

2008

RAPPORT ANNUEL



Sommaire

04 ► Profil de l'entreprise

06 ► PASS en quelques chiffres

09 ► Edito

19 ► Bilan et compte de résultat

24 ► Notes annexes aux états financiers

35 ► Rapports des Commissaires aux Comptes

Comité de Direction

Gauthier DURAND-DELBECQUE
Direction Générale

Frédéric MAZURIER
Direction Finances-Gestion

Laurent MARÉCHAL
Direction Commerciale et Marketing

Jean-Jacques BARBAROUX
Marketing

René-Marc TEMPLIER
Monétique

Isabelle HUBERT
Organisation et Projets

Christophe MERCIER
Etudes Informatiques

Carole DEMOUSSELLE
Contrôle Interne



Profil d'entreprise

Filiale bancaire du groupe Carrefour, la Société des Paiements PASS (S2P) commercialise depuis 28 ans une large gamme de produits et services financiers :

- ▶ La Carte PASS, distribuée à près de **2,8 millions exemplaires**.
- ▶ Une **nouvelle gamme de cartes** bancaires lancée en février 2009 en partenariat avec MasterCard.
- ▶ Une **offre très large de crédits** à laquelle s'ajoute désormais le **rachat de crédits**, représentant un encours global de 2,3 milliards d'euros.
- ▶ Des **produits d'épargne** pour répondre aux demandes de ses 400 000 clients épargnants, soit un encours géré de 1,65 milliard d'euros.
- ▶ **350 collaborateurs** au siège et **1300 conseillers** dans les Espaces Services Financiers.

Depuis sa création, S2P est fidèle aux valeurs du groupe Carrefour : Offrir au plus grand nombre les meilleurs produits et services financiers aux prix les plus avantageux. Le groupe a notamment mis l'accent sur l'**accessibilité** de son offre à travers 219 points de vente installés dans tous les hypermarchés Carrefour en France, un site Internet et un centre d'appels intégré. S2P développe une **approche responsable** des métiers de la banque vis-à-vis de ses clients, en étant attentive aux risques de surendettement.

Conseil d'Administration

Gauthier DURAND-DELBECQUE
Président Directeur Général

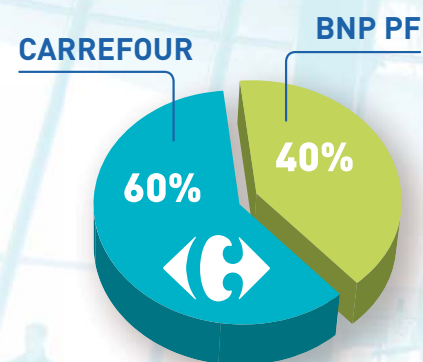
CARREFOUR
représenté par
Jean-Pierre AUDEBOURG
Administrateur
Javier LOPEZ CALVET
Administrateur

BNP PF
représenté par
Jean DEULLIN
Administrateur
Gérard CHAURAND
Administrateur

Commissaires aux Comptes

Cabinet KPMG Audit
représenté par
Arnaud BOURDEILLE
1, cours Valmy
92923 Paris-La Défense Cedex

Cabinet DELOITTE & ASSOCIES
représenté par
Sylvie BOURGUIGNON
185, avenue Charles de Gaulle
92524 Neuilly-sur-Seine Cedex



