Cfdt: L'Essentiel du CSEC

COMMISSION ÉCONOMIQUE DU 6 ET 7 AVRIL 2022

SOMMAIRE

1 Présentation de la nouvelle marque : un acte manqué

2 Evolution des aménagements d'agences : vers la fin du bureau individuel

3 Résultats annuels et éléments de stratégie : historiques mais non pérennes



1- PRÉSENTATION DE LA NOUVELLE MARQUE : UN ACTE MANQUÉ

Ils ont osé : la direction nous a dévoilé le nom et le logo de la nouvelle banque… avec seulement des changements mineurs.

NOUVEAU NOM ET LOGO DE « NVBQ » : TOUT ÇA POUR ÇA

Après 18 mois de réflexion et pour une enveloppe totale de 700 à 800 M€, la direction est fière de nous présenter son résultat :

Pour elle, cela traduit un changement... radical, réunissant bien « le meilleur des 2 mondes ».

=> Nous vous laissons libre de vous faire votre propre opinion !

DISPARITION DES VISUELS CDN :

DES EXPLICATIONS PEU CONVAINCANTES...

Devant nos interrogations sur la disparition pure et simple du visuel du CDN (l'étoile bleue), la direction explique qu'elle a respecté les contraintes du régulateur de ne pas amener de confusion auprès des clients du CDN dans le nouveau logo.

NOUVELLE MARQUE : RIEN D'ORIGINAL

La déclinaison de la nouvelle marque :

- concernera uniquement la banque de détail en France
- se fera soit avec des noms de banques régionales ex-CDN (exemple : « SG Tarneaud », « SG Laydernier »…), soit avec des noms de région (exemple : « SG Grand Est », « SG Sud Ouest »).
- permettra à l'Ile-de-France d'hériter du nom original « SG Société Générale » !

La marque « SOCIETE GENERALE » conservera le logo et la typographie actuels pour le sponsoring, les mécénats, PRIV, l'international, etc…

La direction est restée sur ses positions et a défendu le bien-fondé de son scénario.

La commission a déploré, toutes organisations syndicales confondues, le coût et l'énergie dépensés pour arriver à un résultat aussi navrant.

2- ÉVOLUTION DES AMENAGEMENTS D'AGENCE : VERS LA FIN DU BUREAU INDIVIDUEL

Malgré un dossier vide de chiffres, une seule certitude : le nombre de postes de travail diminue

La direction nous a présenté un dossier photo, une fois de plus vide de tout élément chiffré.

Nous avons évidemment interrogé la direction qui s'est dite incapable de pouvoir nous répondre sur les coûts, sur le nombre d'agences concernées et leur localisation géographique, sur le nombre de salariés impactés, sur le calendrier de déploiement.

Néanmoins, nous avons obtenu les fourchettes de coûts suivantes :

- Pour les agences type « NECA », coût de l'achat mobilier : entre 30 et 70 k€ par agence
- Pour la transformation des agences d'ancienne génération en type « NECA », coût des travaux : entre 1 et 2 M€ par agence

Ces agences, ayant la capacité d'accueillir un espace de type « atelier », en complément des salons de réception, seront équipées en nombre de postes de travail à hauteur de 70%.

3- RÉSULTATS ANNUELS ET ÉLÉMENTS DE STRATÉGIE : HISTORIQUES MAIS NON PÉRENNES

A travers cet exercice légal obligatoire (loi Rebsamen de 2015), la direction assure le service minimum : nous sommes toujours dans le flou.

COMPTES ANNUELS : UN COÛT DU RISQUE PERFORMANT MAIS ÉPHÉMÈRE

Le coût du risque est actuellement exceptionnellement bas du fait d'un sur-provisionnement en 2021. Cette situation ne pouvant perdurer, nous émettons des réserves sur l'enthousiasme de la direction.

2021 a connu des résultats historiquement bons, dus à des opérations exceptionnelles (vente Lyxor, cession immobilière) , donc non pérennes.

50% des dividendes sont redistribués aux actionnaires. (ce pourcentage est considéré raisonnable par la Direction)

UNE STRATÉGIE INCOMPRISE PAR LES MARCHÉS

La direction a énuméré ses principales décisions stratégiques et leurs conséquences :

- L'opération ALD/LEASEPLAN est un axe de développement majeur et un projet à forte valeur ajoutée faisant naître le leader du marché de la mobilité.
- La Direction n'est pas inquiète de l'arrivée d'un prochain compétiteur (né du rapprochement de BP2S et CASEIS) sur le marché des services aux émetteurs SGSS.
- Offshoring : il y a un turn-over élevé en Inde (22%) et en Roumanie (12%).

  Nous nous interrogeons sur les conditions de travail et de rémunération de nos collègues ainsi que sur la qualité à terme des prestations délivrées (notamment au niveau RH).

Malgré toutes ces prises de positions, la valeur du titre Société Générale déçoit toujours.