Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

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



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 ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

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 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%.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Un nouveau directeur Entreprises pour LCL Méditerranée



Vincent Tornamorell est le nouveau Directeur Entreprises de la région Méditerranée au sein du groupe bancaire LCL. Diplômé d'Audencia, ce dernier a rejoint le marché des entreprises de LCL en 2003 en tant que chargé d'affaires. Il a ensuite occupé plusieurs postes au sein du groupe notamment celui de directeur du centre d'affaires viti-vini & Charentes à Bordeaux. En 2017, il est nommé responsable du pôle 'Performance et business intelligence' au siège de la banque en Ile-de-France avant de rejoindre son poste actuel au sein de LCL Méditerranée.

60 collaborateurs et 2 500 clients

Vincent Tornamorell est donc désormais à la tête d'un réseau de 8 implantations (Marseille, Aix-en-Provence, Avignon, Montpellier, Perpignan, Nice, Toulon et Bastia) regroupées au sein de 4 centres d'affaires dédiés à la clientèle des entreprises. A ce titre, il a la responsabilité de 60 collaborateurs au service de 2 500 clients PME et ETI, pour les régions Languedoc Roussillon, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse.

Filiale du Crédit agricole, LCL regroupe 6 millions de clients particuliers, dont 216 000 clients Banque privée, 380 000 professionnels et 29 900 entreprises et institutionnels.

L.G.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Châteaurenard : le lycée Jean D'Ormesson ouvre un BTS Banque



A la rentrée 2022, il sera possible d'étudier le domaine bancaire en apprentissage au lycée Jean D'Ormesson à Châteaurenard. Une réunion d'informations sera organisée le mercredi 23 mars à ce sujet.

Vous vous intéressez aux métiers qui mêlent le relationnel et le commercial ? Le lycée Jean D'Ormesson proposera, dès la rentrée 2022, un Brevet de technicien supérieur (BTS) Banque en apprentissage, en partenariat avec le GRETA-CFA Vaucluse**.** Cette formation, dont le recrutement se fait hors Parcoursup, sera étalée sur deux ans avec des cours les lundis et mardis, et un mercredi sur deux. Les apprentis travailleront en agence bancaire le reste de la semaine et pendant les périodes de vacances scolaires.

Pour en apprendre plus sur ce nouveau BTS, le GRETA-CFA Vaucluse invite toute personne intéressée à se présenter à la réunion d'informations qui aura lieu le mercredi 23 mars à 14h au lycée Jean D'Ormesson. Pour y participer, il faut confirmer sa présence par mail à assistante.tertiaire@greta-cfa-84.fr et venir avec son CV et une lettre de motivation destinée à un potentiel employeur. Les pré-inscriptions pour la formation sont d'ores et déjà ouvertes. Seul un baccalauréat est requis pour l'intégrer.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Réunion d'informations. Mercredi 23 mars. 14h. Lycée Jean D'Ormesson. 860 Avenue Jean Mermoz. Châteaurenard.

V.A.

Banques et Mission locale jeunes Grand Avignon : ensemble pour l'insertion durable



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Ce mercredi 8 décembre au Numéro 75 à Avignon, le Comité local des banques de Vaucluse ainsi que la Mission locale jeunes Grand Avignon ont abordé ensemble l'inclusion bancaire pour les personnes à fragilité financière. Julien Fraysse, sous-préfet à la Relance, a également présenté quelques chiffres en faveur du tissu économique vauclusien.

C'est à la suite de leur Assemblée générale que les membres du Comité local des banques de Vaucluse, sous la présidence d'Olivier Grégoire (Directeur centre affaires entreprises Crédit Mutuel), se sont réunis autour de la table. Julien Fraysse a rappelé la volonté des pouvoirs publics de soutenir les entreprises du territoire via le Plan de relance qui entre dans sa « phase d'ingénierie ». C'est ensuite le dispositif 'un jeune, un compte' présenté par Isabelle Gineste, directrice de la Mission locale jeunes Grand Avignon, qui a animé les échanges. Objectif ? Avancer main dans la main avec les établissements bancaires en vue de faciliter les ouvertures de compte aux jeunes en difficulté et *in fine* leur insertion dans la vie active.

