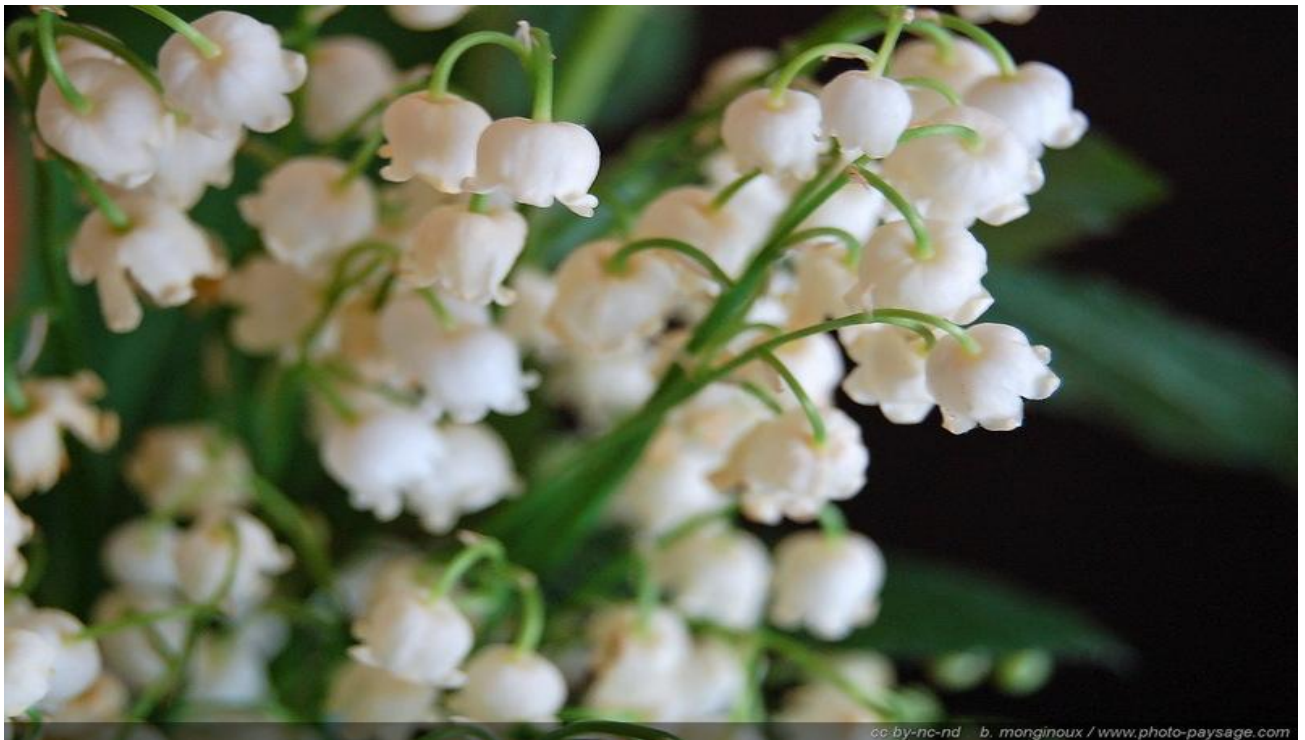


# L'echo du C.S.E

Jeudi 21Mai 2026

Numéro 14

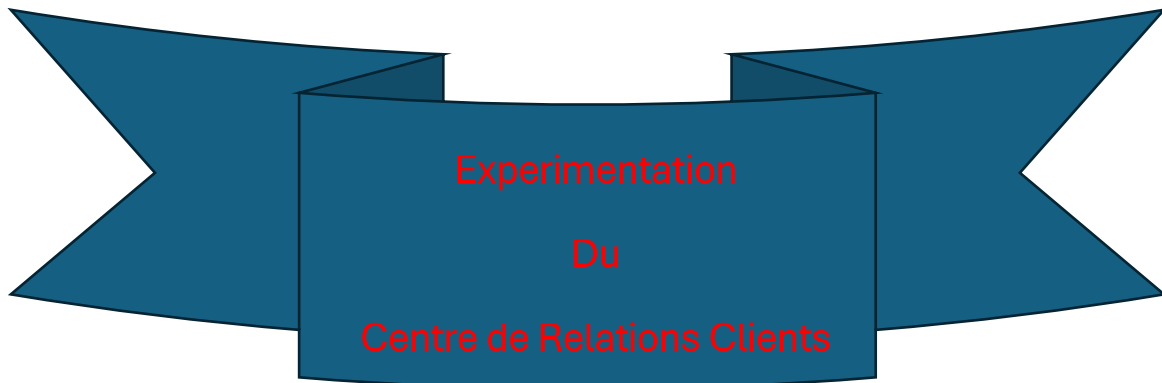


cc-by-nc-nd b. monginoux / www.photo-paysage.com

« Peu importe la lenteur à laquelle tu avances, tu  
dépasses toujours ceux qui restent immobiles »