Société des Paiements PASS

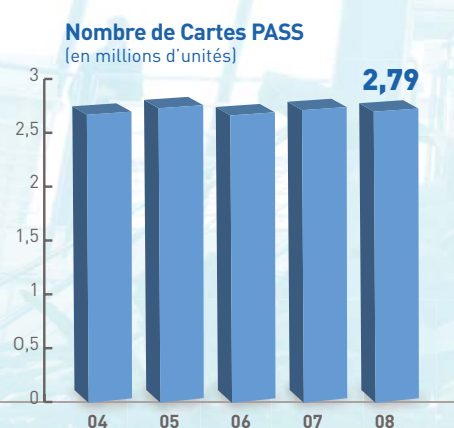
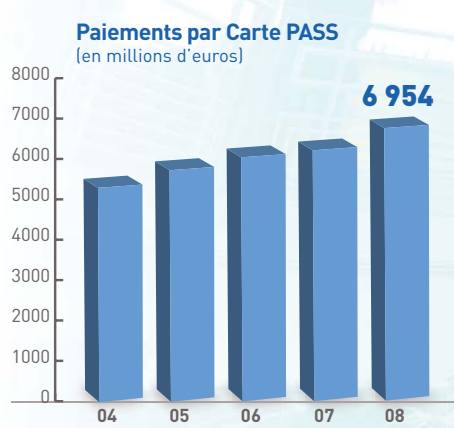
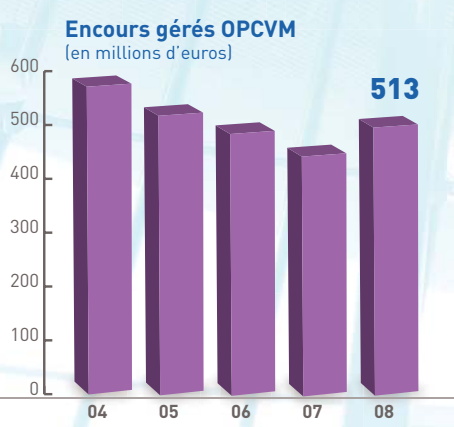
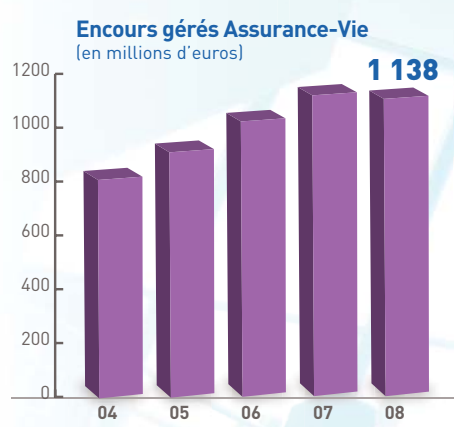
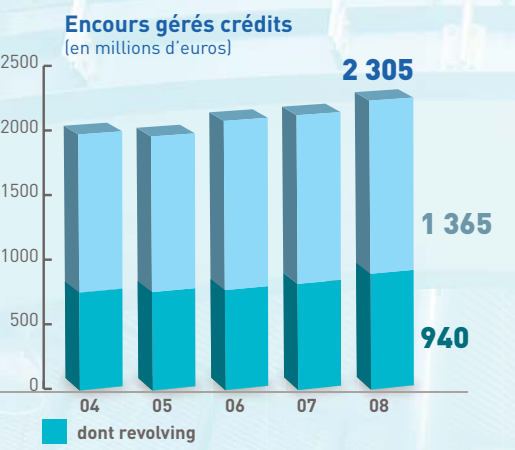
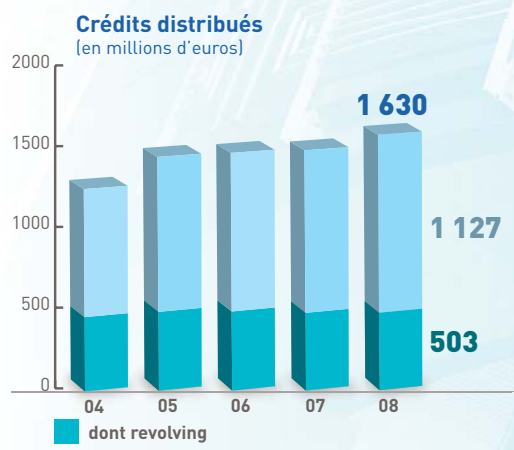
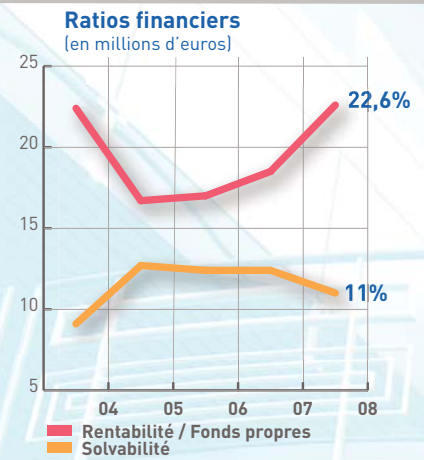
1, place Copernic
91051 EVRY CEDEX