« Un jeune, un compte »

Isabelle Gineste a ainsi fait part des difficultés des jeunes en insertion pour ouvrir un compte bancaire dans les établissements. Philippe Blanc, Directeur général adjoint du Crédit municipal Avignon, est pleinement mobilisé et souligne le cercle vicieux : « il est en effet difficile de monter un dossier car ils ne peuvent pas le faire sans posséder au préalable un compte. » Forte de 3,3 millions d'euros de budget, la Mission locale jeunes Grand Avignon œuvre au quotidien pour accompagner 5000 jeunes de 16 à 25 ans en sortie de système. « Nous sommes le volet cohésion sociale du Plan de relance », précise la directrice.

Depuis le Plan de pauvreté, davantage de fonds ont été mobilisés pour faciliter l'insertion durable, à travers la mobilité ou la formation. Les jeunes sont toutefois « confrontés à certaines difficultés au moment de déposer ces fonds en banque. » Pour pallier le problème, la Mission locale a noué un premier partenariat avec le Crédit municipal d'Avignon permettant de les alerter en cas de découvert ou autres irrégularités. « La Mission locale est alors garant et caution du lien », précise Isabelle Gineste. La Banque de France (Gilles Duquénois, directeur départemental Vaucluse) intervient également pour animer des ateliers sur la bonne gestion du budget.

Offre spécifique en cas de fragilité financière

Jérôme Cartenet, directeur de la Fédération bancaire française, rappelle qu'une offre spécifique existe en cas de fragilité financière. Elle permet de limiter les frais en cas d'incidents de paiement et d'irrégularités de fonctionnement de compte. Seulement, « nous rencontrons des difficultés à faire accepter ces solutions. L'absence de chéquier est un frein, mais c'est le moyen le plus risqué pour être à découvert. La carte de paiement à autorisation systématique est considérée comme limitative », explique-t-il. Il propose alors de prévoir dans le partenariat la mention du caractère sécurisant et surtout transitoire de l'offre.

En collaboration avec le Crédit Agricole, le Crédit Mutuel, la Banque Postale, les directeurs d'agence ont été sensibilisés à la problématique et des fiches navettes ont été instituées pour faciliter la communication et la prise en charge du jeune. « Nous sommes fiers de ce partenariat », souligne Isabelle

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Gineste, disposée à s'adapter aux contraintes des organismes bancaires : garantie, règlementation, secret professionnel. L'objectif est de déployer davantage de passerelles, instaurer une synergie entre les acteurs et jouer ce rôle d'articulation entre droit à l'inclusion et accompagnement. « Nous souhaitons que les jeunes prennent leur place dans l'économie », conclut-elle.

200M€ attribués en Vaucluse

Concernant l'économie vauclusienne à l'épreuve de la crise, Julien Fraysse ne souligne « pas de problématiques majeures de trésorerie mais quelques cas particuliers » sur lesquels la préfecture reste pleinement mobilisée. La CPME 84 a par ailleurs sollicité le sous-préfet à la Relance au regard de certaines entreprises qui attendent un nouveau report de la date de remboursement du PGE (Prêt garanti par l'État). 200M€ à minima ont été affectés en Vaucluse dans le cadre du Plan de relance à travers ses trois volets : l'écologie, la compétitivité et la cohésion sociale et territoriale. Les baisses d'impôts de production représentent 75M€, soit 1/3 du Plan de relance, devant les subventions classiques et le renforcement des fonds propres.

« Les industries commencent à sortir la tête de l'eau par rapport à la concurrence », rassure Julien Fraysse qui encourage à élaborer des dossiers dans le cadre du Programme d'investissements d'avenir (PIA). L'objectif étant de contribuer au financement des investissements innovants : décarbonation, ville durable ou industries agroalimentaires (IAA), qui font la typicité du Vaucluse. Concernant les subventions, 180M€ à minima ont été attribués, 100M€ dédiés à renforcer la compétitivité de l'industrie en Vaucluse. Quasiment 25 entreprises ont été retenues sur cet appel à projets.

Entre 50.000 et 100.000 euros ont été investis en Vaucluse dans le cadre de la modernisation des machines. Pour ce qui est des services, 1400 commerces ont obtenu un chèque numérique d'un montant de 500 euros, 50 entreprises un chèque Relance export. Le sous-préfet s'en remet désormais au PIA qui prend le relai. « Je compte sur votre mobilisation pour le Plan investissement France 2030. N'hésitez pas à proposer aux belle entreprises l'offre des Obligations Relance ». Le dispositif est destiné aux entreprises qui souhaitent se développer et investir sans pour autant ouvrir leur capital à des actionnaires extérieurs.

