



Solidaires, Unitaires et Démocratiques dans le Groupe BPCE
Section syndicale Caisse d'Épargne Ile de France
24 bd de l'hôpital 75 005 Paris
01.70.23.53.40 ou 01.44.76.09.77
Fax : 01.40.26.49.13
Site : www.sudbpce.com
Email : sudceidf@orange.fr

facebook : SUD BPCE



OBJECTIFS COMMERCIAUX, ACTIVITÉ COMMERCIALE

ET VOGUE LA GALÈRE !

Un vent de panique souffle sur le réseau commercial. Jusqu'à ce jour, pour le commun des mortels, une année comptait douze mois. Mais ça c'était avant. Avant que le directeur du réseau ne tranche : certains objectifs annuels devraient être réalisés en 3 mois, où presque. Faisant fi des répercussions de la réforme fiscale et niant la réalité d'une crise économique, il prétend qu'on doit et qu'on peut vendre plus qu'avant.

Sous l'impulsion de G. Lebrun, les agences reçoivent une multitude de mails les exhortant notamment à pulvériser les résultats attendus sur le Temps fort 1 et le Défi de l'épargne. A l'appui, une discipline quasi-militaire passant par la revue d'activité du mardi matin "les mains sur la couture du pantalon", *brief* et *debrief* "au garde à vous", accompagnement *phoning* par le DA, analyse des résultats par le DA et le DAA, etc.

La chiourme doit ramer toujours plus fort, toujours plus vite

Sud l'a dit lors de la présentation du budget 2013, un objectif de 230 millions de parts sociales à commercialiser dans l'année, c'est ambitieux. Encore plus ambitieux depuis la réforme fiscale. Peu importe, on les met dans le PEA pendant 5 ans, où est le problème ? Et peut importe les incidences sur leur disponibilité.

Le budget 2013 prévoit aussi une production de crédit consommation en hausse avec 714 M euros attendus, soit 94 M euros de plus que le réalisé de 2012. Là encore, le fait que les ménages cherchent plus à se désendetter qu'à acheter des biens de consommation durable, ne devrait pas rentrer en ligne de compte. Et le directeur s'étonne de la faible production du début d'année...

✓ **La dernière en date** : le 18 février, G. Lebrun prolonge la campagne promotionnelle Quadretto à 3% bruts. Il double, en loucedé et sans lien avec le budget 2013, l'objectif de ventes brutes (de 300 à 600 M euros). Est-ce par pure mégalomanie ou doit-on y voir un lien avec le prochain renouvellement du directoire ? Les agences, elles, doivent se plier aux ordres. Il faut vendre. Vendre "aux milliers de clients qui n'attendent que notre appel" (dixit P. Busson), vendre toujours plus !

Ils sont prêts à vous aider à accélérer la cadence

L'exemple venant d'en haut, certains DR annoncent que les DG passeront 3 jours par semaine dans les agences. Vont-ils montrer aux uns et aux autres comment ils doivent exercer leur métier et mieux gérer leurs agendas ?

En parlant d'agenda commercial. Si par mégarde, ce dernier n'était pas rempli par rapport au référentiel d'activité, la "patrouille *coaching*" débarque en agence pour, pudiquement, vous aider à "gagner en efficacité". En clair, pour vous réapprendre le métier. Et si jamais ça ne suffisait pas certains DG scrutent les agendas et se chargent de rappeler à l'ordre les contrevenants sur leur taux de remplissage.

Quand le client n'honore pas un rendez-vous, qu'à cela ne tienne, on l'appelle et la vente se fait avec OVAD. Il est même recommandé à certains conseillers financiers ou commerciaux de se transformer en télévendeurs en consacrant une ou des journées entières au phoning et à OVAD.

Personne n'en réchappe. Jusqu'à l'accueil qui, selon P. Busson, fidèle porte-voix du directeur du réseau, doit être optimisé. On doit y réaliser de nombreuses ventes "il est terminé le temps ou l'accueil se contente de répondre uniquement aux demandes des clients" (sic).

Les élus **Sud** l'ont dit lors de la présentation du budget 2013 de la CEIDF, les objectifs commerciaux en équipement client (forfaits, cartes), PSO, crédit consommation et immobilier sont trop ambitieux, voire irréalistes pour certains. Mais, comme d'habitude, chacun s'emploiera à les atteindre tout au long de l'année 2013, de gré ou de force.

Dernière minute : Natixis, sous l'égide de BPCE, va revendre à chacune des Caisses et Banques Populaires pour 12,1 M€ de certificats coopératifs d'investissements. Si certaines vont pouvoir racheter en cash, d'autres seront dans l'impossibilité de le faire. Et, n'en doutons pas, ce sont les salariés qui en bout de course feront les frais de cette opération. Il faudra produire toujours plus pour dégager toujours plus de PNB avec en corollaire une détérioration accrue des conditions de travail, la stagnation des rémunérations et à terme des menaces sur l'emploi.