Ets. de crédit et de courtage en assurances au capital de 92 216 604,40 €
313 811 515 RCS EVRY - N°ORIAS 07 027 516



PASS en quelques chiffres

Une légitimité forgée au cours d'une longue histoire



DATES CLES

- 1981**
 - ▶ Lancement de la Carte PASS
- 1987**
 - ▶ Lancement du prêt personnel
- 1991**
 - ▶ Lancement de l'Épargne Libre Carrefour
- 1997**
 - ▶ Lancement de l'assurance-vie « Carrefour Horizon »
- 2003**
 - ▶ Lancement des premières cartes bancaires
- 2006**
 - ▶ La Carte PASS privative est acceptée chez Champion
- 2009**
 - ▶ Lancement de la gamme de Cartes PASS MasterCard

Message du Président : Développer le savoir faire bancaire de S2P



Gauthier Durand Delbecque est
Président Directeur Général
de la Société des Paiements PASS.

Quel regard portez-vous sur l'activité de S2P en 2008 ?

L'exercice a été très bon, que ce soit en termes de développement de l'activité ou de résultats. Dans un contexte difficile pour le commerce, la banque et l'économie en général, nos différents métiers ont connu une croissance supérieure à la concurrence. Par exemple, notre production de prêts personnels a progressé de 28% dans un marché stagnant. Dans un contexte de défiance vis-à-vis des banques, nous avons clairement bénéficié de la confiance que portent les clients à leur distributeur.

A quoi attribuez-vous ces bons résultats ?

Parmi les facteurs clés de succès, il y a d'abord le fait que nous sommes très orientés clients. Nous sommes toujours à la recherche de services ou de produits innovants qui répondent à leurs besoins. Pour cela, nous avons beaucoup travaillé, en relation avec Carrefour, sur les outils de connaissance clients. Généralement, les clients s'adressent à leur banque pour acheter un crédit. Mais ils viennent chez nous pour acheter un projet : une nouvelle télévision, des vacances... Nous devons savoir répondre à cette demande. Nous avons également beaucoup investi pour développer notre stratégie de distribution multicanal. Ainsi, en 2008, le chiffre d'affaires réalisé par notre call-center a progressé de 40% et celui de notre site Internet de 59%. Parallèlement, nous avons suivi, et même anticipé, la stratégie de convergence de l'enseigne. Enfin, et c'est fondamental dans nos métiers, nous avons énormément investi dans le recrutement et la formation de nos collaborateurs.

Quelles sont les ambitions de S2P avec la nouvelle Carte PASS MasterCard ?

Nous sommes partis du constat que S2P avait désormais une vraie légitimité à aller au-delà de la simple émission de cartes privatives. Nous avons en effet tous les atouts pour repousser la frontière de nos activités et aller plus franchement sur le terrain de la banque. Mais nous ne pouvions pas nous contenter d'offrir le même produit que les banques classiques seulement moins cher. Nous devons aller plus loin et offrir un service qu'on ne retrouvait nulle part ailleurs sur le marché. C'est ce que nous avons fait avec la Carte PASS MasterCard. L'ambition est à la mesure de l'innovation. Il s'agit du véritable socle pour faire de S2P une banque à part entière.

Comment se présente l'activité en 2009 ?

Forts de la réussite de notre stratégie, nous sommes sereins mais vigilants par rapport à 2009. La crise s'accompagne d'opportunités que nous devons saisir. La défiance que je mentionnais vis-à-vis des établissements traditionnels doit nous conduire à améliorer nos propres services afin de toujours mieux satisfaire nos clients. L'efficacité de la relation banque-distributeur nous rend très confiants. Et nous nous inscrivons parfaitement dans la stratégie de Carrefour qui consiste à offrir des produits de qualité à prix bas. En même temps, nous restons vigilants face à la montée du chômage et à la baisse de la consommation constatée dans certaines activités.

