



BNI News

Bulletin Interne d'Information de la BNI • N°14 • Février 2010

L'excellence...



- ▶ **Dossier**
Mobilisons l'épargne intérieure !
- ▶ **A l'honneur**
L'agence BNI Ehania
- ▶ **Actions Sociales**
Don de matériel médical à la PMI de Sokoura



BNI

L'EXCELLENCE...

Vous l'aurez remarqué, votre BNI News a été relifté pour mieux vous séduire ! Désormais 8 pages au lieu de 4 vous sont consacrées afin de vous informer sur les nombreuses activités de la BNI et vous donner la parole.

La BNI, nous le savons, est un acteur historique du développement de la Côte d'Ivoire. Avec la rubrique ACTIONS SOCIALES, nous souhaitons mettre en lumière les nombreuses actions que notre Banque mène en faveur des populations.

Accueillons la rubrique OBJECTIF QUALITE avec notre Responsable Qualité qui se charge tous les mois de nous sensibiliser sur ce thème cher à la Direction Générale.

Autre bouleversement dans la vie et l'avis des agents, la rubrique POINT DEVUE qui recueillait les avis de plusieurs agents sur un sujet donné laisse la place à la rubrique PROFIL : gros plan sur l'un de nos collègues en quelques questions.

Autre changement à apprécier, tous les mois votre édito s'enrichit d'une pensée à méditer. La pensée du mois :

« L'excellence est un art que l'on atteint que par l'exercice constant. Nous sommes ce que nous faisons de manière répétée. L'excellence n'est donc pas une action mais une habitude. » Aristote

Les organisateurs de l'évènement les Bâtisseurs de l'économie Africaine ont su reconnaître cette qualité à notre PDG lorsqu'ils lui décernaient le prix du Bâtisseur Africain 2009.

Bonne lecture à toutes et à tous.
Et rendez-vous le mois prochain !

La rédaction

MOBILISONS L'ÉPARGNE INTERIEURE !

« L'Afrique subsaharienne a le taux d'épargne le plus bas du monde en développement. Bien que les chiffres varient d'un pays à l'autre, selon les estimations de la Banque mondiale l'épargne intérieure brute de la région se situait en moyenne en 2005 à 17,6 % du produit intérieur brut (PIB), contre 26 % en Asie du Sud et presque 43 % dans les pays de l'Asie de l'Est et du Pacifique. Dans certains pays, ce taux est même à la baisse comparé à la période du début des années 1980. » Source CNUCED, Septembre 2007.

Ces statistiques révèlent la faiblesse de l'épargne intérieure en Afrique subsaharienne comparativement aux autres régions du monde au cours des dernières années. Ainsi, nous notons un taux d'épargne pour notre zone se situant parmi les plus bas au monde. Ces performances demeurent en deçà du niveau requis ainsi qu'en témoigne le caractère quasi structurel de nos besoins de financement. Relever donc ce taux pour mobiliser plus de ressources intérieures sera nécessaire à notre progrès ; ce qui à notre avis passe par un certain nombre de mesures.

En effet, serait-il plausible d'imaginer l'Afrique subsaharienne et particulièrement la Côte d'Ivoire se construire sans les concours extérieurs ? Il est permis d'en douter au regard de l'importance de ces derniers dans le financement de nos budgets. Seulement voilà, la récente crise financière internationale se traduisant par un tarissement des financements internationaux nous pousse à explorer des solutions complémentaires, notamment la promotion de

l'épargne intérieure.

Trois axes majeurs peuvent accroître de façon significative la capacité de nos Etats, nos agents économiques et populations à épargner et à mobiliser plus de ressources.

Primo : l'intégration économique.

Vu l'étroitesse de nos marchés, la capacité de nos Etats à s'unir au sein d'un espace économique intégré comme la CEDEAO permettra de disposer d'une taille critique suffisante (économies d'échelle) et de beaucoup plus de ressources (somme des épargnes nationales) qui seront orientées de façon efficiente vers les entreprises. Elle entrainera également la levée des blocages à la circulation d'instruments d'épargne plus rentables.

Secundo : le développement du marché financier.

