FO LCL
L'indépendance qui nous rassemble
INFO CCE
14 FEVRIER 2019

FERMETURES D'AGENCES : 2ème VAGUE

Bien que la 1ère vague ne soit pas achevée et que le Directeur Général annonçait dans la presse en juillet dernier qu'il ne fermerait aucune des 1.700 agences, vos élus étaient consultés sur le bilan et sur la seconde vague qui prévoit entre **80 et 110 nouvelles fermetures** pour 20 à 25 ouvertures et 50 relocalisations.
A horizon 2021, après plus de 300 fermetures sur 5 ans, **LCL ne comptera plus qu'environ 1.500 agences**.

Pour bilan des premières fermetures, nous n'avons eu que quelques informations peu convaincantes :

- L'attrition n'a été calculée que sur les comptes fermés, la baisse des flux n'a pas été analysée et le manque à gagner, non chiffré
- Seules des agences non rentables auraient été fermées, sans le prouver. Les chiffres des fermetures ne correspondent pas à ceux donnés en 2017
- La DRH ne sait pas si tous les salariés des agences fermées ont été repositionnés sur des métiers au moins équivalents
- Nous n'avons aucune garantie sur le repositionnement des salariés dont l'agence fermera

En résumé, nous manquons d'éléments pour savoir si ce projet est bénéfique pour LCL. D'ailleurs, même les « porteurs » du projet semblaient manquer de conviction et d'enthousiasme.
Pour ***FO LCL***, la première vague de fermetures d'agences :

- a détruit des emplois
- a réduit les perspectives de carrière
- a éloigné une partie de notre clientèle de nos agences contrairement au souhait affiché de proximité « au coin de la rue »

FO LCL est très inquiète de la stratégie adoptée par la direction générale actuelle qui consiste à réduire les coûts et investissements à outrance afin de sortir un résultat financier conforme aux attentes de l'actionnaire majoritaire. C'est un crève cœur de voir notre Maison, que nous aimons, si malmenée. Que va-t-il rester de LCL ?

Bon à savoir : un des objectifs d'LCL est de détenir un client **urbain** sur 7. Nous avons donc demandé quelle était la définition d'un client urbain. Voici celle de la direction :

« Un client urbain est un client qui peut habiter à la campagne mais qui est client d'une agence en ville. Selon l'INSEE, la définition d'une ville est une agglomération comptant au moins 2.000 habitants ».

Avec cette définition, quasi tous les clients sont donc urbains ! Ce qui, finalement, peut s'avérer rassurant.

IER 2018 LES RÉSULTATS

Même si la participation chez LCL est en hausse de 10 points à 61%, on reste loin de la moyenne du groupe CASA à 70%.
Particularité LCL : les CLP sont nombreux à s'exprimer en fin de questionnaire … commentaires que la DRH souhaite garder pour elle. Dommage.

L'IER LCL 2018 atteint 55 (+5 points), qu'il convient de comparer à la moyenne du **groupe : 71**

Dixit la direction, la « lune de miel » entre LCL et ses salariés ne dure que les 5 premières années et encore, après 2 ans, le miel a déjà bien coulé. Ceci est en adéquation avec la recrudescence de divorces (démissions, abandons de poste, …).

Comme dans un couple, pour maintenir la flamme, il faut savoir partager, faire des concessions, surprendre, avoir des gestes d'attention. Pour nous surprendre, pas de problème, LCL le fait en permanence … mais pas vraiment dans le bon sens. Quant au reste, même si quelques efforts ont été faits (offre CLP), **il reste fort à faire sur les conditions de travail, la rémunération, la gestion RH, la formation**, …

Dans une vidéo relative à l'IRC, un membre de la direction générale, déclare : *« perdre un client doit être vécu comme un drame. Il faut fidéliser notre base clients car c'est plus simple que d'en conquérir de nouveaux, la conquête étant aussi plus coûteuse ».* Et ***FO LCL*** d'ajouter qu'un client satisfait en ramène d'autres. Ce discours d'une logique implacable, outre le fait que ***FO LCL*** n'a de cesse de le déclamer depuis des années, peut parfaitement s'adapter aux CLP : *« perdre un salarié doit être vécu comme un drame. Il faut fidéliser nos salariés car moins coûteux que d'en recruter et en former de nouveaux ».* **Le turn-over n'est-il pas un des principaux irritants client** ?

Mais là, entendre cette adaptation de la bouche de la direction, c'est comme entendre les rappeurs BOOBA ou KAARIS, au choix, interpréter du BRASSENS : ce n'est pas gagné. Car voici ce qu'elle ose déclarer :

- **Démissions** : nous avions un taux très bas et nous rejoignons les autres banques (faux). C'est un problème de société, de génération (mais jamais de sa faute)
- **Rémunérations** : elles sont comparables à celles du marché (lequel, celui aux puces ?)

