

## 33 ans de service(s) en Martinique



Après plus de trois décennies sous nos latitudes, le Groupe BRED ne compte pas plier bagage de sitôt. Loin s'en faut à en croire ses dirigeants. Réalités chiffrées de la présence de l'établissement dans les « outre-mers », valeurs brandies par ledit Groupe et perspectives post-PGE (Prêt Garanti par l'Etat) pour nos entreprises : autant de sujets développés dans cet entretien à trois voix avec Eric Montagne, le directeur général adjoint en charge du pôle commercial, Jérôme Perrin, le directeur régional Martinique-Guyane et Mathieu le Bellac, le directeur du réseau outre-mer.



De gauche à droite : Eric Montagne, le directeur général adjoint en charge du pôle commercial, Jérôme Perrin, le directeur régional Martinique-Guyane et Mathieu le Bellac, le directeur du réseau outre-mer.

**Antilla : Quels sont les chiffres-clés de la présence de la BRED en Martinique, et plus largement dans les outre-mer ?**

**Jérôme Perrin :** La BRED Martinique-Guyane ce sont 130.000 clients - 120.000 particuliers et 10.000 professionnels et entreprises - ; 2,6 milliards d'euros d'encours de crédits et 500 millions d'euros de prêts décaissés chaque année, au bénéfice de tous les agents économiques de ces territoires. C'est aussi un réseau de 26 agences, dont 20 en Martinique ; 320 collaborateurs dont 260 en Martinique ; ce sont également deux centres d'affaires pour les entreprises, une banque privée, et une filiale dédiée au leasing et au crédit-bail qui s'appelle COFILEASE.

**Eric Montagne :** La BRED est en outre-mer depuis bientôt 40 ans. Nous nous sommes

d'abord implantés à La Réunion en 1985, puis en Guadeloupe en 1987 avec la reprise de la banque populaire locale, et enfin à la Martinique en 1989. Ensuite nous avons poursuivi notre développement en Guyane en 1998, puis à Mayotte en 2001. A partir des années 2000 il y a eu une double phase de croissance externe : nous avons repris le Crédit Martiniquais en 2000, puis, à partir de 2003, les sociétés départementales de crédit de l'AFD (Agence Française de Développement) c'est-à-dire la SODEMA en Martinique, la SODEGA en Guadeloupe, la SOFIDEG en Guyane et la SOFIDER à La Réunion. Ensuite nous avons repris la BCI (Banque Calédonienne d'Investissement) en Nouvelle-Calédonie, et une partie de la SOPREDO en Polynésie. La BRED accompagne également ses clients à l'international depuis plus d'une dizaine d'années. Nous sommes dans le Pacifique-Sud, en Nouvelle-Calédonie, au Vanuatu, aux Iles Salomon, aux Iles Fidji, en Polynésie, également dans la corne-est de l'Afrique, à Djibouti ; nous venons de nous

« **MA FEUILLE DE ROUTE EST DE M'ASSURER QUE NOUS SOMMES EN PROXIMITÉ AVEC NOS CLIENTS,...»**

installer à Dubaï, au travers de notre filiale dédiée au financement du négoce international basée en Suisse. Nous sommes également dans le sud-est asiatique, avec une banque de plein exercice au Laos, une autre au Cambodge, et nous souhaitons y renforcer notre présence. Enfin nous avons une équipe "IT" à Bangkok, en Thaïlande, qui couvre les besoins informatiques de l'ensemble de nos implantations internationales.

**Y-a-t-il des attributions particulièrement saillantes dans vos fonctions au sein du Groupe BRED ? Si oui quelles sont-elles ? Et quelles sont, dans les grandes lignes, vos feuilles de route respectives ?**

**Eric Montagne :** Nous sommes en proximité relationnelle et décisionnelle avec nos clients. Décisionnelle, c'est-à-dire que 95 à 97 % des dossiers de financement instruits