*Confucius*

# Le scoop du jour



Une expérimentation d'un CRC (Centre de relation clients) dont le but est de s'occuper des demandes clients « basiques » (Assurances, BAQ, conso) en direct via l'aiguillage téléphonique basé sur le langage naturel.

Le but « désengorger » les conseillers en agence pour libérer du temps commercial à forte valeurs ajoutées.

L'objectif serait que le CRC prenne en charge :

- Une majorité des appels clients
- Tout ou une grande partie des motifs de contact et des leads.

A terme, grâce à l'acculturation des clients à ma banque, MIA, l'augmentation de l'autonomie clients et le CRC, un gain de temps conséquent sera donné aux conseillers.

Ce temps libéré va évidemment être compensé par des objectifs plus ambitieux,

Nous nous posons 2 questions :

1. La production commerciale générée par le CRC va-t-elle rentrer dans les objectifs individuels du conseiller qui gère le portefeuille concerné ?
2. Comment va s'organiser le temps libéré que les conseiller vont avoir et avec quels moyens ? en effet sans les leads, les motifs de contact et le flux d'appels clients, une autre organisation de la gestion commerciale va être nécessaire. Pour cela de nouveaux outils doivent être à disposition des conseillers.

## Process de l'expérimentation :

### Une phase d'expérimentation et de coconstruction

Nouvelles Proximités Clients

A partir de juin, nous rentrons dans une phase d'expérimentation et de coconstruction pour optimiser nos fonctionnements avec l'objectif d'amplifier l'évolution de notre modèle de service client



#### Les objectifs de l'expérimentation

- ✓ Apporter une réponse à 1<sup>ère</sup> demande
- ✓ Améliorer la satisfaction client
- ✓ Générer du développement commercial pour un PNB durablement
- ✓ Orchestrer au mieux les flux clients et la proactivité humaine et digitale
- ✓ Définir les modalités de formation

#### Phase de Co-construction avec les équipes de juin à décembre 2026

- **Rencontre avec les équipes des agences et du CRC pour co-construire les meilleures modalités de fonctionnement :**
  - Besoin pour répondre à 1<sup>ère</sup> demande (délégations, habilitations, simplification, outils...) ?
  - Satisfaction client à travers nos 8 engagements clients ?
  - Enjeux managériaux ?
  - Coordination entre les différents canaux ?
  - Besoin en formation... ?

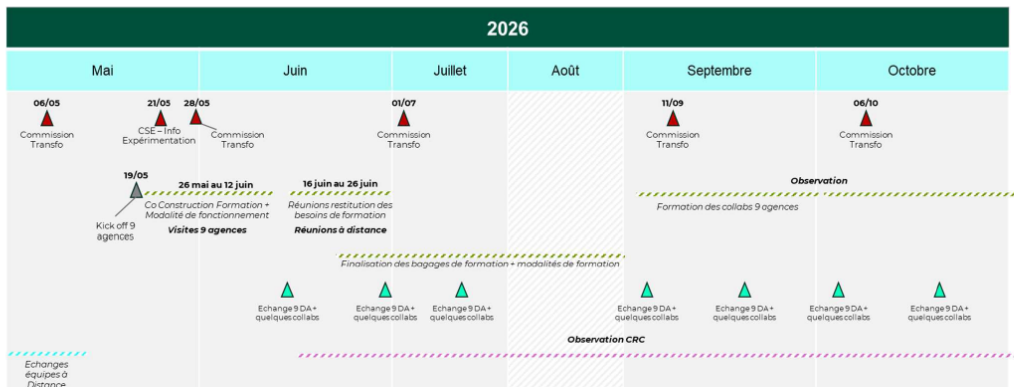
#### Les modalités de l'expérimentation

1. **9 agences, 1 par région**
  - Les 9 agences ont été identifiées (cf p4) sur la base du volontariat (18 agences)
2. **Expérimentation d'un CRC**
  - Missions de 5 collaborateurs à compter de juin sur des activités 100% à distance (leads, motifs de contact,) en relais des 9 agences, sélection des collaborateurs sur la base du volontariat dans les équipes à distance (ARC, BD, MO Assu, E immo)
3. **La gestion des "Petits Pros / Agri" par Pro Direct sur le périmètre Arles – Alpilles - Salon**
4. **Les usages digitaux (visio, IA, IA formation, parcours)**



