

## PARTIE II : la différence dans un marché concurrentiel

### Introduction

- « Oser la différence »
- Face à face avec le président du comité de direction 18

### Focus 2010

- Le lancement de nouveaux produits 22
- La gestion ALM et la nouvelle salle des marchés 26

### La démarche Marketing 2010 - 2011 de la BCDC

- Les atouts du réseau BCDC 28
- Le banquier des grandes entreprises et des institutionnels 32
- La pénétration du marché Retail 34

### Instantané

- Quatre témoignages de la différence 36



## Face à face avec le président du comité de direction

*« OUSER LA DIFFÉRENCE » n'est pas un slogan vide de sens. Les mots clés du langage entrepreneurial que sont l'audace et la différence, traduisent les changements organisés que vit la BCDC de l'intérieur et l'adaptation de sa culture d'entreprise à un environnement en pleine évolution. Institution centenaire de son pays, son passé est une référence. Entreprise performante du paysage bancaire congolais, son futur sera à l'image du développement économique mesurable depuis cinq ans et de l'émergence progressive d'une classe moyenne. Son présent est l'expression des compétences renforcées au sein des forces vives de son organisation.*

Yves CUYPERS, président du comité de direction, commente les évolutions récentes de la BCDC.

### **SUR LE MARCHÉ CORPORATE, LA BCDC RENFORCE ET ÉLARGIT LE CHAMP DE SES COMPÉTENCES**

Voici 7 ans, nous avons innové sur le marché bancaire congolais en développant une force commerciale organisée en fonction des différents segments du marché. Depuis lors, les principales banques de la place nous ont suivis dans cette démarche qui permet d'adapter l'offre à la demande et d'en personnaliser le contenu.

Sur le marché Corporate – celui des grandes entreprises – nous confortons nos positions dans un marché devenu très concurrentiel, grâce à un savoir-faire pointu dans les métiers de la banque et de la finance.



En 2010, nous avons encore renforcé ces compétences par l'arrivée d'un nouveau directeur en charge des segments Corporate et Institutionnels, l'engagement de nouveaux commerciaux Corporate et la montée en puissance d'un jeune responsable Corporate formé depuis 7 ans à l'école de la BCDC. Ces compétences avérées permettent à notre banque de mettre à la disposition des grandes entreprises des lignes de crédits dont la technicité quelque fois complexe offre des réponses efficaces à des besoins très pointus, entre autres en termes de financement du commerce extérieur. Les résultats sont au rendez-vous puisque la BCDC est le

*« La BCDC ose la différence et innove en créant une salle des marchés ; une première en RDC. »  
(Lire page 26)*

principal contributeur au financement de l'économie congolaise. Les chiffres de 2010 le démontrent et ceux de ce début 2011 le confirment.

Toujours sur ce segment de marché, nous avons innové en 2010, en choisissant d'aller encore davantage vers le client dans une démarche proactive de qualité, unique aujourd'hui sur le marché bancaire congolais. Nous avons créé une salle des marchés, faisant une fois de plus œuvre de pionniers en RDC.

Quel objectif poursuivons-nous en mettant les services de traders à la disposition des grandes entreprises présentes en RDC ?

Simplement renforcer notre offre en matière de change en mettant de nouveaux produits à disposition du marché : le change à terme, les options de change et

certaines produits dérivés. Nous avons également étoffé notre réseau de banquiers correspondants dans le monde. Ce faisant, nous permettons à nos clients d'optimiser la gestion de leur trésorerie et de mieux maîtriser la rentabilité de leurs opérations internationales.

En parallèle, nous avons mis en place un comité ALM pour optimiser la gestion des ressources de la banque et en maîtriser les risques. La solvabilité, la liquidité et la rentabilité de la banque sont désormais « scannées » en permanence grâce à des paramètres et des outils de mesure d'une très grande précision.

### SUR LE MARCHÉ RETAIL, LA BCDC CONFIRME SES CHOIX STRATÉGIQUES

Tout reste à faire dans le marché Retail congolais caractérisé par la sous bancarisation des populations, quand on sait que le nombre de comptes bancaires en RDC est encore inférieur à 1% du nombre total d'habitants. Certes, le contexte économique est tel que la toute grande majorité des Congolais ne bénéficie pas d'un travail régulier ou est employée dans le secteur informel. Les critères d'une bancarisation optimale ne sont donc pas encore réunis, mais le processus est en route. Pour preuve : le nombre d'ouvertures de comptes bancaires en forte croissance sur le marché du particulier.