Manque de foncier

Olivier Grégoire interpelle alors le sous-préfet au sujet de l'éternelle problématique du manque de foncier en Vaucluse. « Des entreprises sont facilement tentées de sortir du département pour aller en périphérie, dans la Drôme par exemple », s'inquiète-t-il. Julien Fraysse, qui entend parfaitement les enjeux de cette problématique, évoque le Plan de prévention des risques inondation (PPRI) destiné à réglementer le développement de l'urbanisation en zone inondable. Ce dernier ralentit voir stoppe bon nombre de projets, même si des digues RAR (résistantes à l'aléa de référence, ndlr.) sont construites « pour poursuivre l'activité. »

Autre enjeu majeur, le 'zéro artificialisation' à l'horizon 2030 et les ZAD (Zone à défendre) qui se multiplient en cas de projet sur une friche agricole. « C'est compliqué, mais nous allons vous

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

accompagner au maximum avec l'Etat. Il faut mettre à contribution les promoteurs, aménageurs, qui doivent prendre leur rôle dans la densification de l'activité », appelle le sous-préfet. Dans le cadre de la reconversion des friches industrielles laissées à l'abandon, il rappelle que trois projets en Vaucluse ont été retenus.

Le Crédit Mutuel accompagne le festival Marsatac



Partenaire de la musique depuis 20 ans, le Crédit Mutuel accompagne Marsatac, rendez-vous phare de la jeunesse marseillaise. 15 000 festivaliers sont attendus du 20 au 22 août, au parc Borély à Marseille.

Le festival Marsatac représente un temps fort de la vie festive et culturelle du grand sud. « Cette année encore, le Crédit Mutuel donnera le 'La' au sein d'un espace dédié à la plateforme musicale 'RIFFX'. En plus du programme varié, de jeunes talents qui ont postulé sur RIFFX auront la chance de se produire sur une des deux scènes' », explique le groupe.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

280 bénévoles impliqués

Pour Béatrice Desgranges, directrice de l'association Orane, organisatrice de Marsatac depuis 1999 : « les festivaliers sont reçus comme dans une famille, de manière conviviale et respectueuse dans un nouveau format en plein air et avec des contraintes sanitaires en adéquation avec l'actualité ». Du côté du Crédit Mutuel, l'émulation est partagée, « depuis 3 ans, notre banque est séduite par l'enthousiasme des organisateurs. Pourquoi ? Le mode de gouvernance de cette association, rassemblant plus de 280 bénévoles impliqués, encourage l'engagement des jeunes. Pour récompenser ses valeurs d'entraide et de solidarité, notre offre 'Jeunes qui s'engage' convenait parfaitement. »

Plus de 600 événements partenaires

Chaque année, le Crédit Mutuel parraine plus de 600 événements musicaux, près de 90 festivals et 26 salles de concert partout en France. La plateforme musicale 'RIFFX by Crédit Mutuel' réunit les amoureux de la musique et permet à de nombreux fans de tenter de gagner des expériences live sur des événements partenaires ou encore des rencontres artistes.

Par ailleurs, il s'investit pour le développement des innovations dans le monde de la musique avec le MamA Invent, le réseau social In live with ou encore offre des solutions de service pour permettre aux artistes de se produire sur les scènes proches de chez eux avec Smart music tour. « De par son ancrage au plus proche des territoires et de son investissement auprès des jeunes, le Crédit Mutuel soutient les projets qui favorisent l'accès à la musique pour tous : des associations et écoles de musique de votre ville ou de votre village jusqu'aux Jeunesses Musicales de France grâce à qui, chaque année, 500 000 jeunes ont accès à la musique. »

Demandez le programme

- Vendredi 20 août : Sébastien Tellier, l'impératrice, Louisahhh Live Band, Moïze Turizer, LB aka Labat, Betty B2B Louise Chen, Goldie B.
- Samedi 21 août : Alonzo, Sofiane, Princess Nokia, Cookie, la Famille Maraboutage + Decay
- Dimanche 22 août : Soso Maness, PLK, Poupie, Tessae, Brodinski, Moesha 13, Bobba Ash, Tobhi TM.

L.M.