L'absence d'épargne étant souvent liée à une offre limitée de produits, l'éclosion d'un marché financier dynamique dans tous ses compartiments va engendrer l'émergence de grands groupes financiers (banques et assurances) et la création de produits innovants à même de répondre aux besoins

de sécurité et de rentabilité des épargnants et investisseurs dans nos pays.

Surtout et nous en venons au tertio, si nous avons des taux d'épargne bas, cela est dû au fait que nous n'encourageons pas ceux qui devraient le faire ou qui sont en mesure de le faire c'est à dire ceux qui disposent d'un revenu. Il nous faut donc développer l'épargne intérieure à la base, dans les administrations et les entreprises, par la mise en œuvre de plans d'épargne salariale. Ces dispositifs composés notamment de **Fonds Commun de Placement d'Entreprise (FCPE)** facile à mettre en place sont aujourd'hui pour le salarié un excellent mode de constitution d'une épargne, voire d'un capital et dirigeant dans le même temps l'épargne vers les projets porteurs par l'entremise du marché financier et bancaire.

L'effort d'épargne est vital pour nos économies. Le développement rapide des pays de l'Asie de l'Est et du Pacifique en est une parfaite illustration.

Fatoumata SAKANDE



QUEL INTERET POUR LES PRODUITS DE COUVERTURE DU RISQUE DE CHANGE ?

I. Couverture des risques de change transactionnels

Le risque de change transactionnel correspond au fait qu'une variation du cours de change influence directement les résultats d'exploitation de l'entreprise. Il s'agit typiquement des recettes et dépenses en devises liées à l'activité commerciale ou industrielle de l'entreprise.

Les techniques présentées ci-après permettent, à une entreprise donnée, de maîtriser son chiffre d'affaires ou contrôler son prix de revient en tant qu'importateur ou exportateur. Elles lui permettent également de se prémunir contre les fluctuations des devises dans le cadre de ses relations commerciales avec ses partenaires étrangers.

II. Couverture des risques de change de bilan

Le risque de change de bilan est identifié lorsqu'une variation du cours de change influence directement le bilan consolidé de l'entreprise. Il s'agit typiquement de l'impact de la réévaluation en monnaie nationale des actifs détenus à l'étranger.

EXEMPLE DE TECHNIQUE PROPOSEE LE CHANGE A TERME

Le change à terme permet d'éviter les variations de change, à l'import comme à l'export.

CONCRETEMENT

Le Change à Terme permet de fixer dès aujourd'hui le cours de vente ou d'achat d'une devise à une date future.

AVANTAGES

SUPPRESSION DU RISQUE DE CHANGE

Pour un importateur : en fixant le cours d'achat d'une devise pour un règlement ultérieur, l'importateur se protège contre une hausse du cours

de la devise qui pourrait renchérir ses coûts d'achat.

Pour un exportateur : en fixant le cours de vente d'une devise pour une réception ultérieure, l'exportateur se protège contre une baisse du cours de la devise qui minorerait le prix de ses ventes.

Le change à terme permet donc d'optimiser une gestion prévisionnelle en évitant les écarts de cours sur les encaissements ou décaissements.

PAS DE DECAISEMENT PREALABLE

Aucune prime à payer par le client souscripteur du contrat.

Le compte du client n'est débité de son achat ou crédité de sa vente qu'à la date du terme.

UTILISATION SOUPLE

Le souscripteur peut adapter les modalités de son contrat de Change à Terme en fonction des besoins de son entreprise : devise, montant, durée de l'opération.

Bien que son contrat soit un engagement ferme, il peut néanmoins en modifier les caractéristiques en procédant soit à une prorogation, soit à une levée ou livraison par anticipation*, ou bien l'annuler en réalisant une opération en sens inverse.

Remarques : les prorogations et levées anticipées sont soumises à des frais fixes supplémentaires

MODE DE FIXATION DU COURS A TERME

Le cours à terme diffère du cours comptant car il est fixé selon les taux d'intérêts des devises utilisées.

Acheter une devise à terme par rapport à l'euro revient à effectuer un emprunt en EURO, sur la période donnée, acheter la devise au comptant et placer les devises achetées sur le marché interbancaire.

