



# Plan de compétitivité ou d'austérité ? LCL, otage du Crédit Agricole

www.fo-lcl.fr

N° 805 - 06 septembre 2007

CCE  
du 6 septembre 2007

**C**'est lors de cette nouvelle séance que l'expert SECAFI-ALPHA mandaté par le CCE a présenté aux élus du personnel ainsi qu'aux membres de la Direction Générale son rapport sur le plan de compétitivité...

**Horizon  
2007-2010**  
**10.000  
postes vont  
être réattribués  
sur 3 ans**  
**avec une  
RH  
appauvrie...?**



**Stratégie bancaire ?**

**8 %  
de nouveaux  
clients/an**  
**7,5%  
de perte de  
clients/an**  
**en conquête ?**

**Absentéisme,  
stress,  
démissions :**  
**Taux LCL  
supérieur  
à la moyenne  
du secteur !**

## Conclusions de l'expert sur le plan « Horizon 2010 »

**Ce rapport confirme malheureusement toutes les craintes que nous formulions dans nos précédentes infos :**

- Aucune justification économique puisque la rentabilité nette d'LCL est très proche de celle de la SG et même supérieure à la plupart des mutualistes ! (R.O.E.)
- Le récapitulatif des postes supprimés présenté au CCE ne correspond pas avec les déclinaisons effectuées dans les CE ??! Les postes ne sont pas clairement identifiés.
- Des frais nébuleux de holding de 240 M€ que la Direction peine à justifier, qui vont peser sur le résultat de LCL sur les 3 prochaines années ! (habillage financier ?)

**Pour rappel, il nous est présenté ce plan de réduction des coûts sans connaître les moyens d'y parvenir (Le plan de développement ne serait dévoilé qu'en fin d'année...) :**

- Le schéma immobilier, autant en IDF qu'en province, reste imprécis : Où les salariés vont-ils devoir aller travailler ?
- Les différents logiciels devant permettre de supprimer des emplois, ne sont pas prêts.

**L'expert déplore également l'absence et/ou la non visibilité de véritable stratégie d'entreprise.**

## Constat affligeant de la situation

Si la nouvelle marque a permis un regain d'intérêt pour la banque, ce fut très éphémère :

- On ferme presque autant de comptes qu'on en ouvre !
- Une clientèle PRO plus faible que la concurrence !
- Une collecte des ressources Hors Bilan (assurance-vie, OPCVM) inférieure aux autres réseaux !
- Des réorganisations successives qui n'ont fait que déstabiliser clients et salariés !
- Un revirement du positionnement de la banque qui perturbe la clientèle !

Il ne suffit pas de relooker, changer l'emballage, encore faut-il que le produit soit bon. Par manque de moyens (effectifs, formation...), **la satisfaction de la clientèle est en recul constant et le malaise des salariés en croissance.**

Pour **FO LCL**, quand arrêterons-nous une politique commerciale à court terme, uniquement axée sur le quantitatif, sur une approche « produit » au lieu du « besoin client » ?

## Comment émettre un avis ?

Au vrai, c'est avant tout un plan de réduction des coûts, mis en place à la va-vite suite aux résultats du 1er trimestre 2007 qui n'ont pas été à la hauteur pour CAsa.

**Même la presse** (voir au verso) indique que ce plan « *sonne comme un aveu d'impuissance* ».

Il a donc surtout une justification financière, faisant passer l'intérêt de l'actionnaire avant ceux de la clientèle. Comble du paradoxe : il ne sollicite aucunement l'adhésion des salariés, pourtant primordiale.

Vos élus au CCE doivent se prononcer sur ce plan le 20 septembre prochain. Mais, **comment pourraient-ils émettre un avis, quel qu'il soit ? Car, sans avoir tous les éléments, rendre un avis pour ou contre, consiste à donner le feu vert à la mise en place de cette énième restructuration qui fragiliserait encore un peu plus LCL.**

***C'est la pérennité de notre entreprise et nos emplois qui sont en jeu !***

**Avec FO LCL, soyez prêts à vous mobiliser !**

# LCL va chercher des économies dans les agences

*Magazine Challenges / 21.06.2007*

Atone sur un marché dynamique, l'ex-Crédit Lyonnais doit restaurer ses marges, particulièrement dans la banque de détail. Dernière option : **s'attaquer aux frais fixes**.