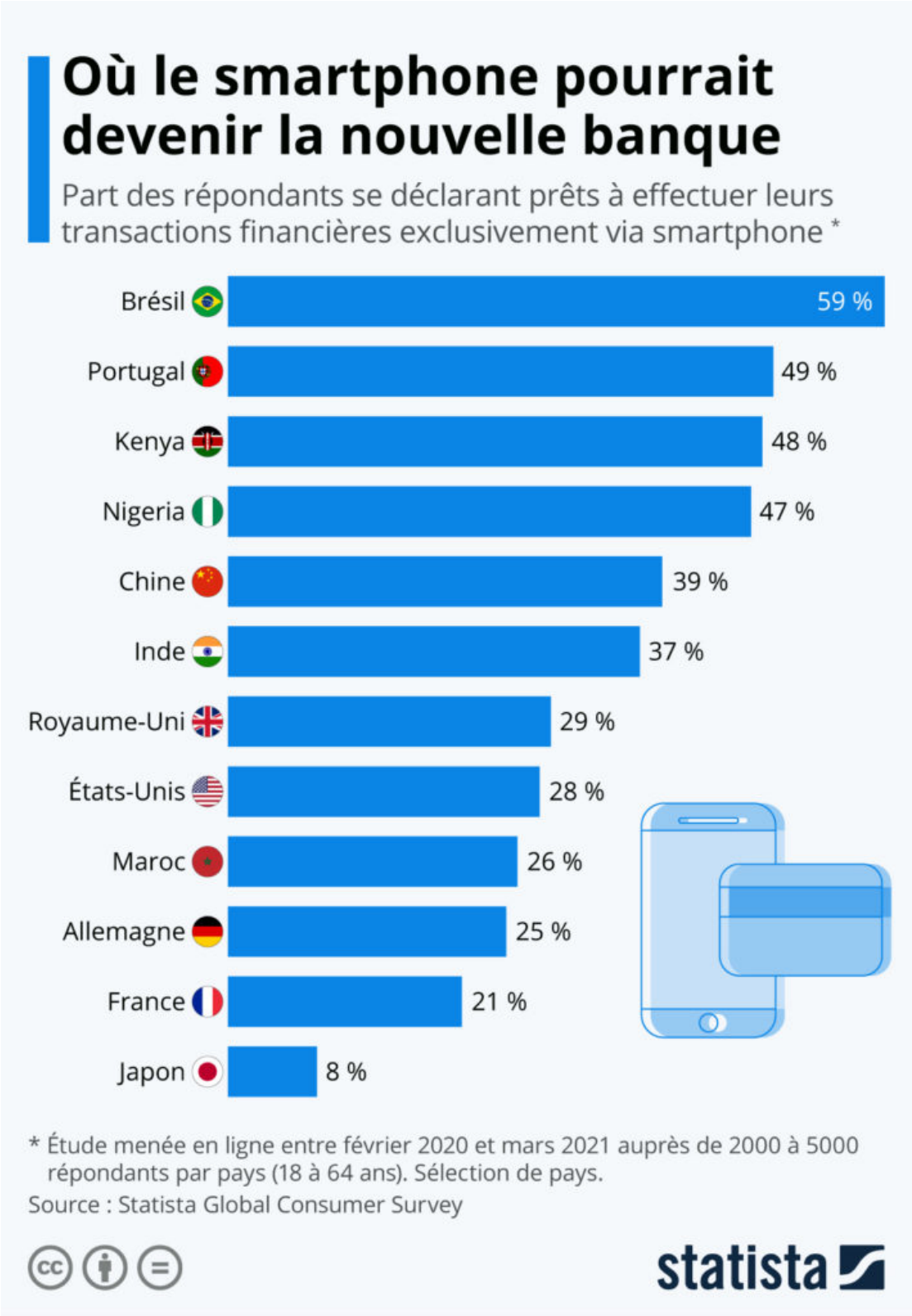
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Où le smartphone pourrait devenir la nouvelle banque

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Le pourcentage d'adultes possédant un compte bancaire continue d'augmenter dans le monde. Il est passé de 62% en 2014 à 69% en 2017, alors qu'il était encore seulement de 51% en 2011, selon les dernières données de la Banque Mondiale (2017).

Toutefois, 1,7 milliard d'adultes – soit 4 sur 10 dans le monde – ne possédaient toujours pas de compte bancaire en 2017. En revanche, les deux tiers d'entre eux possèdent un téléphone mobile, solution pour ces populations qui n'ont accès à aucune source de financement – surtout dans les pays du Moyen-Orient et d'Afrique. Afin de combler ce retard, la Banque mondiale mise sur la poursuite de l'essor du smartphone et des modes de paiement par internet. La part des titulaires de comptes bancaires envoyant ou recevant des paiements numériquement est en effet passée de 67% en 2014 à 76% en 2017.

