



Rapport d'Evaluation
du 1^{er} Salon National des
Services Bancaires et de la Monétique

Tunis, Novembre 2007

I/ La Genèse du Salon

Sous le patronage de Monsieur le Gouverneur de la Banque Centrale de Tunisie, l'Association Professionnelle Tunisienne des Banques et des Etablissements Financiers (APTBEF) a organisé avec le concours de la SOGEFOIRES International le 1^{er} Salon National des Services Bancaires et de la Monétique, et ce durant la période du 1^{er} au 4 novembre 2007, au Centre des Expositions, Charguia à Tunis.

L'organisation de cette manifestation s'inscrit dans le cadre de la stratégie nationale visant à hisser la qualité des services bancaires, érigée en obligation légale depuis Mai 2006, au niveau des standards internationaux et à promouvoir la Monétique; Stratégie qui découle des orientations du point 7 du Programme Electoral de son Excellence Monsieur le Président de la République qui accordent une place primordiale à la qualité des services bancaires et au développement de la monétique. Il est à rappeler que cette stratégie s'articule autour de trois axes:

- Une journée portes-ouvertes, organisée, dans sa première édition, le jeudi 28 juin 2007, dans les sièges et les agences des Banques et des Etablissements Financiers. La manifestation a eu des effets positifs, notamment au niveau de l'implication des Directions Générales desdites Institutions et des Médias qui en ont assuré la couverture et dont les échos ont été très favorables auprès du Grand Public, vu le nombre des visiteurs enregistré.
- Un programme d'actions d'appui sous forme de journées de sensibilisation et de séminaires de formation ayant permis de toucher, au titre de l'année 2007, environ 1000 employés principalement du Réseau dans un espace de deux mois (juin et juillet 2007). Ces séminaires assurés au niveau de six régions (Tunis, Beja, Gafsa, Sfax, Kairouan et Mahdia) impliquant les autorités régionales, et mobilisant les médias nationaux et régionaux, ont été ouverts ou clôturés par Monsieur le Gouverneur de la Banque Centrale de Tunisie.
- Un Salon National des Services Bancaires et de la Monétique. Une société de services ayant l'expérience requise (Expo-Finance) et bénéficiant d'une proximité de la capitale, en l'occurrence la SOGEFOIRES International, a été associée à l'organisation de la 1^{ère} édition de ce salon, et ce conformément aux recommandations de la réunion de travail présidée par Monsieur le Gouverneur de la Banque Centrale de Tunisie le 30 Mai 2007.

Ainsi, la première édition de ce Salon, **baptisé "Banque et Monétique 2007"**, a été tenue sous le slogan de "La Banque de demain: modernité, qualité, sécurité".

Ce Salon avait pour ambition de :

- Présenter au grand public et aux professionnels les mutations qualitatives du secteur;
- Mettre en exergue le développement des nouveaux produits et services bancaires et des moyens de paiement modernes, notamment la Monétique;
- Contribuer à diffuser la culture de la qualité dans le domaine des services bancaires et financiers et à incarner chez le Grand Public la notion de culture financière;
- Consolider la relation Banques-client, d'une part, et Banque-Médias, d'autre part, dans un climat de confiance et de transparence.

II/ Conduite du Projet

Le secteur bancaire étant le promoteur du projet, un comité ad-Hoc représentant certaines Banques, la Banque Centrale de Tunisie et l'APTBEF a été constitué pour définir le projet, discuter avec le partenaire (SOGEFOIRES) et assurer le suivi des opérations de l'événement. L'intendance relative à la réalisation du projet incombe à l'APTBEF.

III/ Les Objectifs du 1^{er} Salon

Plusieurs objectifs opérationnels ont été tracés pour cette première édition du Salon National des Services Bancaires et de la Monétique dont principalement :

- ↳ Favoriser une émulation entre les Banques et les Etablissements Financiers en les incitant notamment à lancer, à cette occasion, de nouveaux produits et services;
- ↳ Promouvoir les produits bancaires et financiers des différents exposants;
- ↳ Vulgariser le métier de Banque auprès du Public et des Médias;
- ↳ Développer la monétique et les moyens de paiement modernes.
- ↳ Constituer une opportunité pour tisser des relations d'affaires entre les Banques et les Etablissements Financiers, d'une part, et les exposants prestataires de services, d'autre part. Ces relations d'affaires auront une portée régionale, compte tenu de la participation des pays Maghrébins.

