

PROJET – EN COURS

EVOLUTION DE L'ORGANISATION DES ÉQUIPES DU PÔLE CLIENT & DÉVELOPPEMENT (PCD)

Comité Social et Economique

13 décembre 2023

AGIR CHAQUE JOUR DANS VOTRE INTÉRÊT
ET CELUI DE LA SOCIÉTÉ



SOMMAIRE

- 1 CONTEXTE ET ORIENTATIONS DE LA NOUVELLE ORGANISATION
- 2 IMPACTS SUR L'ORGANISATION
- 3 ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT (RH)

CRÉDIT AGRICOLE SA, DANS SON RÔLE CLÉ DE TÊTE DE RÉSEAU, ACCELÈRE L'ADAPTATION DU MODÈLE UNIQUE DU CRÉDIT AGRICOLE AUX NOUVELLES TRANSFORMATIONS



Un modèle éprouvé
de **Banque universelle**
au cœur des **engagements** du
Crédit Agricole

**L'approche globale
des besoins des clients**
*pour tous, partout,
tout le temps, pour tous les besoins*



...qui doit s'adapter aux
transformations qui s'accélèrent

*S'adapter aux nouvelles données
économiques (remontée des taux
(inflation, etc...))*

*Inclure le smartphone dans
la relation client part et
développer la digitalisation
des parcours pro /
entreprises*

*Capitaliser sur les
nouvelles expertises
telles que l'IA, le new
marketing*

*S'adapter aux nouveaux
besoins sur la santé et la
Transition Ecologique*

*En adaptant les méthodes de travail aux nouvelles
expertises telles que l'agilité, l'acculturation*



...avec un enjeu de **rapidité
d'exécution**

**au regard de la vitesse
des transformations
et d'évolution
de la concurrence**

→ **ATTRACTIVITE NOUVEAUX CLIENTS**

→ **DEVELOPPEMENT & FIDELISATION CLIENTS**

UNE TÊTE DE RÉSEAU DOIT AVOIR UN MANDAT FORT ET S'ARTICULER AVEC LE GROUPE

Un mandat décliné en 4 axes

AFFIRMATION D'UNE VISION STRATEGIQUE FORTE, PROSPECTIVE, DÉCLINÉE EN PRIORITÉS
sur les Marchés et les thématiques cœur bancaires

IMPULSER ET ACCOMPAGNER LES TRANSFORMATIONS DU GROUPE ET DES ENTITES
sur les orientations comme sur les modes de travail

CONTRIBUER A LA STRATEGIE DE DISTRIBUTION DE BOUT EN BOUT, EN LIEN AVEC LES CAISSES REGIONALES

INTEGRER NATIVEMENT LE DIGITAL DANS LES REFLEXIONS METIERS ET ÊTRE GARANT DU CADRE DE REFERENCE
(parcours, écosystèmes)

