



Solidaires



sudceidf@orange.fr

A Paris, le 07/12/2021

Jean-Philippe Bastias - Valérie Boisliveau - Thierry Bordier - Martine Desaulles
David Espin - Pascale Monchal - Boris Violet

Lecture longue
3 minutes

64-68 rue du Dessous des
Berges-75013 Paris
01 70 23 53 40 / 06 59 29 75 46

ORIENTATIONS

PATAULT LOGIQUES 2022 2024

Didier Patault, présent lors de la “non-présentation” des orientations stratégiques nous a délivré des bribes de réponses peu rassurantes pour nos emplois, nos conditions de travail et nos salaires.

Mêmes objectifs : conquête clients et développement des fonds de commerce BDD et BDR axés sur la satisfaction client et animés par les managers.

Quant aux moyens d’y parvenir ? Grâce au digital qui présente l’énorme avantage de réduire les coûts de personnel et d’améliorer sa rentabilité.

Prudence et provisions

Déroulant un plaidoyer sur l’état incertain du Monde, les crises qui traversent nos pays aux plans sanitaire, énergétique ou financier il a ainsi justifié les choix très prudents de la CEIDF au regard des comptes par le biais de provisions.

Pas de prime Covid puisque l’intéressement va augmenter grâce au retour des provisions dans les comptes (mais pas grâce à un accord qui oblige à des résultats encore plus élevés que l’ancien). Prudence encore au regard de l’organisation du travail : du télétravail égrené parcimonieusement aux seules fonctions support car le télétravail conduirait aux délocalisations ou à la déstructuration de l’entreprise ! Comme si les dirigeants avaient attendus pour fermer des agences ou externaliser des services.

Digital et IA comme réponses à tous nos maux

Par eux, le directoire espère encore augmenter sa rentabilité, sa performance et pallier le manque d’effectifs. De plus en plus de ressorts digitaux en agence, un accueil vidé de son conseiller, des back offices simplifiés. Rentable la CEIDF l’est et le sera plus encore demain, pari gagné sur le dos des emplois qui vont encore disparaître.

Pour en savoir un peu plus,

Sur le développement des fonds de commerce de la BDD et de la BDR

25 000 bancarisés et 1 000 professionnels actifs c’est bien mais pour le directoire c’est encore insuffisant car le ratio du nombre de bancarisés sur le nombre de salariés est en décalage par rapport aux autres caisses d’épargne. Tiens donc ?

Dans l’environnement concurrentiel francilien, il faudrait des bras pour relever les chiffres mais bien au contraire il va falloir s’en passer.

Le plan exprime la nécessité d’un lien fort avec nos clients et met en avant la proximité. **Toujours d’accord. Il reste à définir comment y parvenir en fermant les agences ?**

Il reste 410 agences sur les 450 qui occupaient tout le territoire francilien en 2018. Il est frappant de voir combien les mots n’ont pas le même sens pour le directoire que pour les salariés. Il regroupe quand pour nous, il s’agit de fermer des agences, de perdre des postes de DA et de délaisser les villes pauvres. Combien encore vont disparaître ? Il suffit pour en juger de faire la cartographie des petites agences fermées régulièrement pour préjuger des années à venir.

Sur la satisfaction client

On revient de loin mais le NPS est toujours négatif, de -1 au 1^{er} semestre 2021. Le recours à cet indicateur de recommandation est insuffisant à nos yeux car sans dimension explicative.

Sud comme nous tous, savons bien ce qu'il faut faire : être facilement joignable, traiter rapidement les demandes des clients et assurer la continuité de la relation. Mais y arriver avec si peu de moyens humains, ou avec des collègues qui sont peu expérimentés en raison du turn-over et de la valse des affectations d'un point de vente à l'autre, c'est éreintant et insoutenable.

C'est avec l'outil digital que l'on va améliorer la satisfaction-client. Un peu court, non ? Il améliore les situations simples à régler, mais pas les demandes complexes nécessitant de l'humain. Et, de toute façon, tous les clients n'en veulent pas, ils sont encore nombreux à préférer un service sur mesure en face à face surtout s'ils paient pour cela, même s'ils ont été équipés. Ce qui nous amène au point suivant.

Sur le déploiement du digital

La CEIDF est la 1^{ère} du groupe en équipement Secur'pass et BAD. Il faut admettre que les conseillers à l'accueil y consacrent beaucoup d'énergie. Cet accueil qui a diminué les flux de clientèle au point qu'il conduit à la fermeture d'agences. **Sud** n'est pas contre les outils digitaux, développés d'ailleurs par toutes les banques mais il constate amèrement qu'il supprime nombre de nos emplois.

L'objectif de 40 % des ventes en VAD a été atteint. Cela n'a pas été simple à réaliser car nombre de difficultés techniques empoisonnent la vie au quotidien. La digitalisation peut aider... ou "rendre fou" quand cela ne fonctionne pas.

Soulignons également les situations singulières où la VAD s'est faite en face à face avec le client !

Pour l'avenir, le plan stratégique s'appuie sur de plus en plus de ressorts digitaux et on a du mal à croire qu'il restera circonscrit aux opérations courantes :

- La mutualisation des boîtes au sein des agences,
- L'utilisation de l'IA dans la gestion des mails,
- La visiophonie pour les RDV,
- La digitalisation complète du crédit,
- L'exploitation des données digitales pour accroître la pro activité commerciale.

Être moderne et simplifier : vider l'accueil et les back offices

Dès que l'entreprise utilise les mots moderniser ou simplifier, il y a danger pour les salariés. Les agences sont moins fréquentées, c'est indéniable tant on a mis un point d'honneur à diriger le client sur son appli mobile ou sur les automates.

Cela devait arriver : le plan annonce des espaces Accueil vidés de conseiller.

La question de supprimer ces postes accueil est posée par **Sud** à D.Patault sans plus d'explications. Très distancié, il s'en remet aux directions locales qui jugeront sur place. **La digitalisation va supprimer la ligne accueil et diminuer les coûts de personnel.**

Même conséquence dans les back offices.

Le document laisse entendre en quelques lignes de grands bouleversements sans en dire grand-chose : une énième organisation, un pilotage industrialisé ?

Des mobilités fonctionnelles du back office vers le Middle ? Certainement pas pour tous les collègues.

L'automatisation des tâches augure-t-elle de l'utilisation de l'IA pour nous remplacer ?

De la poursuite de mutualisations et d'externalisations d'activités ?

Là encore, la réponse est très évasive. La tendance actuelle va s'accroître.

Les managers comme outils de promotion du plan

On compte une fois encore beaucoup sur les managers pour promouvoir tout ça, pierre angulaire de l'atteinte des objectifs : 25000 bancarisés par an, rencontrer au moins 1 fois /an chacun des clients en portefeuille, faire du crédit mais être attentifs aux encours, ratio de solvabilité oblige. Il faut aussi accompagner les nouveaux entrants, développer les pros, garantir, contrôler les process.

Avec quels moyens ? Sans embauche, avec une rotation des personnels importante et des absences maladie en hausse.

Il est bien là le Pari 2022 2024.