La BCDC a-t-elle pris du retard par rapport à d'autres banques sur ce marché fort sollicité par la concurrence ?

Oui en termes de timing de lancement de nouveaux produits, entre autres les produits de la monétique dans lesquels il n'a pas été possible d'investir plus tôt.

Non en termes de recherche et développement puisqu'une fois la décision d'investissements prise, les nouveaux produits Retail de la BCDC ont été mis

*« Dans un marché en profonde évolution, nous allons démontrer une fois encore la capacité de la BCDC à innover pour répondre aux besoins de sa clientèle. »*

rapidement sur le marché. C'est ainsi qu'en 2010, notre offre monétique a vu le jour, et de nouvelles formules

d'épargne et de prêts personnels ont été lancées. De nouveaux produits et services seront créés dans le courant de 2011, dont certains démontreront une fois encore la capacité de la BCDC à innover pour répondre aux besoins de sa clientèle.

A cet effet, les compétences humaines réparties entre product management, organisation et études, marketing et communication, sont regroupées depuis mars 2011 au sein du nouveau département Business Development.

Cela étant, nous avons opté pour la politique du juste prix au bénéfice du client, et ce en toute transparence. Les taux que nous pratiquons, tant en matière de crédit que d'épargne, sont équilibrés et conformes aux réalités du marché. La BCDC démontre ainsi qu'elle a le sens du client.

## LA TRANSPARENCE, UNE VALEUR DISTINCTIVE CERTAINE DE LA BCDC

En toutes circonstances, la BCDC a toujours fait preuve d'un grand professionnalisme, reconnu et apprécié par le client. Aujourd'hui, plus que jamais, nous mettons l'accent sur la transparence, une notion managériale qui rime parfaitement avec « bonne gouvernance » et qui est la démonstration du professionnalisme dans un marché où la concurrence est devenue exacerbée.

Notre démarche commerciale n'a de sens que dans la satisfaction qu'y trouve le client et cette satisfaction ne peut s'exprimer qu'à travers un dialogue franc et une communication transparente. Nous faisons ce que nous disons et nous disons ce que nous faisons... En

*« La satisfaction du client ne peut s'exprimer qu'à travers un dialogue franc et une communication transparente. »*

cela, il n'y a pas d'équivoque possible et nous misons sur la qualité d'une relation à long terme basée sur la connaissance et la confiance réciproques.

Notre « vision d'une entreprise en mouvement », exprimée dans les dix mots clés décrits en première page de ce rapport annuel, traduit bien cette vérité. Nous affirmons avec fierté que la BCDC peut aligner ces dix mots clés comme un ensemble harmonieux et distinctif.



## L'AVENIR EN PERSPECTIVE

La BCDC représente pour les Congolais, jeunes et moins jeunes, un symbole du savoir-faire bancaire en RDC. C'est le fruit de l'histoire, renforcé par les compétences dont font aujourd'hui preuve les équipes en charge du développement commercial et organisationnel.

*« Le nombre d'entreprises est encore insuffisant pour valoriser efficacement les potentialités économiques de la RDC. L'audace et la créativité entrepreneuriales permettront donc de créer de nombreux emplois dans les prochaines années »*

Nous positionner comme « bâtisseurs d'avenirs » n'est pas prétentieux, qu'il s'agisse de l'avenir de la banque, de l'avenir de nos clients, ou de l'avenir de notre pays.

Cet avenir auquel nous travaillons est donc pluriel, riche de composantes multiples et variées. Dans cette démarche, la BCDC ose la différence par rapport au passé sur lequel elle s'appuie pour aborder l'avenir avec force, confiance et sérénité.

La RDC dispose d'énormes potentialités de développement dans les secteurs primaire, secondaire et tertiaire. Dans ce pays post-conflit en pleine reconstruction, les crédits à l'économie représentent moins de 10% du PIB contre quelque 30% en Afrique sub-saharienne. Ces chiffres traduisent l'insuffisance actuelle du nombre d'entreprises pour exploiter ces potentialités. Dans le même temps, le pays a atteint, mi-2010, le point d'achèvement de l'initiative des pays pauvres très endettés. Ceci a pour effet d'effacer 10,8 milliards de dollars de dette extérieure et rend de facto à l'Etat une marge de manœuvre pour le développement et le financement d'investissements.

