

Rénovation des étages de CODE,
46,5 M€ millions pour aménager Kléber,
**Pas 1 coup de pinceau depuis 20 ans
pour l'accueil de nos clients !**

Fermeture de 4 agences HSBC

● **Marseille Joliette** : l'envers d'une
fermeture jamais annoncée.

FO CRASH INVESTIGATION

N° Ras-le-bol du 14 mars 2022

Grands reporters : FO HSBC

Prix : gratuit grâce aux adhésions à la carte FO

Investissement Zéro sur le Réseau

- **Jusqu'à quel point HSBC peut-il justifier par une problématique de budget l'état de certaines agences ?**
- **Combien de temps les salariés vont-ils résister ?**
- **Combien de temps les clients vont-ils rester ?**
- **Combien d'agences HSBC finira-t-elle par fermer ?**

**Au poids des mots,
FO ajoute le choc des photos !**



A chaque étage du Siège Kléber



Dans une agence du Réseau

HSBC est passé maître dans l'art de la communication interne et externe sur le « Well-being » « Customer at the Heart », « Customer centred design », « Service excellence », ...

Mais le quotidien dans le réseau est-il vraiment « well-being »?

- ✓ Fauteuils tachés, déchirés,
- ✓ Moquettes sales et décollées,
- ✓ Agences non uniformisées,
- ✓ Problèmes de climatisation ou de chauffage,
- ✓ Moustiques, cafards, souris...

pendant qu'on brade aux enchères le mobilier du siège ...

FO a décidé de communiquer sur l'envers du décor en espérant faire réagir HSBC et, pourquoi pas, MMG qui va reprendre le réseau... dans quel état ?



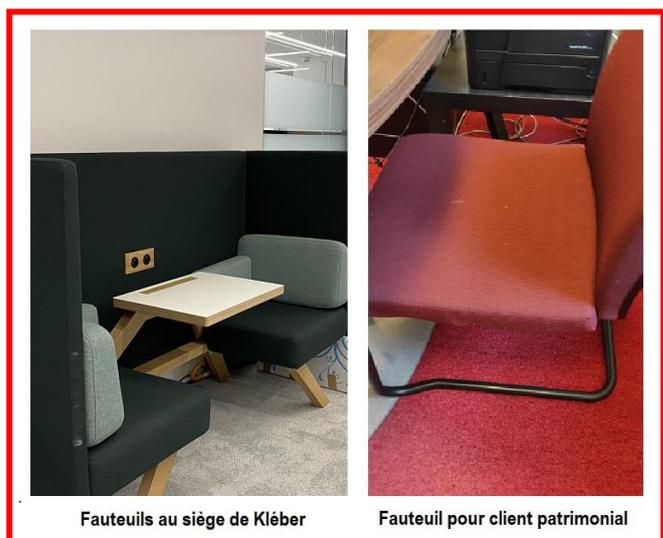
Image de marque : symbole d'un produit, d'une firme, d'une personne, représentation qu'on en a, réputation (*Petit Larousse*)

Question : Quelle image transmettent nos agences HSBC ?

**Oubli ?
Négligence volontaire ?
Sabordage organisé,
ou désengagement assumé ?**



Alors, peut-être que la solution, quand on n'a pas de revalorisation salariale et qu'on a 2 fois moins de primes, c'est de rire davantage... ?



Comme tout lieu de prestation de services et de commerce, l'accueil de la clientèle est primordial...

Pourtant, « l'écrin » devant servir à atteindre nos objectifs, toujours plus ambitieux, est mis à mal

Régulièrement, et sans faiblir, vos interlocuteurs **FO**, avec les représentants de proximité et la commission SSCT, remplissent leurs missions et font remonter les problèmes et les nuisances.

A nos multiples relances, pour des demandes d'entretien, de travaux, de rafraîchissement, strictement nécessaires au maintien de l'accueil de notre clientèle et de notre image, de Banque Patrimoniale, voici ce qu'HSBC répond :

« Nous remercions les représentants de proximité pour leurs conseils en matière de décoration mais, si leurs remarques peuvent être pertinentes, ... il ne s'agit pas là de leur rôle... ». Chacun appréciera la considération qui s'exhale de cette réponse....

Mais peut-être faisons-nous fausse route et... autant les syndicats se sont mis à la déco... autant La Direction s'est mise à l'humour !!!!