### Co-construction avec les équipes

Nouvelles Proximités Clients



- **Kick-off de lancement de l'expérimentation le 19/05** avec l'ensemble des collaborateurs des agences embarquées.
- **Phase de co-construction avec les agences entre le 26 mai et le 12 juin** permettant d'embarquer les évolutions souhaitées :
- **Un échange à la quinzaine directeurs d'agences/DIRCO** tout au long de l'expérimentation.
- **Un membre du CODIR sponsor par agence** (présence régulière).
- **Pour le CRC, présence d'un moniteur permettant d'accompagner** l'équipe (rattachement direct des 5 collaborateurs à David CARRADU).
- **Commissions Transformation régulières** pour partager les retours





## Liste des 9 agences volontaires

Nouvelles Proximités Clients

Aix Les Milles
Marignane
Orange
Saint Martin de Crau
Le Pontet & Sorgues
Isle sur la Sorgue
Marseille la Valentine
Marseille Prado
Gap Carnot / Gap Tokoro



## Brèves du CSE

### - **Projet-Evolution de structures Hautes Alpes**

#### **PROJET DE RÉORGANISATION DES AGENCES DE GAP TOKORO, GAP CARNOT ET EMBRUN**

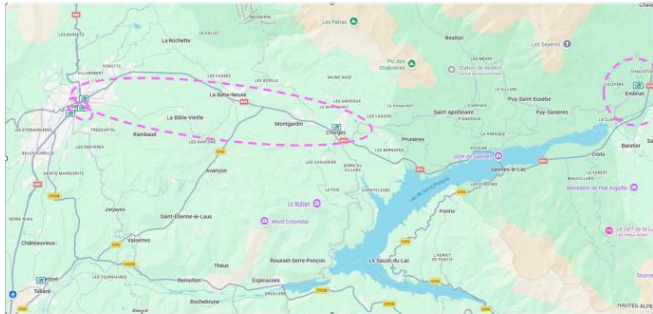
Regroupement des agences de **Gap Tokoro** et de **Gap Carnot** au sein d'une agence **Gap Bayard**

Rattachement du point de vente de **Chorges** (actuellement rattaché à l'agence de Gap Tokoro) à l'agence d'**Embrun**

Cette évolution vise à renforcer la cohérence territoriale, l'efficacité opérationnelle et notre développement commercial :

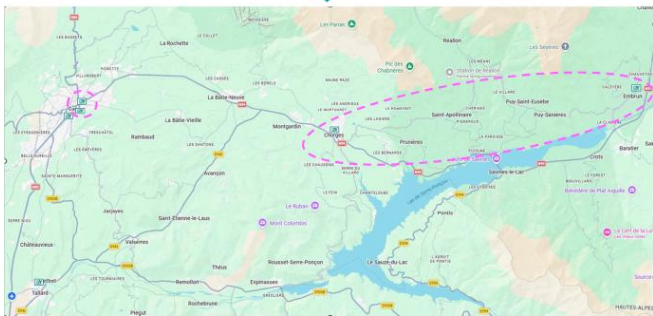
- **Le regroupement des agences de Gap Carnot et Gap Tokoro** permet de consolider notre présence sur une même zone de chalandise et d'harmoniser les pratiques commerciales au service d'une clientèle aux profils similaires.
  - **Le rattachement de Chorges à Embrun** s'inscrit dans une logique de bassin de vie autour du lac de Serre-Ponçon, avec des flux naturels, une typologie de clientèle homogène et des enjeux économiques communs, notamment liés à une même dynamique touristique et saisonnière au sein de la communauté de communes de Serre-Ponçon.
  - **Une évolution des horaires d'accueil clientèle du point de vente de Chorges** de 3 à 5 ½ journées
- Mise en place prévisionnelle à compter du 30 juin
  - Les collaborateurs sont informés
  - Les Caisses Locales sont informées