IV/ Les Exposants

Soixante cinq (65) stands ont été réservés et affectés à cette première édition du Salon dont :

- La Banque Centrale de Tunisie
- L'APTBEF, la SIBTEL, la SMT et l'IBS
- 23 Banques avec leurs filiales de leasing, recouvrement, etc...
- 2 Sociétés de leasing
- L'Association des SICAR
- 7 Organismes Nationaux
- 21 Sociétés prestataires de Services et fournisseurs d'équipements et applicatifs, informatiques en relation avec les activités bancaires et monétiques dont 08 de nationalité Française, 1 Suédoise, 1 Saoudienne, 1 Belge, 1 Néerlandaise et une Marocaine.
- 6 Organismes de Presse et d'Edition.

V/ Les Activités en Marge du Salon

Le 1er Salon National des Services Bancaires et de la Monétique a enregistré plusieurs manifestations qui ont créé un événement de première importance sur la place de Tunis dont notamment :

- L'inauguration, le 1^{er} novembre 2007, du Salon par Monsieur le Gouverneur de la Banque Centrale de Tunisie en présence des premiers responsables du Secteur;
- L'organisation, le 1^{er} novembre 2007, d'un séminaire sur la qualité des services bancaires avec la participation d'experts locaux et étrangers et rehaussé par la présence de Monsieur le Gouverneur de la Banque Centrale de Tunisie et des Présidents des Banques;
- L'organisation, le 3 novembre 2007, d'un séminaire consacré au lancement d'une Campagne Nationale de Promotion de la carte en tant que moyen de Paiement, en présence des organisations professionnelles; Monsieur le Gouverneur de la Banque Centrale de Tunisie et Monsieur le Vice-Président de l'UTICA ayant donné à cette occasion le coup d'envoi de ladite campagne.
- L'organisation d'une série de conférences sur les lieux du Salon réservées aux visiteurs sur plusieurs thèmes touchant les activités du Secteur et animées par des Experts de la Banque Centrale de Tunisie et de certaines Banques; La TTN, Tunisie Télécom et l'ANSI ayant participé à ce programme qui a connu une bonne affluence.

- La quasi-totalité des Banques et des Etablissements Financiers ont réalisé, à l'occasion du Salon des opérations d'ouverture de comptes, de distribution de cartes bancaires, de vente de crédits "Express", etc...
- Tous les Exposants ont organisé également dans leurs stands des animations visant à promouvoir leurs produits et services et à faire connaître, pour certains, les produits et/ou services lancés pour la première fois à l'occasion de ce Salon;
- Des jeux et des concours ont été réalisés par certaines Banques suivis de prix distribués aux gagnants (carnet d'épargne, carte bancaire, flash disk, téléphone portable, abonnement sur le net de la banque, etc...)

VI/ La Couverture médiatique du Salon

En vue de la préparation médiatique du 1^{er} Salon National des Services Bancaires et de la Monétique une large campagne publicitaire a été réalisée durant les deux semaines précédant l'événement par la société SOGEFOIRES, coorganisateur, et ce conformément au programme, arrêté de concret avec les membres du Comité Ad-hoc; (spots télé et radio, insertions dans les journaux, affiches publicitaires, invitations, etc...)

Par ailleurs, une conférence de Presse a été tenue à cet effet, au siège de l'APTBEF, le Mercredi 24 Octobre 2007 en présence de Messieurs Amor SAAFI, Samir BRAHIMI et Khaled FRADI, respectivement Délégué Général de l'APTBEF, Directeur Général à la Banque Centrale de Tunisie et Directeur Général de la Société Monétique de Tunisie. Il est à rappeler qu'une 1^{ère} conférence a eu lieu le 20 juin 2007, à l'APTBEF en vue de présenter les trois axes de la Stratégie Nationale d'Amélioration de la Qualité des Services Bancaires.