Une performance assise sur des valeurs fortes

Une activité robuste en 2008

Les résultats 2008 de S2P attestent la solidité de son modèle économique et sa capacité à surperformer son marché. Dans un environnement marqué par une crise financière aiguë et un ralentissement des économies française et mondiale, le groupe a affiché une hausse de 22% de son résultat opérationnel, qui a franchi pour la première fois le seuil des 100 millions d'euros avec un réalisé à 103 millions d'euros. Dans le même temps, le résultat net de la société a atteint 70 millions d'euros, progressant ainsi de 19%.

Grâce à son modèle d'évaluation du risque, la société a accordé en 2008 pour 1,63 milliard d'euros de crédit, soit une hausse de 6,3% sur un an, alors même que le marché reculait de 2,2%⁽¹⁾. Les encours d'épargne gérés par S2P ont progressé, quant à eux, de 2,7% à 1,65 milliard d'euros, là aussi sur un marché en recul.

Enfin, 2008 a été une année de consolidation du nombre de cartes de paiement PASS qui est resté stable à 2,8 millions.

Perspectives pour 2009

Dans un environnement difficile qui exige une grande vigilance, S2P anticipe une stabilité de ses résultats financiers au niveau élevé atteint en 2008. L'activité devrait être stimulée par de nouvelles offres mieux adaptées aux besoins des clients et aux problématiques de pouvoir d'achat. Dans cette optique, la société fait le choix de la confiance en maintenant un niveau d'investissement élevé, tant en termes d'investissements informatiques que de communication.

Chiffre clé

19%

Progression du
bénéfice net en 2008



Grâce à la solidité de sa performance, S2P a vu son apport augmenter de 4 points dans les résultats de Carrefour France. Une performance qui souligne une nouvelle fois l'importance de S2P dans l'activité de sa maison-mère.

Cette performance repose sur trois critères clés au premier rang desquels un bon positionnement tarifaire. Fidèle à sa volonté de démocratiser l'accès aux services bancaires, PASS Services Financiers a bénéficié d'une excellente dynamique de son activité de prêts personnels, grâce à des taux d'intérêt parmi les plus attractifs du marché. Deuxième critère clé, la société a su mettre à profit son nouveau site Internet pour développer la vente en ligne qui représente désormais plus de 20% de l'activité. Enfin, S2P a tiré profit d'une meilleure organisation dans le traitement des dossiers en améliorant encore sa réactivité commerciale.

En même temps, ses ratios financiers sont excellents. Sa situation de solvabilité et de liquidité est très supérieure aux contraintes réglementaires tandis que son retour sur capitaux propres atteint 22,6%.

Une certaine vision des métiers de la banque

► Au service du groupe Carrefour

Créée par le groupe Carrefour en 1981, la Société des Paiements PASS est au cœur de la stratégie de sa maison-mère dans le domaine des services. Cette imbrication se traduit par l'installation d'Espaces Services Financiers dans les galeries commerciales des hypermarchés Carrefour.



Cette proximité, relayée aujourd'hui par les canaux de vente à distance, permet à S2P de proposer des solutions de paiement et de crédit aux clients de l'enseigne. Depuis des années, les Cartes PASS se sont révélées d'excellents vecteurs de fidélisation de la clientèle Carrefour, contribuant à accroître la fréquence d'achat dans les magasins.

Les équipes de S2P et le réseau commercial font notamment preuve d'une très forte réactivité lorsqu'elles sont sollicitées pour mettre en place des campagnes de promotion.

Enfin, l'approche de S2P exprime et renforce les valeurs d'accessibilité et de positionnement prix de l'enseigne. En contrepartie, S2P peut s'appuyer sur la solidité de deux puissants actionnaires (Carrefour et BNP Personal Finance) : un atout précieux pour un établissement bancaire.

A la lumière de la crise des subprimes, il est important de préciser que S2P n'a ni cédé ni titrisé des éléments de ses encours de crédit.

L'entreprise assume son rôle de banquier en gardant à son bilan l'ensemble des risques pris dans le cadre de ses activités.

► Une gestion des risques performante

La forte hausse des résultats de la banque en 2008 illustre la capacité de S2P à gérer les risques de façon optimale et à maintenir le cap en période de crise.

