

PODCAST COMME D.A.B. - EPISODE N°2

GRANDE GUERRE : QUAND LA BANQUE CONTRIBUE A LA VICTOIRE DE LA FRANCE

DEPARTEMENT ARCHIVES & HISTOIRE

<https://histoire.bnpparibas>

Novembre 2021



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

Comme DAB

Distributeur d'anecdotes bancaires par BNP Paribas.

C'est le podcast qui vous livre les coulisses et les histoires insolites de la banque. Ces moments qui font la singularité et la culture d'un groupe de 2 siècles d'existence à consommer partout et à tout moment !

Cet épisode nous emmène sur les traces des archives de la Grande Guerre qui témoignent du rôle des banques françaises dans le financement de l'effort de guerre.

Connaissez-vous d'ailleurs l'affiche iconique de l'Alsace Lorraine, précieusement conservée dans un meuble à plans des archives de BNP Paribas ?

Diffusée à des milliers d'exemplaires à travers la France, elle ornaient les devantures des agences pour inciter la population à la souscription à l'emprunt national. Et c'est grâce à cet emprunt que les banques furent en mesure de financer l'effort de guerre et la reconstruction du pays.

Retournons sur cette situation sans précédent qui mobilisa des moyens financiers inédits et qui changea durablement le rapport des banques avec le grand public.

Avant le début de la Première Guerre mondiale, la discrétion est de rigueur pour les institutions bancaires. Mais face à l'effort de guerre nécessaire, elles adoptent un style de communication particulièrement audacieux pour faire appel à la générosité de la population française et étrangère.

Dès 1914, en France, des moyens très conséquents sont requis pour financer la guerre. En coordination avec le ministère des finances, les banques mettent au point un dispositif appelé l'emprunt national.

Cet emprunt a pour objectif d'inciter les français à placer leur argent en rentes sur l'État.

De 1915 à 1918, 4 vagues successives d'appels à contributions pour aider le pays sont lancées permettant de récolter près de 65 milliards de francs.

Les 3 premières vagues sont appelées "les emprunts de la défense nationale" et sont destinées à participer à l'effort de guerre. La dernière vague de 1918 dite "l'emprunt de la libération" se destine à la reconstruction du pays.

Ces emprunts qualifiés de "perpétuels" ne sont pas remboursables mais assurent à chacun une rente à un taux d'environ 5%.

Dans un communiqué de la banque de Paris et des pays Bas du 24 novembre 1915 les modalités sont expliquées de la manière suivante :

"Nous avons l'honneur de porter à votre connaissance que le gouvernement Français invite tous ses nationaux, tant en France qu'à l'Étranger, à souscrire au grand emprunt dont la souscription s'ouvre le 25 courant et prendra fin par Décision ministérielle, au plus tard le 15 décembre.

L'Emprunt, dont le montant n'est pas déterminé, est perpétuel.

Il est exempt d'impôts et inconvertible pendant 15 ans, soit jusqu'au 1er janvier 1931.

Il porte intérêt à 5%

Les arrérages seront payés les 16 février, 16 mai, 16 août et 16 novembre.

Les titres seront, au gré des souscripteurs, au porteur, nominatifs ou mixtes."

Ce moyen de financement de l'économie se veut particulièrement innovant. Dans de nombreux pays, comme la Suisse ou la Russie par exemple, il est également possible de souscrire à l'emprunt français.

Et pour que cette opération soit un succès, il lui faut bien entendu une bonne campagne de publicité !

Ainsi, une série d'œuvres de propagande conçues par des artistes de renom sont imaginées et diffusées au grand public.

Parmi ces artistes figurent notamment Abel Faivre, Poulbot mais aussi Auguste Leroux.

A cette occasion, ce dernier imagine une affiche pour le Comptoir National d'Escompte de Paris, banque ancêtre de BNP Paribas, qui demeure encore aujourd'hui l'une des plus emblématiques de l'histoire de cette campagne.

Elle représente deux jeunes filles vêtues des costumes traditionnels des provinces perdues : l'Alsace et la Lorraine.

Une hirondelle en bas à gauche de l'affiche apparaît comme un signe d'espoir en des lendemains meilleurs et vient souligner le slogan du document :

"Pour hâter la victoire et pour nous revoir bientôt, souscrivez !"

Un texte en majuscules rouges vient apporter un complément d'information :

"On souscrit sans frais au siège social, 14 rue Bergère à Paris et dans toutes les agences ou bureaux de quartiers."

Tout est imaginé pour résonner dans le cœur de chaque compatriote français.

Et pour avoir encore plus d'écho, en 1918, cette affiche est agrandie sur une toile de 6 mètres par 4 et apposée sur la façade en rotonde au niveau des 1er et 2èmes étages de la Succursale du 2 avenue de l'Opéra à Paris.

Une initiative saluée par le journal "Le Monde Illustré" du 2 novembre de la même année qui titre :

"Le comptoir d'escompte au coin de la place de l'Opéra, crie à tous, par ses affiches, le devoir patriotique du moment."

À travers d'autres outils tels que des tracts, des cartes à jouer, des calendriers voire même des bons points distribués à l'école, les banques ne cessent d'adopter un discours vantant les mérites de l'emprunt national.

Cet extrait du préambule d'un livret pour l'emprunt distribué aux français datant de 1920 nous montre, encore une fois, l'ampleur de cette campagne patriotique :

"Quand la France émet un emprunt, tous ses enfants doivent avoir à cœur de souscrire aussi largement qu'ils le peuvent".

Ce discours met en avant l'engagement tout entier du pays, celui des français mobilisés à l'arrière pour soutenir la victoire ainsi que la reconstruction de la France.

Et ce sont des foules entières qui se déplacent au guichet pour accomplir leur devoir citoyen !

Dans ce contexte si particulier, chacun réalise le poids des institutions bancaires dans notre société.

La banque a été, est encore et sera toujours un acteur majeur du changement. De quoi certifier qu'elle est bien celle... d'un monde qui change !

C'était comme D.A.B, distributeur d'anecdotes bancaires, on se retrouve très bientôt pour de nouveaux petits savoir autour de l'histoire de BNP Paribas.