



A Paris, le 26 août 2009

COMMUNIQUE DE PRESSE

LES PRIX DE L'INNOVATION BNP PARIBAS

---

Lauréats 2008



Les Prix de l'innovation récompensent, pour la troisième année consécutive, l'innovation sous toutes ses formes. L'innovation d'entreprise, d'une part, qui résulte d'initiatives prises par les salariés ou les équipes dont la mission professionnelle est précisément d'innover dans leurs domaines d'activité. L'innov@ction, d'autre part, qui provient des suggestions formulées par les salariés, de manière individuelle ou collective, quelles que soient leurs missions, pour améliorer les produits, les services ou les processus et contribuer à la satisfaction des clients.

L'édition 2009 de prix de l'innovation comptait neuf catégories : développement durable, marque, performance des processus, pratique managériale favorisant l'innovation, produits et services, « re-use », satisfaction clients, satisfaction collaborateurs et ventes croisées.

*Les lauréats de l'édition 2009 des prix de l'innovation du Groupe BNP Paribas ont été sélectionnés parmi plus de 150 candidats. Au total, 18 prix de l'innovation seront remis jusqu'à mi-septembre dans 9 pays.*





## Prix de l'innovation édition 2009 Lauréats 2009



Catégories	Innovation d'entreprise	Innov@ction
Développement Durable	<b>Certification environnementale du Modèle d'Agences Accueil &amp; Services</b> <i>Retail Banking - BDDF</i>	<b>Bulgaria Soup Kitchen</b> <i>Corporate and Investment Banking</i>
Marque	<b>Café éco</b> <i>Retail Banking - BDDF</i>	
Performance des Processus	<b>Future Bank Initiative « Bank of the West Multi Channel Distribution Strategy »</b> <i>Retail Banking – Bank West</i>	
Pratique Managériale Favorisant l'Innovation	<b>Creative Café &amp; Innovation Campus</b> <i>Retail Banking – Marchés émergents - TEB</i>	
Re-use	<b>LIBRA Light Branch retail network transformation for individual customers</b> <i>Retail Banking – Marchés émergents - UkrsibBank</i>	
Satisfaction Clients	<b>Qualitude, la qualité par l'attitude</b> <i>Investment Solutions - BNP Paribas Assurance</i>	<b>Valorisation des gestes commerciaux consentis aux clients</b> <i>Retail Banking - BDDF</i>
Satisfaction Collaborateurs	<b>Echo'Net v2, l'Intranet nouvelle génération du groupe BNP Paribas</b> <i>Marque, Communication et Qualité</i>	<b>English lunch &amp; pranzo italiano (déjeuners linguistiques)</b> <i>ITP</i>
Ventes Croisées	<b>Création d'une table de négociation pour les acteurs Buy-Side de BNP Paribas</b> <i>Investment Solutions</i>	

Produits et Services	<b>Edf acquisition of British Energy with Nuclear Power Note</b> <i>Corporate Investment Banking - Corporate Finance</i>
	<b>Helpucover.co.uk</b> <i>Investment Solutions - BNP Paribas Assurance</i>
	<b>La démarche « Entreprises Innovantes »</b> <i>Retail Banking - BDDF - BDDF Entreprises</i>
	<b>Educare</b> <i>Retail Banking - BNL - Division Retail e Private</i>
	<b>Priority Rewards Card Program Enhancement</b> <i>Retail Banking – Bank West - First Hawaiian Bank</i>
	<b>Projet de mobile banking Orange Money</b> <i>Retail Banking – Marchés Émergents - BICICI</i>
	<b>First WorldWide Instant In Shop chip card delivery</b> <i>Retail Banking – Personal Finance- Findomestic Banca (Italie)</i>



▪ Catégorie développement durable :

**Innovation d'entreprise : certification environnementale ISO 14001 du modèle d'agence Accueil & Services**

Le respect de l'environnement constitue une préoccupation croissante chez les clients, les collaborateurs et les actionnaires de BNP Paribas. C'est pourquoi, la banque de détail en France s'engage à améliorer en permanence son impact environnemental dans quatre domaines : la consommation d'énergie, l'impact des travaux, la consommation de papier et la gestion des déchets. Ainsi le programme Accueil & Services de rénovation et de modernisation des agences BNP Paribas en France est lancé en 2004.