Ainsi, la charge de risque, principal indicateur en la matière, est ressortie en 2008 à 2,19%, soit une quasi-stabilité par rapport aux 2,16%⁽¹⁾ affichés l'année précédente. Ce résultat reflète le bon réglage de l'octroi de crédit et la solidité de l'encaissement de l'entreprise. S2P a notamment mené un important travail pour construire et développer un modèle d'identification de classes homogènes de risques dans le cadre de Bâle II.

Ces efforts ont conduit le groupe à mieux segmenter son offre selon le profil de la clientèle et à améliorer ses méthodes de recouvrement. Le dispositif mis en place dans le cadre du passage en Méthode de Notations Internes Bâle II, a été validé par la Commission Bancaire en juillet 2008 et a permis d'abaisser le ratio cible de S2P en matière de fonds propres de 30% par rapport aux ratios prudentiels en vigueur.

Chiffres clés

2,19% Niveau
de la charge de risque

22,6% Retour
sur capitaux propres

Une ambition renouvelée avec le lancement de la Carte PASS MasterCard

Un projet structurant pour S2P

L'année 2008 a été marquée par la préparation puis le lancement - intervenu le 11 février 2009 - d'une nouvelle gamme de cartes bancaires internationales en partenariat avec MasterCard. L'offre confirme le positionnement de S2P en tant qu'acteur majeur sur ce marché. L'objectif affiché est en effet ambitieux : parvenir, fin 2009, à 2,5 millions de clients porteurs de ces nouvelles cartes. Pour cela, S2P a misé sur les valeurs qui font le succès de ses services bancaires : **accessibilité, qualité de l'offre et innovation...** bref, le meilleur de la distribution et des services bancaires.

Accessible à tous sans changer de banque, la Carte PASS MasterCard est proposée au tarif de 14 euros par an et la Carte PASS Gold MasterCard à 50 euros par an, soit le meilleur rapport qualité / prix sur le marché. Sa signification est double :

- d'une part, Carrefour poursuit son engagement pour la démocratisation des services bancaires et assurances.
- d'autre part, l'enseigne entend ainsi renforcer la fidélisation de sa clientèle et conquérir de nouveaux clients.

Chiffres clés

14 € Prix de la
Carte PASS MasterCard

50 € Prix de la Carte
PASS Gold MasterCard

Au-delà de sa qualité intrinsèque, cette nouvelle offre a mis en exergue la capacité de S2P à se mobiliser pour mener à bien un projet d'envergure en peu de temps. Pour ce faire, l'entreprise a su attirer des partenaires de premier plan :

- **MasterCard**, un réseau international de paiement, leader de l'innovation technologique et marketing avec le co-branding,
- **BNP Personal Finance**, le second actionnaire de référence de S2P, leader du crédit à la consommation,
- **Oberthur Technologies**, l'un des premiers fournisseurs mondiaux de technologies de sécurité,
- **Monext**, un acteur majeur du paiement électronique en France.



Témoignage de Frédérique Martinez Responsable Marketing Projets

« L'autorisation, en octobre 2007, des cartes co-brandées a ouvert la voie à une petite révolution dans le secteur des cartes de paiement. Nous étions conscients que les offres allaient se multiplier et que les consommateurs seraient très sollicités.

Il était, par conséquent, vital pour S2P d'être parmi les premiers entrants sur le marché et d'offrir un produit exceptionnel. Après une première phase de définition de l'offre, à laquelle ont été associés nos clients, le projet est entré dans sa phase opérationnelle en février 2008. Au service marketing, la quasi-totalité des équipes ont été mobilisées afin de mener de front dix chantiers en parallèle.

Il faut, à cet égard, féliciter tous les participants qui ont réussi à maintenir la cohérence d'ensemble du projet CPU (son nom de code) et à tenir les délais. Cette mobilisation s'est poursuivie par un plan de formation sans précédent à travers l'ensemble du réseau. Nous sommes particulièrement satisfaits de la manière originale dont le co-branding a été traité : le recto de la carte évoque le secteur bancaire et le verso celui de la distribution, une manière de symboliser le meilleur des deux mondes. »

Des services et des avantages à coût modique

► Des facilités de paiement

- **Le paiement en 3 fois sans intérêts** directement en caisse dans tous les magasins Carrefour, Carrefour Market et Champion.
- **Le report de paiement sous 3 mois**, sans intérêts, des achats effectués dans ces trois enseignes.
- **Le paiement au comptant ou à crédit** par petites mensualités chez tous les commerçants en France et à l'étranger, ainsi que sur Internet.