Cette année, lors de l'enquête IER, on vous demandait de renseigner le secteur géographique et le poste tenu. La direction a cependant refusé de nous communiquer l'IER par secteurs : *« Vous comprenez, cela risque de mettre la pression entre DR »* ! D'une part, ce n'est pas le but. D'autre part, qui met la pression quotidiennement sur les résultats commerciaux et sur l'IRC ? Et qui les compare ?

Avec un tel déni, on peut aisément comprendre pourquoi LCL est absent du classement 2019 des 22 meilleurs employeurs en France, catégorie « Banques et services financiers ».

DISPOSITIF D'ALERTE PROFESSIONNELLE

Créé en 2017, ce dispositif permet à un salarié, qu'il en soit victime ou témoin, de signaler des comportements qui seraient illégaux, illicites, dangereux ou susceptibles de porter gravement atteinte à LCL ou de mettre sa responsabilité en jeu dans les domaines suivants :

- Financier, comptable, bancaire
- Corruption
- Pratiques anticoncurrentielles
- Discrimination, harcèlement au travail
- Santé, hygiène et sécurité au travail

Ces alertes sont traitées par la direction conformité-déontologie.
Le dispositif évolue dans le cadre de la loi SAPIN II où le droit d'alerte doit s'exercer dans la stricte confidentialité.

La protection du lanceur d'alerte et de son identité sont renforcées.
Sauf à lancer intentionnellement de fausses accusations afin de nuire, le lanceur et son identité sont protégés, quelle que soit l'issue de l'alerte.

Pour cela, une plate-forme informatique groupe est mise en place à partir du 1er mars 2019 et sera accessible à l'intérieur comme à l'extérieur de LCL (Internet). Le lanceur reçoit un accusé de réception de son alerte ainsi qu'un numéro de dossier.

FO LCL en a profité pour rappeler l'affaire de la fraude qui a ébranlé la BEIGF début 2018 : un jeune chargé d'affaires qui avait détecté un volume de flux anormalement élevé pour un client, avait informé sa hiérarchie par écrit. Au lieu d'être félicité pour sa vigilance, la direction l'a sanctionné ! S'il avait utilisé le système d'alerte professionnelle, il aurait été protégé. *FO LCL* a cependant, de nouveau, réclamé la levée de cette sanction contraire à la loi.

FO LCL vous recommande donc d'utiliser ce dispositif pour signaler tout dysfonctionnement ou comportement susceptible de nuire à LCL dans les domaines énumérés ci-dessus.

INDEMNITÉS JOURNALIÈRES

FO LCL a fait remonter les difficultés que bon nombre d'entre vous rencontrez pour obtenir le paiement de vos IJ. Tout est OK d'après la direction (malgré le fait que certains reçoivent un message de l'assurance maladie indiquant qu'elle n'a pas reçu l'attestation employeur).

Comme la DRH a demandé de lui faire remonter les cas en anomalie, n'hésitez-pas, soit directement, soit par notre intermédiaire.

PROGRAMMATION DE L'AGENDA

Sous prétexte d'augmenter les plages disponibles pour les rendez-vous clientèle (intensification de la relation client oblige...), il a été décidé arbitrairement l'arrêt de la programmation sur l'année entière qui permettait de planifier les actions régulières ou récurrentes et ainsi gagner un temps non négligeable. *FO LCL* a demandé le pourquoi de cette décision qui contraint les salariés à effectuer une saisie mensuelle, ce qui est chronophage. Après refus puis tergiversations, la direction a accepté de « regarder » ce point.

DIRECTEURS D'AGENCE ADJOINTS

Sur la fiche métier, il est stipulé que dans ses principales missions, le DA Adjoint est manager fonctionnel : il définit les plans d'actions pour atteindre des objectifs.
Malgré cette fiche métier établie par LCL lui-même, la DRH persiste et signe : *« certains DAA sont managers, d'autres pas »*, *« certains DAA n'ont personne en dessous »*.

FO LCL a alors demandé quelles étaient les agences avec uniquement un DA et un DAA ? On attend encore la réponse.

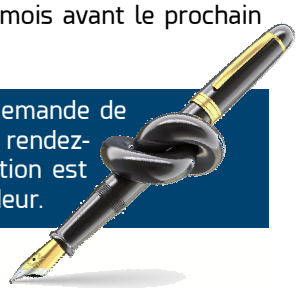
Cela fait maintenant plusieurs mois que *FO LCL* demande pourquoi les CLP n'ont pas eu accès à cette offre, comme les autres clients.

Cela fait maintenant plusieurs mois que la direction répond *« Stéphanie de MONACO »*, enfin à côté, quoi !
Elle nous répond sur l'exigence URSSAF pour accorder les 30% supplémentaires aux CLP sur une offre promotionnelle. Ce qui n'est pas notre question.

Peut-être aurons-nous la bonne réponse à la question au CCE de mars ? Allez, on y croit ! Bon, il reste 10 mois avant le prochain black Friday.

CONTRAT DE RELATION CLIENT

FO LCL vous met en garde : si on vous demande de signer un engagement sur des objectifs de rendez-vous, surtout ne signez pas. Votre obligation est de moyen et non de résultat. @ bon entendeur.



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