Doté d'une architecture intérieure conviviale et fonctionnelle, ce modèle d'agence s'attache à promouvoir le traitement des opérations les plus courantes par le biais d'automates multifonction. Ces nouvelles agences offrent aux clients de BNP Paribas :

- une plus grande disponibilité des conseillers
- un accueil plus performant grâce à des collaborateurs dédiés
- des horaires élargis pour l'accès aux automates (6h/22h, 7j/7)<sup>1</sup>.

Ces agences sont accessibles pour une large part aux Personnes à Mobilité Réduite (PMR) et majoritairement dotées d'automates à guidage vocal destinés aux personnes mal voyantes.

BNP Paribas a reçu la certification environnementale ISO 14 001<sup>2</sup> de son modèle d'agence Accueil & Services. Cette certification est une première mondiale. En effet, BNP Paribas est la première banque française à faire certifier son modèle d'agences. Aujourd'hui près de 1150 points agences sur les 2200 que compte le réseau national, sont déjà conformes à ce modèle.

**Innov@ction : Soupe populaire en Bulgarie**

La soupe populaire en Bulgarie, une initiative des collaborateurs de BNP Paribas - Sofia Branch, prépare des déjeuners chauds pour les gens âgés et défavorisés tout au long de l'hiver. Le projet est financé par des dons de collaborateurs, auxquels la banque ajoute ses contributions équivalentes : chaque Lev (monnaie bulgare) donné par un collaborateur est doublé par la banque. Grâce à un accord avec la municipalité de Sofia, le coût des repas est minime, et revient au coût de la nourriture seule. La confection, l'électricité et la distribution sont gratuites. Le projet a été accueilli avec beaucoup d'enthousiasme, non seulement par les collaborateurs, mais aussi par les clients et partenaires, qui ont amené leur soutien au projet.

Des concerts et expositions ont aussi permis de lever des fonds. Le projet a pris beaucoup d'ampleur, avec plus de 1700 repas servis par jour.

▪ Catégorie marque :

**Innovation d'entreprise : un café éco pour les agences BNP Paribas**

Le concept de Café éco est une soirée regroupant 30 à 50 personnes en assemblée ou autour de tables rondes. Des collaborateurs volontaires viennent échanger avec des clients et des prospects autour d'un thème économique d'actualité évoqué en amont sur Internet.

<sup>1</sup> Dans la plupart des agences.

<sup>2</sup> Parmi les normes internationales ISO, l'ISO 14 001 vise à aider les entreprises à maîtriser leurs impacts environnementaux dans une logique industrielle d'amélioration continue.

Ce concept permet d'échanger avec le public en dehors de tout cadre directement commercial, tout en contribuant à renforcer les liens avec les clients participants et à favoriser de futures entrées en relation.

- **Catégorie performance des processus :**

**Innovation d'entreprise : Bank of the West\* invente la banque du futur**

La FutureBank Initiative a pour but d'améliorer le modèle opérationnel de la banque de détail, au travers de rénovations et de modernisation technologique. La FutureBank initiative augmente la satisfaction des clients dans tous les points de vente de Bank of the West. Elle permet de développer des liens plus forts entre les clients et les banques.

*\* Bank of the West est une filiale de BNP Paribas basée à San Francisco avec 685 agences dans 19 états de l'ouest des Etats-Unis*

- **Catégorie pratiques managériales favorisant l'innovation :**

**Innovation d'entreprise : Le « Café Créatif » et le « Campus Innovation »**

Conçus par TEB\*, le « Café Créatif » a été imaginé afin de réunir collaborateurs et clients. Pendant deux jours, les clients et collaborateurs échangent des idées autour de sujets précis. 5 sessions réunissant 100 clients et 300 collaborateurs chacune ont généré plus de 4 000 idées, dont certaines ont été mises en application depuis.

