

# NATIXIS, LA SAGA 5

## Pour un modèle coopératif renouvelé

La méthode qui a prévalu dans la prise de décision et la déclinaison de l'OPAS, ainsi que l'éventuelle OPRO, cristallise les dérives du pseudo modèle coopératif mis en place par la loi du 25 juin 1999. Verticalité, autocratie, financiarisation, court-termisme, opacité, se conjuguent pour obscurcir la vision de l'avenir du Groupe. Dans les épisodes précédents nous avons traité des questions en suspens, des conséquences sur l'image du Groupe et de la pertinence relative de consacrer plus de 4 Mds d'€ à cette opération. Dans ce 5<sup>ème</sup> épisode de la Saga, nous traitons de la question fondamentale : une décision stratégique pour quoi faire ? Solder le passé ne peut être une fin en soi si ce n'est pour préparer l'avenir. Aujourd'hui, rien ne nous indique que cette opération va permettre de favoriser, ni même d'accompagner, la nécessaire transformation du modèle de la Banque de détails (BDD). Nous exprimons à nouveau notre préoccupation quant aux orientations du Plan Stratégique Groupe (PSG) 2022-2024. Fidèles à notre marque de fabrique et plutôt que de subir à nouveau des annonces défensives prévoyant essentiellement la maîtrise des frais généraux, la poursuite du repli et une forme de renoncement au développement, nous réaffirmons ci-après nos propositions.

### ■ Un mode de décision coopératif

La verticalité autocratique qui s'évertue à éliminer toute forme de contre-pouvoir a fait la preuve de son inefficacité et même de sa dangerosité. Revenir aux fondamentaux du mutualisme, c'est tout à la fois prévenir les excès de l'hubris\* des dirigeants, réaffirmer notre différence, optimiser une organisation capitaliste sécurisée et embarquer collaborateurs, sociétaires et clients dans un projet partagé.

### ■ Une opportunité exceptionnelle

La notion de proximité, inhérente au modèle coopératif fortement lié à son territoire, est impactée par la crise sanitaire. Sans elle, un tel processus de transformation aurait pris entre 5 et 10 ans. En réalité, il aboutira probablement dans le courant du PSG 2022-2024. Désormais, la proximité n'implique plus nécessairement d'être présent partout et le rayon de mobilité de nos clients, au travers des rendez-vous à distance, s'est considérablement allongé. A condition cependant que nous mettions les attentes de nos clients au cœur de notre stratégie. Le maillage doit assurer notre présence sur le territoire en intégrant toutes les solutions innovantes. Saisir cette opportunité exceptionnelle passe aussi et surtout par une volonté affirmée de reconquête qui devra se traduire par un arrêt du repli et par une politique de redéploiement logistique et de réallocation des moyens humains.

### ■ Investir et innover dans la BDD

Depuis 15 ans la BDD, au sens large, assure les fins de mois, les ratios de solvabilité et plus globalement la stabilité voire la survie du Groupe. La stratégie qui consisterait à poursuivre une politique malthusienne serait mortifère. Il s'agit de notre cœur de métier, de nos clients historiques et du socle qui supporte l'ensemble de l'organisation. Soyons résolument pionniers dans la transformation de notre modèle.

\*Chez les Grecs, tout ce qui, dans la conduite de l'homme, est considéré par les dieux comme démesure ou orgueil

Nous avons d'ores et déjà fait des progrès très significatifs en matière de « self care ». Nos clients sont en mesure d'effectuer confortablement une très large proportion de transactions depuis leurs PC ou leurs smartphones. Il nous reste à investir massivement dans :

- un système d'information (SI) au service de nos salariés, à la hauteur de nos ambitions ;
- la collecte et l'organisation performante des milliards de données dont nous disposons (big data) ;
- le management de notre relation avec nos clients (CRM) ;
- la formation afin de progressivement élever nos métiers vers des niveaux d'expertise.

Globalement, il s'agit de revaloriser les nobles métiers de la banque, de donner des perspectives enthousiasmantes à nos jeunes collègues et de retrouver la fierté d'être au service de nos clients et de l'économie nationale et européenne.

### ■ Pour une gouvernance responsable

Notre PSG doit enfin inclure pleinement la Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE). Inscrivons-nous résolument dans :

- le financement responsable ;
- la distribution de produits labélisés ISR\*\* ou ESG\*\*\* ;
- une gouvernance plus transparente et plus horizontale qui respecte l'ensemble de ses parties prenantes, collaborateurs, sociétaires, clients et partenaires ;
- l'innovation et la recherche permanente de l'amélioration de notre qualité servie.

**Cultivons notre différence, affichons nos valeurs, soyons conquérants et devenons les pionniers de la banque du XXI<sup>ème</sup> siècle.**

Le Secrétariat National du Syndicat Unifié-Unsa :  
 Philippe BERGAMO, Jean-David CAMUS,  
 Philippe CAZEAU, Patricia COTTARD,  
 Franck DELAGRANDE et François-Xavier JOLICARD

\*\*Investissement Socialement Responsable

\*\*\*Critères Environnementaux, Sociaux et de bonne Gouvernance