



# Solidaires BPCCE

sudceidf@orange.fr

votre syndicat à la CEIDF

# BPCCE

www.sudbpcce.com

A Paris, le 19/03/2019

Jean-Philippe Bastias - Valérie Boisliveau - Christine Deldicque

Martine Desaulles - Olivier Le Saec - Alexandra Rideau

64-68 rue du Dessous des Berges  
75013 Paris - 01 70 23 53 40 (38)

## ARRIVÉE AU DIRECTOIRE DE DAVID NOWICKI

# LE CHANGEMENT DANS LA CONTINUITÉ

Lors du CSE du 28 février, les élus ont rencontré le nouveau membre du directoire David Nowicki en charge du pôle BDD, venu se présenter et commenter les excellents résultats commerciaux 2018. Sa visite fût l'occasion pour les élus Sud de l'interroger sur la manière dont il entend mettre en œuvre la politique commerciale de la BDD. Arrivé dans notre entreprise en janvier 2019 pour remplacer Gilles Lebrun nos premières impressions sont celles d'un changement sur la forme. De prime abord, tout le contraire de son prédécesseur. En revanche sur le fond, doit-on s'attendre à autre chose ?

Certes, non. David Nowicki après une carrière au LCL puis dans le Groupe Crédit agricole arrive à la CEIDF. Si G. Lebrun était peu apprécié, c'est un euphémisme, au sein de notre entreprise pour son comportement brutal qui a choqué nombre de salariés, en revanche il a su obtenir des résultats exponentiels.

Dans ces conditions, impossible pour un nouvel arrivant d'être critique. Les deux hommes se connaissent car ils se sont côtoyés au temps du LCL. Sincère ou pas, David Nowicki est plutôt élogieux sur son prédécesseur. Interrogé sur ses intentions, il répond que l'ensemble des chantiers auxquels il pensait ont déjà été engagés par Gilles Lebrun. Il nous dit être admiratif devant la performance commerciale. On le serait à moins.

**Son objectif : la consolider, l'amplifier en travaillant la satisfaction client.**

**Préparer l'avenir en travaillant la satisfaction client, ses quelques bonnes recettes**

La satisfaction client c'est l'ombre au tableau. La CEIDF stagne en fin de classement des caisses d'épargne et se situe au milieu par rapport à ses concurrents en région Ile-de-France. Comment remonter la pente ?

Tout d'abord, il faut améliorer la « **joignabilité** » des agences et bien entendu le **traitement de la demande**. Il ne vise pas un taux de décroché de 100 % mais une organisation permettant de réserver des plages pour un rappel des clients dans la journée. C'est déjà ce que font nombre de collègues !

Ensuite, il faut donner du sens au travail du salarié et amplifier **Esprit de service**.

Beaucoup de salariés auraient envie de fournir un travail de plus grande qualité et par la même de mieux satisfaire les clients. Or, nous sommes dans une entreprise qui raisonne uniquement en nombre de ventes. Pour les élus **Sud**, c'est contradictoire. Mais pas pour lui puisqu'il s'agit de ventes nettes !

En ce qui concerne **le maillage agences**, il estime que le travail a déjà été fait. Cependant, il ne s'interdit pas de faire des « regroupements » quand il n'y a pas de risques de perte de clients c'est à dire de perte de valeur. C'est plus simple, nous dit-il, dans Paris intra-muros ou dans les zones très concentrées, très urbaines. Un maillage agences de 7 à 8 ETP serait idéal. Soit un large champ des possibles dans une région Ile-de-France très urbanisée.

Sur le sujet du « **self care** », les élus **Sud** ont une nouvelle fois mis en garde la direction. A trop le promouvoir, le risque est grand de précipiter le départ de nombre de nos clients vers les banques en ligne. Il est de plus en plus difficile de convaincre les clients de payer des forfaits de services quand le service n'y est pas. Un certain nombre d'entre eux l'ont bien compris et nous perdons chaque année des parts de marché au profit des banques en ligne.

### Et pour les salariés ?

C'est bien évidemment sur ce terrain que nous l'attendions et que nous l'avons interpellé. Oui, les résultats commerciaux sont au rendez-vous mais à quel prix pour les salariés ? Le sous-effectif, la charge de travail qui augmente, un turn-over élevé, un absentéisme record...

Que pense-t-il de l'animation permanente à coups de temps fort, shows, challenges et autres actions coup de poing parfois décidés la veille pour le lendemain et qui usent les salariés ? Il estime qu'il faut trouver un juste milieu. S'il n'y avait pas d'actions commerciales, l'enthousiasme ne serait pas le même. Si on abuse de ces temps forts ce n'est pas bon non plus.

Il veut réfléchir à des **objectifs adaptés** au type de marché.

Il souhaite faire des **CRC un vivier de recrutement** pour le réseau dans la mesure où la vente à distance va prendre de plus en plus de place dans nos agences.

Enfin, qu'en sera-t-il des **horaires** ? Le bruit de les modifier circule depuis longtemps. Gilles Lebrun ne s'est pas emparé du sujet. Mais qu'en pense David Nowicki ? Il s'interroge sur la pertinence d'un horaire uniforme sur l'ensemble du territoire. C'est là, un dossier à suivre de très près.

Une certitude : il doit faire aussi bien, voire mieux que son prédécesseur. Pour ce faire, comment va-t-il s'y prendre ? Les élus **Sud** demandent que les résultats commerciaux soient obtenus dans le respect des hommes et des femmes qui travaillent dans cette entreprise.

**Sud** est signataire de l'accord Qualité de Vie au Travail (QVT). Il a le mérite d'acter un certain nombre de points importants comme :

- l'exclusion des remontées collectives journalières,
- la répartition des objectifs par point de vente en tenant compte des spécificités et potentialités de chaque zone de chalandise et des moyens disponibles,
- la réalisation des e-learning sur le temps de travail et plus à domicile,
- le droit à la déconnexion mieux défini.

**Pour les élus Sud, les bons résultats ne doivent pas être incompatibles avec de bonnes conditions travail. David Nowicki arrive à point pour mettre en oeuvre et faire respecter les principes inscrits dans l'accord de Qualité de Vie au Travail.**

## J'ADHÈRE

A retourner à la permanence **Sud** par courrier interne, 64-68 rue du Dessous des Berges, 75013 Paris

NOM : ..... PRÉNOM : .....  
DATE DE NAISSANCE : ...../...../.....  
ADRESSE PERSONNELLE : .....  
CODE POSTAL : ..... COMMUNE : .....  
PORTABLE PERSONNEL : 0..../...../...../.....  
EMAIL PERSONNEL : .....  
AFFECTATION : .....  
FONCTION : .....  
CLASSIFICATION : .....  
SALAIRE NET ANNUEL (POUR CALCULER LA COTISATION) : ..... €

La cotisation annuelle est prélevée en 4 trimestres et s'élève à 0.40% du salaire net. Elle peut donner droit à un crédit d'impôt de 66 % des cotisations annuelles versées ; les dispositions législatives peuvent évoluer. «Je m'engage à payer ma cotisation»

A Paris, le 19/03/2018  
Jean-Philippe Bastias - Valérie Boisliveau - Christine Deldicque - Martine Desaulles  
- Olivier Le Saec - Alexandra Rideau

