



Départ de Laurent Mignon : COMEX à qui le tour ?

Une chose est certaine : le départ précipité de Laurent Mignon a surpris tout le monde, chacun pensant que les résultats exceptionnels de notre Groupe ne pouvaient que conforter notre Directeur Général, perdu ! C'est sans doute le signe annonciateur d'une nouvelle exigence de rentabilité de notre désormais unique actionnaire.

L'Argus, généralement bien informé, le laisse entendre dans un article paru dès le lendemain de l'annonce du départ de LM :

«Laurent Mignon, à l'heure des réunions de pré-cadrage budgétaires pour 2008, était en pleine négociation avec son actionnaire allemand toujours aussi sourcilieux en matière de réduction de coûts. Un impératif difficilement compatible avec les ambitions de développement commercial de Laurent Mignon.... »

On ne saurait mieux dire. Une chose est certaine dans ce contexte de développement sans cesse réaffirmé, la pression d'Allianz sur les coûts sera prégnante. Notre actionnaire a bien l'intention de valoriser au mieux et au plus vite l'investissement qu'il vient de réaliser et l'emploi pourrait constituer la seule variable d'ajustement.

Comptes 2006 : la croissance malade de nos profits.

L'examen des comptes 2006 met en lumière l'exceptionnel niveau de rentabilité du groupe tout en soulignant une nouvelle fois l'érosion du portefeuille AGF. Le résultat opérationnel courant progresse de 32 % (excusez du peu) après un + 19 % l'année précédente !

Cette stratégie rejoint celle de nombreux groupes :

- se désendetter,
- minimiser les risques et le développement,
- reverser un maximum aux actionnaires via des dividendes en forte croissance et des rachats d'actions.

Cette orientation prise par la Direction du groupe tend à privilégier la rentabilité financière au détriment de l'activité commerciale, de notre position sur le marché et, à terme, de l'emploi.

Les ratios combinés atteints se situent à un niveau exceptionnellement bas et pèsent négativement sur notre niveau tarifaire. L'échec du lancement de la première mouture du plan automobile en est le parfait exemple.

L'examen des performances affichées notamment par Axa et Generali est, à ce titre, parfaitement illustratif. Leur rentabilité est très largement inférieure à la nôtre et en comparaison, le résultat net d'Axa représente 9,2 % des primes contre 17,7% à AGF.

Corrélativement, nos concurrents enregistrent des progressions de parts de marché ? ce qui est loin d'être le cas pour AGF. Leur stratégie se situe dans la durabilité alors qu'AGF privilégie la rentabilité financière immédiate.

Les montants des frais généraux du groupe se situent également dans une tendance baissière. Les conséquences ne se sont pas faites attendre : la qualité du service après-vente se détériore. La situation catastrophique de nos services Indemnisation, cœur de notre métier d'assureur, en est la parfaite illustration.

La tendance ne paraît malheureusement pas devoir s'inverser. Il ne fait guère de doute qu'une fois l'opération de rachat finalisée par ALLIANZ, l'évolution des organisations devrait se poursuivre.

Il est en toute hypothèse certain que la période qui s'ouvre sera agitée et appellera vigilance et fermeté de la part de vos représentants **CFE-CGC**.

Bilan formation 2006 : la quantité oui, la qualité non.

Le bilan du plan de formation 2006 fait apparaître une augmentation globale de l'accès à la formation (7 salariés administratifs sur 10, contre 2 sur 3 en 2005).

En revanche ? le taux d'atteinte du prévisionnel est très variable d'une direction à l'autre et globalement inférieur aux objectifs que s'étaient fixés les Directions. Malgré nos demandes, maintes fois réitérées, nous ne parvenons toujours pas à obtenir les éléments qui nous permettraient de mesurer les efforts de formation consentis par chaque entité du groupe.

.../...

(suite) Les réorganisations successives n'expliquent pas tout. Derrière l'image d'ouverture affichée, y-a-t-il une réelle volonté d'aboutir à une véritable évolution des compétences dans l'entreprise ?

L'effort de formation est essentiellement consacré à l'adaptation au poste de travail et dans une moindre mesure à l'évolution et au maintien dans l'emploi. La part consacrée au développement des compétences est, elle, réduite à la portion congrue. Le développement des nouveaux dispositifs introduits par la loi sur la Formation tout au long de la vie et l'Accord de branche de 2004 reste confidentiel.

Cette politique passive de formation, en aucun cas tournée vers l'avenir, est en complet décalage avec la volonté affirmée d'un groupe en constante évolution.

De plus elle ne correspond en rien aux exigences d'une Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences qui va faire l'objet d'une très prochaine négociation.

L'avis donné par la **CFE-CGC** ne pouvait, pour toutes ces raisons, qu'être négatif.



Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences.

La négociation sur un projet d'accord va s'ouvrir prochainement. La DRH semble vouloir y inclure la mise en application de l'accord de branche sur la formation professionnelle de 2004. Plusieurs des questions restées en suspens lors de l'examen des Plans de formation trouveront-elles leurs réponses avec la mise en place de la GPEC (cf. Bilan formation 2006) ?

Au-delà des seuls aspects "formation", ce texte doit aborder les questions relatives à la stratégie que l'entreprise se doit d'adopter pour accompagner les changements profonds qui s'annoncent : déséquilibre de la pyramide des âges, transmission des compétences et des expériences acquises, évolution des métiers dans l'assurance,



apparition de nouveaux modes de distribution...

Face à ces enjeux, la **CFE-CGC** souhaite qu'une véritable "sécurisation des parcours professionnels" soit mise en place, afin qu'aucun salarié ne soit laissé au bord de la route à l'occasion des mutations que nous allons vivre.

Cherche idée géniale désespérément pour vendre de l'assurance "auto."

Depuis Novembre 2006, date du lancement du nouveau produit auto, nous assistons par le biais de messages sporadiques à la mise en place de « mesurette » destinées à rendre plus digeste et surtout plus vendeuse notre nouvelle offre auto qualifiée d'idéale.

Nos brillants dirigeants viennent de trouver la solution à l'érosion perpétuelle de notre portefeuille Auto: la distribution gratuite de contrats !

Dans la lancée de « Qui d'autre, dans le monde de l'assurance pouvait oser faire cela ? » on ne pouvait pas faire moins !

Cependant, ni les derniers chiffres de mai sur l'évolution du portefeuille auto, hélas négatifs, ni ceux, également négatifs, sur l'évolution de notre chiffre d'affaires auto ne donnent raison, cette fois encore, à nos têtes pensantes.

Le bilan de ce dernier semestre pourrait être résumé ainsi : « beaucoup d'agitation pour pas grand-chose ».

Du discours, des lâchages de mois gratuits par-ci, des avantages prospects revus à la hausse par-là, des réductions en veux-tu, en voilà pour chouchouter nos vieux clients fidèles surtarifés sur le point de déguerpir... et bien d'autres choses encore !

Six mois chaotiques et surtout peu productifs. Que de temps et d'énergie perdus !

Vendre ? il paraît que nos agents ne savent plus, "pervertis" par l'usage jusqu'ici systématique d'un budget de confort....

Alors... gagner des clients auto et donc gagner de l'argent avec l'auto, est-ce une gageure ?

« En toute chose il faut considérer la fin » disait La Fontaine. Il devient urgent de changer notre politique.

Sans compter que demain nous devons faire face à nos engagements indemnitaires sur ces contrats à prix « bradés ».

Quels seront nos résultats techniques en 2008 et plus ?