

Banco Popular concurrencée par les nouvelles banques espagnoles

CaixaBank et Bankia s'avancent sur le terrain historique de Popular, les entreprises, pour contrer les effets d'un marché domestique en berne.

PAR ELODIE CUZIN, À MADRID

Le tintement de la cloche qui a marqué l'entrée en Bourse de CaixaBank le 1^{er} juillet dernier a du même coup signifié la fin du règne de Banco Popular au troisième rang des banques espagnoles cotées. La nouvelle enseigne de la caisse catalane La Caixa affiche une valorisation boursière de 16 milliards d'euros, soit plus du triple de celle de Banco Popular. Bankia, la banque née de la fusion de sept caisses d'épargne menée par Caja Madrid, devrait aussi la doubler après son introduction sur la place madrilène fixée, sauf contre-ordre lié à la tempête sur les marchés, au 20 juillet. Elle s'est en tout cas déjà hissée à la troisième place du secteur avec 292 milliards d'euros d'actifs. « *La concurrence existait déjà entre ces trois enseignes car elles ont un profil semblable sur le marché domestique, mais elle va encore augmenter puisque chacune dit vouloir gagner du poids* », prévoit Xavier Freixas, professeur d'économie à l'université Pompeu Fabra de Barcelone.

700.000 clients entreprises

L'une des options les plus attractives dans un marché domestique espagnol en crise et frappé par l'explosion de la bulle immobilière passe, selon les plans de ces banques, par le renforcement de leurs portefeuilles de crédits aux entreprises, renégociés bien plus régulièrement que les fameuses *hipotecas*, les prêts immobiliers espagnols, et apparaissant moins risqués que les crédits aux promoteurs devenus pratiquement toxiques. « *Pour La Caixa, le segment des entreprises s'est converti*

en un pilier stratégique compte tenu de son importance au cœur de l'activité bancaire, et l'objectif ultime est d'y être leader », souligne-t-on au siège de la caisse catalane qui affirme dénombrer aujourd'hui 381.200 entreprises parmi ses clients. Un chiffre qui perd de sa superbe face aux 628.000 entreprises revendiquées par Bankia, dont 600.000 sont des PME, des acteurs essentiels à la bonne marche du tissu économique espagnol puisqu'elles créent 80 % de l'emploi, et les 700.000 avancées par Banco Popular qui occupe 16 % de ce marché.

Les pourcentages des crédits destinés aux PME sur le total des portefeuilles de prêts des trois rivales, CaixaBank, Bankia et

Banco Popular, s'élèvent respectivement à environ 27 %, 32 % et 44 %, selon les statistiques internes d'une source financière. « *Banco Popular bénéficie d'un avantage comparatif indéniable qui vient de relations travaillées de longue date avec les entreprises espagnoles* », souligne Xavier Freixas. Une source proche de l'enseigne s'agace d'ailleurs devant l'audace des deux caisses : « *Il ne faut pas confondre ses rêves avec la réalité. (CaixaBank et Bankia) ne pourront pas rattraper ce niveau en à peine quelques années.* »

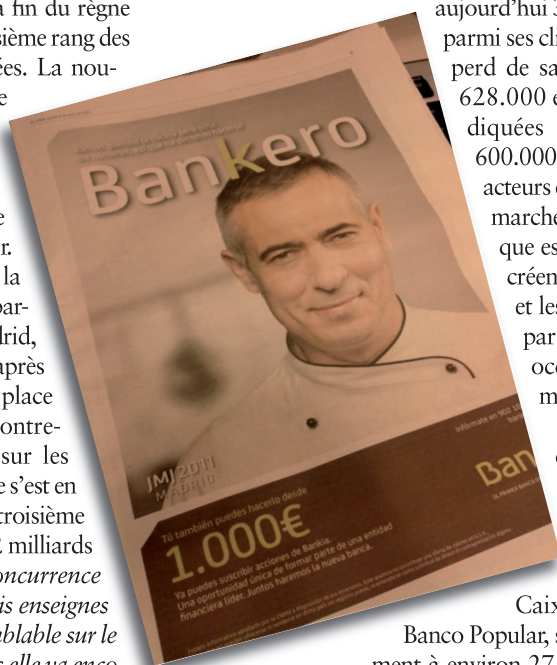
Renforcer la relation

Les deux caisses veulent pourtant y croire. La part de marché de La Caixa dans le secteur des prêts aux entreprises s'élevait à 9,7 % en mars 2011, soit une augmentation de 85 points de base

sur douze mois, informe la Catalane. Et 45 % des nouvelles opérations de crédits au premier trimestre 2011 ont été réalisées auprès d'entreprises. Plutôt que de capter de nouveaux clients, Bankia parie elle sur le renforcement des relations déjà établies avec les entreprises en améliorant leur rentabilité, grâce notamment « *à l'harmonisation des commissions et un meilleur emploi du potentiel de la vente croisée* », précise le prospectus de son introduction.

« *Reconvertir des équipes habituées à vendre des prêts immobiliers en spécialistes des entreprises, de la gestion du risque et sachant analyser un plan financier représente un défi spectaculaire* », nuance cependant Manuel Romera, directeur du secteur financier de l'IE Business School. « *Les banques commencent à s'y atteler mais elles auraient dû le faire plus tôt. Il est évident que personne ne s'y est vraiment consacré pendant le boom car sinon nous n'aurions pas un taux de chômage de 20 %* », complète-t-il en précisant que si Banco Popular a bien été la banque qui a le plus capté de PME dans les années 80 et 90, elle s'en est depuis partiellement détournée.

Dans cette course à l'entreprise, le président de Popular, Angel Ron, ne perd cependant pas une occasion de souligner un autre avantage face aux caisses d'épargne : « *Nos agences ne sont pas déconcentrées par des processus de fusions* », a-t-il déclaré début 2011 dans une pique à peine voilée destinée à Bankia qui compte fermer 617 agences en 2011 et licencier à terme 1.900 employés sur les 16.000 que totalisait le groupe fin 2010, afin de dégager 500 millions d'euros de synergies. Mais La Caixa, qui a, elle, facilement absorbé la petite Caixa Girona, ne passe pas non plus par un tel processus. La course reste ouverte. ■



« *Deviens banquier* », le slogan imaginé par Bankia pour attirer les petits actionnaires, n'a pas convaincu les « indignés » espagnols qui se chargent de le détourner en ligne et dans la rue.