

R é m u n é r a t i o n   d e s   d é p ô t s   à   v u e

## *Une opération en trois temps*

### *Révolution - Congratulations - Bâtons*

La « Révolution du 14 avril » est assurément un bon coup de pub. L'écureuil sur les barricades, drapeau républicain en pattes, est un visuel qui fait mouche.

Cette opération a fait les titres de la presse nationale : journaux, radios, télévisions ont relayé l'évènement. Le message portant sur la rémunération du « compte-chèques », est venu opportunément informer ceux qui l'ignoraient encore (il y en a) que nous commercialisons le produit.

Bravo ! bien vu ! Les concepteurs et leurs commanditaires ont de bonnes raisons d'être satisfaits de leur travail.

### *Pavoisons !*

Les commentaires et analyses de nos dirigeants, dans les quelques jours qui ont suivi l'évènement, semblaient tout aussi orchestrés que la campagne de pub. Dans un enthousiasme général, ils rapportaient à l'envi les échos du terrain : « *nos salariés sont fiers d'appartenir à ce grand Groupe, nos clients sont ravis, les retombées commerciales sont inespérées, les résultats tombent...* ».

De quoi ficher un sacré coup de blues à nos concurrents !

N'en jetez plus ! La « Révolution du 14 avril » est un coup de génie (de la Bastille).

### *La fête est finie*

Après l'opération médiatique et la liesse d'auto congratulation, il va falloir bosser. Ce troisième volet de l'opération n'a pas encore été décliné dans les Caisses d'épargne, mais les plans sont écrits. Une campagne commerciale assise sur l'opération publicitaire va se dérouler jusqu'à fin août. Les objectifs commerciaux qui lui sont assignés sont, eux aussi... très révolutionnaires.

Abonnements, collecte, comptes titres, épargne-logement, assurances... tous les compteurs sont revus à la hausse, dans des proportions de 40 à 100 % !

Nos « têtes pensantes et calculantes » ont ainsi estimé que la « Révolution du 14 avril » générera une telle abondance. Et quand ceux-là pensent, ils n'aiment pas être contrariés. Il faudra donc réussir.

Que l'on ne s'y trompe pas, ces chiffres ne répondent pas de prévisions stratégiques ou d'études de marchés sophistiquées mais tout simplement de calcul de rentabilité. La rémunération des dépôts a bien évidemment un coût qu'il va falloir compenser en tirant les résultats commerciaux très forts vers le haut.

Comme dans toute opération militaire, il y a des stratèges et des généraux qui décident et reçoivent les lauriers, puis la troupe qui exécute au nom de « valeurs » dont il est interdit de douter : qui oserait trahir l'écureuil sur sa barricade ?

***Qu'importe pour ces généraux le niveau de pression commerciale, facteur de stress et de souffrance au travail. C'est bien aux salariés de retrousser les manches, encore et toujours, dans cette course effrénée aux résultats.***

***On a connu des révolutions pour moins que cela !***

*Le Secrétariat National :*

*Jean-David Camus, Gérard Commarmond, Patrick Galpin, Serge Huber et Michel Ricard*