Parallèlement à ce programme, Radio Tunis, Radio Jeunes et les radios régionales (Monastir, Sfax, Tataouine, etc...) ont assuré également une couverture médiatique du Salon à travers des interventions soit en direct soit en différé assurées par des hauts cadres de la Banque Centrale de Tunisie et de l'APTBEF sur le cadre général, les objectifs et les différentes manifestations afférents à l'organisation du Salon. La Chaîne 7 de la télévision Tunisienne ayant également couvert médiatiquement la cérémonie d'inauguration du Salon ainsi que les deux séminaires organisés en marge. La Presse écrite a, de son côté, contribué à cette couverture médiatique par des articles spécialisés.

Par ailleurs, certains Etablissements de Crédit ont procédé à une publicité de leurs stands à travers des annonces dans la presse et dans les chaînes de Radio.

Un reportage vidéo sur les différentes manifestations du Salon a été préparé. Deux organismes de Presse spécialisés ont été chargés, par ailleurs, de préparer les actes des deux séminaires sur "la qualité des Services Bancaires" et "la Promotion de la carte bancaire comme moyen de paiement"; Les textes des interventions des animateurs, les discussions, l'analyse des débats et les recommandations feront le corps de ces actes.

VII/ Les aspects financiers

Suite à des discussions menées avec la société SOGEFOIRES INTERNATIONAL, le prix de location de stands a été arrêté à 200d/m² pour les espaces nus et à 240d/ m² pour ceux aménagés.

Cette tarification, hors taxes, tient compte de la réalisation d'une campagne promotionnelle d'envergure sur le plan local, régional et international, dont le coût a été estimé à 100d/ m².

Ainsi, le coût de cette campagne promotionnelle sera supporté, dans une proportion importante, par les sociétés prestataires de services et fournisseurs d'équipements qui ont été invitées à participer à ce salon en tant qu'exposants.

Par ailleurs, toutes les dépenses afférentes à l'organisation de la Conférence de Presse et des séminaires (transport et hébergement animateurs, pause-café, déjeuner, cadeaux, documentation, réception, réalisations de vidéos documentaires et d'albums photos etc...), ainsi que la location des lieux des conférences organisées dans les espaces du Salon ont été incluses dans les coûts de location des stands.

VIII/ L'Evaluation du Salon

A- Données et statistiques

- ⇒ 2000 m² d'espace occupé;
- ⇒ 65 exposants occupant des superficies variant entre 12 et 72 m², chacun;
- ⇒ 1 à 4 personnes d'accueil par exposant et par jour pour les Etablissements de taille moyenne;
- ⇒ 6 à 10 personnes d'accueil par stand et par jour pour les grandes Banques;
- ⇒ 7 distributeurs automatiques de Billets fonctionnels ont été installés par les Banques;
- ⇒ 20 à 30 prospectus exposés par stand en moyenne;
- ⇒ 30 à 40 opérations de renseignements, de prise de contacts et de simulation réalisées en moyenne par jour et par stand;
- ⇒ 10 à 20 opérations d'ouverture de compte par jour et par exposant pour certaines Banques;
- ⇒ 5 opérations de vente de crédit express par jour est par exposant en moyenne pour quelques Banques (2 Banques).

- ⇒ Les offres promotionnelles à l'occasion du Salon par les Banques :
 - ♣ crédit voiture à TMM+2 et direct à TMM+2,5 au cours du mois de novembre
 - ♣ distribution gratuite ou réduction de prix sur les cartes
 - ♣ abonnement gratuit sur le net de la Banque
 - ♣ produit SMS online gratuit pour 1 an

- ⇒ Nouveaux Produits et Services présentés par les Banques :
 - ♣ carte de crédit de 10.000dt remboursable sur 24 mois
 - ♣ mandat minute, crédit logement sur 25 ans
 - ♣ recharge téléphonique à travers DAB
 - ♣ carte Allocation Touristique
 - ♣ crédit sur 10 ans
 - ♣ site web transactionnel

- ⇒ Nombre visiteurs et bénéficiaires :
 - ♣ 200 participants environ pour les dix sept (17) conférences et workshops organisés au sein du Salon
 - ♣ 700 participants environ pour les deux séminaires organisés en marge du Salon
 - ♣ 15.000 visiteurs environ au Salon d'après les chiffres communiqués par la SOGEFOIRES.