Le deuxième projet, le « Campus Innovation », a pour objectif de rassembler collaborateurs et étudiants. Les sessions revêtent un aspect divertissant et créatif. Elles prennent place sur les campus, avec des interventions d'experts du monde académique. Ces sessions permettent de repérer de jeunes talents.

*\* TEB (Turk Ekonomi Bankasi) est le partenaire stratégique de BNP Paribas en Turquie. Avec plus de 6 000 employés et 335 agences, TEB est l'une des premières banques dans sa catégorie en Turquie.*

- **Catégorie « re use »**

**Innovation d'entreprise : le projet LIBRA chez UkrSibbank\***

LIBRA qui symbolise le réseau retail Light BRAnch est un projet qui s'inspire du programme Accueil et Services en France. Il a été lancé en Ukraine en juin 2008. Sans caissiers de banque, les agences offrent une gamme de produits simplifiée et des processus allégés. Elles sont situées dans des endroits stratégiques et facilement accessibles par les clients (centres commerciaux etc.). Les agences « light » d'UkrSibbank sont les premières agences sans caissiers à être ouvertes en Ukraine. Le secteur bancaire en Ukraine est encore largement basé sur le l'argent liquide et dépend essentiellement des caissiers de banque. Les distributeurs automatiques commencent tout juste à se répandre et les opérations bancaires les plus simples (tels que les retraits) peuvent donc prendre beaucoup de temps. Le concept d'opérations rapides et automatisées (ex : ouverture de compte avec premier dépôt en moins d'un quart d'heure) est un changement radical en Ukraine.

*\* UkrSibbank est la filiale ukrainienne de BNP Paribas, avec 11 500 employés dans 930 agences à travers le pays. UkrSibbank fait partie de l'entité opérationnelle Marchés Emergents dans Retail Banking.*

- **Catégorie satisfaction client**

#### **Innovation d'entreprise : la qualité par l'attitude**

En 2008, la Gestion Epargne de BNP Paribas Assurance a lancé Qualitude et déployé sur l'année un ensemble structuré d'actions innovantes s'adressant à l'ensemble des collaborateurs, qui y participent sur la base du volontariat. Le projet comprend, entre autres : un challenge Innov@ction pour impliquer les collaborateurs, l'outil Qualitest : questionnaire mis en place par les managers pour permettre aux membres de leurs équipes de s'auto-évaluer, Qualiphone, une formation de tous les collaborateurs à l'accueil téléphonique avec une méthode innovante (« les pense-bêtes ») et l'Observatoire de la clientèle, questionnaire mail pour mesurer la qualité perçue par les clients.

Ce projet permet de stimuler un « état d'esprit commercial » dans les back-offices. L'ensemble du management a contribué à la construction du programme.

Grâce à la forte adhésion et implication des collaborateurs (99,2% d'entre eux ont effectué le Qualitest et 70% ont suivi la formation Qualiphone), le retour a été positif, avec un niveau de satisfaction de 4/5 après la mise en place de Qualitude.

#### **Innov@ction : la banque de détail en France valorise ses gestes commerciaux**

Cette initiative mise en place sur le point de vente de Feurs (Groupe Loire- Direction du réseau Rhône-Alpes) consiste à inscrire sur des documents destinés aux clients le montant ou le pourcentage du geste commercial. Ainsi le client visualise l'effort réalisé par BNP Paribas.

- **Catégorie satisfaction des collaborateurs**

#### **Innovation d'entreprise : Echo'net V2 le nouvel intranet**

Echo'Net est l'intranet du groupe BNP Paribas où les collaborateurs peuvent trouver de l'information sur le groupe ainsi que des informations liées à leur métier, leur entité, ou encore sur le pays ou la filiale où ils travaillent.

Le projet Echo'Net V2 avait pour but de rendre l'intranet plus moderne, plus interactif, plus souple et plus personnalisé. Il a abouti au mois d'octobre 2008 à la mise en ligne d'une nouvelle version.