Vendre une devise à terme par rapport à l'euro, revient à effectuer un emprunt des devises sur la période donnée, vendre les devises au comptant et placer le produit de la vente en EURO sur le marché interbancaire.

Dans les deux cas, si le taux d'intérêt sur l'euro est supérieur au taux d'intérêt sur la devise, le cours à terme est supérieur au cours comptant d'un montant appelé « report » ; si le client est exportateur, il sera favorisé puisqu'il vendra ses devises à terme plus cher qu'au comptant.

Si le taux d'intérêt sur l'euro est inférieur au taux d'intérêt sur la devise, le cours à terme est inférieur d'un montant appelé « déport ». Si le client est importateur, il achètera moins cher les devises dont il a besoin.

Malick TIO-TOURE

TECHNIQUE DE COUVERTURE	AVANTAGES	INCONVENIENTS
LE CHANGE A TERME	<ul style="list-style-type: none"> • Risque de Change : NUL • Pas de suivi administratif • Coût nul • Cours connu dès la couverture 	<ul style="list-style-type: none"> • Le contrat est irrévocable. • Impossible de profiter d'une évolution favorable du cours

BNI Actu'

Signature de convention BNI/ PETROCI



Le jeudi 04 février dernier, au siège de la PETROCI au Plateau, la BNI dans sa recherche constante de

proximité avec les populations a signé une convention avec la PETROCI. Cette cérémonie de signature de convention entre notre PDG M. Victor Nembelessini-Silué et le DG de la PETROCI M. Kasoum FADIGA s'est achevée par la visite du premier guichet automatique installé dans une station PETROCI

située au II plateaux. La première étape d'un partenariat pérenne.

Le PDG de la BNI nommé au gala des bâtisseurs de l'économie africaine

Nominé par le jury des « Bâtisseurs de l'économie africaine », le PDG de la BNI M. Victor Jérôme Nembelessini-Silué a reçu un prix le jeudi 04 février 2010 à la soirée de gala des bâtisseurs de l'économie africaine. Cet événementiel qui a été créé avec pour objectif principal de consacrer et de promouvoir les patrons des entreprises et institutions économiques, sociales et financières africaines les plus méritants vient sanctionner les efforts et le travail de ce grand homme.

Actions Sociales



Une vue du matériel médical offert par la BNI



Visite de la PMI de Sokoura

Photo de famille

en présence du Président du Conseil Général M. Jean-Claude KOUASSI du Préfet de Bouaké M. AKA Konin et de M. Jean-Louis GAULY DCPR BNI



A l'occasion de l'inauguration de son agence de Bouaké le 21 Octobre dernier, la BNI, fidèle à sa mission de banque citoyenne à l'écoute des populations, a fait un don de matériel médical d'une valeur de plus de cinq millions de francs cfa à la PMI de Sokoura. La population de Bouaké pourra désormais bénéficier de lits d'hospitalisation, d'otoscopes, de stérilisateur, de tables et boîtes d'accouchement, de pansements et autres chariots de soins, bancs, climatiseurs, cuisinières, ... etc.

AGENCE BNI EHANIA



M. Karaboué Ibrahima

Chef d'Agence BNI Ehania / Palmci

Les agences bancaires permettent d'assurer une bonne proximité géographique avec le client, elles restent le lieu privilégié pour proposer davantage de conseils et répondre à des clients plus exigeants. Elles constituent le meilleur canal pour rassurer les prospects avec une relation personnalisée et commercialiser l'ensemble des produits bancaires.

Pour exploiter davantage l'intérêt des agences, la BNI s'est lancée dans une politique d'optimisation, de redéploiement et de développement de son réseau. L'ouverture de l'Agence d'EHANIA illustre cette volonté d'être au plus près des flux importants de clients en optimisant la couverture en zone rurale.

L'Agence d'EHANIA est située à 163 km d'Abidjan dans le village d'Ehania PALMCI, et le village d'EHANIA PALMCI est situé à 30 km d'ABOISSO sur l'axe Aboisso - Noé.

Le village d'Ehania PALMCI compte près de 3000 habitants répartis dans deux quartiers : le VI, qui est le village des employés de la PALMCI et AKAKRO qui est composé d'opérateurs privés, planteurs, commerçants et agriculteurs. Il y a de nombreux étrangers, particulièrement les Burkinabés.