Il est vrai que l'humour est essentiel à notre situation actuelle, car si HSBC

- a mis le holà sur les primes (-37 % en moyenne l'année dernière)
 - en sus de ne pas verser de participation ni d'intéressement depuis des années,
 - d'augmenter au compte-gouttes seulement les salariés qui prennent d'« importantes » nouvelles responsabilités,
 - d'annoncer le rachat RBWM au bout de 2 longues années
- Notre entreprise a trouvé des solutions face à**
- l'augmentation des démissions,
 - la surcharge de travail pour ceux qui restent,
 - au peu de visibilité sur l'avenir.

Les solutions HSBC :

Leur bien-être et obligations de formation.

En voici quelques-unes que l'on retrouve sur le # résilience (ça ne s'invente pas...) :

- Gestion du stress en temps de crise,
- Yoga du rire,
- Méditation ... Du programme sur mesure pour des salariés sur mesure aussi....

Et en cadeau, **LE GRAAL de la bonne conscience :**

Le Questionnaire sur la santé et la qualité de vie au travail chez HSBC

HSBC dépense tant pour nous (formations par prestataires externes très onéreuses)

- ⇒ Pourquoi le taux de participation au fameux questionnaire est-il si faible ?
- ⇒ Pourquoi les salariés ne prennent-ils pas cette manne d'aide au quotidien et cette main tendue ?

**Sommes-nous des ingrats ?
des salariés peu investis,
qui ne se préoccupent ni de leur propre
environnement,
ni de leur bien-être au travail ?**

Chez **FO** nous avons une autre explication : nous sommes des salariés tellement investis que nous ne prenons même plus le temps pour les choses qui pourraient nous donner voix, et **peut être aussi ... que nous faisons un lien entre le nombre de tickets JLL que nous lançons, comme des bouteilles à la mer ...mais qui ne reviennent jamais ...Message in the bottle en anglais.**

Mais, encore une fois, peut être que nous sommes à côté du sujet et qu'il y a une autre explication au manque d'entretien de nos agences :

Souvenons-nous de la grande campagne de pub HSBC :
une image : 2 points de vue.

Appliquons la campagne de pub HSBC en 2022 :



- ✓ Des cafards, moustiques, moucheron / Des colocataires occasionnels qui donnent du style
- ✓ Une agence désuète / Une agence vintage
- ✓ **Des agences que l'on saborde / Des agences que l'on conserve dans leur jus, pour être prêtes à renouer avec le CCF (...?). à moins qu'on ne les ferme avant car faute d'investissement... elles sont devenues insalubres.**

C'est vrai :

Tout est une question de point de vue !



**Différences de point de vue ou intérêts différents ?
STOP !
Certaines vérités doivent être regardées en face !**



- **les salariés s'habituent à des conditions de travail dégradées .**
- **les clients continuent à s'interroger toujours plus sur la pertinence à investir des milliers d'euros sur une entreprise qui n'investit pas 1 euro sur elle-même.**
- **Tous s'inquiètent d'un risque de fermeture...**

QUESTION POUR LES DECIDEURS STRATEGIQUES D'HSBC :

- Préférez-vous voyager dans un avion neuf, au minimum entretenu et présentable... ou avec une compagnie « low cost » qui fait le minimum pour avoir l'autorisation de voler ?

LES SALARIES ET LEURS REPRESENTANTS **FO** VOUS LE DISENT :

- Notre défi est d'embarquer nos clients à destination d'un avenir incertain, dans un monde économique très concurrentiel, et dans lequel l'image prévaut souvent à la qualité du conseil.

NOS COMPETENCES PRO, NOTRE ENERGIE ET NOS TALENTS D'ACTEURS STUDIO NE SUFFISENT PLUS :

- 1/ Notre métier repose sur l'image, la réputation, et pas seulement sur les compétences techniques des salariés.
- 2/ Nous exerçons un métier où la représentation, l'image de marque, précèdent le conseil.
- 3/ **La cible pour nos objectifs ambitieux, ce sont des clients exigeants, à qui nous demandons d'investir chez nous des milliers d'euros...même dans cette période incertaine,**

Marseille Joliette : L'envers d'une fermeture jamais annoncée...

Eric POYET, délégué syndical **FO**, est entré dans l'agence de la Joliette en 1992 et connaît parfaitement ce site.