**Structure actuelle**

Agences	Nb de PDV	Nb de CC
AG GAP TOKORO	2	3877
AG GAP CARNOT	1	4748
AG EMBRUN	1	3485



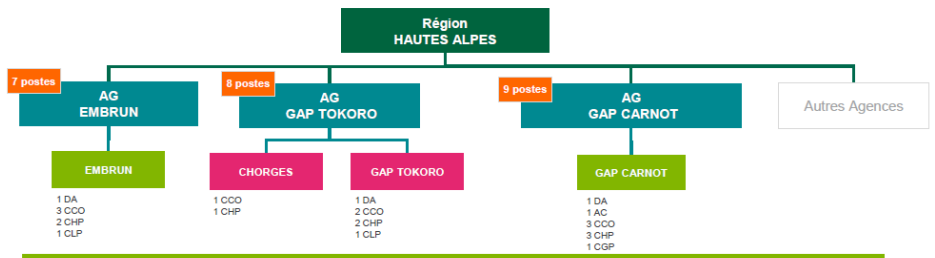
**Structure cible**

Agences	Nb de PDV	Nb de CC
AG GAP BAYARD	2	7672
AG EMBRUN	2	4438

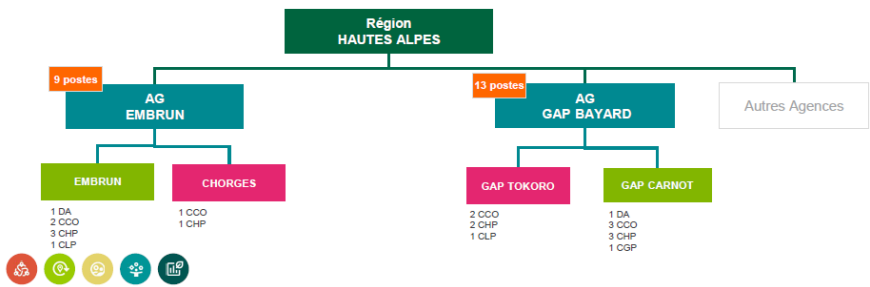


**STRUCTURE RÉGION HAUTES ALPES**

**Structure actuelle**



**Structure cible**



**Points clés**

- Suppression d'1 poste de DA à Gap Carnot (poste vacant)
- Suppression d'1 poste d'AC à Gap Carnot (poste vacant)
- Transformation d'1 poste de CCO en CHP à Embrun



## ***Nos questions, leurs réponses :***

### **Projet - Evolution de structures Hautes Alpes**

1. Pouvez-vous nous confirmer que les agents caturiges seront rattachés sur l'agence de Charges ?

**Réponse :** [Oui, les conseillers caturiges seront rattachés au PDV de Charges.](#)

2. Les clients en portefeuille des CPAT, CH Pro et CGP de l'agence de Charges actuellement gérés par des conseillers sur GAP, seront-ils affectés à ceux basés sur Embrun ?

**Réponse :** [non.](#)

3. Quelles cohérences géographiques peut-on justifier sur ce modèle en rattachant un village proche de 17 kms, d'une préfecture à une ville secondaire distante de 24 kms ?

**Réponse :** [Une cohérence territoriale avec le bassin de vie du lac de Serre-Ponçon.](#)

4. La qualité du réseau routier sur le parcours additionnel et sa surcharge Saisonnière (Outre les évènements climatiques) ont-ils été appréhendés ?

**Réponse :** [Oui. A noter également une ouverture quotidienne du PDV de Charges qui permettra de limiter les déplacements des collaborateurs affectés au PDV.](#)

5. L'addition d'un point de vente rattaché aussi distant, et la solidarité en cas d'absence que cela induit pour le point de vente principal, a-t-elle été prise en compte dans la suppression d'un poste de CC ?

**Réponse :** [Les modalités d'accueil sont similaires sur l'ensemble des agences de CAAP avec un accueil partagé et l'évolution de notre modèle de service, toute une équipe au service de nos clients.](#)

6. Le gain d'expertise recherché par le remplacement du CC par un chargé, n'est-il pas annulé par des tâches chronophages, peu génératrices de PNB (Accueil, téléphonie, SAV et.) et les temps de trajet additionnels ponctuels induits par la solidarité nécessaire sur un point de vente rattaché en cas d'absences ?

