



BNI News

Bulletin Interne d'Information de la BNI • N°23 • Novembre 2010

BONNES FÊTES

► Dossier

Le cours du caoutchouc se stabilise

◀ A l'honneur

Présentation de l'Agence BNI SAN PEDRO



► La DCPR en action

Portrait de Coulibaly Daouda
(Chef d'agence BNI Ehania)

D É M A R C H E Q U A L I T É



Christine Djibril

Notre aptitude face à la qualité nous permettra de ***nous mobiliser*** autour d'un objectif commun !

Le chemin de la qualité

« Quand on voyage vers un objectif, il est très important de prêter attention au chemin. C'est toujours le chemin qui nous enseigne la meilleure façon d'y parvenir et il nous enrichit à mesure que nous le parcourons. »

PAULO COELHO

Chers tous,

L'année 2010 s'achève bientôt, refermant ainsi une page de l'histoire de notre institution avec son lot d'émotions : inaugurations de nouvelles agences, signatures de conventions ... C'est une nouvelle année qui s'ouvrira donc à nous, nous encourageant à affiner nos choix dans la recherche constante de l'excellence. Nos objectifs devront être, telles de nouvelles résolutions, des valeurs à instaurer dans la culture de notre entreprise. Il s'agira donc de prendre en compte les erreurs du passé pour améliorer notre capacité à nous projeter dans le futur.

Ce mois-ci dans **BNI Actu'**, M. Coulibaly Daouda, responsable de l'agence BNI EHANIA félicité le mois dernier est encore mis en avant pour ses résultats toujours meilleurs.

A l'honneur, l'agence BNI SAN PEDRO. A sa tête M. Claude Armand TOFFA, le responsable d'agence qui nous présente son équipe, sa ville, mais surtout sa vision pour la banque.

Le **Dossier** de ce mois nous donne des informations sur les cours du caoutchouc qui se stabilisent pour cette période.

La rubrique **Objectif qualité** nous conseille de nous mobiliser autour d'un objectif commun : la recherche constante de la qualité.

Chers tous,

A l'image d'une pyramide humaine (visuel de la campagne qualité du mois) c'est ensemble que nous pourrons être reconnus comme entreprise leader et cela ne pourra se faire qu'en empruntant chaque jour le chemin de la qualité.

Bonne lecture et Rendez-vous le mois prochain !

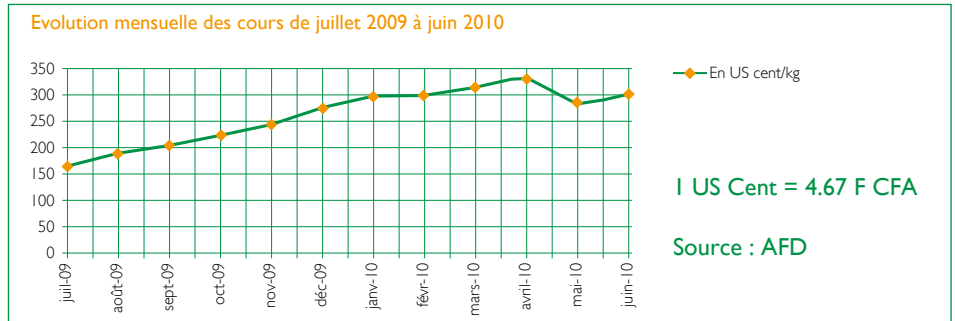
LE COURS DU CAOUTCHOUC SE STABILISE

Depuis le début de l'année, à la faveur des primes à la casse boostant le marché automobile du neuf, de l'envol de la demande chinoise, et de l'hiver rugueux (fortes consommations de pneus hiver), la demande de caoutchouc naturel s'est relancée.

A ce jour, le marché asiatique s'impose comme le baromètre de la demande mondiale et la Chine se positionne toujours en leader. L'Inde, qui depuis l'année dernière est devenue le deuxième plus grand marché national pour le caoutchouc naturel devant les États-Unis, confirme sa place de dauphin.

