

Une région à fort potentiel pour les banques

Le secteur bancaire bénéficie directement du développement économique régional et de la situation géographique stratégique du Nord.

La présence de sièges de grandes entreprises a poussé les banques à développer plus que dans d'autres régions certaines compétences et expertises pour répondre à leurs attentes spécifiques.



Louis Dominique Demange
Directeur régional
BNP
Région Nord-Pas de Calais
Picardie et Haute-Normandie

— Quelles sont ses caractéristiques régionales ?

Louis Dominique Demange – Traditionnellement marquée dans l'imagerie populaire du sceau de la grisaille, la région Nord, associée au bassin minier et à l'industrie textile, a connu de nombreux bouleversements au cours des vingt dernières années. En fait c'est aujourd'hui une région forte, composée d'entrepreneurs dynamiques, qui a su s'adapter à l'évolution économique.

L'industrie textile, en dépit d'un certain déclin occupe toujours une place importante pour la France et l'Europe, et la production automobile est une des premières de France. L'annonce de l'installation de Toyota est à cet égard symbolique de la reconnaissance de la région et de la mise en valeur de tous ses potentiels futurs. Forte aussi dans le secteur agro-alimentaire, la région compte de nombreuses industries de traitement ou de conservation (sucre, pommes de terre, surgelés...).

De plus n'oublions pas que nous avons une forte concentration de la grande distribution française de la vente par correspondance et de magasins spécialisés dont les sièges sociaux sont implantés dans la région, qui constitue une caractéristique de marché spécifique.

Enfin la région bénéficie d'un emplacement stratégique et d'un potentiel logistique important ; les activités logistiques de transport, de plates-formes commerciales sont puissantes et vont continuer à se développer grâce au maillage des voies de circulation qui a été réalisé au cours des dernières années. La région est désormais complètement désenclavée et tout à fait ouverte vers le marché européen du nord qui est un marché riche et important. Ce sont des atouts d'avenir qui ne manqueront pas de développer ici, sur la métropole lilloise, des activités importantes dont la banque ne pourra que bénéficier.

— Quelles sont donc les conséquences pour le secteur bancaire de cette ouverture vers la région nord-européenne ?

L. D. D. – Pour l'instant, on ne peut pas les mesurer. Mais tout ce qui a été fait et l'arrivée de l'euro devraient renforcer les échanges commerciaux qui se feront par l'intermédiaire du Nord, qui occupe déjà le troisième rang français en matière d'exportation et d'importation. Avec une centaine de millions d'habitants à trois cents kilomètres autour de la région, le Nord se trouve au centre d'un des pôles économiques les plus importants.

— Ressentez-vous déjà la concurrence de banques étrangères attirées par ce potentiel ?

L. D. D. – Les banques étrangères sont présentes sur notre marché mais elles n'ont pas encore un effet de réseau important. On les ressent essentiellement sur des opérations très ponctuelles ou certains segments de clientèle. Les banques belges par exemple agissent surtout par la proximité et l'attrance qu'elles peuvent déclencher pour la clientèle de particuliers intéressée par des avantages fiscaux. Cela étant, les grandes banques à réseau françaises présentes ici dans le Nord ont également des implantations de l'autre côté de la frontière, et y sont tout aussi actives si ce n'est plus.

— Que représente le secteur bancaire dans la région ?

L. D. D. – Toutes les banques sont ici fortement représentées quel que soit leur statut, bien que la densité de guichets par habitant ne soit pas plus élevée que dans la moyenne nationale. Cette densité bancaire doit être pondérée par le fait

que nous ne sommes pas dans une des régions les plus riches de France mais dans une région de contrastes. Si la clientèle moyenne y est plutôt moins riche qu'ailleurs, c'est aussi une des régions de France où le nombre d'imposés à l'ISF est relativement important.

Ce qui explique véritablement la forte présence des banques c'est le nombre d'entreprises régionales. Des PME bien sûr mais aussi de très grandes entreprises, notamment de la distribution textile et de la grande distribution en général dont les sièges sociaux et les pouvoirs de décisions sont implantés localement. Ce sont des entreprises de très grande technicité qui exigent de la part des banques des compétences, une grande expertise et un équipement local complet, et donc une réponse locale ; qu'il s'agisse d'activités d'intermédiation classique ou de haut de bilan. La plupart des banques à réseaux ici disposent d'une salle de marché locale ; certaines sont très pointues sur les activités de financement international du fait de l'importance de l'activité textile ouverte depuis toujours à l'export... Donc on a des caractéristiques propres qui sont présentes partout mais certaines sont un peu plus développées ici car elles correspondent à une spécificité de marché.

