



# Que reste-t-il de nos valeurs ?

*Suite à ses précédents opus : projet stratégique, projet coopératif, charte du management, la Caisse nationale pond un nouveau bréviaire : le projet valeurs. Cette campagne est une véritable opération de maquillage d'une réalité que nous dénonçons : la Caisse d'épargne, aujourd'hui, a un déficit de considération envers sa clientèle et envers ses salariés.*

Aucun slogan publicitaire ne réussira à dissimuler des pratiques que nous vivons au quotidien. Les salariés des Caisses d'épargne sont désormais sommés de vendre des produits à tout va dans une relation commerciale où la finalité mercantile a largement supplanté l'intérêt du client. La volonté des dirigeants, d'instaurer une rémunération à la performance, ne ferait que dégrader cette relation. Plus grave, la tarification des services bancaires prend désormais le pas sur le métier de base et se sédimente dangereusement autour d'une tarification-sanction des clients les plus fragiles.

Dans le domaine des relations sociales, la profession évolue dans un climat mortifère inconnu jusqu'à ce jour.

Les employeurs depuis des mois remettent en cause le contrat de travail des 43.000 salariés du Groupe.

Après la dénonciation des accords nationaux de la profession, ils s'en prennent aujourd'hui aux accords locaux, entreprise par entreprise.

Pour couronner le tout, ils viennent de s'engager dans une campagne de répression anti-syndicale : tentatives de licenciements, mutations sanctions, retenues sur salaires, tracasseries administratives...

Dans ce contexte, les affirmations contenues dans le Projet valeurs : confiance, écoute, pédagogie, ouverture à tous, respect... sonnent bien mal, réduisant l'ensemble à une simple démarche marketing de plus.

La démarche elle-même a d'ailleurs de quoi surprendre. La logique voudrait en effet que l'on construise sur des valeurs et non que l'on définisse celles-ci par rapport à des objectifs. L'aspect propagandiste est d'ailleurs avéré puisqu'en amont du projet, un sondage a été effectué pour rechercher les formules en phase avec l'opinion publique. Ainsi pour le Groupe, ce que l'on est importerait peu : l'essentiel serait de prétendre être ce que l'opinion aimerait que l'on soit.

***Pour enjoliver l'ensemble une formule fut adoptée : « des racines et des ailes ».***

***Une formule en valant d'autres, nous sommes enclins à nous interroger :***

***- des valeurs « racines » pour enterrer quoi ?***

***- des valeurs « ailes » pour voler qui ?***