

5.



# LES BANQUES, CRÉATRICES DE LIEN SOCIAL

La profession bancaire soutient de nombreux projets créateurs de lien social : engagement associatif, acquisition de compétences numériques, apprentissage de la lecture, lutte contre le racisme à l'école, découverte de la culture, etc.

Au-delà de leurs actions et de leur soutien aux associations œuvrant en faveur de l'insertion professionnelle et sociale (prévention de l'échec scolaire, accès aux études supérieures, à l'emploi et à l'entrepreneuriat), les banques encouragent, financent et accompagnent des projets créateurs de lien social, en particulier au cœur des quartiers prioritaires de la ville et pour ceux qui en ont le plus besoin, les enfants et les jeunes.

## Favoriser le « vivre ensemble »

Par son programme Solidaires créé en 2012, **Crédit Agricole** soutient l'engagement des collaborateurs du groupe dans des causes associatives (solidarité locale et internationale, l'accompagnement des personnes handicapées, la promotion de la culture et de l'éducation) en leur proposant une offre d'engagement à la carte : des missions de bénévolat menées au sein d'associations, des missions collectives d'une journée au sein d'une association avec d'autres collaborateurs ou encore d'une journée de conseil en partenariat avec « Pro bono Lab », des actions de tutorat.

**Milleis Banque** soutient des associations créatrices de lien social, dans le cadre de plusieurs initiatives : soutien financier de projets associatifs et journées solidaires (« Une Journée pour

faire la Différence ») en collaboration avec l'association Unis-Cité Solidarité Entreprises. Au cours de ces journées, les collaborateurs, quel que soit leur statut (CDI, CDD, intérimaires, stagiaires, apprentis), choisissent de soutenir une association en particulier. Ainsi, en 2017, 13 journées solidaires ont été organisées en région parisienne et dans certaines villes de province, au profit de l'insertion socioprofessionnelle, de la lutte contre l'exclusion et la précarité, de l'environnement, de l'éducation, ou encore du développement personnel.

La **Fondation BNP Paribas**, dans le cadre du « Projet Banlieues » et en collaboration avec le réseau de la banque de détail en France, soutient et accompagne depuis 2005 des centaines de petites associations implantées dans les quartiers des 20 plus grandes agglomérations de France. Ces associations inscrivent leurs actions autour de l'éducation, de l'insertion et du « vivre ensemble ».

Le **Groupe BPCE** est aussi présent en milieu scolaire notamment la **CASDEN Banque Populaire** qui organise avec la Fondation Thuram un concours « Nous Autres » pour lutter contre le racisme à l'école.

## Encourager l'accès à la culture

Les initiatives qui visent à faciliter l'accès à la culture sont des leviers importants à la fois en termes d'ouverture sur le monde et de création de lien social. Ainsi, le projet Démos de la Philharmonie de Paris propose un apprentissage de la musique classique à des enfants de 7 à 14 ans vivant dans les quartiers de la politique de la ville. Plusieurs banques soutiennent ce projet : **Fondation Banque Populaire, Crédit Mutuel Nord Europe, Crédit Agricole Pyrénées Gascogne, Caisse d'Épargne Île-de-France, Mécénat Musical Société Générale.**



DE 2016 À 2019,  
LE PROJET DÉMOS A POUR OBJECTIF  
D'IMPLIQUER PRÈS DE

3 000

ENFANTS DANS 30 ORCHESTRES  
RÉPARTIS SUR TOUT LE TERRITOIRE  
FRANÇAIS, OUTRE-MER COMPRIS.

Source : [demos.philharmoniedeparis.fr](http://demos.philharmoniedeparis.fr)

**Natixis (Groupe BPCE)** est mécène de l'association Passeurs d'arts depuis 2016. Alors qu'en France, l'accès à la pratique musicale instrumentale concerne moins de 3% des jeunes, l'association Passeurs d'Art crée des orchestres d'enfants, principalement dans des quartiers défavorisés, pour promouvoir la diffusion de l'apprentissage musical.

## Lutter contre l'illettrisme

Parce que la lecture est un outil fondamental de l'insertion sociale, le pôle Lecture de la **Fondation du Crédit Mutuel**, créé en 1992, oriente ses efforts dans la lutte contre l'illettrisme en soutenant, notamment en région, des ateliers d'apprentissage linguistique pour les migrants ou pour les personnes en situation d'isolement

(avec les associations Autremonde, Lire malgré tout, Mille sourires...). En outre, il est engagé depuis 2004 dans des actions pour prévenir et vaincre l'illettrisme en s'appuyant sur des structures existantes : services de la petite enfance, bibliothèques, hôpitaux, parloirs de prison...

La **Fondation Société Générale** – créée en 2006 pour soutenir des projets d'insertion sociale et professionnelle au bénéfice des personnes en situation difficile et en particulier les jeunes – accompagne depuis 2015 le déploiement d'un programme de lecture à grande échelle.

Le **Crédit Agricole** est partenaire de #STOPILLETTRISME, première association d'entreprises engagées pour lutter contre l'illettrisme et l'analphabétisme dans l'emploi. La banque s'engage à accompagner des agents d'entretien ayant entrepris une formation diplômante de l'apprentissage du français.

## Doter de compétences numériques

**Société Générale** a co-fondé en 2016 le Groupement d'Intérêt Public de la Grande École du Numérique, un label de formations courtes et qualifiantes permettant à un large public (jeunes éloignés de l'emploi, salariés en projet d'évolution professionnelle...) de développer les compétences digitales et informatiques dont les entreprises auront besoin demain.

**HSBC France** soutient MCD, une association qui permet à de jeunes chômeurs en difficulté d'acquérir un bagage numérique suffisant pour gérer et administrer un petit réseau et un système informatique avec pour dominante la cybersécurité. Outre le soutien financier, la banque offre du coaching et des stages.