Quatre ans après avoir fusionné avec la banque verte, le Crédit Lyonnais, devenu filiale de Crédit Agricole SA ( Casa ) en 2003 et rebaptisé LCL, souffre toujours de la comparaison avec la concurrence. Alors que les banques françaises confirment au premier trimestre leur excellente santé, **LCL affiche des signes de faiblesse préoccupants**.

Face à la quasi-stagnation de son produit net bancaire (PNB, l'équivalent du chiffre d'affaires dans le secteur) et au pincement des marges, la banque a récemment annoncé la suppression de 3 569 postes d'ici à 2010, ce qui représente 15 % de ses effectifs. De quoi restaurer la compétitivité de l'établissement, à la traîne en ce qui concerne le ratio frais généraux sur PNB. Alors que les caisses régionales du Crédit Agricole, le principal réseau de la banque verte, sont sous les 56 %, le taux dépasse les 71 % à LCL. " Notre plan constitue un élément essentiel pour améliorer notre rentabilité " , plaide Christian Duville.

## Ménage tardif

Officiellement, LCL profite - comme de ses homologues - de sa pyramide des âges pour jouer à fond la carte des préretraites : 40 % des salariés des banques françaises ont, en effet, passé la cinquantaine, contre 24 % seulement dans d'autres professions. Mais en réalité LCL, qui a déjà procédé à plusieurs purges (dont une de 2.400 postes en 2004), tire plus sur cette ficelle que ses concurrents. **Ce nouveau plan de compétitivité sonne comme un aveu d'impuissance. "A défaut de pouvoir augmenter de manière durable ses sources de revenus, la banque se concentre sur la réduction de ses coûts"**, observe Philippe Ricarte, analyste financier à Natixis.

Bien sûr, le rapprochement avec le Crédit Agricole a permis de réaliser des économies d'échelle. Mais la renaissance d'un réseau longtemps affaibli par le scandale du Lyonnais reste incertaine. "Pour ne pas le déstabiliser davantage, les dirigeants du Crédit Agricole ont attendu plus d'un an avant de s'attaquer aux barons régionaux , peu enclins à la réforme", observe un ancien cadre de la maison. Concentrés sur le rapprochement des métiers les plus rentables du Crédit Lyonnais (banque de financement et d'investissement, gestion d'actifs et international) avec ceux de la banque verte, les dirigeants du Crédit Agricole ont tardé à faire le ménage dans le réseau. **Et les difficultés de la banque de détail sont devenues d'autant plus criantes qu'elles ne sont plus masquées par les activités les plus rentables passées dans le giron du Crédit Agricole**.

## Offres agressives

Afin de restaurer l'image de la banque, les responsables du Crédit Agricole ont joué la carte du changement d'enseigne. En juin 2005, le Crédit Lyonnais a donc été rebaptisé LCL. A cet effort publicitaire important s'est ajouté un renouvellement de l'offre commerciale (package bancaire à 1 euro, remboursement de 5 % de la facture d'électricité en contrepartie d'une ouverture de compte, réduction à quatre jours de la mise en place d'un crédit à la consommation). Côté crédit immobilier, la banque a cassé les prix pour revenir dans le jeu. Cette stratégie ultra-agressive a permis à LCL de bétonner sa part de marché à 6 %. A l'arrivée, six Français sur dix connaissent LCL. Un succès obtenu au détriment des marges.

Le plan annoncé doit permettre d'économiser quelque 300 millions en frais fixes à partir de 2010. Mais pas question de toucher aux équipes commerciales, qui représenteront un tiers des effectifs en 2010, contre un quart aujourd'hui. Face aux caisses régionales, **LCL apparaît comme le vilain petit canard du quatrième groupe bancaire mondial**. Ce plan est celui de la dernière chance pour l'institution fondée en 1863 par le Lyonnais Henri Germain. Avant cession ?

**Jean-Pierre de la Roque**