**« En Normandie nous recrutons  
des Normands ; en Martinique  
nous recrutons des Martiniquais »**

*Eric Montagne, directeur général adjoint du Groupe BRED*

en Martinique sont décidés localement. Un particulier sur sept, une TPE sur trois, et 96 % des entreprises qui réalisent plus de 15 millions d'euros de chiffre d'affaires sont clients de la BRED. Ma feuille de route est donc de m'assurer que nous sommes en proximité avec nos clients, et je veux que tous nos clients en outre-mer aient la même qualité de service(s) qu'en Métropole ou à l'international. C'est notre crédo et nous avons fortement investi dans la formation et les outils digitaux : 40 % de notre budget est consacré à la formation de nos conseillers afin qu'ils renforcent leur expertise sur le segment de clientèle qu'ils ont en portefeuille. C'est aussi investir dans les outils digitaux à travers une application bancaire parmi les mieux notées du marché. Depuis 2020 nous avons déployé la Banque "100 % conseil", chère à nos clients tant ils sont assurés de la disponibilité et qualité des conseils prodigués.

### Pouvez-vous nous en dire davantage sur ce point ?

**Eric Montagne :** Peu avant le début de la crise Covid, nous avons réorganisé le réseau en consacrant les après-midis exclusivement aux rendez-vous avec nos clients, pour gagner en réactivité, proactivité et

› Jérôme Perrin, directeur régional Martinique-Guyane



### « NOUS AVONS ÉTÉ LE PRINCIPAL FINANCEUR EN PGE (PRÊT GARANTI PAR L'ETAT) »

finallement en qualité de conseil. Cette nouvelle organisation nous a permis de répondre rapidement aux demandes de nos clients en pleine pandémie, tout en respectant les restrictions sanitaires. Au sortir du premier confinement nous avons décidé, avec les équipes, de maintenir cette organisation toute la journée. Et les clients en ont été satisfaits, à en croire les croissances d'ouvertures de compte que nous avons eues à ce moment-là.

**Jérôme Perrin :** Quant à moi, mon rôle en Martinique est une déclinaison

de la stratégie de la direction générale, et d'une certaine manière une adaptation aux spécificités du territoire.

Et mon rôle est avant tout d'accompagner nos clients : nous sommes donc en proximité avec le territoire et ses acteurs. Evidemment il y a un rôle important de management des équipes. Je suis le garant du bon dialogue social, de la cohésion, de la montée en compétences, du bon niveau de formation afin d'avoir le meilleur niveau de services à offrir à nos clients. Il s'agit de nous permettre de continuer à développer notre banque, de gagner des parts de marché, notamment sur le marché des professions libérales et des professionnels.

### En termes d'adhésion des clients à la BRED, y a-t-il eu un tournant dans l'histoire de votre établissement en « outre-mer » ?

**Eric Montagne :** Il y a eu une prise de conscience des collaborateurs de cette nécessité d'apporter la qualité de service optimale que tout client de la BRED est en droit d'attendre. Nous y avons travaillé et tous nos collaborateurs ont ce sens du service rendu au client. La *Banque Populaire* a été créée au 19<sup>ème</sup> siècle par des commerçants, artisans et petits industriels, qui ne trouvaient pas la réponse qu'ils attendaient de leur banquier. Nous transmettons cet ADN à toutes les nouvelles générations qui arrivent, donc les clients ne sont pas des numé-



› Mathieu le Bellac, directeur du réseau outre-mer.

ros chez nous : ils sont connus et reconnus. D'ailleurs quand nous leur demandons pourquoi ils ont choisi la BRED alors qu'ils étaient parfois clients d'autres banques précédemment, c'est souvent la rapidité de traitement des demandes, l'expertise, le professionnalisme et l'innovation qui reviennent dans leurs réponses. A propos d'innovation, nous lançons des produits spécifiquement pour l'outre-mer : par exemple le "crédit chrono" sur site, dans les magasins et entreprises, et le paiement par

### « L'OUTREMER EN GÉNÉRAL, REPRÉSENTE PLUS D'UN TIERS DE L'ACTIVITÉ DE LA BANQUE COMMERCIALE FRANCE »

"QR Code", qui est un paiement instantané qui permet au client de voir son compte crédité immédiatement et en toute sécurité. Nous sommes les seuls à proposer ce produit aujourd'hui, donc on essaie toujours d'apporter le "petit plus" que ne font pas les autres, et qui répond spécifiquement aux attentes de nos clients ultramarins.

