FO LCL
L'indépendance qui nous rassemble
fo-lcl.fr
INFO CCE
9 février 2017

BILAN SEMESTRIEL CENTRICITÉ CLIENT 2018

Mise en œuvre depuis 2015, cette réorganisation se traduit une nouvelle fois par une désorganisation :

Accueil partagé

Même la direction commence à le reconnaître : c'est un échec. L'outil de planification n'a jamais été livré. Les conseillers passent beaucoup plus de temps que prévu à l'accueil, au détriment de l'activité commerciale. Ils ont le sentiments de perdre en compétence, d'être sous-employés. Le rôle de chacun étant confus, cela perturbe la clientèle. Dès le départ, ***FO LCL*** avait alerté sur ces points. **L'accueil est un véritable métier**, essentiel dans la relation clientèle, qu'il ne faut surtout pas négliger. À bon entendeur…

CRC

Alors qu'un des axes majeurs du plan était la **continuité de service**, la montée en puissance des CRC est stoppée : stabilisation de l'effectif à 730 ETP pour une cible 2018 qui était de 940. la direction se donne un temps de réflexion sur le rôle et la valeur ajoutée des CRC. La pertinence de l'ouverture jusqu'à 22h est en cours d'étude.

Digital

Seulement **2,47%** des ventes se font **exclusivement** à distance, contre un objectif initial de 40 à 50% : il semblerait que notre clientèle soit rassurée par une présence humaine. Cela nous rassure également pour nos emplois. Mi 2017, le déploiement des tablettes devrait être terminé. LCL s'attèlera alors à la conception de nouvelles applis. N'aurait-il pas été plus judicieux de créer les applis préalablement ou au moins parallèlement ?

Bilan PSE : 58 licenciements

Bilan définitif sur la DSBa : 55 licenciements

Retail au 31/12/2016 : 3 licenciements (refus de 3 DA de rétrograder RA)

Total à fin 2016 : 58 licenciements pour un objectif de zéro.

Les signataires du PSE qui ont privé les salariés des fonctions support, des CRC, de la BEIGF et de la DSBa (sauf les 6 centres fermés) des mesures d'accompagnement, ont demandé à la direction de revoir.

Ce fut un **NON** catégorique de la direction.

« Bienvenue » au placard

Après avoir acheté ce concept présenté comme révolutionnaire, effrayé bon nombre de clients avec la ola, embêté les salariés avec leur tenue vestimentaire, exit les fontaines d'eau et les machines à café. Fini les étuis pour chéquier et CB, les cartes de vœux traditionnelles. Un sou est un sou. Surveillez bien votre fauteuil. Car sous prétexte de concept d'agence plus tendance, il risquerait aussi de disparaître.

Seul le marché Entreprises est en belle progression. Il faut le saluer. ***FO LCL*** espère que les « Maisons des Pros » engendreront aussi une reconquête des Pros.

FO LCL réclame un véritable projet de développement pour LCL. Et non pas une trajectoire purement financière qui, si elle continue, risque de nous mener droit dans le mur. Ce n'est pas sur les produits que se marque la différence mais sur la qualité de service, la réactivité commerciale, la relation de confiance.

Que le groupe donne les moyens à LCL de réussir. Il en a largement la possibilité selon le « 60 secondes » du 10 février qui reprend un article du Figaro où il est écrit : *«… d'autant que les résultats des banques, notamment françaises, sont excellents, voire records ».*

Enquête de l'association de consommateurs CLCV

(janvier 2017)

LCL : Banque la moins chère chez les « petits consommateurs » et les « gros consommateurs », et quasi la moins chère chez le « consommateur moyen ».

Doit-on cependant s'en féliciter ? Ne serions-nous pas devenus la banque low-cost du Crédit Agricole ?

Classement des banques préférées des français à fin 2016

(Baromètre IFOP - POSTERNAK)

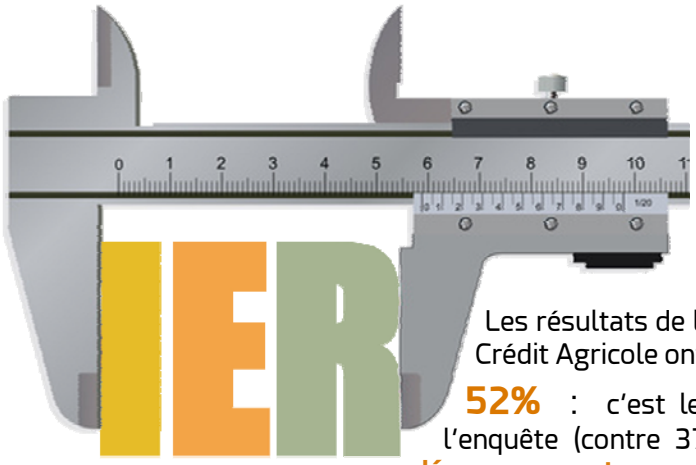
Crédit Mutuel, la banque préférée des français, reste indétrônable, devant la Banque Postale. En gagnant 2 places par rapport à 2014, Banque Populaire accède au podium.

