



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 13 juillet 2006

Projet de nouvelle organisation du réseau dédié aux particuliers et professionnels : l'Agence au cœur de la relation commerciale

Un projet de nouvelle organisation du réseau des 1.950 agences LCL a été présenté ce matin par Christian Duvillet, Directeur général de LCL, au cours de la séance du Comité Central d'Entreprise.

La nouvelle organisation de LCL part de l'analyse des attentes de ses 6 millions de clients, et a pour objectif d'améliorer la réactivité et l'efficacité du dispositif commercial. Quatre grands critères d'appréciation client ont ainsi été particulièrement pris en compte : la proximité, la compétence des interlocuteurs, leur capacité de décision, ainsi que la clarté de l'organisation.

La mise en œuvre de cette réorganisation intègre 3 axes de réforme (I). Elle implique également une révision du réseau physique (II) et fait l'objet d'un important accompagnement de formation et de gestion des carrières (III).

I. Les trois axes du projet de nouvelle organisation du réseau

1. Le renforcement de l'Agence au cœur de la relation commerciale

Sous l'autorité unique du Directeur d'Agence, l'ensemble de l'offre de LCL pour les particuliers et professionnels sera désormais réunie au sein de l'agence. Tout client trouvera ainsi, sur un site unique, la totalité des compétences auxquelles il souhaite faire appel. La réunion des différents acteurs commerciaux sur un même lieu, conjuguée à une formation renforcée et à l'appui d'animateurs spécialisés par marché de clientèle, permettra d'apporter aux clients un meilleur niveau d'expertise globale.

Par ailleurs, les missions des conseillers et des directeurs d'agences évolueront dans le sens d'une plus grande autonomie et d'une capacité de décision élargie. Les circuits de décision seront ainsi raccourcis, et l'organisation simplifiée pour une meilleure lisibilité et une plus grande réactivité du réseau.

2. La dynamisation de la Banque privée

Le réseau Banque Privée sera renforcé à travers la création, dans les capitales régionales, les grandes agglomérations et Paris, de pôles dédiés. Une évolution qui permettra d'élargir l'offre de la Banque Privée (spécifique en produits et en services) à une clientèle plus importante (110.000 clients environ).

3. L'aménagement des fonctions support

Les fonctions support seront animées au plan national par la ligne métier à laquelle elles sont rattachées. Ce projet s'inscrit dans le cadre d'une volonté de renforcer les forces commerciales de terrain. Il participe à un objectif global de déploiement de 75% des effectifs au service direct du client.



II. L'optimisation du réseau physique

1. Des agences plus nombreuses et plus modernes

Un programme de développement et de modernisation des agences permettra d'ouvrir une quarantaine d'agences chaque année, et d'automatiser et de rénover progressivement l'ensemble du parc. Ce plan ira dans le sens d'un maillage plus dense et mieux adapté aux nouvelles évolutions socio-démographiques des zones urbaines.

2. Des périmètres géographiques redessinés

Le nouveau découpage du dispositif commercial repose sur une extension des périmètres géographiques. Ainsi, il y aura environ 350 Directions de Groupes d'Agences, contre 539 secteurs actuellement. Le maillage des Directions Régionales, ramenées de 77 à une cinquantaine, sera calé sur les découpages administratifs : régions, groupes de départements ou d'arrondissements à Paris. Ceci permettra aux managers de mieux jouer leur rôle de représentants de LCL auprès des décideurs locaux.

La relation "multi-canal" (téléphone, internet) sera quant à elle développée en appui du réseau commercial.

III. L'accompagnement Ressources Humaines

L'aménagement de l'organisation, sans incidence sur l'effectif global des 15.000 collaborateurs du réseau, conduira à faire évoluer les missions d'un certain nombre de collaborateurs.

Dans ce contexte, ce projet d'organisation intègre :

- un plan de gestion individuelle des carrières, excluant toute mobilité géographique contrainte,
- un important programme de formation accompagnant l'évolution des collaborateurs.

Commentant ce projet, Christian Duillet, Directeur Général de LCL, a déclaré : ***"Ce projet de nouvelle organisation s'inscrit dans la dynamique commerciale dans laquelle LCL évolue depuis le lancement de la marque en août 2005, en parfaite cohérence avec les objectifs du projet d'entreprise crescendo lancé en 2004. Conçu en réponse aux attentes des clients, notre nouveau dispositif commercial sert de socle à la stratégie de conquête dans laquelle nous sommes engagés. C'est avant tout un plan de développement"***.

Ce projet fera l'objet d'une phase de préparation technique et sociale de septembre à décembre 2006. Après consultation des instances représentatives du personnel, il sera ensuite mis en œuvre début 2007.

A propos de LCL :

LCL est la nouvelle dénomination commerciale du Crédit Lyonnais.

Depuis son rapprochement avec le Groupe Crédit Agricole SA en 2003, le périmètre d'activités de LCL est axé sur le marché des particuliers, des professionnels et des entreprises en France.

LCL, c'est aujourd'hui 6.000.000 de clients et 25.000 salariés.

Le réseau des 1.950 agences de LCL dédié à la clientèle des Particuliers et Professionnels est dénommé "Banque et Assurance de proximité". Il est placé sous l'autorité directe du Directeur Général de LCL Christian Duillet et compte 15.000 collaborateurs.

Annexe : organigramme cible "Banque et Assurance de Proximité" LCL