Reste à promouvoir une bonne gouvernance, ce à quoi travaillent nos gouvernants avec, en grande partie, le support actif et engagé de la Fédération des entreprises du Congo (FEC). Le poids du passé reste lourd à porter mais certains signaux sont encourageants comme le classement de la Banque mondiale « Doing business in the World » qui voit la position de la RDC s'améliorer, ou l'adhésion prochaine de la RDC à l'OHADA (l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires).

*Ensemble, osons donc la différence que tout le monde attend !*



## Focus 2010

### Le lancement de nouveaux produits

*Etudiée de longue date, la démarche commerciale de lancement de nouveaux produits s'est concrétisée en 2010 au profit du marché Retail composé essentiellement de salariés de grandes entreprises et de PME performantes, ainsi que de professionnels (indépendants et commerçants). La BCDC a mis à disposition du public une première série de guichets automatiques de banque et a lancé sur le marché une offre monétique et de nouvelles formules de comptes d'épargne. La dynamique enclenchée en 2010 se poursuit avec détermination en 2011.*

#### LE RÉSEAU GAB ET L'OFFRE MONÉTIQUE EN DÉMARRAGE RAPIDE

En 2010, la BCDC a mis à la disposition de sa clientèle une première série de guichets automatiques de banque (GAB) dont le nombre continue à croître pour atteindre 17 à fin février 2011. Les investissements en la matière vont se poursuivre afin de couvrir au mieux toutes les zones de chalandise des agences de la banque.

Simultanément, des cartes bancaires ont été proposées aux clients. Il s'agit dans un premier temps de cartes de débit privatives qui rencontrent un succès rapide auprès des titulaires de compte. Elles portent des noms évocateurs : **Malakite**, **Ivoire** et **Aksanti**.

En vue de compléter son offre, la banque poursuit les démarches qui devraient lui permettre de proposer à sa clientèle des cartes de débit et de crédit internationales telles que MasterCard et/ou Visa.



### DES COMPTES D'ÉPARGNE SIMPLES ET ATTRACTIFS

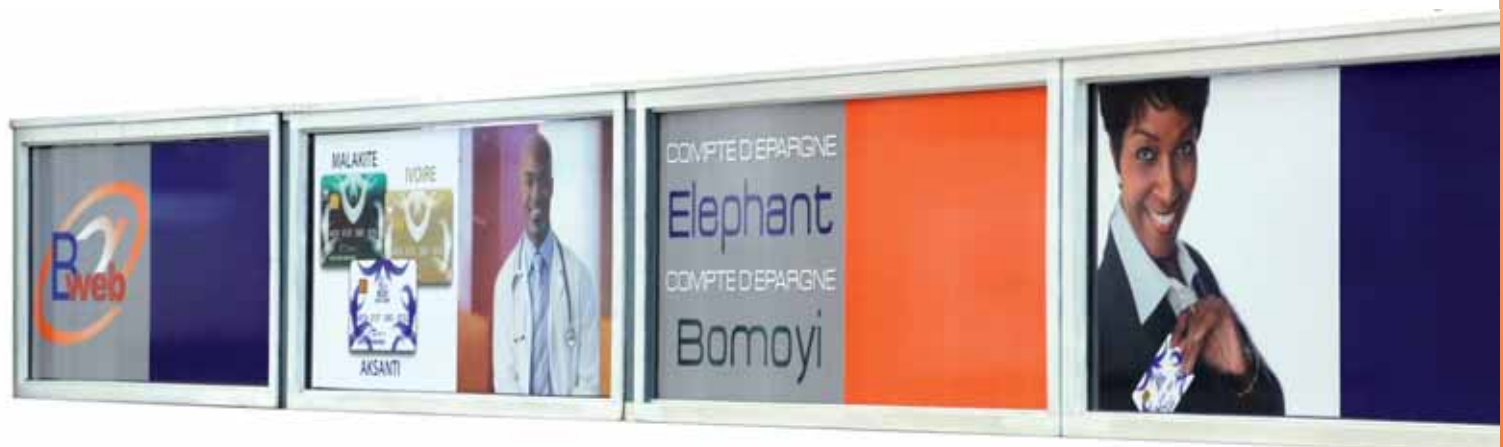
Deux produits d'épargne ont été finalisés et lancés sur le marché en 2010 : le compte « **Eléphant** » et le compte « **Bomoyi** ». Ces comptes sont commercialisés en francs congolais et en dollars. Ces deux produits d'épargne sont appréciés par la clientèle et ont contribué à l'accroissement global des dépôts.

