

# Cas client : Caisse d'Épargne Languedoc-Roussillon

La Caisse d'Épargne  
Languedoc-Roussillon  
optimise l'implantation  
de ses agences



« Les méthodes classiques d'analyse du réseau nous dirigeaient vers deux villes moyennes apparemment intéressantes. Les résultats de nos études géostatistiques nous ont poussé à abandonner ces deux sites au profit de localisations nettement plus prioritaires. De ce fait, d'importants investissements immobiliers ont été plus rapidement rentabilisés. »

Jacques Olivier, Responsable du département Distribution  
à la Caisse d'Épargne Languedoc-Roussillon.

## Résumé

### Mission

Repenser le maillage en fonction du marché et de l'évolution démographique ; recentrer le réseau sur des agences de taille optimale.

### Challenge

Intégrer la forte pression démographique dans le modèle d'analyse du réseau.

### Solution

« Espace LR », études et simulations sur le potentiel des agences de la banque en Languedoc-Roussillon.

### Bénéfices

Création d'un plan directeur et d'un outil de mesure des impacts pour prendre les géo-décisions ; allocation optimale des ressources dans le réseau de distribution.

### Client

Le groupe Caisse d'Épargne est composé de Caisses d'Épargne régionales couvrant la totalité du territoire français. Il se situe parmi les plus importantes banques de détail en France. La Caisse d'Épargne Languedoc-Roussillon (CELR), dont le siège est à Montpellier, est l'une des caisses régionales de ce groupe et compte 1 200 000 clients, 200 agences et 1 600 collaborateurs.

### Mission

**Le Languedoc-Roussillon connaît une forte évolution démographique avec saisonnalité importante liée au tourisme.**

**La CELR souhaitait repenser son réseau d'agences en fonction des éléments suivants :**

- la densité de population et le potentiel de développement lié à son évolution,
- les caractéristiques très contrastées des zones urbaines, rurales ou littorales,

- l'attractivité particulière de certains lieux.

**Elle a confié aux équipes d'Experian en Belgique la réalisation d'études et de simulations sur le potentiel de ses agences. Pour la CELR, cela répond à un triple enjeu :**

- la réalisation d'un diagnostic du réseau d'agences,
- la proposition de scénarios de développement,
- le recentrage des agences dans une fourchette de taille de 3 000 à 12 000 clients.

« Nous souhaitons un outil apportant une vision géomarketing globale de nos enjeux clients, mais permettant aussi toute simulation de maillage local, et ce, sur différents horizons dans le temps... », indique Jacques Olivier, Responsable du département Distribution à la CELR.

### Challenge

Pour mener à bien la prestation, Experian devait intégrer, dans ses modèles d'analyse, un environnement

Immeuble le Triangle de l'Arche  
8, cours du Triangle  
92937 Paris La Défense Cedex  
Tél. : 01 41 45 10 10  
Fax : 01 41 45 10 20

[www.experian.fr](http://www.experian.fr)  
[www.businessstrategies.fr](http://www.businessstrategies.fr)



## DAB et GAB également concernés

Une méthode similaire (études et simulations) a été appliquée pour optimiser le réseau des distributeurs et des guichets automatiques de billets de la Caisse d'Épargne dans la région Languedoc-Roussillon.

socio-démographique en très forte évolution, le Languedoc-Roussillon étant la région qui connaît la plus importante progression démographique. Le principal challenge fut donc de définir un maillage optimal en adéquation avec la structure du marché, en 2010, voire 2015, et non sur la base de la population actuelle.

### Solution

**Le projet, intitulé « Espace LR », a résulté en l'établissement d'un plan directeur optimal qui facilite l'organisation du réseau et traite les problématiques de taille minimum des agences. Pour atteindre ce résultat, Experian a modélisé l'attractivité actuelle**

### Bénéfices

*« Les méthodes classiques d'analyse du réseau nous dirigeaient vers deux villes moyennes apparemment intéressantes. Les résultats de nos études géostatistiques nous ont poussé à abandonner ces deux sites au profit de localisations nettement plus prioritaires. De ce fait, d'importants investissements immobiliers ont été plus rapidement rentabilisés »,* se félicite Jacques Olivier.

La solution mise en place par Experian a permis de :

- **Assurer un service optimal aux clients** tout en respectant les objectifs de rentabilité de la banque ;

**des agences et des concurrents auprès de la population, en tenant compte de :**

- la densité de population ;
- la distance entre l'agence et le domicile du client ;
- la concurrence en place ;
- la densité commerciale ;
- la typologie environnementale ;
- la présence ou non de guichets automatiques.

L'ensemble du projet a été mené avec la direction marketing et les responsables du terrain. Ils ont validé certains choix du modèle et proposé des alternatives dans le courant de l'établissement du plan directeur.

- **Recentrer le maillage d'agences** pour éviter une dispersion d'effectifs inefficace ;
- **Définir des actions ayant un impact économique immédiat** afin d'apporter les corrections court terme nécessaires au réseau ;
- **Allouer les ressources disponibles**, collaborateurs et agences, en fonction du potentiel du marché et de son évolution ;
- **Mettre à disposition un outil d'optimisation locale** qui permet à la Caisse d'Épargne de simuler certaines localisations potentielles et de décider rapidement.