En assurant la coordination avec les acteurs du Groupe



Dans la lignée des ambitions du Groupe

Raison d'Être

Projet Groupe

PMT 2025

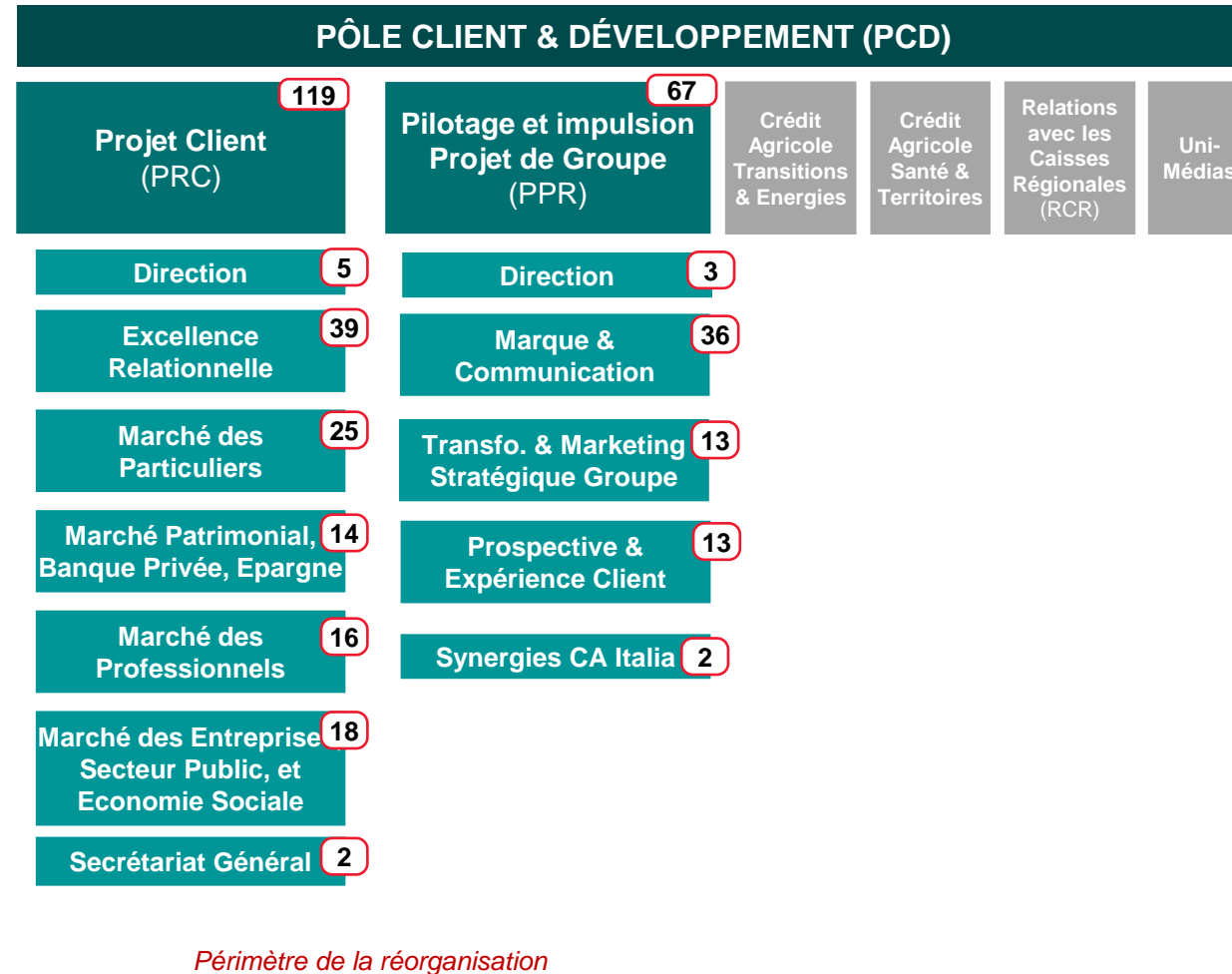
Ambitions à 10 ans des Cr

SOMMAIRE

- 1 CONTEXTE ET ORIENTATIONS DE LA NOUVELLE ORGANISATION
- 2 IMPACTS SUR L'ORGANISATION**
- 3 ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT (RH)

RAPPEL DE L'ORGANISATION EXISTANTE

180 ETP

+ 6 ETP
MAD

RÉORIENTER LES MANDATS POUR SOUTENIR LE POSITIONNEMENT TÊTE DE RÉSEAU

- Renforcer la vision stratégique par marché
- Reconnaître l'importance stratégique du Marché des « Jeunes » et la nécessité d'approches dédiées
- Etendre l'approche matricielle Epargne aux domaines Financements, Sécurité, Protection, Flux et Banque au Quotidien via la mise en place de leader métier
- Contribuer à la définition et l'évolution des modèles distributifs dans un contexte de transformations qui s'accélèrent
- Accompagner des projets de dimension nationale



- Porter l'expertise marketing Groupe
- Être le garant des normes de conception des parcours, produits et plateformes et en piloter la trajectoire de refonte
- Porter une expertise opérationnelle e-business et mesurer la progression du Groupe
- Compléter le champ d'action pour adresser les différentes transformations métier / produit / IT (via les méthodes agiles, le développement de l'acculturation)
- Renforcer les équipes projets existantes en s'appuyant sur des profils détachés

EN S'APPUYANT SUR

- **L'ENSEMBLE DES COLLABORATEURS PCD (ISO EFFECTIF)**
- **LES COMPÉTENCES SUR LE DIGITAL ET LA TRANSFORMATION RENFORCÉES PAR UN TRANSFERT DE COLLABORATEURS D'ITD....**

ORGANISATION CIBLE

PROJET – EN COURS

186 ETP

Dont 8 ETP transférés d'ITD

+ 11 ETP MAD

DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

75

TRANSFORMATION, DISTRIBUTION ET DEVELOPPEMENT DIGITAL

86

MARQUE & COMMUNICATION

36

Porter une vision sur les Marchés et Métiers, déclinée en priorités impulsées et coordonnées auprès des parties prenantes (Caisses régionales, Filiales, producteurs, PU) et animer les Caisses régionales