Avec le compte d'épargne Bomoyi, la BCDC entend tenir son rôle de banque citoyenne en RDC en donnant à tout Congolais un accès gratuit, simple et rapide aux services bancaires.

Sans frais et sans obligation d'être lié à un compte courant, le compte Bomoyi permet la constitution d'une épargne rémunérée. Les taux d'intérêts et les primes de fidélité sont parmi les plus avantageux du marché.

*La BCDC ose la différence au profit de ses clients.*

Le compte d'épargne Eléphant fonctionne de manière quasi-similaire mais est lié à un compte à vue. Il offre dès lors certains avantages à la clientèle existante.





COMPTE  
COURANT  
et  
DEPOT  
A TERME

INTERNET  
BANKING



COMPTE  
COURANT  
Etudiant



COMPTE  
D'EPARGNE  
Bomoyi

COMPTE  
D'EPARGNE  
Elephant



CARTES  
BANCAIRES



**Avec vous, partout en RDC**

**KINSHASA**

Bld du 30 Juin  
Limete  
Matonge  
Royal / Gombe  
Unikin

**BENI**

**BUKAVU**  
**BUTEMBO**  
**FUNGURUME**  
**GOMA**  
**KANANGA**

**KISANGANI**

**KOLWEZI**  
**LIKASI**  
**LUBUMBASHI**  
**MATADI**  
**MBUJI-MAYI**

**BCDC**  
*Bâtisseurs d'Avenir*

[WWW.BCDC.CD](http://WWW.BCDC.CD)



### B-WEB, UN PRODUIT D'EXCEPTION QUI A FAIT SES PREUVES

Pionnière en RDC avec un produit d'Internet Banking lancé en 2004, la BCDC continue d'innover en la matière.

Avec des fonctionnalités avancées telles que les paiements nationaux et internationaux et la possibilité de validation des opérations par deux signatures géographiquement distantes dans le monde, B-WEB était au départ essentiellement destiné aux entreprises et institutions locales et internationales.

Désormais, la BCDC met à la disposition de la clientèle des particuliers une formule simplifiée qui permet, avec un mot de passe et donc sans utilisation du digipass, de consulter le solde du compte, d'enregistrer et d'imprimer les extraits de compte et le détail des opérations effectuées.

Le nombre de contrats B-WEB a augmenté de 67% en 2010.

**NOUVEAU!**  
**POUR LES PARTICULIERS**

Accédez à votre compte sur internet pour seulement **5\$\***

Avec un simple mot de passe, simplifiez-vous la Vie avec l'Internet Banking Bweb

\* mensuel

**BCDC**  
Banque du Congo

Vous avez un compte de particulier à la **BCDC** ?

Profitez de notre nouvelle solution  !

- ✓ Consultez votre solde et vos opérations
- ✓ Enregistrez vos relevés de compte et d'opérations
- ✓ Imprimez vos extraits de compte et d'opérations



## La gestion ALM et la nouvelle salle des marchés

*La BCDC confirme plus que jamais son rôle de leader sur le marché des grandes entreprises. Elle innove par une nouvelle démarche proactive de gestion des ressources et emplois de façon à optimiser la mesure des risques qu'elle prend par la nature même de ses activités de crédit, mais également en mettant à la disposition de sa clientèle une nouvelle offre de qualité sur le marché des changes.*

### LA GESTION ACTIF / PASSIF

Un comité de gestion des ressources et des emplois (ALM - Asset and Liability Management) a été mis en place en octobre 2010.

La mise en place du comité ALM répond non seulement au souci d'une gestion plus dynamique des liquidités de la banque mais aussi au devoir de respect des contraintes réglementaires, des ratios prudentiels et de la gestion des risques définis par la Banque Centrale du Congo dans ses instructions n°14 et n°22.



### LA SALLE DES MARCHÉS

Compte tenu du développement des marchés financiers au cours des dernières années, il a été décidé de créer une salle des marchés. Ses activités ont démarré le 1<sup>er</sup> novembre 2010.

Orientée avec professionnalisme sur les opérations de change – dont le change à terme, les options de change et certains produits dérivés –, la salle des marchés a pour vocation d'intégrer toute nouvelle activité créée pour augmenter la diversification des facteurs de risque et de rentabilité et de s'investir dans le développement des nouveaux produits. Elle entend ainsi répondre à la demande des clients intéressés, essentiellement les grandes entreprises.

La création de la salle des marchés répond, comme l'ALM, à la volonté de la banque de se différencier par son image d'intégrité et de professionnalisme en s'imposant des règles d'organisation et de déontologie strictes.