► Des économies sur les achats

- **Une offre de bienvenue** : 5 % d'économies avec une Carte PASS MasterCard et 10 % d'économies avec une Carte PASS Gold MasterCard sur tout le magasin Carrefour.
- **La Carte PASS MasterCard renforce les avantages du Programme de Fidélité Carrefour** avec en particulier 20% d'économies supplémentaires sur le montant des Avantages Fidélité si le client utilise sa carte également pour ses achats du quotidien et 10% s'il l'utilise uniquement pour payer ses achats chez Carrefour.
- **Avec les Journées PASS**, les clients bénéficient, une journée par semaine, de 3 euros de réduction par tranche de 60 euros d'achats payés avec leur Carte PASS.
- **Des réductions exclusives** notamment sur les Voyages Carrefour, chez Carrefour Spectacles et sur le portail www.cashstore-pass.fr. Enfin, la carte donne accès à des services à tarifs préférentiels : abonnement aux péages d'autoroutes Liber-T, abonnement à des magazines, achats automobiles.

► Des garanties gratuites et des garanties optionnelles

Outre les garanties d'assistances et d'assurances offertes par le programme MasterCard, les Cartes PASS MasterCard incluent des extensions de garanties constructeur de 3 ou 5 ans



Témoignage de René-Marc Templier Responsable Monétique

« Avec la Carte PASS MasterCard, nous avons cherché à exploiter au maximum les possibilités offertes par la norme EMV (Europay MasterCard Visa). Là où beaucoup de cartes se contentent de la seule application de paiement, nous avons ajouté le paiement à partir du compte d'épargne, l'application crédit, l'identifiant fidélité et la solution CAP qui permet d'authentifier l'utilisateur de la carte à distance en garantissant la même sécurité qu'avec un code. En outre, il s'agit d'une carte duale qui permet un paiement avec ou sans contact. Toutes ces applications en font aujourd'hui une carte unique sur le marché. En même temps, elle reste simple d'utilisation. Le terminal de paiement ou le distributeur de billets affiche toutes les applications et le détenteur n'a plus qu'à choisir. Si le terminal est d'une ancienne génération et ne peut lire toutes les applications, c'est le débit au comptant qui s'applique par défaut. Enfin, la carte est véritablement internationale et peut être utilisée avec le même système partout dans le monde. »

(Protect'équipement), une assurance contre le vol ou la casse des achats (Protect'achat) ou encore une indemnité compensatoire en cas d'arrêt de travail ou d'hospitalisation (Protect'budget). Elles offrent également des garanties complémentaires « à la carte » telles que le dommage au matériel sportif, la garantie annulation de réception, la garantie mobile, etc.

Chiffre clé
20% Economies
supplémentaires
sur le montant des
Avantages Fidélité

Une banque au plus près des besoins de ses clients

Des services phares

► Des cartes privées aux cartes de paiement

L'année 2008 a constitué une année charnière dans l'évolution de la Société des Paiements PASS, qui est passée du statut d'émetteur de cartes privées à celui d'acteur majeur sur le marché des cartes de paiement. Depuis l'émission de la première Carte PASS, il y a 28 ans, S2P a acquis une légitimité qui lui permet aujourd'hui de se positionner en leader sur ce nouveau marché. Ainsi, l'an dernier, les détenteurs de la Carte PASS ont réalisé un total d'achats dépassant 6 milliards d'euros.

► Une activité de crédit en forte croissance

Acheter un nouveau véhicule, préparer les prochaines vacances, refaire la décoration de l'appartement... depuis 1987, S2P aide ses clients à réaliser leurs projets en leur octroyant des prêts personnels à des taux parmi les plus attractifs du marché. En 2008, S2P a accordé 70 000 prêts pour une valeur moyenne de 11 000 euros chacun. L'encours de crédit s'affiche en hausse de 28% par rapport à l'année précédente.