Société Générale est à la dernière place du classement, derrière ING Banque qui est juste derrière **LCL (8ème sur 10) qui stagne**.

A noter : la perte de 2 places de Caisse d'Epargne.

Centricité client ne réussit donc pas à redorer le blason de LCL.

Par contre, une banque qui appartient à ses clients, ça marche !



INDICE D'ENGAGEMENT ET DE RECOMMANDATION

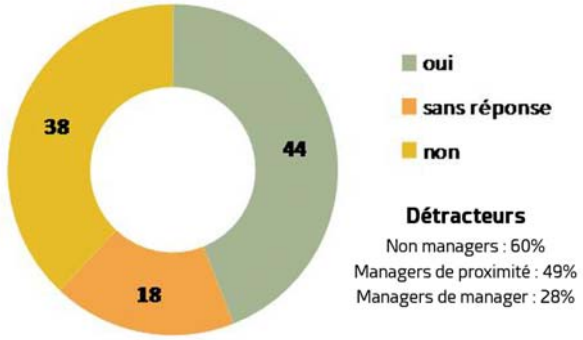
Les résultats de la première mesure de l'engagement des salariés du groupe Crédit Agricole ont été communiqués.

52% : c'est le pourcentage de CLP qui n'ont pas souhaité répondre à l'enquête (contre 37% au niveau du groupe). **C'est la première marque de désengagement**.

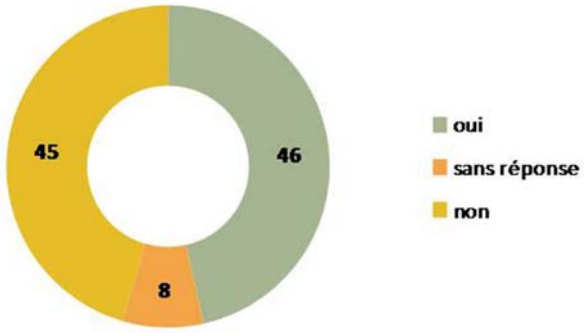
Il existe un énorme décalage entre les réponses des CLP et celles des autres entités du groupe.

Manque de moyens pour effectuer son travail correctement, manque de reconnaissance, notamment salariale, manque de compréhension et d'association à la stratégie, manque de mobilité et de perspective de carrière intra-groupe, ...

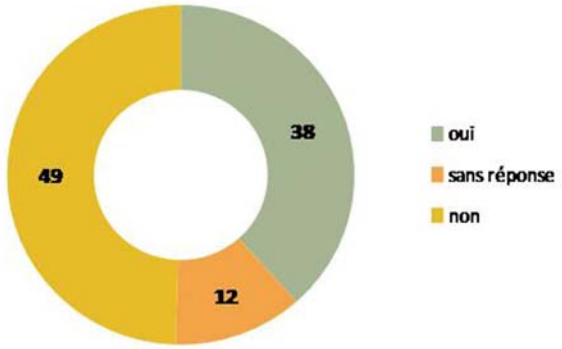
Je recommanderais LCL comme un bon employeur



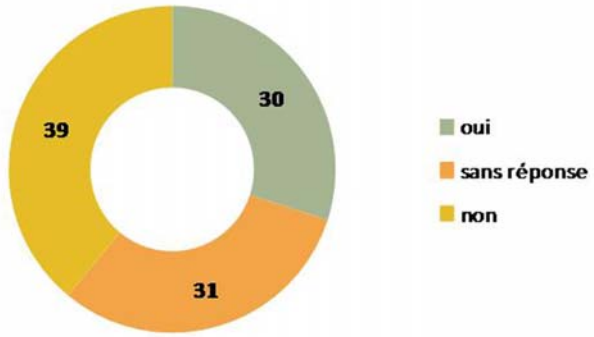
Je dispose des outils et de l'équipement nécessaires pour travailler efficacement au quotidien



On nous donne les moyens de faire face de manière efficace à d'éventuels problèmes ou défis



J'ai confiance dans les décisions stratégiques prises par les dirigeants du groupe



Le résultat de cette enquête corrobore nos interventions auprès de la direction. Finira-t-elle par nous entendre ?

Face à ce constat, la direction du groupe Crédit Agricole doit **maintenant** réagir et agir.

Parce que nous aimons notre entreprise, nous n'acceptons pas qu'elle soit maltraitée. Rappelons qu'une entreprise, c'est avant tout des femmes et des hommes que l'on doit encourager, récompenser, fidéliser.

Toutes les études le démontrent : des salariés épanouis et heureux sont plus compétitifs et l'entreprise plus florissante.

Alors, chers dirigeants, au lieu de considérer LCL comme une vache à lait, redonnez au lion l'envie de rugir de plaisir.

Délégation Nationale *FO* LCL
B.C. 500 - 04
39 avenue de Paris 94800 VILLEJUIF
Tél. : 01 42 95 12 06 - Fax : 01 42 95 10 75

Site Internet :
www.fo-lcl.fr

DELEGATION NATIONALE