Désiré NYAMASOMBWA BULAMBO,  
trader senior :

*« Pour travailler avec un maximum d'efficacité, nous avons augmenté le nombre de nos banquiers correspondants en Europe, aux Etats-Unis, au Proche-Orient et des contacts sont en cours avec des banques chinoises. Nous répondons également à des attentes de la Banque Centrale du Congo qui souhaite voir apparaître des outils performants pour développer le marché des changes. Nous innovons en la matière et, ce faisant, nous nous positionnons comme partenaire de référence de nos clients, non seulement en termes d'opérations, mais également dans un rôle de conseil.*

*Nous créons la différence. »*



## La démarche marketing 2010 - 2011

### Les atouts du réseau BCDC

*La BCDC rénove son réseau d'agences et met ses guichets aux normes les plus modernes des standards internationaux. Les travaux accomplis fin 2010 - début 2011 à l'agence Royal Gombe à Kinshasa en témoignent.*



Avant les travaux



La maquette de l'architecte



L'agence rénovée, inaugurée le 24 mars 2011



*Du fait même de son rôle majeur dans l'histoire économique du Congo de ces 100 dernières années, la BCDC a développé un réseau d'agences qui compta jusqu'à 32 points d'exploitation dans le pays. Si la majorité dut fermer ses portes du fait de la guerre qui sévit à la fin des années '90 et coupa momentanément le pays en deux, le réseau retrouve progressivement une nouvelle vie depuis 6 ans. Cette démarche se poursuit au rythme du redéploiement économique du pays pour accompagner les clients dans leurs développements avec une offre bancaire de premier rang.*

Fin 2010, la BCDC gère un réseau performant de 18 agences réparties sur le territoire de la RDC. L'exercice 2010 doit être considéré comme un exercice de transition dans la poursuite du redéploiement du réseau, marqué par un certain nombre d'études de projets de rénovations et de réhabilitations.

Deux agences ont toutefois ouvert leurs portes : l'une en juillet 2010 au cœur de l'Université de Kinshasa « Unikin », l'autre en octobre au cœur du nouveau complexe commercial Plaza Village dans la commune kinoise de Limete (photo ci-dessous).



Parmi les projets de rénovation, celui de l'agence Royal Gombe à Kinshasa a été finalisé fin mars 2011.

La réhabilitation progressive du grand réseau

de la BCDC se poursuit avec, en perspective 2011, la réouverture des agences de Bunia, Boma et Gemena.

- A Bunia, dans le nord-est du pays, la banque accompagnera des opérateurs miniers qui investissent entre autres dans d'importants projets d'exploitation aurifère.
- La présence dans le port de Boma sera complémentaire à celle de Matadi, de nombreux clients de la banque étant actifs simultanément dans ces deux cités portuaires du Bas-Congo.
- A Gemena, au nord-ouest de la province de l'Équateur, la Banque mondiale a d'importants projets avec, dans une première étape, l'injection de 120 millions de dollars pour relancer l'agriculture et développer le paysannat.

D'autres projets sont également à l'étude à la demande de quelques grandes entreprises qui investissent dans le pays.



**Vingt huit guichets Western Union** complètent utilement le réseau des agences de la banque : 12 au sein des agences BCDC hors de Kinshasa et 16 à Kinshasa dont 11 agences dédiées Western Union.

Avec 9% du nombre de guichets Western Union en RDC, la BCDC affiche une excellente productivité puisque sa part de marché s'élève à 22% tant en termes

de transactions Western Union que de revenus liés à l'activité du transfert international. Quatre agences Western Union ont été fermées en 2010 pour cause de non rentabilité. Néanmoins des projets de développement sont en préparation pour étendre à partir de 2011 l'offre de certains services bancaires aux guichets Western Union BCDC.





### LA BCDC AU KATANGA

La BCDC est historiquement présente à Lubumbashi et dans les principaux centres miniers du Katanga.

La reprise des cours du cuivre qui ont frôlé les 10.000 dollars fin 2010 après une chute sous les 3.000 dollars deux ans plus tôt, a redonné du tonus à l'économie katangaise. Les investissements dans le secteur minier ont été intensifiés et, en 2011, les volumes d'extraction et de transformation du cuivre devraient progresser de manière significative.