Chiffre clé

70 000

Nombre de prêts
personnels accordés
par S2P en 2008

► Une nouvelle activité : le regroupement de crédits

En 2008, S2P a élargie sa gamme de rachat de crédits, activité en pleine croissance en France et qui constitue une des réponses à la problématique du pouvoir d'achat. Le groupe propose à ses clients de regrouper à taux fixe et en un seul crédit tous leurs crédits en cours, souscrits auprès de banques, d'organismes financiers, de grands magasins, afin de ne payer qu'une mensualité beaucoup moins élevée que la somme des mensualités précédentes. Cette activité inclut le rachat de crédits immobiliers.

► Des produits d'épargne régulièrement distingués

S2P propose une gamme de produits d'épargne à court, moyen et long termes répondant à tous les types de besoins de ses clients. Fidèle à sa volonté de démocratiser les produits bancaires, S2P a fait le choix de la qualité au meilleur prix. Ainsi, il n'y a pas de frais d'entrée ou de garde pour les produits de court et moyen termes, et les frais de versement et de gestion sont parmi les moins chers du marché sur l'assurance-vie. Côté qualité, Carrefour Horizons (le produit assurance-vie du groupe) a été récompensé par quatre trophées par la presse patrimoniale en 2008, une belle récompense après dix ans de commercialisation.



Des canaux de distribution complémentaires

► Les Espaces Services Financiers

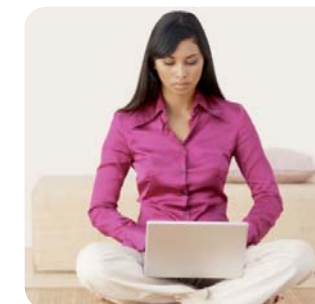
Chacun des 219 hypermarchés Carrefour en France dispose d'un Espace Services Financiers aisément accessible grâce à une amplitude horaire élargie. Le réseau s'est montré particulièrement réactif en 2008, gérant des dizaines d'opérations commerciales en magasins. S'il ne fallait en retenir qu'une, on peut citer l'opération Acte Spot Anniversaire Carrefour, la première du genre, qui a permis d'accueillir 1 300 nouveaux clients épargne court terme, de collecter plus de 50 millions d'euros en une seule journée et d'accroître la notoriété des Services Financiers de Carrefour. Par ailleurs, un important travail de coordination a été effectué afin d'optimiser les synergies entre tous les canaux de distribution.

► L'année des records pour le site Internet

Suite à sa refonte en 2006, le site Internet www.pass.fr a affiché une hausse de 50% du nombre de visiteurs uniques en 2008, avec un record en novembre de près de 715 000 visites. Ce succès s'est traduit par un fort dynamisme commercial puisque le site représentait à la fin de l'année 25% de la production de crédits personnels de S2P contre seulement 8% un an plus tôt, soit une progression de 59%. Les « financements express » ou virement direct sur le compte des clients, vendus sur Internet, sont en augmentation, quant à eux, de 17%.

Chiffre clé

50%

 Progression
du nombre de visiteurs
uniques sur le
site www.pass.fr

Une meilleure connaissance clients

S2P a inauguré en novembre 2008 l'intranet « Connaissance Client », un outil innovant qui synthétise l'ensemble des informations sur les attentes de nos clients.

Développé à l'aide d'un crédit d'impôt recherche, l'intranet « Connaissance Client » permet à S2P de proposer le bon service au bon moment. Cette capacité à mieux cibler l'offre et à la personnaliser optimise la démarche commerciale et améliore la satisfaction client. Plus qu'un outil, « Connaissance Client » est une philosophie qui permet de replacer le client au cœur du réseau commercial.

► Un centre d'appels innovant

S2P a développé en 2008 le langage naturel, un système de reconnaissance vocal généralisé à partir de février 2009. Le langage naturel est un mode d'interaction qui permet au client de s'exprimer librement pour indiquer ses besoins puis d'être orienté vers le bon interlocuteur. Il permet une ergonomie simple et intuitive ainsi que la possibilité pour le client de joindre la bonne personne ou d'obtenir l'information souhaitée sans connaître a priori le service ou les mots clés à prononcer, pour une plus grande accessibilité pour les clients.