B- Remarques et Observations

Bien que les avis des premiers responsables du secteur et des différents observateurs sont favorables quant aux aspects organisationnels du 1er Salon National des Services Bancaires et de la Monétique, certains points de faiblesse sont à relever en vue d'une meilleure préparation de la 2^{ème} édition dont essentiellement :

a- Les Aspects de Communication

- ↳ Un retard a été enregistré en ce qui concerne le démarrage de la campagne promotionnelle et d'information du Salon;
- ↳ Des lacunes ont été relevées dans la conduite de cette campagne promotionnelle menée sur les plans local et étranger, vu le manque d'expérience de l'APTBEF dans ce domaine;
- ↳ Les conférences et workshops organisés dans les espaces du Salon n'ont pas bénéficié d'une couverture médiatique suffisante; Plusieurs visiteurs intéressés sont informés après coup de ces actions;

- ↪ La plupart des exposants, notamment les Etablissements de Crédit, n'ont pas assuré d'actions publicitaires spécifiques au profit de leurs stands;

b- Les Aspects Organisationnels

- ↪ La formule de l'invitation de sociétés prestataires de services et fournisseurs de matériels au Salon n'est pas été totalement appropriée. Certains ont manifesté leur déception à l'occasion du 1^{er} Salon vu le manque d'intérêt vis à vis de leur stand marqué par l'absence de visiteurs professionnels concernés par les produits qu'elles ont présentés ;
- ↪ L'inauguration du Salon en fin de matinée n'a pas permis aux premiers responsables de visiter l'ensemble des Stands dans des conditions confortables;
- ↪ L'organisation d'un séminaire en marge du Salon, le jour de son inauguration, est contraignante;
- ↪ L'organisation de deux grands séminaires à l'occasion du Salon est contraignante vu la diversité et la complexité des aspects logistiques y afférents.

c- Du Côté des Exposants

- ↪ Les Etablissements de Crédit n'ont pas lancé suffisamment de nouveaux produits et services à l'occasion du Salon pour marquer l'événement;
- ↪ Certains Etablissements exposants n'ont pas présenté assez d'offres promotionnelles à l'occasion du Salon en vue d'une meilleure affluence de visiteurs à leurs stands;
- ↪ Certains exposants sont arrivés très à aménager très difficilement leurs stands avant l'ouverture officielle du Salon.

C- Réactions des Exposants :

D'après les résultats d'un sondage d'opinion réalisé par le web manager center, Média spécialisé et sponsor du Salon, auprès des différents exposants, il ressort les principales réactions suivantes :

1/ Les Banques et Etablissements Financiers :

Il est à noter que la communauté bancaire a marqué sa grande satisfaction quant à l'initiative prise pour l'organisation d'une telle manifestation. Cette première en Tunisie a été pour certains, une réussite totale.

En effet, "les Banques et Etablissements Financiers estiment qu'ils ont fait preuve d'imagination, certains allant jusqu'à proposer des produits et services nouveaux et des offres spéciales Salon; Au total, tous les produits et services bancaires disponibles sur la place de Tunis ont été présentés lors de cette manifestations, selon certains".

2/ Les Sociétés de Services :

Une bonne partie des sociétés "ont approuvé le concept du Salon Banque et Monétique, mais pas l'organisation qui n'a pas été à la hauteur de leurs attentes. Ainsi, par exemple les fournisseurs de services-en tout cas certains d'entre eux-n'ont pas apprécié qu'ils soient isolés des Banques et d'autant plus qu'ils ne travaillent qu'avec elles". Pour d'autres ils regrettent que les Banques n'aient pas délégué des responsables informatiques appelés à apprécier les performances des produits présentés.

Ce ci n'a pas empêché d'autres d'apprécier le développement de synergies à l'occasion du Salon par la découverte de produits complémentaires ouvrant les voies à d'éventuelles collaborations entre ces sociétés.

