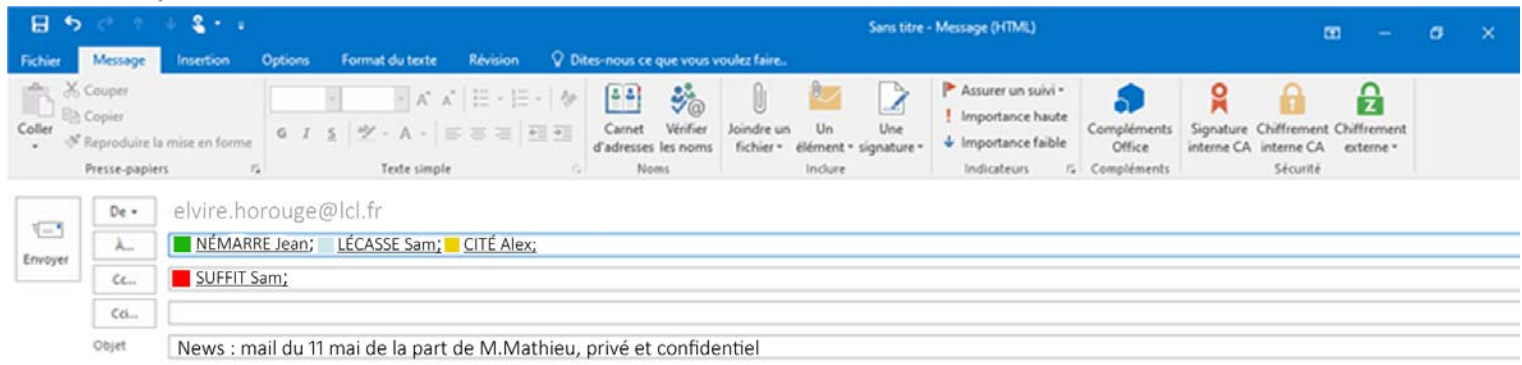




RÉACTION AU MAIL DE MICHEL MATHIEU DU 11 MAI 2021



Salut les copains,

J'espère que vous allez tous bien, surtout après le magnifique message de bonne journée que nous a adressé notre Directeur Général le 11 mai. Si vous ne l'avez pas encore lu (c'est vrai que 3 pages, ça fait peur) faites-le, car ça vaut son pesant de cacahuètes.

Ça part pourtant bien au départ : le changement grâce à nous, la conquête de clients (bon, on ne sait pas combien car dans le détail, on en perd autant qu'on en gagne), l'IRC opérationnel, l'IER, ... Vous savez, tous les trucs internes que la direction déploie pour faire de la com. Bref, ça commence par la version bancaire de « Oui-Oui au pays des jouets ».

Et puis tout d'un coup le ciel s'assombrit. C'est souvent ça, les rêves : on commence par chevaucher une licorne vers un arc-en-ciel et on finit désarçonné dans le caniveau. Ce changement miraculeux devient un cauchemar. Oui-Oui et son monde merveilleux ont été engloutis par le COVID 19.

« *Qui aurait pensé que les banques nationales feraient des exercices dans le rouge ?* ». Où était-il notre DG dans les années 90 au moment des affaires du Crédit Lyonnais ou en 2007- 2008, lors de la crise financière ? Il a dû hiberner toutes ces années et vient de se réveiller.

« *Qui aurait pensé que le Crédit du Nord ou HSBC seraient en voie de disparaître ?* ». Il n'exagérerait pas un chouïa ? Les deux groupes (Société Générale et HSBC) gagnent des milliards. Ces choix sont purement stratégiques. Pour notre Directeur Général, notre regain de compétitivité n'a pas « *conforté notre pérennité* ». N'y aurait-il pas un brin de menace dans ses élucubrations (celles de Michel, pas d'Antoine) ? Ne serait-il pas enclin à nous appliquer une forme de management par la peur en tentant de nous désinformer ?

« *La satisfaction clients va devenir l'élément central* ». On a parfois l'impression qu'il vient d'inventer la roue notre éminent président du Comex, vous ne trouvez pas ? Dans une entreprise commerciale comme la nôtre, pense-t-il vraiment que les salariés des réseaux, en première ligne devant la clientèle, mais aussi ceux des back-offices et des fonctions support, ne se préoccupent pas en permanence de la satisfaction clients ? Qu'a-t-il fait, lui, depuis son arrivée en 2016 ? Nous, CLP, savons depuis longtemps que notre réussite dépend de la satisfaction de nos clients. Pour beaucoup d'entre nous, c'est même ça le cœur de notre métier, alors qu'on nous impose de refourguer tout et n'importe quoi lors de nos rendez-vous clientèle ... Satisfaction clients, tu parles ! ...

Et ce n'est pas fini. Accrochez vos ceintures. Après nous avoir complimentés rapidement (en 5-6 lignes), il nous remonte les bretelles : 3 pages à nous fustiger ! Tout est de notre faute, les gars !

Globalement, il déplore que le nombre de clients insatisfaits ne baisse pas, que les prospects sont détracteurs, que l'IRI est faible ...

Pourtant, ces résultats ne sont que le fruit de ses politiques de réduction des coûts à tout prix et notamment ceux du personnel : optimisation réseau (- 250 agences environ), accueil partagé, les différents projets « nouvelles proximités », le plan de fermetures des CRC et récemment « nouvelle génération » (encore - 250 agences), ... A chaque fois, le Comex supprime des postes : par exemple, deux agences avec DA/RA, s'il y en a une qui ferme, ça fait toujours un DA/RA de moins. Il ne comprend toujours pas que les salariés ne sont pas une charge mais au contraire un investissement. Bien qu'il s'en défende, combien de clients avons-nous perdus au fil de ces fermetures et de ces dégradations de service, amplifiées par la baisse des effectifs ?