**Pourquoi le choix de proposer ces produits uniquement en « outre-mer » ? Est-ce expérimental ?**

**Eric Montagne** : Nous avons un ancrage historique en outre-mer. Des établissements bancaires ont quitté la Martinique, d'autres se demandent pourquoi y rester : à la BRED, nous ne nous posons pas cette question et sommes là pour encore longtemps. Nous avons 800 collaborateurs en outre-mer : seuls 12 d'entre eux viennent de Métropole.

En Normandie nous recrutons des Normands ; en Martinique nous recrutons des Martiniquais.

**Quelles ont été les conséquences les plus marquantes, pour la BRED, des crises successives inhérentes au Covid-19 et à la guerre russo-ukrainienne ?**

**Jérôme Perrin** : Durant la crise Covid, la BRED a répondu présent et l'ensemble des collaborateurs s'est mobilisé pour assurer le rôle essentiel de la banque, soutenir l'ensemble de sa clientèle. A ce titre, nous avons été le principal financeur en PGE (Prêt Garanti par l'Etat) : quasiment 400 millions d'euros ont été décaissés sur le territoire. Certes ces prêts étaient garantis par l'Etat, mais à 90 % : donc un encours de 40 millions d'exposition, ce qui est la preuve que nous nous sommes beaucoup engagés dans l'accompagnement du territoire. A ce jour, nous

n'observons pas de dégradation notable du coût du risque, mais au moment où ces prêts entrent en remboursement, une nouvelle crise comme la crise ukrainienne, qui a des répercussions en termes de coûts d'approvisionnement et de coûts énergétiques, viendra fragiliser un peu plus un tissu économique qui, sur certains secteurs, a été largement mis à contribution. Nous restons donc vigilants sur les conséquences que ces deux crises pourraient avoir pour nos clients en 2023.

**Eric Montagne** : Pour revenir aux PGE, jusqu'à l'été dernier les taux de défaillance des entreprises étaient à peu près du niveau de l'avant-Covid, en 2018-2019. Les remboursements des PGE étant entamés, avec des taux d'intérêt qui ont singulièrement augmenté depuis plusieurs mois, la trésorerie des entreprises en sera forcément malmenée. Or c'est à nous de rester des partenaires financiers comme nous l'avons été à l'époque des PGE : nous accompagnerons donc les entreprises qui seront en tension de trésorerie dans les semaines et mois à venir. Nous apportons sécurité, conseil et confiance à nos clients ; nous devons donc anticiper.

**En termes de volume de remboursement de ces PGE, où en est-on en cette fin d'année en Martinique ?**

**Jérôme Perrin** : Une partie de nos encours a été remboursée par nos clients qui, par précaution, ont souscrit des PGE, et qui, n'en ayant pas besoin, les ont remboursés. C'est une partie qui est importante en volume mais pas forcément très importante en nombre. Pour la clientèle majoritaire ayant souscrit des PGE, c'est-à-dire nos clients professionnels, les remboursements débutent. A ce stade le taux de non-remboursement ou d'impayés sur les PGE n'est pas criant, c'est même relativement faible, mais les réalités d'aujourd'hui ne seront pas celles de demain. Nous nous attendons à une



» Eric Montagne, directeur général adjoint en charge du pôle commercial.

augmentation significative des difficultés des entreprises ; ce qui ne signifie pas que parce qu'un client a bénéficié d'un PGE il ne pourra pas bénéficier d'un concours de trésorerie de la BRED, pour lui permettre de passer le cap.

**Pour rappel, quels sont dans les grandes lignes les services et activités principales de la BRED ?**

**Eric Montagne :** La BRED est une

**Eric Montagne :** J'ajoute que sur toutes les places où nous opérons en outre-mer, et même à l'international, nous trouvons des chefs d'entreprise martiniquais en activité. Nous-mêmes avons travaillé en outre-mer et à l'international ; c'est donc important pour les chefs d'entreprise qui en font de même de ne pas avoir à expliquer à chaque fois leurs histoires respectives, les réalités de leurs territoires, etc.