L'ACCÈS À LA CULTURE  
EST UN MOYEN D'ÉMANCIPATION  
POUR LES JEUNES DES QUARTIERS  
DÉFAVORISÉS ET PERMET  
DE COMBATTRE LES BARRIÈRES  
ENTRE LES PUBLICS.



## Rémy Weber

Président du directoire de La Banque Postale

# LA BANQUE, PILIER DE L'INCLUSION

L'inclusion est l'une des raisons d'être de La Banque Postale. Elle est en effet la seule banque à avoir en charge une mission de service public d'accessibilité bancaire<sup>(1)</sup> à travers un Livret A universel. Elle maintient aussi dans cet esprit un dispositif de gestion d'espèces au guichet sur l'ensemble du territoire. Une mission indispensable pour des millions de nos clients qui utilisent le Livret A pour des opérations courantes, assurées dans près de 9000 bureaux de poste, répartis sur tout le territoire au plus près des populations vulnérables, y compris dans les quartiers prioritaires de la ville (QPV). Elle est par exemple la seule banque qui ouvre des comptes épargne pour les migrants via un réseau de bureaux et de collaborateurs référents.

Au-delà de cette mission, La Banque Postale propose la formule de compte « Simplicité » pour les clients en situation de fragilité financière à un tarif en-deçà de celui fixé par décret. Elle promeut les microcrédits personnels avec un nouveau dispositif dématérialisé avec Créa-Sol ou encore les microcrédits professionnels avec l'Adie. Elle a créé une banque des pros et des TPE, avec à terme 1000 conseillers dédiés partout en France.

La Banque Postale a également lancé une innovation sociale majeure : « L'Appui », plateforme téléphonique d'aide et d'accompagnement budgétaire et bancaire pour les clients en difficulté financière passagère ou durable. Les chargés de clientèle de L'Appui de La Banque

Postale effectuent des analyses de « reste à vivre », dispensent des conseils budgétaires et orientent si nécessaire vers des partenaires associatifs ou des services sociaux. À fin 2017, 100 000 clients ont bénéficié de cet accompagnement.

La Banque Postale a décidé de lancer un plan d'inclusion par le numérique, co-construit avec WeTechCare, association créée par Emmaüs Connect. À l'heure où le numérique est partout, de plus en plus présent et utile, mais aussi de plus en plus clivant, La Banque Postale a souhaité agir contre cette double exclusion que constitue la précarité sociale et numérique, qui touche 5 millions de personnes en France. Plus largement, ce sont 13 millions de personnes<sup>(2)</sup> en France qui sont en difficulté avec le numérique.

L'éducation au sens large est également un levier d'inclusion. La Banque Postale a créé son propre programme de mécénat en faveur de l'égalité des chances, « L'Envol, le campus de La Banque Postale », qui accompagne plus de 400 jeunes.

À l'heure où elle accélère sa transformation et sa diversification, La Banque Postale n'oublie pas ce qu'elle est : banque et citoyenne.

(1) Loi de modernisation de l'économie - 2008

(2) Baromètre du numérique - éditions 2016 et 2017



## LA PROFESSION BANCAIRE, ACTEUR CLÉ DE L'ÉDUCATION FINANCIÈRE

La connaissance et la culture sont de véritables atouts qui doivent être mis à disposition des citoyens afin de leur donner les clés nécessaires à la compréhension du monde et leur permettre d'effectuer des choix de vie éclairés.

À cet égard, l'éducation budgétaire et financière occupe une place importante en répondant à de nombreux enjeux : autonomie donnée aux individus pour prendre des décisions financières, équilibre financier personnel et, par extension, stabilité économique d'une société, d'un pays.

La **FBF** développe depuis plus de 15 ans, via son programme « **Les clés de la banque** », des outils pédagogiques pour comprendre la banque au quotidien : budget, compte bancaire, paiement, épargne, crédit, etc. Ces outils, gratuitement mis à disposition du plus grand nombre – particuliers, entrepreneurs ou acteurs sociaux accompagnant les publics fragiles – se déclinent sous différentes formes :

- un site internet « [lesclesdelabanque.com](http://lesclesdelabanque.com) » (près de 4 millions de visites par an),
- une collection de près de 80 mini-guides (diffusés à plus de 500 000 exemplaires par an),
- des dizaines de modèles de lettres,
- des tableaux comptables, une application budgétaire, etc.

La FBF participe par ailleurs à l'éducation des citoyens de demain via son opération annuelle « **J'invite 1 banquier(e) dans ma classe** ». Déployée depuis 2015 au sein des écoles françaises, elle a permis de sensibiliser près de 25 000 élèves du primaire (CM1-CM2) aux notions budgétaires à l'aide d'un jeu pédagogique.

En région, la FBF organise, dans le cadre des partenariats noués par ses Comités territoriaux, des sessions de sensibilisation à l'éducation budgétaire à l'attention des travailleurs sociaux et des associations. Les banques ou leurs dispositifs dédiés (**Fondation HSBC**, **BNP Paribas**, la **Fondation Société Générale**, **Crédit Agricole**, **Crédit Mutuel**...) interviennent également auprès d'associations qui œuvrent sur le terrain.

Créée par les **Caisses d'Épargne (Groupe BPCE)** en 1957, l'association **Finances & Pédagogie** intervient notamment auprès de jeunes scolarisés (écoles élémentaires, collèges, lycées et universités...), dans les centres de formation d'apprentis et auprès de publics fragiles sur la question de la gestion de l'argent. Elle forme aussi des bénévoles et des professionnels de l'action sociale à l'éducation financière et à la responsabilisation des personnes en difficulté. En 2017, ses 2 800 interventions ont permis d'informer et de former 41 000 personnes.