En effet, la crise politique thaïlandaise a aggravé le sentiment que l'offre de caoutchouc sera plus faible que prévue. Néanmoins, dans les faits, si les violences en Thaïlande ont perturbé les embarquements de sucre, le caoutchouc n'a pas été touché. La Malaisie, actuel troisième producteur mondial, a révélé en mai dernier un plan pour doubler sa production d'ici à 2020. Elle devrait ainsi passer de 900 000 tonnes à 1,8 millions.

Au cours du 2^{ème} trimestre 2010, le prix de caoutchouc s'est maintenu en moyenne



au dessus des 1400 Fcfa le kg. Le cours de caoutchouc qui a augmenté sans discontinuer depuis mars 2009 passant de 647 Fcfa/kg à 1540 Fcfa en avril 2010 a connu sa première baisse en mai dernier à 1349 Fcfa. Puis, en juin 2010, le cours s'est stabilisé à 1408 Fcfa.

Cette baisse ne présage pas d'un effondrement du cours car les fondamentaux du marché demeurent solides : une offre restreinte, une demande qui croît et des stocks qui diminuent.

Durant la crise, les acteurs du marché ont privilégié la frilosité. Ils n'ont pas su anticiper la reprise. Ainsi, plutôt que d'ouvrir leurs carnets de commandes, ils ont préféré agir sur leurs stocks. La tendance est à l'augmentation de la

demande en caoutchouc naturel pour 2010 et 2011. Les prévisions tablent actuellement sur une hausse de 5,6 % de la consommation mondiale de caoutchouc, soit 9,92 millions de tonnes en 2010 et de 4,2 % en 2011, soit 10,34 millions de tonnes.

Pour le dernier trimestre de l'année 2010, la production qui dépassera les 10 millions de tonnes devrait permettre d'absorber l'ensemble de la hausse de la demande et autoriser la reconstitution des stocks. Ce qui conduirait à coup sûr à la stabilisation du cours de caoutchouc fin 2010.

Tardy KOUASSIBLE (vkouassible@bni.ci)

LE CAPITAL-RISQUE, UN FINANCEMENT À VALEUR AJOUTÉE

I. LES PRINCIPES DE BASE

Le capital-risque contribue à créer un environnement économique favorable aux entreprises nouvelles ou déjà existantes, en renforçant leur fonds propres et en permettant le développement de projets innovants et des financements adaptés aux programmes d'investissement. Le capital-risqueur est un véritable partenaire qui apporte beaucoup plus que des capitaux pour accélérer la trajectoire de l'entreprise. Son expérience de la création d'entreprise et du management lui permet d'être source de conseils, pour l'entrepreneur qui s'en trouve ainsi plus avisé et plus proactif. Cette valeur ajoutée s'exprime notamment dans cinq grands domaines :

1. Mise en place d'une stratégie de croissance optimisant la création de valeur

Au-delà de la dimension comptable, l'apport de capitaux propres doit s'inscrire dans le cadre d'une véritable stratégie financière destinée à amplifier la création de valeur réalisée au plan opérationnel. Il s'agira de prendre les décisions opérationnelles qui privilégient tantôt l'optimisation économique de l'entreprise, tantôt sa valorisation à court terme. L'entrepreneur doit pouvoir trouver chez son capital-risqueur

un soutien de valeur pour planifier de façon structurée le développement de l'entreprise par une croissance maîtrisée.

2. Intégration de la dimension technologique lors de la conception de la stratégie

La rapidité de l'innovation technologique dans les secteurs « high-tech » est impressionnante. Le lien entre stratégie et technologie doit être intégré en amont de la réflexion stratégique. L'expertise et la compréhension technique du capital-risqueur doivent être mises à profit pour aider l'entrepreneur à élaborer une stratégie intégrant l'évolution de la technologie.

3. Sensibiliser au gouvernement d'entreprise

La mise en place d'un « reporting » périodique pour les membres du conseil d'administration doit porter essentiellement sur les objectifs stratégiques de l'entreprise. Ce qui sous-entend l'utilisation des indicateurs de performance relatifs aux facteurs clés de succès, ce qui va bien au-delà d'une synthèse du compte de résultat.

5. Aide et conseil en management opérationnel

L'investisseur en capital-risque peut également contribuer à des aspects plus opérationnels liés

à l'organisation, à la définition de processus, au recrutement ou à la mise en place de systèmes de motivation.