**Réponse :** [Les attentes de nos clients évoluent durablement vers davantage d'expertises lorsqu'ils nous sollicitent et plus d'autonomie digitale sur les opérations simples.](#)

## - Projet de regroupement Caumont / Le Thor

### DESCRIPTION DU PROJET DE REGROUPEMENT

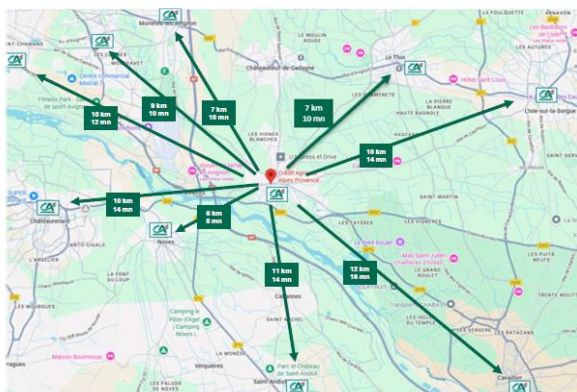
- Une rénovation de l'agence du Thor au format « réseau nouvelle génération » avec tous les éléments du concept (Accueil Genius CAP, Espace nouveau collectif,...)
- Création d'une agence mono point de vente de taille significative (capacité d'accueil augmentée) favorable au développement et permettant de mieux accueillir nos clients et d'assurer un fonctionnement optimisé (horaires et présence des collaborateurs vs. 2 matinées/semaine actuellement pour Caumont)
- les 2 PDV sont actuellement proches (distant de moins de 7 km et 10 min en voiture) et Caumont se situe au cœur d'un maillage dense avec 7 points de vente à moins de 15 mn. Nous sommes propriétaire des 2 points de vente
- Les collaborateurs sont informés
- Le projet sera présenté en Caisse Locale le 2 juin
- Mise en place prévisionnelle été 2026



### CONTEXTE DU PROJET DE REGROUPEMENT DE CAUMONT SUR LE THOR

Agence du Thor 8 postes au total :

- Le Thor 6 postes (y compris le DA) avec un FDC de 3 120 CC (2er quartile CAAP ; 63ème PDV)
- Caumont 2 postes avec un FDC de 1 019 CC (4ème quartile CAAP ; 133ème PDV). Périodique ouvert 2 ½ J / semaine fermé 2 mois en été + 2 semaines à Noël



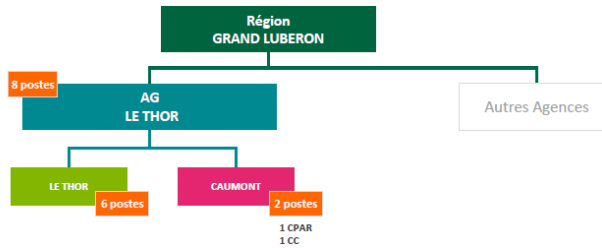
Caumont se situe au cœur d'un maillage très dense avec 7 PDV à proximité immédiate (< de 15mn)

Pas de concurrent sur Caumont



## RÉGION GRAND LUBÉRON

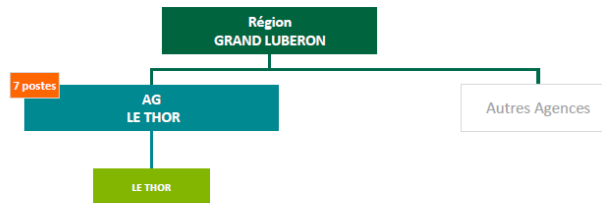
### Structure actuelle



### Points clés

- Suppression d'un poste de CC avec réorganisation des portefeuilles

### Structure cible



### ***Nos questions, leurs réponses :***

#### **Projet de regroupement Caumont / Le Thor**

1. Y-aura-t-il un DAB présent sur Caumont ?


**Réponse :** Non. L'activité fiduciaire actuelle ne justifie pas pour le maintien d'un DAB en gestion externalisée.

2. Quand sera présenté à la CSSCT le rapport d'esquisse ?

**Réponse :** L'esquisse fera l'objet d'une présentation lors du prochain CSSCT

3. Que devient le CC affecté à ce jour à Caumont ?

**Réponse :** Le CC actuellement affecté sur l'agence de Caumont sera affecté à l'agence Le Thor, il est informé et très satisfait.



