

## SYNTHÈSE DES POSITIONNEMENTS ÉTUDIÉS

	NEER	Clients Actifs	Engagements	Flux débiteurs
Entreprises	TOP 3	Hors TOP	TOP 3	TOP 3
ESI	N/A	Hors TOP	Hors TOP	Hors TOP
Secteur Publ.	N/A	N/A	TOP 3	N/A
LS&SEMAS	N/A	N/A	TOP 3	Hors TOP
Immo. Pro.	N/A	N/A	TOP 3	TOP 3

- # À part sur le segment des ESI, la CEBPL remplit globalement son objectif d'être positionnée dans le Top 3 du RCE.
  - Aussi, la question ne nous semble pas être celle du positionnement de la caisse dans le RCE, mais bien celle de la caisse sur son territoire.
- # Par rapport à une concurrence importante du Crédit Agricole et du Crédit Mutuel, et même dans l'optique d'une optimisation commerciale avec la Banque Populaire, de notre point de vue, c'est bien le maillage et les moyens humains qui le composent qui sont le centre névralgique de la stratégie de développement permettant à la CEBPL d'espérer atteindre les 10% de part de marché ciblés :
  - La politique actuellement appliquée afin de renforcer les équipes est d'évaluer pour un portefeuille :
    - Le nombre de clients, le PNB généré, la dynamique de croissance et d'entrée en relation.
    - Si ces trois dernières variables sont à la hausse (sans critères objectifs toutefois) alors une ouverture de poste est envisagée ; cette ouverture étant soumise à une appréciation « pragmatique ».
  - La CEBPL met-elle des moyens humains adéquates en face de son ambition de conquête de clients actifs ? En effet, ceux-ci nécessitent souvent une attention plus importante de la part des chargés que des clients détenant uniquement des encours ?