D- Les avis des visiteurs du Salon :

Un formulaire d'évaluation a été remis à chaque visiteur du Salon. Un lot de 600 formulaires fournissant un échantillon représentatif composé de 350 "particuliers", 160 "professionnels" et 90 "entreprises" a été retenu pour être analysé. Le dépouillement effectué a permis de relever les résultats suivants :

a) L'organisation générale du Salon :

- ❖ 20,5% des sondés, estiment qu'elle est très bonne
- ❖ 63% estiment qu'elle est bonne
- ❖ 16% estiment qu'elle est moyenne
- ❖ 0,5% estiment qu'elle est mauvaise

b) Des nouveaux produits et services :

- ❖ 82,5% des visiteurs déclarent que les Banques et les Etablissements Financiers ont apporté de nouveaux produits et services
- ❖ 17,5% jugent le contraire

c) Adaptation aux besoins et attentes :

- ❖ 87% des visiteurs estiment que les produits et services offerts par les Etablissements de Crédit répondent à leurs besoins et attentes.
- ❖ 13% estiment le contraire

d) Les animations organisées en marge du Salon (Conférences et workshop)

- ❖ 17% des visiteurs jugent qu'elles sont très profitables
- ❖ 76,5% jugent qu'elles sont profitables
- ❖ 4,5% les jugent peu profitables.

Reprise par catégorie de personnes sondées (particuliers, professionnels et entreprises), l'analyse fait apparaître les mêmes tendances que celles dégagées à travers l'analyse globale.

E- Recommandations :

De tout sondages et études faits, il ressort que le Premier Salon National des Services Bancaires et de la Monétique était une première expérience intéressante et réussie pour le secteur bancaire et financier tunisien. Ce qui nous laisse confiant quant à l'évolution vers le mieux pour la deuxième édition en oeuvrant à :

- ❖ Elargir le groupe de travail à l'ensemble des banques à réseau ;
- ❖ Annoncer l'organisation de la 2^{ème} édition du Salon National des Services Bancaires et de la Monétique dans les meilleurs délais; Les préparatifs devront être dore et déjà entamés avec La SOGEFOIRES, le partenaire organisateur; Aussi les Banques et les Etablissements Financiers auront suffisamment de temps pour pouvoir imaginer, créer et présenter de nouveaux produits dans le cadre d'une saine concurrence;
- ❖ Maintenir, pour la deuxième édition du salon, la même date que la première, soit la 1^{ère} semaine du mois de novembre 2008; Cette date coïncide avec les festivités du 7 novembre et la célébration du 50^{ème} anniversaire de la Banque Centrale de Tunisie;
- ❖ Assurer une meilleure couverture médiatique et une campagne publicitaire plus dense en faisant associer une agence de communication spécialisée; Le coût y afférent sera supporté par la SOGEFOIRES;
- ❖ Organiser les actions, en marge du Salon, de façon à ce que ça ne contraigne pas la réalisation du programme fixé. De ce fait, il est suggéré de se suffire à l'organisation d'un seul grand séminaire qui doit se tenir le 2^{ème} ou le 3^{ème} jour du Salon ;
- ❖ Inviter les Banques et les Etablissements Financiers à enrichir et à diversifier la gamme des produits et services présentés, par des composantes intéressant les trois segments de marché (particuliers, professionnels et entreprises) ;
- ❖ Assurer une meilleure couverture médiatique pour les conférences et les workshops qui se tiendront dans les espaces du Salon et qui ont eu un écho très favorable auprès des visiteurs ; Ces manifestations devraient être organisées à partir du 2^{ème} jour du salon;

- ❖ Permettre aux sociétés de services d'exposer dans les mêmes espaces que ceux réservés aux Banques et Etablissements Financiers;
- ❖ Inviter lesdites sociétés à préparer une campagne médiatique pour leurs produits et à organiser, en marge du Salon, des démonstrations et des workshops auxquels seront invités au préalable les personnes concernées;
- ❖ Réserver une journée du Salon (la 1^{ère} ou la dernière) aux professionnels du secteur pour leur permettre de découvrir les produits et services présentés par les sociétés spécialisées. Une soirée de rencontre pourrait être organisée, à cet effet, entre les parties concernées;
- ❖ Placer sous le haut patronage de son Excellence Monsieur le Président de la République, les prochaines éditions du Salon à dimension maghrébine, voire internationale;
- ❖ Etudier la possibilité d'organiser, en marge du Salon, une cérémonie de remise du Prix du Président de la République de l'Agence Bancaire qui s'est distinguée par la qualité des services.