

Les infos

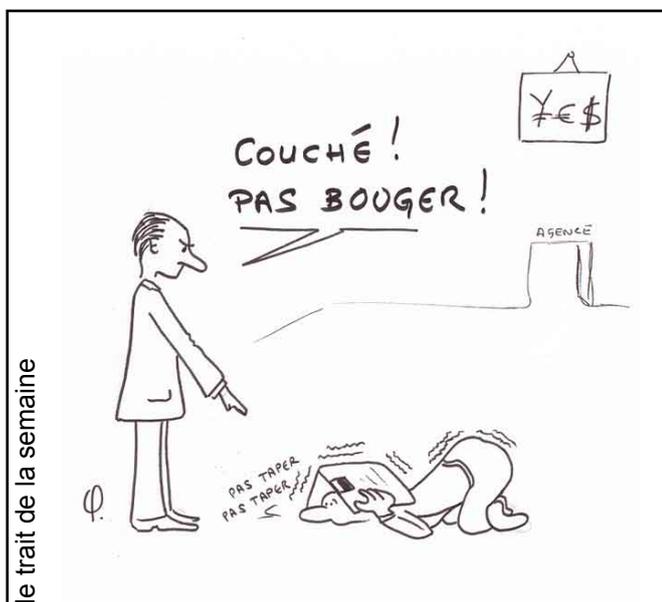
Vendredi 12 Juin 2009



« RÉFLEXIONS INQUIÉTANTES »

La réunion de la commission de suivi 4D avait été principalement exigée par la CGT, approuvée par la CFDT, et son ordre du jour essentiel portait sur la stratégie de la direction du réseau France pour 2009. Logiquement, après l'assemblée générale des actionnaires, qui avait été l'occasion d'obtenir de la Direction Générale un engagement sur l'emploi pour 2009, et l'ouverture attendue d'un chantier sur les rémunérations le 17 juin, la politique du réseau, qui reste la principale source de stabilité des résultats du groupe, restait l'autre grande question à débattre. La commission a commencé par l'exposé de Jean François Sammarcelli : « *le réseau souffre depuis 18 mois !* »... Selon le directeur du réseau, les résultats sont globalement bons, y compris sur les objectifs. Une situation qui n'est donc « pas alarmante », mais qui, du fait du contexte économique, entraînera mécaniquement une baisse du PNB, avant qu'une amélioration intervienne. L'impact principal du contexte économique porte sur « *l'explosion du coût du risque* » dû à « *une crise économique extrêmement forte* », risque sur les crédits aux PME, qui a coûté 250 millions au 1er trimestre et pèsera en négatif sur les résultats pour environ 1 milliard en 2009. En conclusion sur ce chapitre, JF Sammarcelli a précisé que la rentabilité du réseau allait baisser « assez fortement » cette année, mais que cela ne

doit pas conduire à modifier notre stratégie. Parlons-en de cette stratégie... Sammarcelli a poursuivi son exposé sur ce point et fait part de « réflexions » qui devraient aboutir pour la journée des directeurs de Deauville. Des « réflexions » sans lien forcément apparent, mais dont la cohérence est inquiétante, tant elle a un air de déjà vu du temps du trop fameux « Plan Flichy ». Il y a d'abord le projet de re-segmenter la clientèle. Il s'agit maintenant de s'occuper du segment « grand public » qui représente 77% de la clientèle soit 6 millions de clients. Sammarcelli veut « retrouver les clients les plus intéressants, dénicher les pépites, différencier les produits ». Il y a de plus le second projet qui porte pour l'essentiel sur l'accentuation de l'automatisation de la relation clientèle. Ces réflexions pourraient être interprétées comme une accélération de la pression destinée à satisfaire au plus vite l'objectif de retour à un ROE de 15% promis par le nouveau PDG à l'assemblée des actionnaires et aux marchés financiers. C'était aussi la logique du « Plan Flichy » en 93, avec la conséquence que l'on connaît d'affaiblir la place de la Société Générale sur le marché bancaire national. Après avoir écumé les fonctions supports avec 4D, ne peut-on se demander si la culture de rentabilité n'est pas en train de s'attaquer au fonds de commerce ! Bien entendu, JF Sammarcelli a protesté de sa bonne foi, et que nous nous inquiétons pour rien. Cette fois-ci, nous avons demandé, et obtenu qu'une discussion s'ouvre entre les organisations syndicales et la direction du réseau sur l'application de l'accord social. À notre question directe : Nous ne comprenons pas comment, lorsque la DRH admet auprès de nous qu'une règle n'est pas respectée, un patron local puisse répondre, je m'en fous, chez moi, je fais ce que je veux ! JF Sammarcelli nous a répondu, « moi non plus (je ne comprends pas) ! » et il a précisé : « *l'indiscipline n'a plus cours* ».



CGT Société Générale - SPB Société Générale
Paris La Défense 92972 CX - 01.42.14.30.68
cgt.sg@wanadoo.fr - spb.sg@laposte.net
Internet : www.premiumwanadoo.com/cgt.sg/
Intranet : Portail SG, Salariés France, Espace syndical, CGT