Nourrir une vision prospective Client forte pour alimenter et accompagner les transformations majeures du Groupe
Contribuer à la stratégie de distribution en lien avec les Caisses régionales, yc. de marketing digital, et se poser en garant de l'expérience digitale

Protéger et nourrir la marque Crédit Agricole pour la rendre plus attractive, en externe comme en interne



8

★ Dont 6 MAD pour une mission temporaire « Task force Epargne »

FOCUS : UN NOUVEAU RÔLE DE *LEADER MÉTIER* POUR ACCÉLÉRER SUR LES THÉMATIQUES CŒUR BANCAIRES

5 THEMATIQUES METIER TRANVERSEES IDENTIFIEES

Financements	Particuliers
Banque au quotidien	
Epargne	Patri & BP
Protection et Sécurité	Entrepreneurs
BAQ PME-ETI	Entreprises

ROLES DU *LEADER METIER*

- Définir la **vision et la stratégie** pour PCD (avec et pour tous les marchés, y compris le marché agri-agro) sur la thématique avec toutes les parties prenantes et la décliner en feuille de route, alimentée en continu par une veille active
- **Organiser la mise en application** de la feuille de route et **suivre la mise en œuvre**
- **Prioriser et arbitrer** si besoin pour une allocation optimale des ressources au regard des objectifs
- **Être l'interlocuteur privilégié sur la thématique**
- **Co-recruter et co-évaluer** les ressources humaines de la thématique logées dans les équipes des marchés

S'articule avec les correspondants identifiés dans les autres marchés



S'articule avec les autres parties prenantes



Dispose d'une équipe au sein du marché porteur



BALANCE CARRÉE AVANT ET APRÈS LA RÉORGANISATION

197 ETP

	Effectifs	Marchés						Fonctions							Autres		
		Développement des Marchés	Marché des particuliers	Marché des Jeunes	Marché Patrimonial et BP	Marché des Entrepreneurs	Marché des Entreprises	Transformation, distribution et Développement Digital	Stratégie Client et Transformation	Distribution	Marketing et Experience Digital Groupe	Intelligence Clients et Marchés	Coordination et Fonctionnements PCD	Synergies CA Italia	Hors nouvelle direction	Marque et communication	
Direction Projet Client	5	2														1	
Le Marché des particuliers	25		18	3													
Le marché patrimonial banque privée épargne	14				14												
Marché des Professionnels	16					15											
Marchés Entreprises, Secteur Public et Associations	18					1										1	
Direction de l'Excellence Relationnelle	39		1	2					2	16	12	4	1		1		
Secrétariat Général	2												2				
Direction Pilotage et impulsion du Projet de Groupe	3							2					1				
Prospective et expérience client	13											13					
Transformation et Marketing Stratégique Groupe	13								12		1						
Marque et Communication	36																36
Synergies CA Italia	2														2		
Transfert ITD	8								4		4						
MAD Projet Epargne	6				6												
TOTAL	200	2	19	5	20	16	13	2	18	20	17	17	10	2	3	36	

SOMMAIRE

- 1 CONTEXTE ET ORIENTATIONS DE LA NOUVELLE ORGANISATION
- 2 IMPACTS SUR L'ORGANISATION
- 3 ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT (RH)**

UN ACCOMPAGNEMENT DES COLLABORATEURS, EN PARTICULIER CEUX DONT LES MISSIONS VONT FORTEMENT ÉVOLUER

Accompagner chaque collaborateur en fonction de l'impact de la réorganisation sur leur poste

- Démarche collective d'information
 - Réunion commune avec les équipes pour partager le projet et prendre en considération leurs remarques
- Démarche individuelle pour les collaborateurs et managers concernés :
 - Entretiens individuels entre la direction et chaque manager concerné par le projet
 - Entretien individuel avec chaque collaborateur impacté par l'évolution d'organisation

Mettre en œuvre un process RH formalisé et transparent

- Description des nouvelles missions et explication des inflexions pour les collaborateurs dont la mission change
- Positionnement des collaborateurs sur chacun des postes

Proposer un dispositif d'accompagnement personnalisé pour la prise de fonction et la montée en compétence pour les collaborateurs avec une forte évolution de poste

ANNEXES

AGIR CHAQUE JOUR DANS VOTRE INTÉRÊT
ET CELUI DE LA SOCIÉTÉ



ZOOM SUR LA NOUVELLE DIRECTION DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