Comme le montrent les données du Statista Global Consumer Survey la part de répondants se déclarant prêts à effectuer leurs transactions financières uniquement via leur smartphone peut fortement varier selon les pays: au Japon, seuls 8 % des sondés y étaient favorables alors que presque deux tiers des Brésiliens s'y déclareraient prêts. Au Kenya ou encore au Nigéria, près de la moitié des répondants se verraient effectuer leurs finances uniquement via leur smartphone.

De Claire Jenik pour Statista

Achats : les marques préférées des ados de Paca

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



Pixpay, la carte de paiement destinée aux 10-18 ans vient de publier son baromètre 2021 sur 'Les habitudes de consommation des adolescents'. Cette étude, réalisée auprès de 50 000 de ses utilisateurs du 1er janvier 2020 au 15 mars 2021, dresse notamment le palmarès des marques faisant le plus l'objet de transaction de la part des ados dans l'Hexagone.
Ainsi, en Provence-Alpes-Côte d'Azur c'est l'enseigne McDonald's qui arrive en tête avec 4,1% des transactions des 10-18 ans. Arrivent ensuite Apple (2,9%), Amazon (2,4%), Casino (2,4%) et Monoprix (2,4%). Ce top 10 régional est ensuite complété par Playstation* (1,9%), Google (1,7%), Intermarché (1,5%), Ali express (1,5%) et Playstation* (1,5%).
Cependant, il existe quelques disparités au sein même de la région. Ainsi, à Marseille, c'est Casino (2,8%) qui arrive en 2e position devant Apple alors qu'à Nice les 2 premières places sont occupées respectivement par Monoprix (4,5%) et le réseau de transport Lignes d'Azur (3,4%). A Montpellier, Casino (5,1%), McDonald's (4,7%) et Monoprix (3,3%) constituent le trio de tête.
Au niveau national, le podium est constitué de McDonald's, Apple et Playstation. Suivis après d'Amazon, Ali express, Monoprix, Google, Vinted, Shein et Carrefour city.

Habitudes de consommation

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Le système de paiement copiloté par les parents Pixpay constate que le montant moyen de transaction des ados en France se monte à 12,2€ pour des fréquences de dépense par mois de l'ordre de 4 utilisations. Par ailleurs, le montant mensuel versé sur les cartes s'élève à 56€.
Les dépenses des ados sont regroupées autour de quatre catégories phares : les supermarchés et l'alimentation (29%), les fastfoods (13%), les vêtements et accessoires (9%) et le 'gaming' (jeux vidéo ou en ligne – 6%).
Des ados qui utilisent principalement leur carte de paiement entre 13h et 15h et 17h et 19h ainsi que le mercredi et le vendredi pour les dépenses dans la restauration rapide et le samedi pour le 'gaming'. A noter que 7% des transactions sont déjà réalisées via les applications Apple pay (qui représente 91% de ces transactions) et Google pay (9%).

**Playstation apparaît deux fois dans ce classement, une fois au titre de son service de paiement en ligne et une autre au titre de Playstation store.*

L'année hors norme de la Banque Populaire méditerranée

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



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

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

Contre toute attente, ce sont donc les banques traditionnelles qui ont le mieux tiré leur épingle du jeu concurrentiel lorsqu'elles ont pris la balle au bond. Et tout particulièrement celles qui ont « un modèle de proximité capable de marquer sa supériorité face à d'autres modèles », ajoute Sabine Alba. « Alors que beaucoup d'entre nous ont dû adopter du jour au lendemain le travail à domicile et les nouveaux outils qui l'accompagnent, un véritable esprit de solidarités'est instauré au sein des équipes (2200 collaborateurs) non seulement pour faire face à un afflux exceptionnel de demandes de la part de nos clients, mais aller au devant de leurs attentes ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

« Pas question de courber l'échine »

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

L'activité de la banque a donc connu un nouveau record avec une production de crédit de 5 milliards d'euros, supérieure d'un milliard à celle de 2019 :

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

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

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

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

Quelle est la vision de la banque sur la situation actuelle ?
« Tout semble "en stand by". Il est par conséquent difficile de se projeter sur une reprise rapide ou non. Il est important que les gens aient envie de consommer et d'être dans une spirale de positivité pour que

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

nous ayons un meilleur équilibre entre épargne et consommation, favorable à la reprise de l'économie », conclut Philippe Gassend.