Dans certains cas, il peut être amené, en accord avec le chef d'entreprise, à envoyer des consultants remplir une mission particulière, pour accélérer le développement de l'entreprise : management intérimaire d'un processus ou projet clé, redéfinition de la stratégie, identification de cibles d'acquisitions, négociations de partenariats...

En somme, l'arrivée d'un professionnel du capital-risque dans l'actionariat d'une entreprise non cotée est de nature à réduire le risque d'exploitation, en envoyant aux partenaires de la firme un signal de la qualité du management et du projet de l'entreprise. Elle représente en effet, a priori, un gage de sérieux et accroît la crédibilité de la firme auprès de ses principaux partenaires.

II. LES CLÉS POUR UN PARTENARIAT RÉUSSI

Pour le succès d'une opération de capital-risque, la qualité des relations entre l'entrepreneur et le chargé d'affaire de l'investissement est

primordiale. Aussi, est-il important que les partenaires partagent les mêmes valeurs et les mêmes objectifs.

Les créateurs d'entreprises ne mesurent pas toujours les conséquences d'un soutien financier extérieur. Avant de le solliciter, le fondateur de l'entreprise doit prévoir le choc que son arrivée ne manquera pas de créer. Il doit ensuite choisir avec soin ses partenaires financiers et contractualiser ses relations avec eux.

Pour l'investisseur en capital-risque, l'entrée au capital d'une entreprise n'est que la première étape d'une opération dont il attend essentiellement la valorisation de son investissement et, à travers celle-ci, l'espérance d'un retour sur investissement élevé à brève échéance (entre trois et cinq ans) ou encore

la réussite de sa sortie. Or, l'objectif essentiel poursuivi par l'équipe dirigeante à travers ce type de partenariat (lorsqu'elle en est l'initiatrice) est de permettre à l'entreprise d'atteindre sa croissance maximale sur le long terme.

Ainsi, l'objectif de réussir une sortie à court terme n'est pas, bien évidemment l'objectif premier du dirigeant, dont l'ambition s'inscrit plutôt dans une optique de long terme.

La problématique est de réussir à faire coïncider ces objectifs divergents pour le plus grand bien de l'entreprise. Pour y arriver, il est nécessaire d'encadrer strictement l'opération, dès son démarrage, **en balisant de manière détaillée les attentes et les prérogatives des uns et des autres**. Ce n'est qu'à ce prix que l'on évitera les désagréments, lesquels peuvent se révéler

redoutables dans ce type de partenariat. C'est la raison pour laquelle il est essentiel de bien appréhender les impératifs de l'investisseur en capital-risque et la façon dont ils vont être mis en œuvre à tous les stades du déroulement de l'investissement.

En comprenant ces impératifs, le dirigeant saura les concilier avec les siens propres, pour tirer lui aussi de cette opération le maximum de bénéfices pour lui-même et sa société.

En définitive, si le capital-risqueur exprime de plusieurs façons sa valeur ajoutée, l'importance de la relation investisseur/entrepreneur est la clé pour en tirer profit et assurer le succès de l'entreprise et sa pérennité.

La lettre mensuelle

La DCPR en Action

■ PORTRAIT DE COULIBALY DAOUDA (CHEF D'AGENCE BNI EHANIA) : ITINÉRAIRE D'UN BATTANT

Chargé de Suivi et Evaluation à la Direction de la Clientèle des Particuliers et du Réseau, M. COULIBALY Daouda a été muté le 17 juin 2010 en tant que Chef d'Agence à l'agence BNI EHANIA. En l'espace de 5 mois, il a totalement transformé la physionomie de son agence.

A l'origine de cette performance, une analyse pertinente de l'environnement socio-économique de l'agence d'EHANIA et la prise en compte des orientations commerciales de la DCPR, pour tirer véritablement profit du partenariat BNI/PALMCI qui a sous-tendu la création de cette agence.

M. COULIBALY, prend dès son arrivée son bâton de pèlerin et sillonne la région dans ses

moindres recoins. Pas de repos pour ce travailleur infatigable, qui fait montre d'humilité et de sagesse en approchant les principaux responsables de la région (responsables de l'UAI de PALMCI, autorités administratives et coutumières, Chefs des communautés, représentants des coopératives, transporteurs, etc.).