— *Quel est le rôle du Comité régional ?*

L. D. D. – Le Comité régional des banques ici dans le Nord a le même rôle que partout ailleurs en France, à savoir représenter l'AFB. C'est un rassemblement de banquiers qui s'intègrent tout à fait à la vie locale en participant notamment à plusieurs instances régionales qui sont très développées. Ainsi il représente la profession au comité Grand Lille, au comité régional Entreprendre en France, au comité d'orientation de l'Anvar, Lille place financière et au comité de pilotage de l'euro entre autres. Cette année nous sommes très investis dans une série de communications sur l'euro pour lequel nous sommes fortement sollicités. Chaque banque bien évidemment développe sa propre communication auprès de ses clients, mais le Comité régional a une information plus axée sur le grand public. Cela se résume à participer à des colloques de réflexions que mènent des acteurs économiques de la région sur l'impact de l'euro.

— *Le Crédit agricole et la Banque populaire du Nord se sont rapprochés du comité régional AFB ; quel en est l'intérêt pour chaque partie ?*

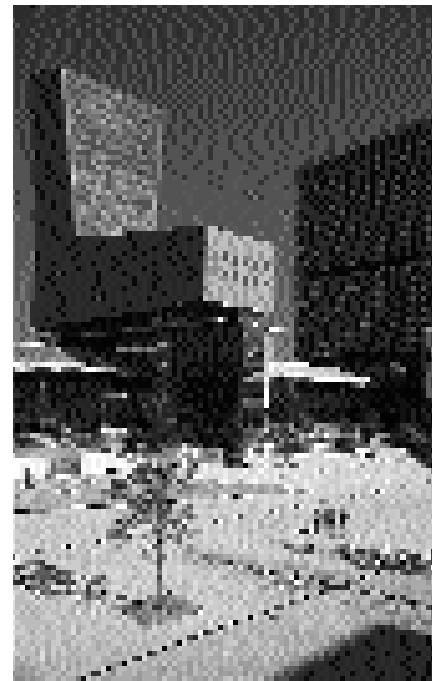
L. D. D. – C'est effectivement très récent ; nous avons souhaité dans un premier temps rapprocher le Crédit agricole et les Banques populaires du comité régional des banques ; c'est une nouveauté dans la région qui répondait je crois à un besoin dans la mesure où nous sommes tous des acteurs sur le même marché. C'est fait donc depuis 1997 et nous avons commencé ces derniers mois à travailler ensemble et à dialoguer davantage. Dans un premier temps nous avons commencé à travailler avec ces deux établissements, mais je pense que d'autres établissements pourraient nous rejoindre dans le futur.

— *Compte tenu de la situation frontalière de la région, les banques se préparent-elles plus activement à l'euro pour faire face à la concurrence des banques étrangères ?*

L. D. D. – C'est une question un peu prématurée pour l'instant. Toutes les banques de la région se préparent à l'euro, et à ce stade ce n'est pas parce qu'on est frontalière qu'on s'y prépare davantage. C'est un événement stratégique pour une banque qui induit une préparation de tout notre secteur d'activité. Je crois que les échanges transfrontaliers vont se développer avec l'arrivée de l'euro. Ces échanges existent déjà de manière importante. Ils seront encore facilités et rendus moins coûteux. Cela étant, il reste encore un certain nombre de problèmes techniques à régler.

— *Quels sont les produits que vous pouvez proposer qui peuvent attirer des clients des pays voisins ?*

L. D. D. – Dans un premier temps ce sont des produits financiers que certaines banques ont déjà commencé à développer. Le marché sera complètement ouvert à partir de l'année prochaine. Il y aura fatalement une ingénierie commerciale sur l'euro sur des placements financiers beaucoup plus importante qu'aujourd'hui, et cela de la part de tous les acteurs financiers et bancaires de cette nouvelle et importante zone monétaire. ■



EuraLille.

La région bénéficie d'un emplacement stratégique et d'un potentiel logistique important.

« Cette année, nous sommes très investis dans une série de communications sur l'euro pour lequel nous sommes fortement sollicités. Chaque banque bien évidemment développe sa propre communication auprès de ses clients »

Propos recueillis par
Colette Cova et Agnès Melon