La Caisse d'Epargne lance sa filière 'Agri-Viti' à Avignon



Porté par la volonté de « préparer au mieux la relance et de répondre aux nouvelles attentes de ses clients », la Caisse d'Epargne CEPAC (Caisse d'épargne Provence Alpes Corse) a engagé en 2020 une vingtaine d'opérations pour financer 700M€ de projets de transition énergétique, restant l'un des acteurs les plus actifs en France – et le premier financeur du groupe BPCE- en la matière.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Joël Chassard, président du directoire, a confirmé ce tournant vers de nouveaux secteurs en annonçant le lancement d'une filière 'Agri-Viti', pourtant largement acquise au Crédit Agricole.
« Nous étions déjà présents depuis longtemps et nous voulions aller plus loin et plus fort dans ce domaine où nous avons quelques belles signatures », notamment pour de la gestion de patrimoine.

Accompagner les exploitations
Une nouvelle agence spécialisée dans ce domaine d'activité a donc ouvert ses portes à Avignon en février dernier, dirigée par Xavier Lefèvre pour couvrir le territoire Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse. Son rôle sera d'accompagner les exploitations qui sont de plus en plus nombreuses à repenser leur activité pour revenir à la biodiversité, et pour cause :

– La politique européenne agricole et son 'Green Deal' prévoit de subordonner les aides européennes aux normes environnementales. Un système dans lequel l'agriculteur est rémunéré en fonction de la qualité de sa production mais aussi pour les services environnementaux qu'il rend à la collectivité.

– Cette transition 'agro écologique', agricole et viticole, concernera un nombre croissant d'exploitations, selon Catherine Reljic, directrice du développement du groupe CEPAC. « Aujourd'hui la transformation de l'outil de production est telle que la moitié des viticulteurs ont soit un label bio, soit se sont inscrits dans une démarche pour l'obtenir, ou bien utilisent les techniques de l'agriculture raisonnée. Dans les dix ans, ils seront d'après nos études, deux sur trois ».

Retour à des vins plus naturels
C'est une question de génération. Beaucoup se convertissent non seulement à une viticulture dite 'biologique', mais encore 'biodynamique' avec un objectif de diminution drastique de l'utilisation de soufre ou de cuivre. Voici maintenant l'agro foresterie, clé du retour au goût et à des vins plus naturels, grâce à la plantation d'arbres dans la vigne qui lui procure ombre et apports de la biodiversité. « Les questions de l'irrigation, du réchauffement climatique et du degré d'alcool des prochaines récoltes préoccupent presque tous les viticulteurs. Nous proposons des lignes de crédit pour permettre un développement de l'activité avec des différés de paiement de 3 ans ou plus pour des projets de plantation, d'acquisition de terres ou de domaines pour tous ceux qui veulent s'inscrire dans une démarche de transition écologique », résume Xavier Lefèvre. La banque suivra la croissance de la demande en se fixant un objectif de part de marché « significatif (5%) d'ici 3 ou 4 ans ». L'agence compte quatre collaborateurs.

Comment se porte l'activité ?
Relevons quelques faits marquants de cet exercice passé :

– la « laborieuse fusion » du grand ensemble bancaire coopératif en Outre-Mer dont rêvait la Caisse d'Epargne CEPAC en 2015 pour se développer, est en passe de se réaliser. Le groupe a cessé l'hémorragie de parts de marché en 2020. C'est une bonne nouvelle car un tiers de son activité passe par l'Outre-Mer (Antilles, Guyane, Réunion, Mayotte).

– Le PNB, soit le chiffre d'affaires de la banque se situe à 725M€, en recul de 5% par rapport à la seule année dernière mais le résultat net dépasse les 100M€, réduit un bon tiers, supportant le coût du risque

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

(150M€).

– La banque confirme sa solidité avec 3,3 milliards d'euros de fonds propres, soit une hausse de 5% par rapport à 2019.

– Les nouveaux crédits (6,6 milliards) sont en hausse de 30%, mais il faut y inclure la distribution de PGE (1 milliard).

– La nouvelle année qui démarre avec un nouveau logo, annonce un rebond de la CEPAC. Au premier trimestre, une hausse de plus de 5% du PNB, un résultat net qui double, un recul de 40% du coût du risque place l'Ecureuil provençal et ultra-marin sur une bonne pente. Il était déjà au premier rang national du groupe pour la satisfaction client sur le marché des particuliers en 2020.