Les résultats parlent d'eux-mêmes :

- 2^{ème} agence du réseau à avoir réalisé ses objectifs à plus de 130% concernant le produit de bancassurance ASSUR COMPTE
- 2^{ème} agence du réseau à avoir réalisé ses objectifs à plus de 170% en matière de PRETS SCOLAIRES
- PNB de 14 millions au 30/10/2010 contre 05 millions au 30/06/2010, soit une progression de 180% en 4 mois

- Nombre de comptes : 1600 comptes au 10/11/2010 contre 530 au 30/06/2010, soit un taux d'ouverture de comptes de 302% en 5 mois



M. COULIBALY Daouda
Chef d'agence BNI Ehania

Loin de se satisfaire de ces résultats prometteurs, M. COULIBALY et son équipe remotivée se lancent dans de nouveaux chantiers pour drainer toujours plus de clients et faire de BNI EHANIA une agence phare au sein de la DCPR. Bon vent à toute l'agence d'EHANIA !

BNI Actu'

■ OPÉRATION ENA 2010

Le samedi 23 octobre dernier, le campus de l'ENA a été le théâtre exceptionnel de l'exposition annuelle des banques et établissements financiers en direction des étudiants de première année de ladite institution. Lors de cette manifestation où tous nos concurrents rivalisaient d'arguments pour conquérir les étudiants, la DCPR a représenté dignement la BNI. Les agences

d'Abidjan se sont fortement impliquées dans l'approche commerciale des futurs énarques, faisant montre d'autant d'ingéniosité que de hargne dans cette opération de charme. BNI GESTION, également présente sur le terrain, est venue présenter ses produits à ces potentiels investisseurs.

Cette action s'est soldée par l'ouverture de comptes de 15% de la nouvelle promotion,

niveau jamais atteint à ce jour et score fort appréciable, eu égard au nombre de banques présentes lors de cette manifestation.

Notons l'aide précieuse de DCM qui a prêté main forte à la DCPR pour la préparation du stand BNI.

Rendez-vous le mois prochain pour de nouvelles actions de la DCPR !

■ PRESENTATION DE L'AGENCE BNI SAN PEDRO



Agence BNI
SAN PEDRO

La ville de San Pédro compte à peu près 420 000 habitants. La population autochtone est essentiellement Krou avec divers sous-groupes que sont les Winnin, les Bakoué et les Piaï.

De nombreuses cultures telle que l'hévéa, le palmier à huile, le cacaoyer (la région fournit 52% de la production nationale, soit environ 572.000 tonnes en 2009), font de San Pédro une des villes les plus dynamiques du pays. L'industrie du bois, l'industrie du tourisme et la pêche y sont également très développées. De même que le commerce et la distribution des marchandises.

Le secteur bancaire y est très dynamique avec 10 banques représentées (BACI, SGBCI, BIAO, BICICI, ECOBANK, SIB, BOA, BFA, UBA, BSIC, CCEP et bien entendu la BNI) ainsi que certaines structures de financement décentralisé (COOPEC, FLEC...).

Cité balnéaire, la ville de San Pédro offre toutes les commodités d'une ville moderne : Aéroport, infrastructures routières, télécommunications, réceptifs hôteliers de standing, restaurants européens et africains.

La ville dispose d'un port en eau profonde bâti sur une superficie de 200 ha. Second port de la Côte d'Ivoire, le port autonome de San Pédro est le premier port mondial d'exportation de cacao avec environ 50% de la production nationale annuelle qui transite par ce port.

C'est dans cet environnement à très fort potentiel que l'agence BNI San Pédro débutera ses activités en 2004 pour tirer profit des atouts qu'offre l'économie locale de la ville de San Pedro.

