

## COVID-19 : UN ENGAGEMENT RESPONSABLE ET CITOYEN

En 2020, la BMCI a mobilisé toutes ses équipes pour soutenir ses clients particuliers, professionnels, entreprises et institutionnels.

L'année 2020 a été particulièrement perturbée par la crise sanitaire COVID-19 dès les premiers mois de l'année. La pandémie a notamment bouleversé le quotidien de nos clients et de nos collaborateurs, imposant des contraintes de distanciation nouvelles.

Face aux défis sanitaires et aux restrictions mises en place pour endiguer la propagation de la pandémie, les équipes de la BMCI se sont mobilisées dès les premiers jours pour s'adapter aux impératifs de la sécurité sanitaire des collaborateurs et pour leur permettre ainsi d'assurer la continuité des activités en toute sérénité. La banque a ensuite mis en place les dispositifs nécessaires pour accompagner nos clients et nos partenaires pendant cette période de crise.

La BMCI s'est également engagée avec responsabilité et citoyenneté dans l'effort national de gestion de l'impact socio-économique de la pandémie sur les ménages et les entreprises.

### Un dispositif sanitaire et social pour assurer la sécurité de nos clients et de nos collaborateurs

Dans l'ensemble des métiers, un dispositif exceptionnel a été rapidement mis en place pour adapter les modes de travail au nouveau contexte sanitaire. Les espaces ont dû être réaménagés, les règles d'hygiène renforcées, les équipes mises en télétravail ou en split teams et le digital s'est imposé comme outil de communication et de travail. Des dotations de masques chirurgicaux et gel hydroalcoolique ont été mis à disposition dans l'ensemble des espaces de travail et d'accueil. La sécurité sanitaire a été renforcée par des prises de température et par des protocoles de désinfection exceptionnels.

**"Plus de 20% des collaborateurs de la BMCI ont travaillé à distance tout en continuant à exercer leurs fonctions"**



La banque a très tôt mis en place les mesures pour maintenir la continuité de l'activité afin de nous permettre de servir au mieux nos clients. En plus de l'équipement en masques, gels et gants, les espaces ont été aménagés au sein des agences pour tenir compte de la distanciation sociale. Nous avons également adapté notre manière de communiquer avec nos clients en privilégiant les conférences téléphoniques et les vidéo conférences. Nous avons fait régulièrement le point avec nos clients sur l'évolution de leurs activités pendant cette période de crise. Nous leur avons proposé les produits leur permettant le traitement des opérations bancaires à distance mais également les différents mécanismes de financement mis en place.

## LE DIGITAL PILIER DU DISPOSITIF DE COMMUNICATION

La BMCI a également adapté son dispositif de communication, privilégiant le digital pour maintenir le lien avec les clients et les collaborateurs.

Une campagne de sensibilisation et d'information a été déployée au niveau de l'ensemble du réseau et des guides d'accompagnement ont été mis à disposition des usagers. Des affiches internes, des infographies et du marquage au sol ont été déployés sur l'ensemble du réseau et du siège.

En interne, la communication s'est réinventée pour être au plus près des équipes pendant cette période de crise. Echonet, l'intranet de la banque a été mis à contribution pour diffuser formations, communication et informations pratiques relatives aux mesures sanitaires. Ce dispositif a été renforcé par le lancement d'une radio interne en novembre 2020.



**BMCI ON AIR**  
La voix de la banque

**BMCI ON AIR**  
Le Mag TV de la banque

## RADIO BMCI : LA VOIX DE LA BANQUE

La banque a lancé en 2020 Radio BMCI. Ce nouveau canal interactif de la communication interne permet à travers la diffusion de contributions et de témoignages des collaborateurs de développer une plus grande proximité entre les équipes et de consolider les liens pendant cette crise sanitaire.

Trois fois par semaine, l'équipe de professionnels qui anime la radio BMCI, diffuse sur Echonet le podcast qui relate l'actualité la banque et donne la parole aux collaborateurs du siège et du réseau pour dialoguer autour de leurs parcours, de leurs métiers mais également de leurs challenges et réalisations.

**Philippe Dumel**  
Président du Directoire



À la BNCI, nous sommes constamment à la recherche d'outils et de canaux innovants et interactifs pour communiquer avec nos collaborateurs de manière dynamique et percutante. Ce nouveau format permet de découvrir les dernières actualités de la banque en podcast audio. Radio BNCI est l'occasion de partager l'information chaude du moment mais aussi de mettre en avant nos collaborateurs et leurs parcours. Ils sont ainsi invités à faire connaître leurs métiers et à partager leur quotidien avec leurs collègues.

## LES MESURES D'ACCOMPAGNEMENT DES CLIENTS

Les métiers de la BNCI ont mis en place un plan d'accompagnement des clients corporate, professionnels et particuliers à travers des solutions adaptées à la période.

La banque s'est également mobilisée pour l'opérationnalisation des mesures prises par le Comité de Veille Economique (CVE) en soutien aux entreprises et aux ménages touchés par les conséquences de la Covid-19. La banque s'est pleinement engagée dans la distribution des aides de l'Etat en faveur du secteur informel et des salariés affiliés à la CNSS, en arrêt temporaire de travail.



## UN ENGAGEMENT COLLECTIF ET INDIVIDUEL

La BNCI s'est joint à l'effort national de solidarité de lutte contre la pandémie COVID-19 aux côtés des pouvoirs publics pour faire face aux dépenses exceptionnelles du Royaume en soutien de l'économie nationale.

La BNCI a contribué au Fonds Spécial pour la Gestion de la pandémie du Coronavirus, créé sur Hautes instructions de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, à hauteur de 85 millions de Dirhams. En parallèle, la Fondation BNCI a renforcé son engagement auprès

des associations partenaires pour être au plus près des populations fragiles et des jeunes défavorisés. Plusieurs initiatives ont été appuyées à travers une contribution financière mais également à travers la mobilisation des collaborateurs de la banque.



Le plan de communication s'est également adapté aux circonstances exceptionnelles de la crise. Le digital a été privilégié pour célébrer les rencontres avec les clients. Plusieurs webinaires ont ainsi pu être organisés pour maintenir les liens avec les professionnels.

La BNCI a également consacré plusieurs campagnes de communication pour la promotion des mesures d'accompagnement de la crise mises en place par le Comité de Veille Economique en faveur du financement des entreprises.