**Qu'est-ce qui vous semble caractériser actuellement le tissu entrepreneurial et la situation économique globale de la Martinique ? Eu égard aux crises et difficultés, passées et actuelles, on parle souvent de la résilience de nos chefs d'entreprises, mais au-delà de ça ?**

**Eric Montagne :** Je pense sincèrement que les chefs d'entreprise martiniquais sont des conquérants. Ils font face à l'adversité, et dans une économie insulaire les choses sont loin d'être simples avec les aléas climatiques, parfois des aléas sociaux, des aléas en termes d'approvisionnement comme on en rencontre aujourd'hui, ou des délais de paiement qui peuvent s'allonger et sont annonciateurs de difficultés. Mais le chef d'entreprise continue d'aller de l'avant, et comme je le disais il le fait au-delà de la Martinique, c'est-à-dire qu'il va chercher à se développer ; ce qui est sécurisant pour lui et l'avenir, en termes de marchés autres que la seule Martinique.

**Pour conclure, la BRED essaie-t-elle de contribuer à la lutte contre ce qui préoccupe, voire accable, notamment de nombreux Martiniquais au quotidien, à savoir les difficultés inhérentes au pouvoir d'achat ?**

**Eric Montagne :** Pour nous il n'y a pas de petit ou de grand client. Et quand nous faisons par exemple du "crédit chrono", nous essayons d'avancer pour développer les entreprises, leur chiffre d'affaires et leur clientèle ; nous accompagnons nos clients pour qu'ils puissent étaler dans le temps leurs échéances s'ils ont besoin de faire un achat.

**Propos recueillis par Mike Irasque**

## « JE PENSE SINCÈREMENT QUE LES CHEFS D'ENTREPRISE MARTINICAIIS SONT DES CONQUÉRANTS »

banque complète et répond donc aux besoins de financement, quelle qu'en soit la nature, d'assurance, d'épargne, de gestion privée, gestion d'actifs ; et ce pour l'ensemble de notre clientèle dans une logique de long terme, en France et à l'international. Nous proposons également des services innovants extra-financiers, qui répondent aux projets de vie et problématiques de nos clients.

**En Martinique la BRED accompagne-t-elle des entreprises œuvrant dans plusieurs types d'activités ou avez-vous identifié des secteurs offrant plus de potentiel que d'autres ?**

**Jérôme Perrin :** En Martinique les chefs d'entreprise sont très actifs ; ils créent de la richesse, des emplois, ils sont force de proposition, etc. Et ceci quelle que soit la taille de l'entreprise. Durant la crise Covid nous avons vu des petites entreprises faire de grandes révolutions : elles se sont organisées, transformées, elles ont eu de nouveaux projets et les ont réalisés. D'ailleurs j'ai lu dernièrement dans un quotidien, que c'est en Martinique que le taux de résistance est le plus fort pour les entreprises de plus d'un ou deux ans d'activité.

**M. le Bellac, vous êtes le directeur du réseau outre-mer au Groupe BRED : c'est à dire plus précisément ?**

**Mathieu le Bellac :** Le réseau outre-mer de la BRED couvre 5 régions : la Martinique, la Guadeloupe, la Guyane, La Réunion et Mayotte. C'est un superbe réseau ; il y a une importance réciproque marquée entre ces territoires et la BRED. En Martinique nous sommes une banque de référence, de premier plan, mais la Martinique est aussi la plus grande région de la BRED ! D'ailleurs l'outre-mer représente plus d'un tiers de l'activité de la banque commerciale France. Mon rôle est double. Comme responsable, c'est de veiller à ce que tout se passe bien dans le réseau et de partager la stratégie. Et je suis l'ambassadeur de l'outre-mer au sein de la BRED, avec pour rôle de veiller à ce que cette alchimie entre notre banque et ces territoires continue à fonctionner durablement.

**Qui dit outre-mer dit maritime : le Groupe BRED est-il engagé dans ce qu'on appelle l'«économie bleue» ?**

**Eric Montagne :** Je rappelle que cette économie dépasse le seul cadre de la pêche ; je pense notamment à la plaisance et aux activités qui se rapprochent du monde de la pêche. Nous voudrions aller encore davantage de l'avant dans le développement de l'économie bleue, car c'est aussi l'avenir de la Martinique.