Les délicates opérations de « revisitation » des contrats miniers, ajoutées à la chute des cours des matières premières - et du cuivre en particulier - entre 2008 et 2009, auront cependant eu un impact important sur la composition du paysage minier. Une soixantaine de contrats miniers ont été revisités. Ces opérations devraient assurer des rentrées régulières dans les caisses de l'Etat, permettre des

améliorations des infrastructures routières et ferroviaires des régions minières et favoriser une politique sociale envers les populations locales.

Le grand défi à court terme pour assurer un développement harmonieux du secteur minier, portera sur les besoins croissants en énergie électrique pour le traitement des minerais et en infrastructures routières et ferroviaires pour le transport des produits traités ; autant d'opportunités de contrats, de développement d'affaires et de création d'emplois...

Dans ce contexte quelques fois difficile mais aux réelles perspectives de forte croissance, la BCDC a assumé son rôle de banquier de référence et de conseil.

Le réseau du Katanga a d'ailleurs participé de manière substantielle aux bons résultats de la banque en 2010 et sa contribution deviendra prépondérante lorsque le secteur générera son plein potentiel.

## Le banquier des grandes entreprises et des institutionnels

*Les grandes entreprises et les organismes institutionnels sont bien connus des dirigeants de la BCDC qui leur apportent les conseils et les services financiers très pointus dont ils peuvent avoir besoin, via les départements Corporate Banking et Financial Institutions & Banks (FIB). Quarante pour cent d'entre eux sont clients de la banque, souvent à titre principal, ce qui confirme bien la notoriété de la BCDC sur ce marché important quoique toujours limité en nombre d'entreprises par rapport à la taille du pays et à son potentiel de développement.*

### LE DÉSÉQUILIBRE ENTRE L'OFFRE ET LA DEMANDE

Quand l'offre augmente face à une demande stable, la concurrence se manifeste de façon souvent agressive. Cette loi de l'offre et de la demande frappe le marché bancaire congolais devenu rapidement saturé par un nombre croissant de banques qui se positionnent dans la perspective d'un fort développement économique de la RDC dans les prochaines années. L'exploitation qui ira crescendo des ressources agricoles et, surtout, des matières premières telles que le cuivre, le cobalt, l'or et le pétrole n'est pas étrangère à ce bouillonnement bancaire.

L'attitude qui prévaut a priori dans une telle situation de concurrence consiste à jouer sur les prix pour pénétrer le marché. Cette solution à court terme n'est bonne pour personne.

### LA BCDC OSE LA DIFFÉRENCE DE LA CONFIANCE ET DE LA SÉCURITÉ

La BCDC pratique, en toute transparence vis-à-vis de ses clients, la politique du juste prix qui relève d'une gestion saine et équilibrée de ses ressources et de ses emplois en tenant compte des conditions et des fluctuations des marchés financiers.

A cette technicité s'ajoute le conseil, caractérisé par l'expérience, la connaissance du marché et la compétence avérée des dirigeants et cadres de la banque.





### TROIS ATOUTS COMPLÉMENTAIRES

La BCDC dispose de trois atouts complémentaires pour renforcer ses positions sur les marchés des clients Corporate et Institutionnels :

- la salle des marchés inaugurée en novembre 2010 et les nouveaux outils de gestion ALM déployés depuis octobre 2010 (lire pages 26 et 27),
- le renforcement des compétences au niveau de l'ensemble de son réseau pour accompagner efficacement les clients dans leur déploiement au cœur du pays,
- le développement de son réseau de banquiers correspondants à travers le monde, ce qui lui permet entre autres d'optimiser l'offre en matière de crédit documentaire, tant en termes de tarifs que de qualité de service.

A cela s'ajoute une nouvelle dynamique commerciale enclenchée en 2010 au profit du personnel des clients Corporate et Institutionnels auxquels la BCDC propose désormais des produits attractifs : monétique, épargne et financement.



## La pénétration du marché Retail

*Le système bancaire congolais recense près de 600.000 comptes. La RDC compte près de 70 millions d'habitants... Le potentiel du marché Retail est donc énorme et la concurrence bancaire affûte ses armes. C'est toutefois sans agressivité que la BCDC se positionne avec une offre de nouveaux produits adaptée au marché qu'elle connaît bien et étudiée pour satisfaire une très large clientèle de particuliers.*

### LA BANQUE AU SERVICE DU PARTICULIER

L'offre commerciale de la BCDC est segmentée par niches de marché avec une attention particulière portée aux agents d'entreprises et d'organismes internationaux clients de la banque. En plus de la domiciliation du salaire en compte auquel peut être liée une carte bancaire, la BCDC propose des produits d'épargne et de financements particulièrement attractifs (lire pages 22 à 25).

