

GREAT PLACE TO WORK : LA GRANDE MASCARADE

Orléans, le 25 octobre 2025

A Great Way to Manipulate !

Bravo ! L'entreprise peut désormais afficher fièrement son label du bonheur au travail à l'entrée de chaque site, et sur la signature des mails Loire-Centre.

Mais derrière les paillettes, la réalité est tout autre.

Les équipes s'épuisent, le stress est quotidien, le burn-out progresse. Le turnover s'accélère, les départs se multiplient, et la disette salariale finit d'user les plus motivés.

Le label, lui, ne mesure ni la charge mentale, ni la charge de travail, ni les heures supplémentaires non déclarées que beaucoup accumulent pour tenir le rythme.

Il n'intègre pas non plus les réorganisations à répétition, les postes supprimés, les alertes lancées par quelques-uns à bout, les objectifs démesurés. Mais il rassure la direction : tout semble aller bien, puisqu'un cabinet privé l'a validé, en contrepartie d'un gros chèque, il va de soi.

Le marketing fait son œuvre : le bonheur devient une affiche, pas une réalité.

ICI, TOUT VA BIEN !

La direction brandit fièrement son label Great Place to Work, comme un trophée. **Mais la réalité, elle, n'a rien d'un conte de fées :**

- Des équipes épuisées mais invitées à « **partager un moment convivial** » avec le directoire,
- Des managers sommés de « **donner du sens** » avec des slides PowerPoint afin d'appuyer les balivernes du directoire,
- Des conditions de travail dégradées, des agences qui ferment, des salaires au régime sec...

Et pendant ce temps, l'accord QVCT sert de joli tapis sous lequel la direction essaie de cacher la « crasse sociale ». Du vent, des mots, et toujours les mêmes promesses illusoire.

FINI DIAPASON...

L'ancien sondage Diapason mettait en lumière les vrais problèmes et ça dérangeait. Aujourd'hui, la direction a remplacé la transparence par un label acheté, bien poli, bien creux.

Une telle manipulation, un tel fiasco, c'est une erreur majeure et inexcusable de la part de F. Chehady et de ses compères, tout ça pour nier la réalité quotidienne des salariés.

LIEU IDÉAL POUR TRAVAILLER ? PAS POUR TOUT LE MONDE !

5 % des salariés qui ont répondu disent ne pas être traités équitablement selon leur orientation sexuelle. Un chiffre qui a sans doute échappé à la direction. Il ne figurait pas dans le kit « com' clé en main » du label.

Mais ce n'est qu'un exemple parmi tant d'autres : derrière les slogans lisses, les inégalités persistent, visibles par tous sauf par ceux qui ne veulent pas les voir.

Et là, ce n'est plus du marketing : **c'est du droit du travail. Et ne rien faire face à une telle alerte, c'est une faute grave.**

POUR RASSURER QUI ?

Les labels, les slogans et les accords vitrines ne créent pas le bien-être et la satisfaction. Dans une banque coopérative, la seule richesse, ce sont les salariés et les sociétaires, pas les logos ni les artifices de communication.

NE VOUS LAISSEZ PAS BERNER.

**L'ÉCLAT EST TROMPEUR, LE QUOTIDIEN EST LE VÉRITABLE
INDICATEUR**

Vos représentants SUD-Solidaires

Maryline BALLANGER, Florine BERHOUE, Elodie DAGRON,
Cécile GAMBERT, David GANDON, Laurent GIRARDEAU,
Françoise GODBILLOT, Alain GROSMIRE, Tristan GUERIN,
Isabelle LEFEBVRE, Damien PINSAULT, Alain QUESNE,
Aurélien RIGUET, Corinne RIGUIDEL, Jérôme TOUTOIS



Contact

SUD-Solidaires Groupe BPCE
Section Loire-Centre
2, rue Lavoisier 45140 Ingré
Tél. 02 38 41 52 84 / 06 95 26 58 29
Code courrier PSX45
sudcelc@sudbpce.com