# LES R.I.C

## Remontées Individuelles et Collectives

### 1/ Quotas obligataires ou obligatoires ?

Nous nous interrogeons sur la politique commerciale de la Direction concernant les différentes émissions obligataires ?

Nous constatons comme il y a quelques années en arrière une pression commerciale sur les équipes afin de « boucler les quotas ».

Quotas très importants et difficilement commercialisables sauf à mener des grosses opérations d'arbitrage dont on se demande parfois l'intérêt pour nos clients.

S'agit-il de quotas mis à disposition des conseillers pour répondre aux besoins des clients ou devons-nous absolument les boucler au détriment du conseil client ?

Pouvez-vous préciser l'intérêt en termes de création de PNB pour la CR de proposer ce type d'arbitrage à nos clients ?

Pouvez-vous également nous indiquer le préjudice financier pour la CR de ne pas réaliser ces quotas ?

**Réponse :** Notre priorité est la satisfaction de nos clients, enjeu majeur de notre projet Client Nouvelles Proximités. Pour cela l'intensité relationnelle et le conseil sont des clés de réussites. Leurs attentes évoluent vers davantage de conseil épargne et nos IRC stratégiques sur les marchés patrimoniaux le confirment. Afin d'apporter un bon niveau de conseil dans une période d'incertitude marchés et de taux, nous avons l'opportunité de contacter nos clients pour les informer de nos obligations (UCO) avec des taux de

rendement de très bon niveau (ex 3.90% garantis sur 10 ans) et une signature Crédit Agricole de grande qualité.

En ce sens nous encourageons des ambitions pour chacun afin d'apporter une dimension de conseil notamment par la possibilité renforcée d'arbitrages partiels au regard d'un rendement de fonds Euros pouvant devenir moins attractif. Nous avons pour cela identifié près de 7000 motifs de contact sur des clients appétents pour lesquels le devoir de conseil est réalisé par la découverte Trajectoire Patrimoine.

Pour notre Caisse Régionale, en complément de l'intérêt en matière de satisfaction client, les UCO permettent un retour de liquidité favorable pour pouvoir rester compétitif dans nos offres de crédit (amélioration du DCC).

L'impact PNB de l'arbitrage Fond € vers UCO représente un gain limité d'environ 15cts sur les encours. A noter que la CR a récemment décidé d'augmenter à 10 le nombre d'arbitrage client gratuits (vs. 2 jusqu'à présent) afin de favoriser l'activité de nos contrats (en selfcare client et proactivité CR).

Il n'existe pas de pénalités pour la Caisse Régionale en cas de non-réalisation, ni d'ailleurs en cas de fort dépassement des ambitions fixées.

## 2/ Les adjoints des centres d'affaires sont-ils des managers ?

Une fois de plus les adjoints des centres d'affaires n'ont pas été conviés à la visio de la Direction Générale sur les résultats du premier trimestre de la CR (comme aux réunions managers) ?

Ils ne sont pas considérés comme managers alors même que leur fiche de mission l'indique et que cela se traduit dans leur quotidien.

Pouvons-nous avoir une position claire de la Direction Générale sur leur métier, et éventuellement modifier leur fiche de mission afin de supprimer la partie management ?

Extrait de la fiche de mission :

ACTIVITÉS PRINCIPALES	
<b>ACTIVITÉS PRINCIPALES</b>	<b>Exigence requise</b>
Contribuer à la maîtrise du risque et la conformité, en phase avec les exigences de qualité et de conformité	Conforme
Contribuer au développement du fonds de commerce	Conforme
<b>COMPÉTENCES MANAGÉRIALES</b>	<b>Exigence requise</b>
Faire grandir ses collaborateurs	Conforme
Mobiliser	Conforme
Organiser l'activité et la coopération	Conforme
Piloter l'activité	Conforme
Porter les changements	Conforme

**COMPETENCES DE GESTION / METIER**

=> *Compétences Managériales:*

- Avoir des dispositions au Management
- Savoir écouter, analyser, décider, mettre en oeuvre, mesurer
- Accompagner les collaborateurs et savoir déléguer
- Réduire les écarts
- Vérifier la mise en oeuvre et rendre compte

**COMPETENCES RELATIONNELLES**

- Faire preuve de **leadership** (loyauté, légitimité, constance)
- Savoir travailler en transversal

Nous rappelons que l'ensemble de la ligne managériale du réseau de proximité est invité à ce type de réunion

**Réponse :** Dans le cadre de l'évolution du modèle de service, une réflexion est prévue sur ce sujet.

**3/ Succession sur personne morale**

Il s'agit fort heureusement de dossiers atypiques, mais pris en charge à ce jour ...par personne.