*Une grande banque au service de la population*

Dans une deuxième étape, la BCDC va mettre sur le marché des offres packagées dédiées à des cibles très précises de la population. Dans cette démarche proactive, quelques fois innovante, la banque entend jouer son rôle de grande banque au service de la population pour la sensibiliser progressivement à l'usage des services bancaires encore méconnus de la grande majorité.

A cet effet, la BCDC a renforcé l'organisation de ses équipes commerciales en 2010 et a nettement séparé la fonction commerciale de la fonction administrative.

Compte tenu des produits lancés sur le marché, les résultats en termes de nouveaux dépôts et d'augmentation des crédits sont encourageants et montrent l'intérêt de la clientèle Retail. Cette dernière redécouvre la BCDC qu'elle avait tendance à percevoir comme la banque des grandes entreprises ou des clients fortunés...



## LA BANQUE DES PME

La gestion du segment des PME est également rattachée au département Retail Banking.

Depuis quelques années, les opérateurs économiques évoluant dans ce segment poursuivent leur structuration et prennent de plus en plus conscience de l'importance de leur rôle dans la vie économique nationale. Les PME congolaises s'affirment progressivement comme des acteurs significatifs du secteur privé et comme des moteurs du développement par leurs contributions à la création d'emplois et à la richesse nationale. Elles commencent par ailleurs à attirer l'attention des décideurs politiques et économiques sur leur rôle dans l'économie, que ce soit via la Fédération des entreprises congolaises, les chambres de commerce ou divers forums et séminaires.

Sur ce segment de marché, l'offre commerciale de la BCDC présente trois caractéristiques :

- la prise en charge personnalisée de la relation par une organisation commerciale appropriée qui s'est vue renforcée en 2010 par l'arrivée de nouveaux gestionnaires de portefeuilles,
- l'aide à la structuration de l'organisation du client et au renforcement des capacités techniques,
- l'application de conditions financières adaptées aux crédits octroyés.

Ce faisant, la BCDC bénéficie d'une excellente réputation auprès de ses clients et développe avec succès ses parts de marché.

## Instantané

### TROIS JEUNES ET UN CADRE EXPÉRIMENTÉ PRENNENT LA PAROLE



Fanny MUAMBA est entrée à la BCDC le 1<sup>er</sup> décembre 2010. Elle travaille au département Business Development. Titulaire d'une maîtrise en intelligence artificielle de l'université de Paris V et d'un master en informatique obtenu à l'école polytechnique

de New York, elle décide de rentrer en RDC voici 3 ans. D'abord electronic banking officer au siège kinois d'une grande banque internationale, elle participe ensuite à l'implantation d'une banque africaine sur le marché congolais. Deux ans et demi plus tard, elle fait le choix de rejoindre la BCDC.

*« Diplômes en main, j'ai décidé de rentrer au pays. J'ai eu l'occasion de bénéficier d'une extraordinaire formation couplée à une double expérience internationale. C'est ma responsabilité de jeune de me mettre à la disposition des entreprises de mon pays. C'est notre responsabilité de jeunes de tout faire pour rattraper le retard accumulé par notre pays dans les années '90. »*

Quelques semaines passées à la BCDC ont suffi à la surprendre.

*« La vision de la banque vue de l'extérieur par des gens qui ne la fréquentent pas est totalement différente de la réalité que je découvre de l'intérieur ! Ce n'est pas*

*une vieille banque centenaire, c'est une banque qui se renouvelle sur les plans humain, technologique, managérial, qui se découvre une nouvelle jeunesse dans un marché en pleine mutation. Les défis sont donc exceptionnels et le potentiel de développement n'a de limites que celles de notre imagination dans une entreprise qui est une référence tout en ayant l'intelligence de s'ouvrir au changement. La direction démontre ainsi une grande ouverture d'esprit. 'Oser la différence' prend désormais tout son sens à la BCDC et les années à venir devraient le démontrer. »*

Paty MUSHAGALUSA NTABOBA est gérant de l'agence de Goma depuis janvier 2011, après avoir exercé différentes fonctions dans le cadre d'une formation tournante au sein de la banque, tant au siège qu'en agences. Voulant travailler dans le secteur bancaire, il a postulé à la BCDC voici 3 ans.



