

**PROJET D' ACCORD SUR LA PREVENTION**  
**DES AGRESSIONS COMMERCIALES ET INCIVILITES**

Entre, d'une part,

La Société Générale représentée par Madame Anne MARION-BOUCHACOURT, Directrice des Ressources Humaines du Groupe,

Et, d'autre part,

Les Organisations Syndicales représentatives dans l'entreprise,

C.F.D.T., représentée par

C.F.T.C., représentée par

C.G.T., représentée par

F.O., représentée par

S.N.B., représentée par

Il a été convenu ce qui suit.

Fait à PARIS LA DEFENSE, le 2008

## PREAMBULE

La prévention du phénomène des incivilités de la clientèle à l'encontre du personnel des banques, qui s'analysent en des comportements injurieux, menaçants et parfois violents, a fait l'objet d'un accord de Branche conclu le 15 novembre 2006 à l'unanimité des organisations syndicales représentatives. Cet accord traduit la prise de conscience de la profession bancaire au regard de la recrudescence de ces incivilités susceptibles de porter atteinte aux conditions de travail des salariés en contact avec le public ainsi qu'à leur intégrité physique ou psychique.

Dès 2005, la Société Générale avait identifié que ce phénomène devrait intégrer à terme sa politique de sécurité et d'amélioration des conditions de travail du personnel et, dans ce cadre, avait engagé une première démarche interne de mesure et d'identification des agressions commerciales survenues dans le Réseau accompagnée d'une réflexion avec les partenaires sociaux dans le cadre de la Commission Hygiène et Sécurité du Comité Central d'entreprise de l'UES SG-SGAM. Suspendue durant la période de négociation de l'accord de Branche à laquelle la Société Générale a apporté une contribution active, cette réflexion a été relancée dès la signature de cet accord via une concertation avec des groupes de travail de salariés, afin de mettre en place la présente démarche de prévention des agressions commerciales et d'accompagnement des salariés.

En effet, si la thématique des agressions commerciales apparaît comme un phénomène générationnel dont l'origine est avant tout sociologique, la Société Générale considère néanmoins qu'une réponse structurée et complète tournée tant vers la clientèle que ses salariés, serait de nature à promouvoir la qualité des relations commerciales tout en apportant le soutien et l'accompagnement aux salariés victimes de tels agissements. Elle contribue ainsi, dans un cadre plus général, à éviter que ce type de comportements ne se banalise et se développe.

Afin de répondre à ce double objectif de prévention et d'accompagnement, la Société Générale organise sa démarche de prévention à ce phénomène autour des cinq objectifs suivants :

- Prendre en compte dans sa politique d'amélioration constante de la qualité de ses services et de l'accueil de sa clientèle, l'ensemble des problématiques identifiées comme pouvant faciliter l'écoute, le dialogue et la prise en compte de ses attentes,
- Accompagner, former le personnel Société Générale dans la relation avec la clientèle difficile,
- Mettre en place des équipements et systèmes de protection participant à dissuader les éventuels comportements agressifs,
- Structurer sur les plans organisationnel, juridique et psychologique l'accompagnement des salariés victimes d'agressions commerciales,
- Améliorer la connaissance et le suivi de ce phénomène afin de poursuivre le diagnostic et mesurer l'évolution du phénomène au regard de la prévention engagée.

Les préconisations et aménagements développés ci-après s'inscrivent dans le cadre d'une démarche globale progressive qui devra prendre en compte les contraintes techniques et d'organisation du réseau. Un tel dispositif de prévention et de traitement des agressions commerciales s'entend dès lors comme un ensemble d'objectifs qui sera développé par étape sur les prochaines années.

## Chapitre liminaire

### Cadre, définition et champ d'application de l'agression commerciale

Le présent chapitre a pour objet de préciser le champ d'application de la démarche Société Générale de prévention des agressions commerciales.

La Société Générale s'inscrit dans le cadre défini dans l'accord de Branche du 15 novembre 2006 et définit l'agression commerciale comme un fait émanant de toute personne agissant dans le cadre de la relation commerciale ou liée à l'activité de l'entreprise, susceptible d'incrimination pénale.

Ainsi, les agressions commerciales peuvent prendre la forme de :

- Agressions verbales :
  - Injures (R.621-2 du Code pénal),
  - Insultes (R.624-4 et 132-77 du Code pénal), d'ordre général, raciales, homophobes,
  - Menaces de mort sans ou sous conditions (222-17 et 222-18 du Code pénal), autres menaces - intimidations (R.623-1 du Code pénal), de dégradations (R.631-1, R.634-1, 322-12 et 322-13 du Code pénal).
- Agressions comportementales :
  - Harcèlement (222-33-2, 222-16 et 226-4 du Code pénal),
  - Chantage (312-10 et 312-11 du Code pénal),
  - Bruits et tapages injurieux (R.623-2 du Code pénal),
  - Destructures et dégradations (actes) (322-1, R.635-1 du Code pénal),
  - Obstruction (431-1 du Code pénal).
- Agressions physiques :
  - Violences légères (Articles R.625-3, R.625-1 et R.624-1 du Code pénal),
  - Coups et blessures volontaires (Notion d'intention) Articles R.625-3, R.625-1 et R.624-1 du Code pénal ; Articles 222-11, 222-10, 222-9, 222-13, 222-12 du Code pénal ),
  - Homicides.