Avec le slogan « Ma vie. Ma ville. Ma banque », LCL scande « *Au cœur des villes, au coin des rues, à vos côtés* ». Les coins de rue s'éloignent quand on voit le nombre d'agences qui ferment. C'est un boulevard qu'on va laisser au Crédit Agricole ou au Crédit Mutuel.

Il n'y a pas que les effectifs qu'il s'efforce de réduire en cendres. Apparemment, il mégote aussi sur les moyens techniques. Il a même osé citer « *la performance de nos outils digitaux* » ... C'est vrai ça, même notre appli, « *la meilleure du marché depuis plusieurs années* », a permis à nos clients de consulter le compte de leurs voisins et vice-versa. En voilà un progrès fulgurant ! Sans rire, j'ai avalé tout le paquet de clopes, plus le briquet, parce que je trouve qu'il met le feu aux poudres. Nous devrions peut-être lui rappeler que, tous les jours, des COAS pleuvent : frais indus (caution PGE, ...), cotisations intempestives, factures CB débitées plusieurs fois, difficultés sur les prêts immobiliers et conso, ... La liste est longue pour des outils digitaux si performants.

Il devrait venir faire un « vis ma vie », Michel Mathieu, il verrait combien ces dysfonctionnements créent de l'insatisfaction clientèle, des prospects détracteurs, et par conséquent, des réclamations, voire des incivilités.

Selon lui, les néo banques font un tabac auprès des jeunes. Alors là, je me suis étouffée tellement il ne manque pas d'air ! LCL a fermé 5 CRC et e-LCL. Dixit un DdR, le taux d'attrition a doublé chez les anciens clients e-LCL. Pas faute d'avoir prévenu pourtant !

Ce qui est extraordinaire, c'est qu'il a l'air de se demander pourquoi le Crédit Mutuel renforce sa première place. Les salariés y sont largement mieux payés et bénéficient aussi d'augmentations générales. Les effectifs y sont renforcés et ils jouent plus collectif. Ça ne m'étonne pas qu'ils soient de plus en plus nombreux à fuir LCL pour se barrer là-bas et y rester.

Et si LCL faisait comme le Crédit Mutuel ? Chiche !

Par exemple :

- plutôt que de fermer des agences, nous les renforcerions avec des salariés dédiés à l'accueil des clients, au lieu d'avoir des accueils partagés et des conseillers débordés
- nous ré-ouvririons des Centres de Relation Clients et, soyons fous, créerions une banque 100% digitale, qu'on nommerait e-LCL par exemple, pour contrer les néo-banques si chères au cœur des jeunes. Mais attention, sous condition de services et de tarifications adaptés
- nous ferions en sorte de disposer de moyens techniques fiables pour éviter les dysfonctionnements qui gâchent la relation clientèle et nous pourrissent l'existence
- nous augmenterions partout le nombre de salariés pour répondre aux attentes des clients que nous espérons plus nombreux, améliorer la relation commerciale, et exécuter correctement et rapidement tous les ordres, que ce soit en termes d'opérations courantes, de prêts immobiliers, de successions, etc.

Ce qui m'a rendue dingue, c'est qu'il n' imagine même pas deux secondes que, peut-être, certainement, ce sont leurs projets de réduction des coûts et des effectifs, à lui et son Comex, qui sont responsables de la situation et non pas nous, les salariés, comme il veut le faire croire.

Nous aussi, nous rêvons d'une « *transformation culturelle* », celle d'un employeur qui nous donne les moyens de remplir correctement nos missions. Cela m'a fait rire d'ailleurs, mais jaune : il veut améliorer la satisfaction clients mais il commence par fermer les agences, les fonctions support et les back-offices « *symboliquement* » pour réfléchir une petite heure sur ... la satisfaction clients. A mon avis, il n'est plus à un paradoxe près.

En tout cas, ce n'est sûrement pas d'une charte placardée, ni d'IRI ou d'IRC affichés partout dont nous avons besoin. Y a quelqu'un qui m'a dit : « *Ce dont on a besoin surtout, c'est qu'il arrête de nous crever les pneus pour ensuite nous ordonner d'aller plus vite et plus loin* ».

« *Aimer son client, c'est prendre l'engagement de l'excellence* » a dit notre DG. C'est beau, non ? Mais il faudrait lui expliquer qu'il faut aussi aimer ses salariés, et leur donner les moyens de ses ambitions. Sait-il qu'un salarié heureux rend les clients satisfaits, et inversement ? Le crédit Mutuel l'a bien compris, lui. Et ce n'est sûrement pas son petit mot doux écrit de sa main qui rend son mail plus humain, loin de là.

Allez, j'y retourne ! Bien que, apparemment, je ne sache pas faire, si j'en crois Michel Mathieu, j'ai des clients à satisfaire, moi ! ;-)

Bises et bonne journée !



Délégation Nationale **FO LCL**
B.C. 401 - 11
2 avenue de Paris 94800 VILLEJUIF
Tél. : 01 42 95 12 06 - Fax : 01 42 95 10 75

Restez informés et connectés à FO-LCL



Appli FO LCL



twitter.com/FOLCL



FO LCL