L'agence située au rez-de-chaussée de l'immeuble ex-caïstab à l'entrée de la zone portuaire est animée par une équipe de 6 personnes (1 Responsable Administrative : SARADEME

- Assurer un service de proximité à l'endroit de nos clients ;
- Fidéliser notre clientèle par la satisfaction de ses besoins en lui vendant notre gamme variée de produits et services ;

3 - Objectifs :

Nous nous sommes fixés trois objectifs principaux pour mettre en œuvre notre stratégie commerciale qui sont :

1. **Démarcher et ouvrir** des comptes aux personnels des entreprises des secteurs privés, publics et parapublics par une action de proximité ;
2. **Emettre** à la disposition de notre clientèle des product program adaptés aux besoins spécifiques des planteurs d'hévéa, de palmiers à huile et des coopératives de la région ;
3. **Mener** des actions à l'endroit des grandes entreprises de notre zone afin de leur ouvrir des comptes et les conseiller dans leur politique d'investissement.

Ainsi, afin de réaliser ses objectifs, l'agence met à la disposition de sa clientèle un banking hall spacieux et agréable, 2 caisses, 1 GAB et un parking sécurisé. 2 chargés de clientèle sont également disponibles à tout moment pour répondre aux besoins des populations. Par des visites régulières à nos clients et à la prospection de nouveaux clients sur les sites de la PALMCI à NEKA, IBOKE, BLIDOUBA, GBAPET, sur le site de la SOGB à GRAND BEREBY et de la SAPH à RAPIDE-GRAS, notre agence est de mieux en mieux connue. Grâce à la qualité de notre accueil et à notre capacité de nous mettre à l'écoute de nos clients, 'le bouche à oreille' aidant, les populations et les opérateurs économiques nous font de plus en plus confiance et nous confient leurs avoirs.

1 - Mission :

Nous avons pour mission d'élaborer et de mettre en œuvre une stratégie commerciale qui s'inscrit dans la politique de la Direction Générale visant à améliorer le PNB de la banque tout en sécurisant nos actifs.

2 - Rôle :

Notre agence a pour rôle de :

- Collecter les ressources disponibles sur la place de San Pédro et dans la Région ;
- Soutenir l'économie locale par des financements spécifiques ;



Equipe BNI
SAN PEDRO



Armand Claude TOFFA
Responsable d'Agence BNI SAN PEDRO

Pouvez-vous vous présenter ?

Je voudrais tout d'abord avec votre permission adresser mes salutations chaleureuses aux fidèles lecteurs de BNI NEWS.

Je suis Armand Claude TOFFA, marié et père de deux enfants. Je suis diplômé de l'Institut Technique de Banque (ITB) promotion 2001. Egalement titulaire d'une Maîtrise en Gestion en 1992, j'ai obtenu l'admissibilité au DEA d'Economie d'Entreprise en 1994.

A cela, s'ajoutent de nombreux séminaires de formation auxquels j'ai participé ici et ailleurs dans divers métiers de la banque.

Je suis vice-président, membre co-fondateur de l'Amicale des Agents Cadres de Banque de San Pedro.

Je suis sportif. Je pratique les arts martiaux. J'adore jouer aux jeux d'échecs.

Je lis de tout pour avoir une excellente culture générale. Ainsi, à côté de mes revues d'économie, de banque, et de management, je lis également de nombreux livres des maîtres spirituels. D'ailleurs, le dernier livre que j'ai lu a pour titre « LES GRANDS INITIÉS » d'Edouard SCHRURE que je conseille vivement. J'étudie également la Sapience.

Toutes ces activités me procurent connaissances, joie de vie, bonheur et donc un équilibre pour assumer au mieux mes responsabilités au plan familial, professionnel et social.

Quel est votre parcours ?

Je totalise une quinzaine d'années d'expériences professionnelles.

J'ai débuté ma carrière comme chargé d'étude de projets à FEDEAO-Projet en 1994. Puis en 1995, j'ai été recruté par l'Association Française des Volontaires du Progrès (AFVP) en tant que Chef d'Antenne dans le cadre du Programme de

la Banque Mondiale d'Appui au Secteur Informel (PASI), qui est un programme de microfinance. Riche de ces expériences, je serai recruté en 1997 par la BIAO-CI pour intégrer son centre de formation en tant que Grand Stagiaire avec 8 autres personnes dont l'actuel chef de service clientèle à J.A.

Notre formation durera 12 mois dont les 6 premiers étaient consacrés à des cours théoriques animés par les Directeurs de la banque et les 6 mois suivants en alternance entre les cours théoriques et des mises en situation pratiques au sein d'un service donné.

