

Quelles agences demain ?

Partie prenante de la stratégie de communication, l'agence reste un relais de confiance.

A ce titre, même des banques 100% mobile peuvent souhaiter avoir une présence physique. L'ImaginBank de la Caixa a ouvert l'ImaginCafé à Barcelone.



Un enjeu de visibilité demeure : Lloyds a annoncé la fermeture de 400 agences sur 3 ans au Royaume –Uni. Mais elle ouvre des *flagships*, comme ici à Manchester.



Un effet de démonstration : Halifax a ouvert la plus grande agence bancaire du royaume sur Oxford Street à Londres, ouverte 7/7 jours, de 8 h à 20 h.



Les évolutions récentes.

Les nouveaux modèles d'agences trouvent leur place entre deux orientations opposées:

Banalisation

La banque est un magasin comme un autre.



Credit Union Australia

Convivialité

Les clients doivent se sentir à l'aise.



Jyske Bank, Danemark

La banque reste un lieu à part

Refus de la standardisation



CheBanca !, Milan

L'agence conviviale, un modèle que les banques ont beaucoup exploré ces dernières années, représente un moyen terme entre banalisation (l'agence n'est plus un lieu distinct de tout autre) et refus de la standardisation (c'est quand même un endroit particulier, qui reste singulier par rapport aux modèles classiques d'agence).

Deux visions de l'agence.

Pour présenter sa nouvelle agence de Joinville Gare, la Bred photographie des locaux vides de personnels. Tandis que, pour le lancement d'une nouvelle agence à Perpignan, la Banque populaire du Sud met en avant non pas un lieu mais une équipe...



Ouverture d'une
**NOUVELLE
 AGENCE**
 à **PERPIGNAN**
 dans la nouvelle
 zone commerciale
 du **Mas Rous**
 le 16 janvier 2012

Agence de
PERPIGNAN MAS ROUS
 Rue Paul-Joseph Barthès
 66000 PERPIGNAN
 Tél. 04 20 36 1 085
 Fax 04 68 95 56 91
 *122 616 mobile

du lundi au vendredi
 de 9h00 à 12h30
 et de 13h45 à 17h45

NOUVEAU & PRATIQUE
 Espace
 Libre-Service
 Bancaire,
 accessible
 7h/7
 7h à 22h

**BIEN PLACÉS POUR
 VOUS ACCOMPAGNER !**

L'équipe de l'agence de
PERPIGNAN MAS ROUS :
 Marie-ROUSSE
 Sabine PALLANET
 Benjamin LONTEUILL
 Olivier PROSPERIO
 Virginie ROLLINGER

**BANQUE POPULAIRE
 DU SUD**

Banque et populaire à la fois.
www.sudbanpopulaire.fr

Séparer agences digitales et espaces de conseil ?

C'est une tendance qui s'affirme aujourd'hui. On conçoit des agences digitales où tout peut être traité sur écran et où les clients sont accompagnés dans l'utilisation des applis bancaires. Les chargés de clientèle, joignables par vidéo-conférence, laissent la place à des agents d'accueil bien formés, capables d'assister les clients et de leur présenter les nouveaux outils digitaux des établissements. C'est ce modèle qu'a choisi Bank of America, notamment, pour ses prochains remplacements/ouvertures d'agences.



CIBC. Nouvelles agences pour les aéroports.

Nouvelles agences d'In Touch, la banque digitale de la State Bank of India.



Séparer agences digitales et espaces de conseil ?

D'un autre côté, apparaissent des agences entièrement dédiées au conseil. Bank of Queensland a ainsi lancé une agence *flagship* à Brisbane, qui doit servir de modèle pour la réfection de l'ensemble de son réseau. Le CEO de BOQ avait d'emblée prévenu ses designers : « *si ce que vous me proposez ressemble à une banque, je m'en vais !* ».

BOQ a renoncé aux guichets, aux écrans, aux lumières fortes et aux murs d'automates. Les agences n'ont qu'un but : encourager la conversation. Traiter ses opérations en self service y est possible mais ne doit être qu'une option. En Australie, l'approche est originale, les autres banques cultivant volontiers le modernisme.

L'agence remplit une fonction bien précise et prioritaire : susciter un contact humain de qualité. Pour cela, BOQ est allée loin, pour créer l'impression d'un espace *private*, où les clients doivent se sentir à l'aise et ne pas avoir la sensation d'être anonymes. Les designers ont réalisé un travail particulièrement intéressant sur l'acoustique, dont ils ont mesuré qu'elle compte plus, pour favoriser une discussion en profondeur avec les clients, que le fait d'utiliser un bureau fermé.



De l'intérêt de développer une véritable démarche architecturale en matière d'agences bancaires.

Des agences bancaires aussi belles que surprenantes, cela existe. Au Japon. Où l'architecte française Emmanuelle Moureaux a conçu cinq agences pour la Sugamo Shinkin Bank, une banque mutualiste dont le nom était spontanément associé à une clientèle âgée, retraitée.

L'aspect extérieur des agences a été très travaillé. Cela reste rare en Occident, où l'on s'est surtout attaché à modifier l'intérieur des agences. Du coup, bien des transformations que les banques ont engagées dans leurs agences sont passées complètement inaperçues aux yeux du public en général !

En regard, avec les agences de la Sugamo Shinkin Bank, beaucoup de visiteurs, non clients, ont été tentés de pousser la porte. Pour voir. Découvrir. Ce qui redonne aux agences un sens de relais urbains, à l'heure où se pose la question de leur insertion dans les villes connectées à venir.