Depuis notre arrivée, nous avons mené

des actions de prospection qui nous ont permis de nous intégrer à la population locale.

L'Agence comprend quatre personnes : un chef d'Agence (KARABOUE IBRAHIMA), un responsable administratif (GRAH GNAGNE BERTIN), une caissière (TANON BEKE CARINE) et un caissier principal (AHUA ATTAH FIDELE BRICE GHAUTIER).

ROLE ET MISSIONS

La mission principale de L'Agence d'EHANIA est de représenter la BNI sur le marché local.

La localisation de la clientèle visée détermine la vocation de l'Agence.

L'agence a pour but, outre la qualité de service aux clients, le développement de son portefeuille clientèle et des opérations de ses clients. L'Agence est partie prenante au plan marketing défini par le siège.

Ainsi, elle se doit de gérer et développer un portefeuille clients dans son secteur géographique. Pour cela, elle doit accroître le volume, la qualité et la rentabilité de l'ensemble des prestations en veillant constamment à la maîtrise des risques.

L'Agence se doit de remplir les objectifs financiers et commerciaux définis par la DCPR et appliquer les politiques définies par la DCPR.

Elle doit soigner ses clients, chercher à limiter les risques financiers tout en accroissant le chiffre d'affaires.

Elle doit mener des actions promotionnelles et publicitaires, rencontrer les acteurs économiques locaux.

L'Agence doit assurer la rentabilité des opérations menées. Veiller notamment à ce que les engagements financiers ne fassent pas courir trop de risques à la banque. Suivre au jour le jour la comptabilité interne et guetter le moindre dérapage. L'Agence se doit en outre de respecter la réglementation bancaire en vigueur.

L'Agence doit imaginer des actions commerciales innovantes pour répondre aux

besoins des clients.

Enfin, l'Agence doit dégager des bénéfices ou maintenir l'équilibre financier. Il n'est pas question de prendre des risques inconsidérés ou de mal gérer les comptes.

CONCLUSION

Malgré l'utilisation des avancées technologiques, l'Agence est loin d'être ignorée car elle reste le vrai point de contact entre la banque et ses clients. La proximité physique étant indispensable avec les clients, nous sommes plus disponibles et plus à l'écoute afin de donner une meilleure réponse aux attentes des clients.

Le rôle de l'Agence d'EHANIA est surtout de satisfaire la clientèle pour garantir sa fidélisation grâce à l'amélioration des services offerts et la variation des prestations offertes à celle-ci, l'amélioration du portefeuille clients et donc des services offerts, ce qui va entraîner l'augmentation de son chiffre d'affaires.

Le rôle du personnel est fondamental dans le développement du réseau. Les clients suffisamment rentables ou à potentiel doivent avoir un accès direct au conseiller.

Les agences BNI vivent une étape décisive. Il leur faut attirer les clients tout en se distinguant des concurrents qui travaillent, eux aussi, à la densification de leur réseau d'agences.



L'équipe BNI

Ehania / Palmci

AGENDA :

Anniversaires du mois de mars :

06 mars :	Gueu Doua Banty Félicité
08 mars :	Kouassi Thomas
10 mars :	Doulourou Thierry, Yaya Akoua Mireille
12 mars :	Kra bran Raïssa
13 mars :	Nanié-Siluè Léon
14 mars :	Meité Mamoutou
15 mars :	Kouassi Jean Philippe
16 mars :	Paul Eric Baha-Bi, Toué Natacha
17 mars :	N'Da Mathurin
19 mars :	Houango Hervé Joël
20 mars :	Atta Bernard, Sam Fonlnan Macoura
21 mars :	Angui Christine
22 mars :	Dehoulé Odette
23 mars :	Kouadio Konan Augustin
25 mars :	Odoh Marcelline
26 mars :	Etchien Louis
27 mars :	Adanon Rafatou
29 mars :	Fadiga Issa
30 mars :	Akoman Achille

DEPART/ARRIVEE

Bienvenus : Monney Inès Rebecca, Camara Sounan, Sankara Boureïma, Abbé Yaya Euloge, Coulibaly Soumaila, Brou Kouakou Norbert, Kacou Louis Valentin, Abaka Christian Donald, Anga Guy Randall

Départs : 0

OBJECTIF QUALITE

Bonjour à tous !