C'est donc au terme de cette formation de 12 mois avec des évaluations tout au long du parcours que j'ai été affecté à l'exploitation en tant que gestionnaire de comptes PME en charge du portefeuille des BTP (Bâtiments et Travaux Publics).

En septembre 1999, je vais intégrer la banque panafricaine ECOBANK où je passerai 7 années jusqu'en mars 2006, d'abord en tant qu'Account Officer et ensuite en tant que Branch Manager. J'aurai successivement la responsabilité de l'agence Latrille, agence phare de la banque à l'époque et celle de la Rue du Commerce que j'ai "créée". En effet, j'ai suivi les travaux de construction de cette belle agence, j'ai procédé à son inauguration et à son lancement et j'ai pris une part importante au développement de son activité.

Je voudrais faire noter que c'est dans cette même agence de la rue du commerce qu'avec les autres chefs d'agence nous avons élaboré toute la stratégie (2007-2009) d'ECOBANK Côte d'Ivoire qui aboutira en 2008 à la baisse à 10.000 Fcfa du montant initial à l'ouverture du compte chèque. De nombreuses autres banques suivront quelques temps après ce mouvement de réduction du montant initial sans connaître tous les autres éléments de la stratégie et les mesures

d'accompagnement de cette décision.

Depuis avril 2006, j'ai intégré le Groupe BNI pour apporter ma modeste contribution à l'immense œuvre qui se bâtit.

Ce que je retiens de ces quelques années déjà passées à cheminer, c'est l'immense joie qui m'anime quand je pense que j'ai eu le privilège de rencontrer des Hommes et des Femmes de qualités, et de grande valeur à qui je ne cesserai de témoigner ma gratitude. Ils m'ont ouvert leur cœur et m'ont enseigné ce métier ô combien difficile mais ô combien exaltant.

Grâce à ces personnes et à la connaissance acquise à leur côté, je suis heureux d'avoir pu transmettre un peu de ce que j'ai appris aux nombreux collaborateurs que j'ai pu croiser ici et ailleurs. Certains ont bien évolué, à l'exemple de l'actuel Chef d'Agence de la BNI PMC que je salue au passage. A tous ceux là, je dis aussi ma reconnaissance de m'avoir donné l'opportunité de les accompagner sur un bout de leur chemin.

Quelle est votre vision pour la BNI ?

Je vois un "géant" de la banque, des assurances et de la finance avec des agences couvrant tout le territoire national ; notamment les principales zones à faible taux de bancarisation et avec un fort potentiel de développement économique. Je vois également des filiales de par le monde représentantes d'une banque toujours innovante sur un marché trop souvent conservateur.

Quels sont vos objectifs ?

- Faire de notre agence la solution incontournable aux besoins de financement des personnes et des entreprises dans le paysage de San Pedro et de la Région ;
- Positionner notre agence parmi les meilleures de la place en soignant notre image par la qualité de nos services et notre professionnalisme ;
- Assurer la rentabilité de notre agence et conforter le PNB de la banque afin de pérenniser notre activité.

Pour terminer, je voudrais partager avec les fidèles lecteurs de BNI NEWS cette pensée d'un Grand Initié, Mahatma Gandhi :

« La règle d'or de la conduite est la tolérance mutuelle, car nous ne penserons jamais tous de la même façon, nous ne verrons qu'une partie de la vérité et sous des angles différents. »

AGENDA :

Anniversaires du mois de décembre :