Responsable dans son environnement



Satisfaire nos clients tout en les protégeant

La Société des Paiements PASS, comme sa maison-mère Carrefour, a depuis longtemps adopté une position responsable vis-à-vis des crédits qu'elle octroie. Au-delà des mots, cet engagement se traduit dans la réalité de ses procédures. Ainsi, les ouvertures de crédits se font sur la base d'une connaissance approfondie de la situation de chaque client.

De plus, 98 % des cartes de S2P sont au comptant par défaut (mais si le client le souhaite, il peut choisir une autre option).

D'ailleurs, chez Carrefour, 80% des clients utilisent la carte au comptant. Les plafonds de paiement, de retrait et de crédit sont propres à chaque porteur, adaptés en fonction de sa situation financière. Pour cela, des points budgets sont systématiquement réalisés avec des conseillers financiers, formés aux produits bancaires et à la gestion du risque.

Enfin, les cartes S2P proposent toutes le paiement en 3 fois sans intérêts sur les achats faits dans les magasins Carrefour, Carrefour Market, Champion et les autres commerçants partenaires. Clairement, S2P contribue à fidéliser les clients de l'enseigne en leur proposant des facilités de paiement.

Cette approche responsable se retrouve dans l'activité épargne de S2P. Le groupe a volontairement sélectionné des produits faciles à appréhender. Elle commercialise des produits simples, clairs et lisibles pour ses clients.

En outre, S2P s'est associée avec des sociétés de gestion reconnues et bénéficiant d'une solide assise financière : AXA IM, SGAM AM, BNP Paribas AM.

Contribuer aux résultats et à l'image de nos actionnaires

Dans un environnement marqué par une très grave crise du secteur financier, S2P est parvenue à améliorer assez sensiblement ses résultats financiers au bénéfice de ses actionnaires et de ses salariés. Cela s'est fait grâce à une croissance saine, assise sur une gestion rigoureuse du risque.

Dans un contexte de raréfaction de la liquidité, S2P a réussi progressivement à diversifier ses sources de financement afin de répondre à tous ses besoins.

Au-delà des aspects financiers, S2P véhicule avec succès les valeurs d'accessibilité et de qualité de l'enseigne Carrefour.

S'appuyer sur des équipes motivées

S2P s'appuie sur 350 collaborateurs à son siège d'Evry et 1 300 conseillers présents dans les Espaces Services Financiers PASS. Le bien-être et la motivation de ses équipes sont des éléments clés de la stratégie et de la réussite de S2P. Cela explique le choix de la stabilité qui se traduit par plus de 90% de contrats à durée indéterminée. Le centre d'appels interne de S2P regroupe des collaborateurs en contrats à durée indéterminée, d'où un turnover du personnel particulièrement bas. Ils bénéficient, en outre, d'une formation initiale commune avec le réseau afin d'assurer une cohérence dans la relation client quel que soit le canal, et ensuite des formations commerciales adaptées aux métiers des centres d'appels.



Chiffre clé

28 000

Nombre d'heures
de formation dispensées
aux collaborateurs
du réseau en 2008

Enfin, l'entreprise a consacré plus de 6% de sa masse salariale à la formation professionnelle, soit près de quatre fois plus que le minimum légal. En 2008, les collaborateurs du siège ont reçu une formation représentant un total de 10 638 heures ou encore une semaine en moyenne par stagiaire. Enfin, la mobilisation de ses équipes autour de projets, tels que le projet de Carte PASS MasterCard en 2008, constitue un motif de satisfaction et de fierté pour le groupe.

S2P

Directeur de la rédaction : Frédéric MAZURIER
Responsable Communication : Isabelle NEUVILLE
Responsable Comptabilité : Alain REGNIER

REDACTION

Rédacteur : Nicolas DANIELS
D&D Communication
9 rue de Bailly
75003 Paris

CONCEPTION GRAPHIQUE ET PRODUCTION

Agence UNITEAM COMMUNICATION
201 rue de Vaugirard
75015 Paris

CREDITS PHOTOS

Masterfile
Getty Images
Nicolas Richez