21 salariés y étaient embauchés à l'époque ; cette agence était centrale au sein du réseau. L'état actuel des locaux est effectivement déplorable et comme l'a indiqué Guillaume HERENG pendant son intervention, le transfert de l'activité de l'agence auprès de l'agence de Paradis c'est traduit par une forte déperdition de clientèle. **L'agence a montré ses premiers signes de faiblesses dès le début des années 2000 avec l'effondrement d'une partie de l'escalier central.** Le propriétaire de l'immeuble avait alors proposé un déménagement, tandis que la direction locale de l'époque souhaitait faire monter les enchères sur une hypothétique expropriation. Le coût de l'expropriation se chiffrait en effet en fonction du PNB, et l'agence englobait RBWM et CMB.

L'activité a ensuite été scindée en deux et le PNB a de fait chuté. **Des travaux ont alors été promis aux salariés de l'agence, sans résultat.** Cet emplacement demeure aujourd'hui encore stratégique, et **des locaux avaient été trouvés à 80 mètres à peine de l'agence. Il s'agissait d'ailleurs des anciens locaux de FO.** La proposition de relogement a pourtant été déclinée, car la Direction espérait toujours qu'une expropriation serait plus rentable. Cette agence coûte 140 000 euros de bail par an plus 42 KE de charges diverses et des milliers de clients ont été perdus depuis lors. **FO** dénonce une très mauvaise gestion de l'agence. Il sera impossible de retrouver des locaux au budget prévu actuellement,

Quid post-transfert chez MMG ? Les salariés se sentent trompés et manipulés depuis des années. **FO** s'oppose fermement à l'explication fournie par la Direction pour justifier de la fermeture et la considère comme mensongère.

La situation actuelle est de l'entière responsabilité de l'Entreprise, qui perd des centaines de milliers d'euros depuis des années et dessert les intérêts de ses salariés. **Le constat d'échec est évident, et FO engage la Direction à revoir en profondeur sa stratégie de gestion.** Marseille est la deuxième ville la plus vaste de France, et deux agences sur sept y ont fermé, ce qui équivaut à 29% des points de ventes.

FO fait de la sécurité une priorité. Il rappelle toutefois que la situation était moins dégradée il y a trois ans encore, et que le précédent propriétaire a alors fait une proposition de relogement dans le nouveau bâtiment prévu au même emplacement.

La banque a refusé et exigé de disposer d'un étage supplémentaire. **Cette décision, une fois encore, avait pour but de faire des profits supplémentaires, et le résultat est la perte de dizaines milliers d'euros (80.000 € seulement pour résilier le bail...)**

FO avait pourtant alerté les différents décideurs sur ce dossier à de multiples reprises... pour le résultat que voilà !

HSBC a présenté au CSE la fermeture de 4 agences, dont Marseille Joliette au motif

« De protéger notre marque qui est associée à ce bâtiment délabré » !!!

Suite aux coupes sombres des budgets pour les agences,

quelle sera la suivante ?

Appel à témoin :

- ✓ Si une fois par mois vos toilettes sont bouchées
- ✓ Si au quotidien vous partagez votre bureau avec des cafards, des blattes, des souris, des moustiques (*pour les emmerdeurs nous ferons une autre édition*)
- ✓ Si votre bureau ressemble à un sauna finlandais
- ✓ Si vous avez pris l'habitude de masquer l'état de votre bureau par un sourire « Ultra Bright »

CONTACTEZ-NOUS SUR NOTRE SITE POUR PARTICIPER A LA PROCHAINE EDITION



Par l'équipe FO HSBC

En adhérant vous nous soutenez et nous sommes plus forts :

Rendez-vous sur le site **FO**

www.fo-hsbc.fr

Ainsi vous bénéficierez :

- D'une réduction d'impôts sur le revenu de 66 % du montant de la cotisation, ou bien récupérable sous forme de crédit d'impôt pour les personnes non imposables.
- D'une adhésion et de l'aide de l'Association **FO** Consommateur (AFOC).
- D'un accès prioritaire à l'information **FO** HSBC ainsi qu'un accès privilégié à la défense individuelle.
- D'une information juridique hebdomadaire.

Nous sommes des salariés comme vous qui avons choisi de donner de notre temps pour tous !