- 02 déc. : Kouassi Adjoba Flora Nadine
- 03 déc. : Malan Angorah Ghislain
- 05 déc. : Amouan Marie-Therese, Lou Touha Milanini Olivia Patricia Epse Adou, Koné Mariam, Kacou Louis Valentin
- 06 déc. : Groua Keziah Esther
- 07 déc. : Guinan Joanne Manuela
- 10 déc. : Yao Epse Pekoulas Marina
- 12 déc. : Konan Koffi Ange Patrick
- 13 déc. : Coulibaly Karna Patrice, Camara Lucien Raymond
- 18 déc. : Aké Djedje Richard, Cissoko Fatoumata
- 19 déc. : Lorougnon Desirée Marie Thérèse M'broh Armel France Placide, Konan Kouakou, Kakouo Gralo Maria Juliana
- 20 déc. : Ouattara Madjata
- 21 déc. : Gouri Kouamé Wilson
- 22 déc. : Ouattara Ferlaha, Sika Née Konaté Aminata, Kone Née Salami Awa
- 23 déc. : N'dakpri Née Fofana Hassanata Vanessa, Dobé Elodie Flora
- 24 déc. : Diomande Massesse
- 25 déc. : Hoba Jean, Koko N'goran Théophile Monney Ines Rebecca, Konan Brou Amani Noëlie
- 26 déc. : Bouedou Bi Agenor Ouidi
- 27 déc. : Koffi Noël, Bini Kouamé Kossonou, Aka Née Twei Lou Pelagie Marlene
- 30 déc. : Boma Epse Meda Anne-Marie Kanga, Kouamé Yah Marina, Tanoh Yao, Camara Sounan
- 31 déc. : Coulibaly Soumaila, Ouattara Seydou

OBJECTIF QUALITÉ

A travers les thèmes précédemment abordés dans le cadre de la campagne qualité, nous avons appris à connaître ce qu'est la qualité, ce qui alimente une démarche qualité et ce qu'elle implique. Il reste à savoir ce qu'une démarche aussi exigeante que la qualité peut apporter. D'où le thème qui sous-tend l'affiche qualité de ce mois « L'enjeu de la qualité », exprimé à travers le message suivant : « *Notre aptitude face à la qualité nous permettra de nous mobiliser autour d'un objectif commun* ».

De quels aptitude et objectif s'agit-il ? En effet, notre aptitude face à la qualité est la capacité de chaque agent BNI à faire de la qualité un réflexe et à intégrer dans ses activités quotidiennes, les exigences de qualité. Celles-ci se résument en :

- La compréhension du concept de client car nous ne lui rendons pas service, c'est lui qui nous le rend
- Un véritable engagement de chacun à produire des prestations de qualité et à ne pas empiéter sur celles de ses collaborateurs
- La fixation et le respect de seuils de qualité à atteindre
- L'amélioration du niveau de satisfaction des clients.

D É M A R C H E Q U A L I T É



Notre aptitude face à la qualité nous permettra de **nous mobiliser** autour d'un objectif commun !

BNI

Financer pour développer

L'objectif commun dont il s'agit est l'ambition première de l'entreprise. Ainsi, la BNI à travers sa Direction Générale ambitionne de devenir la banque leader sur le marché bancaire ivoirien.

Aussi, pour que cette ambition devienne une réalité, il faut que notre mobilisation autour d'elle soit effective et totale. Une telle mobilisation exige que la qualité soit pour chacun un réflexe, pour parvenir à la qualité comme un réflexe BNI.

En somme, de tout ce que la qualité peut apporter à une entreprise, la plus importante est la mobilisation du personnel autour de la vision de sa Direction Générale. C'est de cette vision qu'émanent les objectifs auxquels le personnel mobilisé croit profondément et adhère.

Bonne lecture et à bientôt pour la sixième et dernière affiche de la campagne de sensibilisation qualité 2010.

Sita KONEYEO
Responsable Qualité

Notre famille s'agrandit !



Bébé Jean-Haskel KOUAKOU

Le mois d'octobre a fait des heureux du côté des agences d'Abobo et des II Plateaux Latrille mais aussi de tout le réseau. Nos collègues Jean Martin KOUAKOU d'Abobo et Thierry DOULOUROU des II plateaux Latrille ont tous deux eu des petits garçons Jean Haskel KOUAKOU et Gninan Hadriel-Mikah DOULOUROU.

Bienvenue dans la grande famille BNI et félicitations aux PAPAS !



Bébé Hadriel-Mikah DOULOUROU

DEPART/ARRIVÉE

Bienvenue : N'Doua Mala Charlotte, Hamza Nadia

Départ : 0

Directeur de publication :

VJ. NEMBELESSINI-SILUE

Rédacteur en Chef :

Maya AKRE WATANABE

Rédacteurs :

Fatoumata SAKANDE
Manuela GUINAN
Sita KONE
Hermann BOSSE
Tardy KOUASSIBLE
Claude Armand TOFFA
Murielle NANIE