Les chargés pros et plus globalement les CAFF sont démunis et doivent se « battre » avec les services supports pour essayer de trouver des réponses à leurs questions.

Par exemple : En cas de décès d'un associé quid du devenir d'une ligne de trésorerie couverte pour partie par une assurance décès, alors que l'entreprise continue son activité car les parts ont été transmises aux bénéficiaires de la succession ?

Ne serait-il pas opportun que ces dossiers soient pris en charge par le service successions qui serait plus à même de faire le lien avec les différentes parties ?

**Réponse :** La question soulevée est compréhensible. Les dossiers de succession impliquant une personne morale — décès d'un associé, transmission, entreprise en continuité d'activité — constituent des situations complexes, à la croisée du droit des successions, du droit des sociétés et de la gestion des engagements bancaires.

Au-delà de la gestion administrative du dossier, ces situations représentent un moment de vie structurant pour les futurs dirigeants et repreneurs. Bien accompagnée, une succession sur personne morale peut devenir un levier fort de fidélisation et de développement commercial.

Dans le cadre de notre projet d'entreprise, et afin d'avoir un accompagnement client de qualité et encore plus de satisfaction, nous allons intégrer cette demande dans les réflexions autour du modèle de service des filières d'expertise.

A court terme, et afin que nos collègues ne soient pas « démunis », nous allons communiquer auprès de la direction des marchés spécialisés la désignation de référents au sein du service Successions qui pourront être sollicités directement par les chargés pour toute question relative à ce sujet.

#### 4/Open d'Aix Crédit Agricole Alpes Provence :

L'open d'Aix Crédit Agricole Alpes Provence se termine.

Quels enseignements en tirez-vous en termes de business et de notoriété ?

Quel est le ROI estimé de cet évènement ?

Vu de notre fenêtre nous nous interrogeons sur la nécessité de cet investissement sur une opération de communication purement aixoise.

**Réponse :** L'Open d'Aix a attiré 30 000 visiteurs et sa notoriété s'étend largement au-delà d'Aix-en-Provence. Nous vous renvoyons à la publication réalisée dans CAAP ACTU le 7 mai qui fait référence aux retombées positives de cet évènement.

#### 5/ Réclamations DG

Pouvez-vous nous préciser les différents canaux de réclamations mises à la disposition des clients ?

De manière plus précise, sur quel critère une réclamation est qualifiée de « réclamation DG » ?

Quels sont les filtres appliqués pour le traitement de ce type de réclamation ?

**Réponse :** Au cœur du déploiement de notre stratégie Nouvelles Proximités, la qualité et la rapidité de traitement des réclamations s'imposent comme un levier clé de notre engagement en matière de culture et d'engagements clients. Cela constitue un enjeu majeur pour atteindre notre objectif d'1 million de clients très satisfaits.

1- Les réclamations clients émanent de différents canaux :

- Majoritairement les clients font part de leur mécontentement directement auprès de leur agence (en physique / à distance par email / téléphone / courrier papier) ;
- Le client a également la possibilité d'adresser sa réclamation directement à l'attention du service client, via notre NPC ou Ma banque avec un formulaire dédié : <https://www.credit-agricole.fr/caalpesprovence/particulier/informations/litiges-reclamations.html>

2- Une réclamation est qualifiée « réclamation DG », lorsqu'elle s'adresse à un membre de la Direction Générale ou du Conseil d'Administration.

3- Ces réclamations sont prises en charge directement par le service clients qui fait le lien entre les différents services ou agences concernés pour apporter une réponse complète et éclairée au client.

## 6/ Paiement solde de REC individuelle 2025 :

Le paiement du solde de la REC individuelle 2025 en mars 2026 a entraîné une grande confusion auprès de certains Collaborateurs et certains Managers.

En effet dans certains cas les consignes données par la DRH n'ont pas été comprises sur la différence entre REC fixée et REC payée qui comprend les bonus +10, +20 et +30 prévus par l'accord en vigueur pour les Collaborateurs avec atteinte >110%.

