

# La banque, un catalyseur d'innovation dans les régions ?

La banque est souvent réduite à son rôle d'agent financier. Or, en étant au centre de l'écosystème économique d'un territoire, quelle que soit son étendue, elle se situe de fait au cœur de sa dynamique d'innovation, en lien étroit avec toutes ses parties prenantes.

---

Le grand public semble accorder à la banque un périmètre d'action et de responsabilité de plus en plus vaste. Selon le dernier baromètre IFOP pour la Fédération bancaire française, les Français et les Françaises perçoivent de plus en plus la banque à la fois comme un acteur essentiel de la vie locale d'un territoire (74% en 2018), et qui participe au dynamisme économique territorial (70% en 2018). Comment endosse-t-elle ce rôle ? Eric Blancquart, ingénieur financier devenu directeur de la transformation et responsable innovation du Crédit du Nord pour la région Nord de France, apporte un éclairage sur la question.

## De l'écoute à l'action

Les chiffres de l'étude IFOP ne surprennent pas Eric Blancquart : « *La banque est aujourd'hui très présente dans le quotidien des citoyens. Les usages numériques ont bien sûr renforcé cette dimension, avec des contacts presque permanents avec nos clients via les sites ou applications* ». En effet, selon le

cabinet Deloitte, 90% des Français réalisent des opérations bancaires en ligne ; les outils numériques bancaires ont donc la cote, bien que le conseiller demeure leur principal interlocuteur.

Pour répondre aux attentes des Français, le secteur bancaire doit s'adapter en permanence à un écosystème économique dont il est à la fois une locomotive et un wagon. Une adaptation rendue possible par un tissu local aussi diffus que dense, dans les territoires. Cette proximité avec les acteurs locaux fait partie de l'ADN du groupe Crédit du Nord, selon Eric Blancquart : *« Nous sommes connectés à l'environnement local notamment via les clubs d'entrepreneurs ou les réseaux professionnels. Les banques du groupe Crédit du Nord ont été créées pour et par des entrepreneurs. C'est dans notre culture. Les collaborateurs ont un fort esprit entrepreneurial et sont donc parties prenantes de cette dynamique, ils cherchent les moyens de mieux accompagner leurs clients, tant sur les aspects professionnels que personnels. »*

À lire aussi

---

Planète A : zoom sur l'incubateur à impact du groupe Crédit du Nord

## Dépasser l'accompagnement bancaire

Parmi les nouveaux enjeux que la banque doit adresser, la responsabilité sociale et la notion d'impact figurent en bonne place. Les incubateurs Planète A de Lille et de Nantes, dont les programmes d'accompagnement débuteront en janvier 2022, ont ainsi été pensés pour ces nouvelles entreprises dont l'activité a une influence positive sur la société. Les écosystèmes locaux, disruptifs ou traditionnels, les agences en région et le siège du Groupe participent ensemble à une même dynamique innovante. Plus qu'une nouvelle activité, cette démarche s'inscrit dans une volonté d'accompagner le changement pour Eric Blancquart : *« Nous avons la volonté d'encourager ces dynamiques d'innovation, en particulier sur des thématiques liées à l'impact social et environnemental. C'est à la fois une responsabilité et un engagement que nous prenons vis-à-vis de tous nos interlocuteurs »* .

En menant cette stratégie de rapprochement avec l'écosystème innovant, le groupe Crédit du Nord joue sur deux tableaux : l'accompagnement des jeunes pousses innovantes, mais aussi l'encouragement à l'innovation des entreprises

plus traditionnelles. « *Nous nous adressons aux créateurs d'entreprises innovantes, dont il faut comprendre et assimiler leurs besoins, mais aussi à nos clients plus traditionnels qui attendent de nous un élan, une dynamique d'innovation et les propositions de moyens pour y parvenir* », précise Eric Blancquart. Une mission qui va bien au-delà du « *simple accompagnement financier* », d'après lui.

## Miser sur l'humain

Pour implémenter cette stratégie d'innovation auprès de l'ensemble des écosystèmes dans les territoires, la banque mise à la fois sur des compétences et sur des personnalités. Cette volonté se retrouve notamment dans la constitution du club des mentors des futurs incubés de Planète A de Lille et Nantes. « *Véritables valeurs ajoutées de l'incubateur* » d'après Eric Blancquart, qui est responsable de l'incubateur de Lille, les mentors ont été les premiers surpris et les premiers conquis par cette ambition, se souvient-il : « *Dès que nous leur présentions le projet d'incubateur, ils étaient à la fois ravis et très favorables à ce qu'une banque investisse le terrain de l'innovation, qui plus est sur des sujets d'impact* » .

Ces mentors, issus des territoires concernés par les incubateurs, auront pour mission de partager leur expérience et leur parcours en fonction de la demande et des besoins des startups incubées. « *Nous avons évidemment choisi les mentors en fonction de leurs expertises mais surtout en fonction de leur parcours de vie, leurs profils et personnalités. C'est une des forces de notre incubateur* » .

Le Groupe profite ainsi de sa position au cœur des écosystèmes économiques locaux pour connecter ses différentes composantes et encourager les dynamiques d'innovation qui s'y dessinent. Une façon de dire que l'innovation est avant tout une question de personnes, d'expériences et d'envies à partager, mais aussi de parcours desquels s'inspirer. De liens, en somme.

*Maddyness, partenaire média de Groupe Crédit du Nord*