Le nouvel Echo'Net offre ainsi une personnalisation plus fine de l'information, de nouveaux services interactifs tels que l'ajout de commentaires (comme dans un blog), des mini-sondages, mais aussi une nouvelle charte graphique et une présentation plus dynamique de l'information grâce à une meilleure illustration des contenus et un recours plus large aux animations audio et vidéo, en utilisant les dernières technologies web.

Côté contributeur : la publication a été repensée et se fait directement en ligne sur les pages à l'aide de formulaires très intuitifs. Les 2000 contributeurs d'Echo'Net disposent ainsi d'un système simple et décentralisé pour mettre à jour les 4000 pages du site et leurs contenus.

#### **Innov@ction : Les déjeuners linguistiques**

BNP Paribas ITP – Technologies & Processus\* a pris l'initiative de joindre l'utile à l'agréable : lors de déjeuners, les collaborateurs pratiquent une autre langue, et ainsi, améliorent leur niveau linguistique. Les lundis et mercredis sont réservés à la pratique de l'anglais, le mardi à l'italien, le jeudi à l'arabe et le vendredi à l'espagnol. Ces déjeuners ont lieu toutes les semaines dans le restaurant d'entreprise du site de Valmy 2 à Montreuil. Cette initiative est accessible à tous.

La présence d'une personne de la cellule de traduction d'ITP garantit la qualité du niveau linguistique des déjeuners, et la convivialité motive les participants à enrichir ou entretenir la pratique de langues étrangères.

*\* BNP Paribas ITP - Technologies & Processus est une des 9 fonctions au sein du groupe. Sa mission est de fournir aux métiers et aux fonctions de BNP Paribas des services en matière de processus, d'informatique, d'immobilier, d'achats et de sécurité ainsi que du support aux personnes.*

## ▪ Catégorie ventes croisées

### **Innovation d'entreprise : création d'une table de négociation « buy side » centralisée pour BNP Paribas**

La Table de négociation « buy side » de Fin'AMS\* propose en architecture ouverte un accès direct aux marchés, sur toutes catégories d'actifs : actions, trackers, convertibles, dérivés, produits obligataires, produits monétaires, change, produits structurés, prêt/emprunt de titres. Ce projet a permis d'externaliser les capacités de tables de négociation de BNP Paribas et de créer un acteur unique représentant les intérêts du buy-side :

- en terme de couverture d'instruments financier et d'accès marchés, via un réseau d'une centaine de brokers
- en terme de gamme de services puisque s'appuyant également sur les services 'post-trade' de BP2S
- en terme de volumes traités

*\* BNP Paribas Fin'AMS est une filiale de BNP Paribas SA logée au sein du Pole Investment Solutions et au service du Buy-Side (Sociétés de Gestion, Compagnie d'Assurance, Banques Privées).*

## ▪ Catégorie produits et services

### **Acquisition de British Energy par EDF avec Nuclear Power Note**

En 2008, EDF était prêt à renoncer au rachat de British Energy, les actionnaires trouvant que l'offre qui leur était faite n'était pas suffisamment élevée. BNP Paribas Corporate Finance a proposé à EDF d'améliorer son offre en la complétant avec des "Nuclear Power Notes".

Les actionnaires ont pu choisir de recevoir ces Notes, qui les associaient au marché du prix de l'énergie et au rendement du parc nucléaire existant de British Energy.

Ainsi, ils bénéficiaient du potentiel de croissance de la société, sans que cela ne soit un frein pour British Energy. Grâce à cette solution, EDF était en mesure de concrétiser l'acquisition que représentait British Energy. L'acquisition de British Energy grâce à la solution de Corporate Finance représente la plus grande expansion à l'internationale d'EDF à ce jour.

### **Helpucover, un nouveau canal de distribution de produits de prévoyance**

BNP Paribas Assurance a développé helpucover.co.uk, un site web qui guide les prospects dans leur choix d'assurance en leur proposant un diagnostic sur leur couverture. Le site offre aux clients un diagnostic complet sur leur couverture ce qui leur permet d'identifier des manques éventuels. Le site propose de multiples produits à des prix adaptés. Les clients peuvent ainsi acheter en direct sur Internet sans passer par un intermédiaire.

