

NATIXIS, LA SAGA 8

La fin justifie les moyens

Laurent MIGNON (LM) avait fait de la sortie de la cote de NATIXIS le symbole d'un nouveau départ du groupe BPCE, ainsi devenu le premier groupe bancaire mutualiste européen non coté. Alors que l'Offre Publique d'Achat Simplifiée (OPAS) peinait, il a feint de ne pas s'en inquiéter. « Une OPA n'échoue pas, elle aboutit ou elle n'aboutit pas » disait-il. Maintenant que le minimum de 90% de détention des actions a été atteint de justesse (90,06%) au soir du 8 juillet, grâce à une prolongation improbable mais très opportune accordée par l'AMF, ses thuriféraires n'hésitent pas à évoquer un grand succès. En matière de sémantique et plus encore en matière d'éthique cette opération aura justifié de nombreuses dérives. Machiavel n'a pas prononcé la phrase célèbre que nous avons choisie comme titre mais il l'a théorisée : « *Ce qui est à désirer, c'est que si le fait l'accuse, le résultat l'excuse ; si le résultat est bon, il est acquitté* ». Tout a été bon pour faire aboutir cette OPAS, le problème étant que nous sommes au XXIème siècle et qu'en fait tout commence ici et maintenant !

■ Tout ça pour ça...

Le Plan Stratégique Groupe (PSG) a été adopté le 7 juillet par le Conseil de Surveillance de BPCE. Sans entrer dans les détails, nous pouvons d'ores et déjà annoncer que, sortie de la cote ou pas, les salariés devront continuer à produire plus avec dans le meilleur des cas des effectifs maintenus.

Produire plus, c'est sûr puisque le PNB Groupe devra progresser de 13% soit de près de 3 Milliards d'ici à 2024. A iso effectif, c'est beaucoup moins sûr car, pour que le Résultat Net Part du Groupe (RN PdG) progresse de près de 2 Milliards, tel que prévu, il faudra concomitamment baisser les frais généraux de 0,8 Milliard en année pleine. En d'autres termes, on ne change pas la méthode récurrente qui consiste à faire des salariés la principale variable d'ajustement. Il est vrai que l'organisation de nos systèmes d'information sera aussi profondément transformée mais nous y reviendrons largement à la rentrée.

■ Les temps ont changé

Nous ne sommes plus au XVIème siècle, ni même à la fin du XXème, et si le génie de Machiavel est intemporel, le contexte a changé. Les réseaux sociaux ont totalement bouleversé la gestion de l'image du « prince », mais aussi de toutes les organisations et notamment des banques.

De surcroît, une certaine presse, parfois bien informée et souvent malveillante, exploite à fond ce mode de communication devenu viral. LM, au travers tant des dérapages de NATIXIS que de la méthode qui a présidé à cette OPAS, a largement contribué à détériorer l'image du Groupe qu'il est censé promouvoir. Machiavel écrivait aussi : « *Le prince n'a pas à être juste, il suffit qu'il le paraisse* ». Désormais, il est plus difficile de paraître ce que l'on n'est pas. Mais il paraît que les Français ont la mémoire courte, espérons que cela se vérifie une nouvelle fois.

■ Et maintenant, qu'allons-nous faire ?

Dans un premier temps nos commerciaux seront de nouveau à la fête. Ils devront gérer la frustration des clients qui n'ont pas apporté leurs titres à l'OPAS et qui seront contraints de les apporter dans le cadre de l'Offre Publique de Rachat Obligatoire (OPRO). LM et ses fans, tout à la joie d'avoir finalement atteint leur objectif, semblent avoir oublié ce détail. Comme toujours l'intendance suivra. Pour notre part nous resterons très attentifs aux événements qui pourraient survenir sur le terrain et nous appelons les gouvernances locales à prendre les mesures préventives adaptées.

Dans un second temps, les Plans d'Orientation Stratégiques (POS) locaux vont être progressivement déclinés. Il faudra vérifier leur adéquation aux grandes lignes du PSG, même si des adaptations locales seront bien entendu possibles.

■ Vous avez dit "1^{er} Groupe bancaire mutualiste européen non coté" ?

Comme indiqué supra, nous approfondirons dès la rentrée de septembre les orientations du PSG et notamment son volet RH, sobrement intitulé « *Redessiner le futur du travail* », qui se veut ambitieux et innovant. Au-delà des bonnes intentions, il s'agira d'impliquer l'ensemble des parties prenantes : gouvernance, clients, sociétaires et salariés.

Dans cet esprit, nous réaffirmons notre détermination, non pas à cogérer mais bien à co-construire le changement.

Pour ce faire, il ne suffira pas de se payer de mots mais bien de traduire en actes, notamment au travers d'accords de Groupe, de Branche et d'entreprise, ce statut mutualiste que nous revendiquons fièrement de chaque côté de la table.