*« Il m'a suffi d'entrer en contact avec quelques jeunes qui travaillaient à la BCDC pour savoir que c'était là où il fallait être. L'ambiance dans laquelle je travaille depuis 3 ans est au rendez-vous de mes attentes. Car au-delà du strict respect de la hiérarchie, il y a le respect de la personnalité. Et c'est essentiel pour s'épa-*



*nourir dans un environnement de travail où l'on vit 8 heures par jour. »*

Quant à l'éloignement de Goma par rapport au cœur de la banque...

*« La distance entre Goma et Kinshasa est grande mais les relations sont étroites et permanentes. Et quand on évolue dans une structure de 13 personnes compétentes et expérimentées, face à un marché en plein développement tant sur le segment de l'entreprise que sur celui du particulier, il suffit d'avoir envie de travailler pour créer localement une véritable dynamique d'entreprise. »*

Quelques mois passés à Goma en prise directe avec le client donnent à Paty MUSHAGALUSA NTABOBA une certaine vision de la BCDC.

*« La rigueur prime dans le respect des procédures et les clients reconnaissent en cela la **différence qualitative** d'une banque fiable et accueillante. La réputation de la BCDC n'est plus à faire et dans les moments les plus difficiles de l'histoire du pays et de la région en particulier, elle est restée accessible dans toute la mesure du possible. Les clients ont la mémoire de cette réalité et aujourd'hui, face à une concurrence souvent agressive, apprécient la longue expérience et le savoir-faire de la BCDC. Et les nouveaux produits que nous mettons à leur disposition les enthousiasment. »*

Serge Fiston MBELO travaille au département Retail Banking depuis novembre 2010. Jeune diplômé de l'Université de Kinshasa, il commence sa carrière comme agent de clientèle d'une banque Retail de la place avant de rejoindre, 3 mois plus tard la BCDC.



*« Le secteur bancaire était un choix de carrière, la BCDC est un choix de raison... Rejoindre une institution telle que la BCDC c'est pénétrer au cœur d'une longue et riche histoire.*

*J'ai été très surpris par la rapidité de décision, moins d'un mois, entre le moment où j'ai posé ma candidature spontanée et le jour où j'entrais à la banque. Et ce que je croyais – vu de l'extérieur – être une banque de grandes entreprises et peu accessible aux particuliers, s'avère, à ma plus grande satisfaction, être une banque en pleine évolution, ouverte sur le marché Retail, une banque qui **'ose la différence'** par rapport à son passé.*

*L'excellente relation qu'entretient la BCDC avec ses clients Corporate est un atout extraordinaire pour pénétrer le marché du particulier via les salariés. Il faut donc maintenant, avec les nouveaux produits qui sont les nôtres – des produits la plupart du temps*

*très compétitifs – aller davantage vers les clients. Nous devons maintenant plus que jamais oser l'innovation et faire de la BCDC une vraie banque de proximité. En quelques mois, je vois le mouvement s'accélérer, c'est motivant !*

*Sans oublier que nous avons une belle histoire derrière nous, une histoire qui rassure le client. Or pour lui, la confiance dans sa banque est primordiale. »*



Vagheni PAY PAY est responsable du département Corporate Banking de la BCDC. Entré à la banque au titre de jeune universitaire en 2004, il démontre qu'à force de travail, de passion et d'ambition réfléchie, une banque telle que la BCDC offre de belles perspectives de carrières.

*« La BCDC est une grande école et j'y apprend encore tous les jours. Les dossiers traités pour les clients sont souvent passionnants et notre rôle de 'banque conseil' devient de plus en plus important, ce qui distingue très fort la BCDC de ses concurrents sur le marché Corporate. En plus j'ai la chance de pouvoir suivre actuellement une formation exceptionnelle de 18 mois au rythme de 4 journées par mois, une maîtrise en gestion des affaires (MBA).*

*Evidemment, dans un marché bancaire en pleine effervescence comme celui de la RDC, la recherche de cadres bat son plein...*

*« L'intelligence du long terme est presque toujours récompensée. »*

*Je privilégie une vision à long terme de ma carrière dans un climat de confiance réciproque et bien compris avec la direction générale.*

*L'intelligence du long terme est presque toujours récompensée. L'institution BCDC le démontre chaque jour depuis 100 ans ; à nous cadres de nous inscrire dans cette logique qui par ailleurs sied très bien à nos clients.*

*Ce faisant, nous devons également, à titre individuel, 'oser la différence'. Et nous le faisons simplement dans un dialogue permanent et constructif avec la direction générale très ouverte au changement qui s'opère au cœur de la banque. »*