Certains Managers ont compris que la colonne à renseigner pour la REC 2025 était le taux d'atteinte REC et que la DRH calculerait les bonus en supplément pour les Collaborateurs concernés.

Or cela n'a pas été le cas et il a été répondu après coup à ces Managers qu'ils devaient renseigner la « REC payée ».

Cependant certains collaborateurs ont vu sur leur bulletin de salaire de mars des REC payées à 115%, 130% etc... ce qui est mathématiquement impossible selon l'accord REC en vigueur en 2025.

1) Combien de collaborateurs de CAAP ont eu un REC individuelle mentionnée sur leur BS à 115%, 130% ou tout autre taux non compatible avec l'accord ?

Rec Individuelle 115%		
	CPN	AJK
Acquis	25,00	
Pris/Positionnés	4,34	
Solde	20,66	

Pour la définition des termes emplo:

2) La Direction a-t-elle conscience de cela et comment compte-t-elle régulariser la situation en versant les bonus REC dus aux Collaborateurs concernés ?

3) Combien de collaborateurs ont bénéficié d'un bonus de surperformance ou de surinvestissement ? et combien ont eu 50 pts ?

### Réponse :

Depuis l'accord REC signé en décembre 2023 et appliqué sur les exercices 2024 et 2025, l'effet multiplicateur ne s'applique plus sur le taux saisi par le manager mais avant l'application des 0 à 50 points à la main du manager, il n'est donc plus possible de réaliser le calcul évoqué dans la question comme c'était le cas dans l'accord REC 2021-2023.

Il est donc tout à fait possible d'avoir un taux de REC à 115% avec par exemple, un taux d'atteinte des ambitions individuelles à 109% et 6 points de % de bonus manager.

A ce jour, nous n'avons pas eu de retour manager ou collaborateur sur ce sujet hormis 1 cas individuel d'incompréhension que nous allons traiter avec attention. La Direction

du Capital et Développement Humain reste bien sûr à disposition des managers s'il venait à y en avoir d'autres.

## 7/ Projet pilote Campus Nouvelle Génération

Il a été présenté au dernier CSE et aux équipes concernés ce projet de regroupement des directions financières, commerciales et marketing sur un même espace « ouvert »

Quels sont les prochains regroupements possibles et envisagés si ce projet venait à être développé pour l'ensemble des services supports ?

**Réponse :** Il n'y a pas à ce stade du projet pilote de réflexion sur les prochains regroupements.

Comme indiqué dans le cadre de la présentation du projet au CSE, ce projet pilote a vocation à inspirer l'évolution future des modes de travail sur le campus, car il s'inscrit dans l'ambition globale de Nouvelles Proximités coconstruit pour plus de collectif, de synergies et une expérience collaborateur enrichie.

Pour autant, il n'a pas vocation à être déployé de manière uniforme ou automatique. Toute extension serait menée de façon progressive et en prenant pleinement en compte les spécificités de chaque activité : nature des missions, utilisation de dossiers papier, temps de téléphone important, contraintes métiers. L'objectif n'est pas de plaquer un modèle unique, mais de construire des environnements de travail adaptés aux usages réels, conciliant travail collectif et exigences opérationnelles.

Le retour d'expérience du projet pilote constituera un élément clé pour ajuster les approches et définir, le cas échéant, des solutions différenciées selon les directions et les métiers.

## 8/ SEM (société d'économie mixte) métropole -CAAP

Quelles pourraient être les conséquences pour la SEM métropole ID AMP (SEM en co partenariat entre la Métropole Aix Marseille Provence et CAAP) si la situation de blocage budgétaire de la Métropole perdurait ?

**Réponse :** Dans le cadre du projet Nouvelles Proximités, la Caisse régionale s'inscrit dans une démarche de performance responsable. A ce titre, La SEM IDAMP est dotée de moyens financiers pour poursuivre son développement pour l'ensemble de l'année 2026.

*N'hésitez pas à nous contacter.*

**Vos élus SDACAP/SUDCAM au C.S.E :**

- Stéphane SIGAUD
- Leïla M NASRI
- Anaïs MOYA- PUGET
- Christophe PARRIAUX
- Jean-Christophe CORNIGLION
- Cindy BALDANZA
- Gilles CHAUSSALET
- Geneviève HERBIN
- Yannick DUBOIS

Représentante syndicale SDACAP/SUDCAM au C.S.E

- Florence RICHARDIER
- Hélène HENNART