

## Questions relatives aux consommateurs

Le groupe Caisse des Dépôts est en contact direct avec les consommateurs par certains de ses métiers. Les différentes structures du Groupe ont développé des approches spécifiques à leurs clientèles et analysent leurs enjeux et risques autour des axes suivants :

- les pratiques loyales en matière de commercialisation, d'information et de contrats,
- la qualité du service après-vente et de l'assistance,
- la promotion de comportement responsable et d'une consommation durable,
- la protection des données de la vie privée des consommateurs,
- l'éducation et la sensibilisation.

### Caisse des Dépôts – Etablissement public

La Caisse des Dépôts est un tiers de confiance depuis sa création en 1816. Afin d'améliorer sans cesse la qualité de ses services dans l'ensemble de ses activités : bancaires, prêts, gestion sous mandats divers, la Caisse des Dépôts déploie une politique de gestion poussée de la qualité de la relation client notamment à travers : la consolidation de ses savoir-faire, leur développement via le canal électronique (modernisation, dématérialisation), la création de nouveaux services (fiducie, éco-prêt, etc.), la mise en place du droit à l'information dans le cadre des mandats de gestion des retraites...

Pour plus de détails sur les pratiques des différentes entités de la Caisse des Dépôts (Direction des services bancaires, Direction des retraites, Direction des back-offices, Direction des fonds d'épargne), référez-vous au [Rapport au Parlement](#)<sup>1</sup>. et au [Rapport annuel du fonds d'épargne](#).

### CNP Assurances

CNP Assurances a des enjeux spécifiques dans tous les domaines de la relation client : qualité de l'information sur les contrats, impact de l'épargne client, l'accès aux services d'assurance, etc. CNP Assurances a donc développé des pratiques dédiées : adhésion à la charte de l'Union des annonceurs, promotion de l'investissement socialement responsable, développement de la micro-assurance, etc.

Plus d'informations : reportez-vous à la fiche [CNP Assurances](#).

### Belambra

De part son activité de voyageur, Belambra est principalement exposé à travers la véracité de l'information fournie à ces clients et la qualité des services de réservation et de réclamation. Pour garantir à ses clients le meilleur niveau de service, Belambra a mis en place des systèmes rigoureux du contrôle de l'information et de management de la relation client.

Plus d'informations : reportez-vous à la fiche [Belambra](#).

### Transdev

#### Qualité du service

Compte tenu de son activité basée essentiellement sur du service, la qualité du service est très importante. Ainsi, Transdev déploie dans tous ses réseaux un standard de management de la qualité à travers un processus de labellisation interne : « Qualité Transdev ». Ce label vise à standardiser les

---

<sup>1</sup> Disponible en téléchargement à partir du 30 juin 2011



engagements en termes de délais et de qualité du traitement des retards et des réclamations. Un système de mesure, par enquête client-mystère a été mis en place pour piloter la mise en œuvre du label.

#### Protection des données de la vie privée

A travers les abonnements et pass de transport, Transdev collecte certaines informations qui peuvent revêtir un aspect privé. Afin de garantir leur confidentialité, Transdev a déployé au sein du groupe une « charte utilisateur des moyens informatiques ».

#### Accès aux services essentiels

Transdev reconnaît que la mobilité est un droit fondamental. Pour participer à l'amélioration de l'accès aux moyens de transport, le groupe déploie 1000 véhicules dédiés au transport à la demande, et presque 700 autres destinés au transport des personnes à mobilité réduite.

La fondation Transdev, créée en 2002 avec un financement du groupe Transdev, de la Caisse des Dépôts et de l'association Trans.Cité, encourage quant à elle la mobilité au sens large, notamment la mobilité sociale.

Plus d'informations : reportez-vous à la fiche [Transdev](#).

### Icade

La principale activité d'Icade en relation directe avec le grand public est la promotion logement. Dans ce cadre, le groupe s'appuie sur des certifications (NF logement®, Qualiprom®) pour garantir la qualité et la conformité de son offre avec les meilleures pratiques du secteur en matière d'information, marketing, contractualisation, service après-vente, etc.

Icade s'investit aussi dans la promotion du logement durable en certifiant NF démarche HQE® la grande majorité de ses programmes de promotion.

Pour en savoir plus : reportez-vous à la fiche [Icade](#).

### Egis

Les activités d'assistance à maîtrise d'ouvrage et de maîtrise d'oeuvre impliquent des devoirs particuliers des collaborateurs vis-à-vis de leurs clients. Ils les assistent et les informent en toute objectivité, notamment lors du choix ou des négociations concernant les fournisseurs, les entrepreneurs et toute autre partie prenante, sur la base de critères strictement professionnels.

Les seules entités d'Egis qui ont une relation avec les consommateurs sont les filiales d'exploitation autoroutière et aéroportuaire.

Elles n'ont généralement pas de mandat pour communiquer auprès de cette cible, mais elles sont susceptibles :

- de participer à des opérations partenariales d'information ou de sensibilisation des consommateurs (usagers des infrastructures), à l'initiative du concessionnaire,
- d'analyser les retours des enquêtes de satisfaction.

Pour en savoir plus, reportez-vous à la fiche [Egis](#).

### SNI

#### Assistance aux clients

L'activité de bailleur social nécessite un niveau de service particulier pour garantir la continuité du service. Ainsi, le groupe SNI s'appuie sur des centres d'appels internalisés (Montpellier, Dijon, Nantes) relayant les demandes auprès des usagers grâce à un réseau de proximité important



(gardiens, cadres de proximité, etc.). Les centres d'appels traitent 200 000 demandes par an avec un taux de satisfaction de 75%, un taux d'assistance à 8 jours de 85% et à 1 mois de 90%.

Bien que l'activité du groupe soit essentiellement basée sur la location ; il n'en reste pas moins que marginalement le groupe vend parfois des logements. L'accompagnement de ces opérations va bien au-delà de la réglementation en place : prix préférentiel, rachat du logement pour les premières années si le client a un problème financier, engagement de la présence du groupe dans la nouvelle copropriété, travaux effectués avant vente et suivi de la bonne marche des copropriétés (enquêtes).

Le groupe met aussi l'accent sur une bonne communication des informations et des relations avec les usagers. Chaque année, tous les clients et leurs représentants reçoivent, dans le cadre des régularisations des charges annuelles, des documents de synthèse sur le prix des loyers, des charges, etc.

Le groupe SNI soutient aussi les amicales et associations de clients du Service Logement à travers des aides financières. Leur information est réalisée au travers de conseils de concertation.

#### Accès aux services essentiels

Les locataires du groupe peuvent être en situation précaire. Au-delà de la réglementation très encadrante, le groupe SNI a mis en place des mécanismes spécifiques d'accompagnement tels que des aides sur quittances.

Pour en savoir plus, reportez-vous à la fiche [SNI](#).