de mécénat entre la galerie et la Banque Populaire Méditerranée a été signé. Le Musée, porté par une fondation reconnue d'utilité publique, expose au sein d'un hôtel particulier avignonnais la collection du célèbre couturier-collectionneur de la Belle Epoque, Jacques Doucet.

Des tableaux, des objets d'art précieux que le musée souhaite rendre accessible à tous. La structure culturelle, qui possède un fort ancrage culturel sur le plan local, contribue depuis plusieurs années à l'attractivité territoriale du département et n'hésite pas à s'appuyer sur les mécénats pour poursuivre sa mission de démocratisation de l'art graphique et culturelle sur la ville d'Avignon.

Une mission à laquelle la Banque Populaire Méditerranée a souhaité s'associer à travers ce partenariat de mécénat. Ancrée dans le tissu économique local et défendant des valeurs de proximité territorial, la structure a trouvé avec le musée Angladon la même volonté d'offrir une politique et des services accessibles à tous.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

« Notre banque est proche de ses clients, elle a envie d'accompagner les acteurs du territoire qui contribuent à son développement et lui apportent une valeur ajoutée », souligne Karine Brasleret, directrice de Groupe Avignon-Luberon pour la Banque Populaire Méditerranée.

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

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. »

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 avions 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

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, nos 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 ».

Banque populaire Méditerranée : L'esprit de reconquête commence à payer

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



La banque populaire Méditerranée signe son meilleur résultat commercial depuis sa création, résultant de la fusion des entités provençales, corse et azuréenne, en 2016.
« Une fierté », pour Sabine Calba, sa directrice générale, se félicitant de « l'impact sur le territoire que nous couvrons : 3,4 milliards ont été injectés dans l'économie locale ». Dans le détail, un milliard pour les crédits d'équipement des entreprises, 2,1 milliards pour l'immobilier, le reste pour les crédits aux particuliers. Toute cette activité, florissante, rapporte un peu d'argent : 60 millions tout rond.
Elle reflète un renouveau que la banque attendait depuis longtemps, comme le fruit d'une modernisation et d'une augmentation de son périmètre. Mais elle est surtout venue des collaborateurs ayant suivi le mouvement. « Nous étions en bas de tableau il y a quelques années s'agissant de la satisfaction de tous nos clients. Nous sommes désormais sur le podium des Banques de notre groupe au plan national, pour tous les marchés ».

Le visage de la banque a changé
Tous les espoirs sont donc permis, incarnés par un plan adapté à la singularité de son territoire méditerranéen, de ses clients et de ses équipes. « Impulsion 2024 » prévoit ainsi d'accélérer la croissance du produit net bancaire (chiffre d'affaire) à PNB à 400 millions d'euros à fin 2024 pour un résultat net de 70 M€ et un coefficient d'exploitation (ratio mesurant la part des gains réalisés par une

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

banque au regard de ses coûts fixes) à 66%. Ce pourcentage – honorable au regard de la moyenne du secteur – indique qu'il faudra sans doute mieux maîtriser les charges d'exploitation avec des collaborateurs « plus efficace et entrepreneurs ». Pour Sabine Alba, « il s'agit bien d'un plan de développement commercial, à l'écoute de nos clientèles en plaçant la satisfaction et l'expérience client au cœur de la relation ». Mais, à terme, l'objectif suppose un changement plus profond, celui de « revoir nos 'process' et notre organisation pour offrir des prestations de service de haute qualité, répondant aux transformations énergétiques, climatiques et sociologiques ».
La banque peut compter sur des collaborateurs dont le profil a changé. Au plan interne, celle-ci met en avant des progrès sur l'égalité professionnelle. « Après de nombreuses années de progression, les femmes composent actuellement 44% de la population des cadres de l'entreprise et l'ambition d'atteindre la parité est toujours d'actualité. Nous avons la volonté de recruter et d'attirer des talents autant parmi les femmes que les hommes. Afin d'y parvenir, nous maintenons un investissement élevé dans l'alternance avec une centaine d'élèves accueillis au sein de nos équipes chaque année. Nous faisons aussi évoluer les formations universitaires vers plus de compétences et nous sommes en mesure de fournir des opportunités d'évolution professionnelles nombreuses et diversifiées afin d'accompagner les évolutions de carrière en lien avec celles que connait actuellement le monde bancaire ».

Trois questions cash
La hausse des taux est-elle une bonne nouvelle pour améliorer encore les résultats de la banque cette année ?
La hausse des taux, qui permettra de sortir de la situation de taux courts négatifs, est une bonne chose. Cependant la violence de la remontée actuelle des taux long terme n'est pas favorable à court terme car l'évolution du taux de production des crédits sera plus lente que celle des taux de refinancement.

Vos crédits aux entreprises et immobilier ont été en recul l'année dernière. Quelle évolution pour le premier semestre 2022 ?
Au début mai 2022, les crédits produits, aux particuliers et aux entreprises ou professionnels, sont en hausse de près de 5% par rapport à 2022.

Vous mentionnez près de 505 000 clients, combien correspondent à des comptes actifs ?
Environ 352 000 clients actifs face aux 505 000 clients, un taux proche de 70%.