### **La banque de détail en France aide les entreprises innovantes**

BDDF Entreprises\* a souhaité disposer d'une offre adaptée, performante et compétitive, pour répondre aux besoins spécifiques des entreprises innovantes. Ce projet consiste à recourir à des investisseurs, des financements lourds ou complexes, une mobilisation du Crédit Impôt Recherche, (avec BNP Paribas Factor) ou des Avances sur Subventions.

Cette innovation a permis à BDDF Entreprises de prendre des places significatives auprès de certains pôles de compétitivité (en Ile de France et à Lyon), ou directement auprès d'entreprises innovantes. Ces actions ont permis à BNP Paribas d'être la seule banque référencée aux côtés d'Oséo pour la mobilisation du Crédit Impôt Recherche, d'être une des

premières banques à proposer la mobilisation d'Avances sur Subventions des projets de PME labellisés par les pôles de compétitivité.

*\* Un des métiers de la banque de détail en France, BDDF Entreprises est au service des entreprises et grandes associations. Il existe 26 Centres d'Affaires Entreprises en France qui accueillent au total 22 000 clients. BDDF Entreprises les accompagnent dans les métiers de la banque et de la finance (cash management, trade finance, gestion de trésorerie et placements, épargne salariale et épargne retraite, immobilier, etc.).*

### **EDUCARE : BNL propose des ateliers d'éducation financière à ses clients**

BNL propose à ses clients des ateliers afin de les aider à prendre des décisions financières éclairées en mettant à profit les outils offerts par la banque. Lors de ces ateliers gratuits, BNL tente de faire la lumière sur les concepts difficiles à saisir par les clients.

Grâce aux ateliers, les clients peuvent se renseigner sur le monde bancaire et les outils dont ils disposent pour l'explorer. En conséquence, il leur est plus facile de faire des choix avisés en matière de finance. Les gens plus âgés reçoivent des cours sur l'informatisation par exemple, et les plus jeunes apprennent à distinguer les instruments qui donnent lieu à la croissance.

BNL est la première banque italienne à proposer ce type de projet.

### **Amélioration du programme de fidélisation Priority Rewards**

First Hawaiian Bank (FHB) a lancé son Priority Rewards Credit Card program (PRP) en 2006. Suite à la banqueroute de Aloha Airlines, FHB s'est aperçue que pour s'affranchir du système « frequent flyer », elle devait s'associer à un moteur de réservation de voyages en ligne. En janvier 2009, FHB a passé un accord avec la société BreakAway Loyalty Inc afin de développer un processus de récompenses via le moteur de réservation Orbitz for Business. First Hawaiian a donc sa propre page Orbitz. La banque a capitalisé sur son programme de récompenses et instauré les Priority Rewards CashPoints comme monnaie courante de la banque. En mettant à disposition cartes de crédit et de débit et la possibilité d'échanger CashPoints entre produits disponibles, FHB a aussi créé les cadeaux CashPoints afin que les clients inscrits puissent transférer leurs points en temps réel.

FHB est la première banque de BNP Paribas à offrir ce service. Aucune autre banque à Hawaï n'offre ce service, et seulement 5 banques aux Etats-Unis sont partenaires d'Orbitz for Business. Au travers de cette plateforme, FHB profite d'une ressource technologique innovatrice, et d'un outil Internet de plus en plus prisé par les voyageurs réguliers.

### **Orange Money, un partenariat bancaire très mobile en Côte d'Ivoire**

La BICICI\* en partenariat avec Orange propose en Côte d'Ivoire, Orange Money. Cette technologie permet d'utiliser son compte mobile prépayé pour effectuer des opérations bancaires courantes. Avec Orange Money, le téléphone mobile prépayé se transforme en véritable porte-monnaie électronique avec des solutions de transfert d'argent et de moyen de paiement. Cette innovation ouvre de nouvelles perspectives clients, dans le contexte des marchés émergents notamment, où le taux de bancarisation est très nettement inférieur au taux de pénétration du téléphone mobile. Les offres exclusivement basées sur des forfaits prépayés ouvrent la voie à la monnaie électronique et à la banque sur mobile grâce à l'argent chargé sur le compte du téléphone.