1

Marché des
Particuliers

FINANCEMENTS
BANQUE AU
QUOTIDIEN

2

Marché des Jeunes

3

Marché Patrimonial &
Banque Privée

EPARGNE

4

Marché des
Entrepreneurs

PROTECTION &
SÉCURITÉ

5

Marché des
Entreprises

BAQ PME-ETI

2

CREATION D'UN MARCHÉ JEUNES

→ Constitution d'un Marché Jeunes, central pour le développement du Groupe et qui suppose des approches dédiées, différentes de celles en vigueur sur le marché des Particuliers

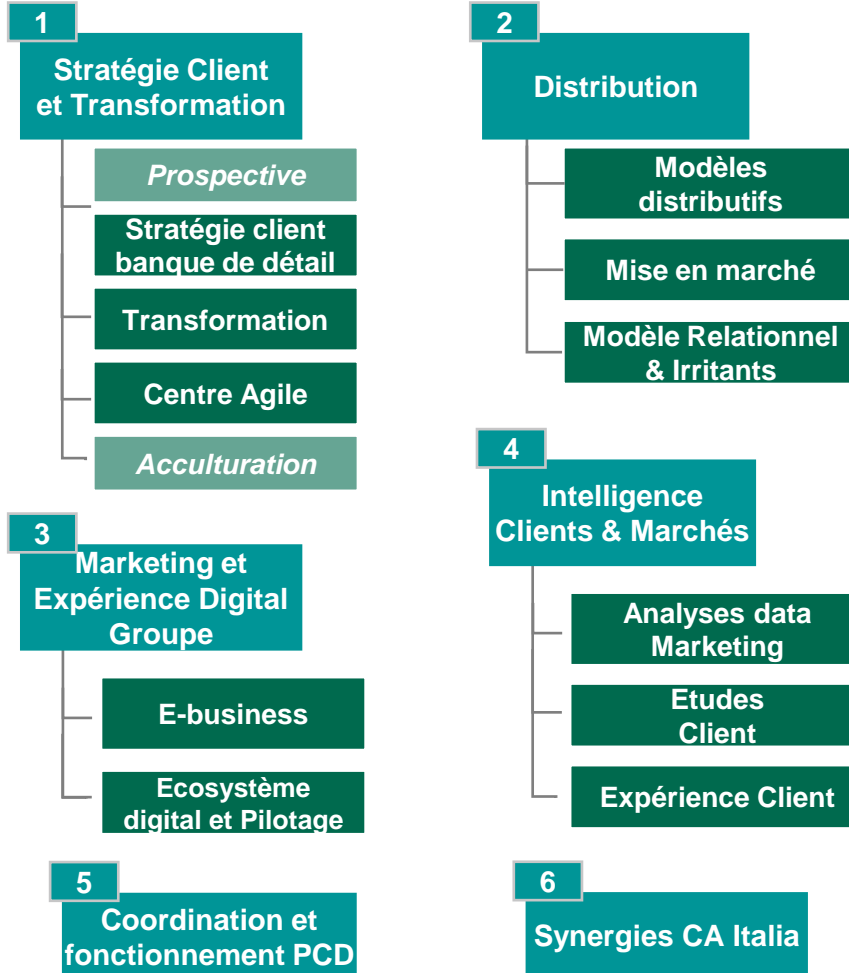
ORGANISATION PAR METIER SUR DES THÉMATIQUES CLÉS DE DÉVELOPPEMENT CROSS MARCHÉS POUR MAXIMISER LES SYNERGIES

- Affectation de chaque Métier au Marché le plus proche des enjeux clés :
- Financements au sein du Marché des Particuliers
 - Banque au Quotidien (hors PME et ETI) au sein du marché des Particuliers
 - Epargne au sein des Marchés Patrimonial & Banque Privée
 - Protection & Sécurité au sein du Marché des Entrepreneurs
 - Banque au Quotidien PME-ETI au sein du marché des Entreprises

→ Création d'un leader métier

ZOOM SUR LA NOUVELLE DIRECTION TRANSFORMATION, DISTRIBUTION ET DÉVELOPPEMENT DIGITAL (T3D)

TRANSFORMATION, DISTRIBUTION ET DEVELOPPEMENT DIGITAL (T3D)



1 RECONNAISSANCE EXPLICITE D'UNE DIRECTION DEDIEE AUX PROJETS STRATEGIQUES ET BRAS ARMÉ DE LA TRANSFORMATION

2 CRÉATION D'UN PÔLE DÉDIÉ À LA DISTRIBUTION CLAIR ET LISIBLE

3 AFFIRMATION D'UNE RESPONSABILITÉ EXPLICITE SUR LA STRATEGIE E-BUSINESS OMNICAL POUR LE GROUPE CA ET SUR LE CADRE DE REFERENCE DE L'ECOSYSTEME DIGITAL CA