Dans ce numéro de BNI NEWS, nous vous entretiendrons sur un autre principe du management de la qualité. Il s'agit du LEADERSHIP.

En théorie, le leadership est la capacité à influencer sur le comportement d'autrui. C'est cette capacité qui permet de mener les collaborateurs sur le chemin qui conduit au BUT.

Ainsi, le leadership est une mise en lumière du rôle fondamental que la Direction Générale doit jouer dans la recherche de la qualité. Ce rôle consiste à :

- 1- Etablir une vision claire du futur de l'institution,
- 2- Définir et déployer auprès de tous, les orientations de l'institution par le biais d'une politique et des objectifs qualité,

3- Créer et entretenir des valeurs communes et des modèles de comportement fondés sur l'équité et l'éthique à tous les niveaux de l'institution,

4- Etablir la confiance et éliminer les craintes

5- Fournir au Personnel les ressources et la formation nécessaires,

6- Susciter, encourager et reconnaître les contributions des individus.

Avantages clés d'un LEADERSHIP bien maîtrisé :

- Les objectifs de l'entreprise sont compris par le Personnel et le motive,
- Les activités sont évaluées et mises en œuvre de façon unifiée,

- les défauts de communication entre les différents niveaux de l'institution sont réduits au minimum.

Merci et à très bientôt, pour un autre principe de Management de la qualité !

TADEM DE CHOC

L'idée de binôme au sein de la banque est une formidable opportunité qui permet aux uns et aux autres de nouer de très bonnes relations.

En tout cas, c'est mon cas.

En effet j'ai la chance d'avoir pour binôme MAYA, une collègue dotée d'excellentes qualités humaines et professionnelles.

Malgré les charges qui sont les siennes, elle trouve toujours le temps pour avoir de mes nouvelles. Et cela me ravit énormément !

En plus de cela, nous nous faisons quelques fois des présents.

Je remercie le seigneur pour cette relation et je le prie pour qu'il accorde à MAYA, tout ce dont elle a besoin pour œuvrer au rayonnement de notre banque, et à son bonheur personnel.

Anatole NOUFE

Mon binôme Noufé et moi sommes vraiment complices. C'est toujours un plaisir pour moi de passer lui dire bonjour lorsque je vais à l'agence Joseph Anoma. Et nous ne manquons pas d'échanger de nos nouvelles régulièrement.

Disponible et sans façons, toujours un geste ou un mot gentil et encourageant, C'est Noufé, un binôme en or !

Maya AKRE

PROFIL



Pouvez-vous vous présenter ?

Je me nomme Ibrahima KARABOUE, je suis le chef d'Agence de la BNI à EHANIA

Votre parcours ?

Après une maîtrise en sciences économiques, j'ai intégré la BHCI d'où je suis parti en qualité de chef d'Agence aux Deux Plateaux. Puis à la COBACI où j'ai obtenu mon DESS en Ingénierie Financière, occupé successivement les fonctions de analyste crédit, chargé d'affaires industries et commerce puis Responsable du Contrôle et de l'Administration du crédit et enfin Chef d'Agence d'Aboisso, avant de rejoindre la BNI.

Votre vision pour la BNI ?

Le leader du marché en termes d'offres de produits bancaires

Vos objectifs ?

Faire de la BNI, la première banque de Côte d'Ivoire

Votre apport personnel pour y parvenir ?

Travailler avec mon équipe à maintenir une qualité de service indéniable. Maîtriser les risques bancaires. Veiller à la bonne tenue des comptes internes. Développer le portefeuille de clients. Ne pas compter mon temps dans la poursuite des objectifs.

Directeur de publication :
V.J. NEMBELESSINI-SILUE

Rédacteur en Chef :
Maya AKRE WATANABE

Rédacteurs :
Fatoumata SAKANDE,
Manuela GUINAN, KONE Sita,
Tardy KOUASSIBLE, Herman BOSSE, Malick TIO-TOURE,
Karaboué Ibrahima.