Un service simple d'utilisation ! Orange Money ne nécessite pas d'être titulaire d'un compte bancaire. Le compte est activé gratuitement sur le compte mobile Orange de l'utilisateur dans les points de vente agréés. Le client pré charge son compte avant toute opération et dispose alors de toute une gamme de services permettant d'effectuer en toute sécurité des transactions et des opérations bancaires de base (le dépôt et le retrait d'argent sur le compte Orange Money, le transfert d'argent de particulier à particulier, etc.)

BNP Paribas émet la monnaie électronique et garantit ainsi la conformité et l'intégrité du système vis-à-vis de la banque centrale.

1er pays à proposer Orange Money, la Côte d'Ivoire est également le premier pays d'Afrique de l'Ouest à proposer un service de mobile banking. Orange Money sera bientôt distribué dans d'autres pays comme le Sénégal, le Mali, Madagascar, ou l'Egypte.

BNP Paribas a été primé dans la catégorie Innovation Ouverte aux Trophées du management de l'Innovation 2009 organisés par le cabinet BearingPoint en partenariat avec l'école des Ponts Paris Tech, TNS sofres et le magazine l'Expansion.

*\* La Banque Internationale pour le Commerce et l'Industrie de la Côte d'Ivoire (BICICI) est une filiale de BNP Paribas implanté en Côte d'Ivoire. Proposant essentiellement des activités de banque de détail, elle regroupe plus de 500 collaborateurs.*

### **BNP Paribas Personal Finance\* propose une émission de cartes à puce directement en magasin**

Findomestic\* a développé une solution maison qui permet d'émettre instantanément des cartes à puce EMV multi-application. Ce système permet de personnaliser une carte à puce avec deux applications : une application EMV de paiement et une application qui associe le système de paiement à un programme de fidélité chez un commerçant. Le commerçant peut ainsi délivrer immédiatement la carte déjà activée et le client peut profiter immédiatement du programme de fidélité et des avantages de la carte. Ainsi, le détenteur de carte profite immédiatement des avantages de la carte, les explications en face à face permettent aux clients de mieux comprendre les privilèges de la carte. De plus, l'émission sur place diminue les actes de fraude, le vol ou la perte.

Selon les estimations de de Findomestic, VISA ou Mastercard, ce dispositif permet une hausse potentielle des émissions de cartes de 50% à 120% et une baisse du taux de résiliation de 25%.

*\* BNP Paribas Personal Finance est une des 6 entités opérationnelles de Retail Banking. Acteur mondial du crédit à la consommation et immobilier, BNP Paribas Personal Finance est présent dans 30 pays sur 4 continents. Le groupe est né du rapprochement de Cetelem et UCB (métier crédit immobilier). En Italie, Cetelem opère sous la marque Findomestic.*

### **A propos de BNP Paribas**

BNP Paribas ([www.bnpparibas.com](http://www.bnpparibas.com)) est l'une des 6 banques les plus solides du monde selon Standard & Poor's\*. Avec une présence dans 85 pays et plus de 205 000 collaborateurs, dont 165 200 en Europe, BNP Paribas est un leader européen des services financiers d'envergure mondiale. Il détient des positions clés dans ses trois grands domaines d'activité : Retail Banking, Investment Solutions et Corporate & Investment Banking. Il possède quatre marchés domestiques en banque de détail en Europe : La Belgique, la France, l'Italie et le Luxembourg. BNP Paribas possède en outre une présence significative aux Etats-Unis et des positions fortes en Asie et dans les pays émergents.

\*Dans son peer group

### **Contact presse**

Alia Ouabdesselam

01 40 14 66 28

[alia.ouabdesselam@bnpparibas.com](mailto:alia.ouabdesselam@bnpparibas.com)