Formation : le défi de l'euro

***La formation à l'euro** des collaborateurs représente pour les banques une occasion de valoriser leur image et leur dynamisme commercial.*

RENÉ CHALIER
Directeur de projets
Responsable de la mission et de la coordination euro

RENÉ DESBIOLLES
Consultant
Formation fédérale

Banque fédérale des Banques populaires

LE PLAN DE FORMATION QUI A ÉTÉ mis en place au sein du Groupe Banques populaires dans le cadre du passage à la monnaie unique s'est trouvé confronté à plusieurs impératifs :

- former l'ensemble des 35 000 salariés du Groupe en tenant compte des différents métiers bancaires ;
- informer, voire former un nombre important de clients, principalement les PME et les commerçants qui sont la clientèle principale ;
- maintenir l'intérêt et l'implication du personnel, tout au long du projet euro : de 1997 à fin 2001, grâce à ce plan de formation ;
- concevoir des outils pédagogiques concrets, simples, ludiques et facilement utilisables par des formateurs occasionnels, afin d'assurer une large démultiplication ;
- impliquer, en parallèle et de façon coordonnée, les responsables de formation et les responsables de l'euro.

UN CHOIX PÉDAGOGIQUE

Pour une plus grande facilité d'adaptation, il a été décidé de former les collaborateurs et les clients avec les mêmes formulations et le même contenu. Aussi, chaque kit pédagogique servant à la formation des collaborateurs du groupe est utilisé, également, pour la formation de ses clients.

La mise en place de la monnaie unique européenne, qui touche tous les domaines de l'activité bancaire, a entraîné la création d'équipes de formation intervenant transversalement sur l'ensemble du projet. De ce fait, une totale cohérence et coordination entre les équipes, notamment avec la communication, a été assurée, en maintenant une réactivité suffisante tout au long du projet.

Le plan de formation mis en place s'est déroulé en trois phases. Les deux premières phases concernent le passage à l'euro le 1er janvier 1999. La troisième phase concerne le passage à l'euro le 1er janvier 2002.

Première phase : les fondamentaux de l'euro

Baptisée Euro-start, elle a démarré très tôt et s'est déroulée du deuxième semestre 1997 à la fin du premier semestre 1998. Elle s'est matérialisée par la création de deux valises pédagogiques contenant entre autres : une vidéo, des visuels, un guide animateur, des fiches questions-réponses et un CD-Rom euro. Ces outils ont servi à la formation de tous les collaborateurs de la banque situés au siège ou en réseau, et à la sensibilisation de la clientèle, notamment aux commerçants.

Deuxième phase : le ciblage de la clientèle

Appelée Euro-cap, elle s'est déroulée principalement au deuxième semestre 1998. Elle traite des spécificités et des besoins de chaque clientèle. Pour cela, trois kits pédagogiques ont été créés : un pour la clientèle des particuliers, un pour les professionnels (artisans, commerçants, professions libérales…) et le dernier pour les entreprises.

Des formations de formateurs ont été

organisées auprès des chargés de clientèle concernés, ce qui a permis une très large démultiplication au sein du réseau, mais également au sein des différentes clientèles.

Troisième et dernière phase : la formation pour tous

Nommée Euro-pass, elle s'est activée en 2001. Elle a permis, par marché et par métier, de préparer les étapes du passage à l'euro-fiduciaire.

Plusieurs kits pédagogiques ont été conçus spécialement pour cette troisième phase dont «L'euro en mains» constitue le kit essentiel de cette ultime formation. Il traite de l'ensemble des aspects de l'euro fiduciaire, des pièces et des billets, en passant par la sécurité et l'apprentissage à la manipulation et à l'appropriation de l'euro. Ce dispositif de formation, composé d'une palette très large d'outils pédagogiques, a été complété par des outils de communication et des jeux pédagogiques multimédias.

Personnaliser les outils

La conception et le développement des outils de formation offrent la possibilité, à chaque responsable de formation, d'optimiser et de personnaliser leur utilisation de façon professionnelle. Ainsi, une personnalisation très large permettant à chaque Banque populaire régionale d'adapter les contenus aux contextes de son marché et de sa clientèle, a conduit à une très forte appropriation de la démarche initiée au niveau fédéral.

La mise en place de la nouvelle monnaie constitue pour la banque un défi. Elle peut être, dans certains cas, et si les responsables du projet s'y sont pris suffisamment tôt, l'occasion de créer une image de précurseur, ou de fournir un argument commercial valorisant. Ainsi, c'est à travers son personnel que la banque apparaîtra comme prête ou vraiment dynamique. Et la formation des collaborateurs à l'euro devient un enjeu véritablement majeur. ■

Source : Banque fédérale des Banques populaires.

Plaquette Euro-pass «Prêts pour l'euro».

> **«La mise en place de la monnaie unique européenne a entraîné la création d'équipes de formation intervenant transversalement sur l'ensemble du projet.»**