Les autres manifestations inciviles de la clientèle (signes d'impatience, ton déplaisant, regards agressifs,...) ne rentrent pas dans le cadre de la présente démarche de prévention. Il convient néanmoins d'y apporter une réelle vigilance afin d'éviter qu'elles ne dégénèrent en agressions caractérisées et, d'une façon générale, participent à la dégradation de la relation commerciale.

Cette démarche concerne tout salarié en contact avec la clientèle victime d'une agression commerciale telle que définie ci-dessus, que celle-ci ait été commise à l'intérieur ou à l'extérieur des locaux de la Société Générale, en présence du salarié ou à distance (par téléphone ou par écrit).

## **Chapitre I**

### **Intégrer la prévention des agressions commerciales dans les politiques de qualité et d'accueil de la clientèle**

La prévention des agressions commerciales implique qu'une réflexion soit conduite sur les éléments déclencheurs et les moyens d'intervenir sur ceux-ci.

D'une façon générale, le phénomène des agressions commerciales relève d'une évolution d'ordre générationnelle de satisfaction immédiate où le refus ou les contraintes sont ressentis comme inadmissibles et donc générateurs potentiels d'agression. Par ailleurs, l'activité bancaire, s'inscrivant dans un cadre commercial, est susceptible, comme dans toute relation avec le public, d'engendrer des situations de mécontentement souvent inévitables (refus de découvert, de crédit, retrait de carte de crédit, application de frais...).

Si la capacité d'intervention de la banque sur les éléments déclencheurs des agressions reste donc limitée, il ressort néanmoins des réflexions conduites auprès des salariés et des partenaires sociaux, que des actions axées sur la qualité de l'information, l'accueil et le suivi des clients ainsi que du traitement de leur réclamation peut contribuer à éviter que les éventuels mécontentements ou incompréhensions ne dégèrent en agression commerciale à l'encontre de nos salariés.

#### **Article 1<sup>er</sup> - Une communication claire et transparente au client**

La Société Générale doit veiller à apporter à sa clientèle une information claire et transparente sur l'ensemble des supports de communication (courriers,...) à destination de la clientèle, en particulier ceux relatifs aux incidents (saisies arrêt, rejet de chèque, ATD,...) plus à même de générer des agressions commerciales. Ces courriers devront notamment faciliter la compréhension des incidents rencontrés mais également insister sur les démarches à suivre, les coûts afférents, les délais et modalités de réclamation.

Le contact direct et rapide du client en particulier par téléphone devra être privilégié afin de réduire les délais d'information et de faciliter l'échange et la recherche de solutions.

A cet égard, le traitement des réclamations clientèle demeure un élément essentiel dans la prévention de l'agression en contribuant à désamorcer les tensions pouvant survenir dans le cadre de la relation commerciale au niveau local.

En cas de difficulté, de désaccord ou d'insatisfaction, la Société Générale offre à ses clients jusqu'à trois niveaux de recours amiable : l'agence et l'encadrement commercial de proximité, le Service Réclamation Clientèle et enfin le médiateur. Ce dispositif est mentionné au dos des relevés de compte adressés aux clients ainsi que sur les brochures tarifaires. Il permet, avec des interlocuteurs différents à chaque étape, de dépassionner le débat et d'apporter une réponse objective et professionnelle adaptée au problème rencontré.

#### **Article 2 - Un accueil adapté aux attentes de la clientèle**

L'aménagement et l'organisation de l'agence bancaire, point central de la relation clientèle, doivent contribuer à placer le client dans un environnement professionnel et de confiance en corrélation avec ses attentes.

Parmi les différents éléments à prendre en compte, la qualité du cadre et de la signalétique, la mise en place d'automates en fonction des besoins identifiés, la facilitation du traitement des opérations simples, la qualité de l'information sur les horaires et les services disponibles, la simplification des modes d'ouverture à la clientèle, doivent constituer des axes de réflexion et d'amélioration au sein de chaque agence avec le soutien des Directions fonctionnelles de la Banque de Détail.

## **Chapitre II**

### **Accompagner et former le personnel dans le cadre de la relation clientèle**

La prévention des agressions commerciales implique, au-delà des qualités d'accueil de la clientèle, que les salariés soient préparés à faire face aux éventuels dérapages des clients difficiles.

Ainsi, si la maîtrise de l'environnement professionnel constitue la base essentielle pour assurer une relation clientèle de qualité, il s'avère que, pour certains entretiens difficiles ou conflictuels, la connaissance de certaines techniques pour faire retomber les tensions et maîtriser la situation est également nécessaire.

La mise en place d'un dispositif complet d'information et de formation a pour objectif d'apporter aux salariés de la Société Générale une meilleure compréhension du phénomène et des moyens de prévenir ou de traiter les agressions commerciales dont ils sont l'objet.

#### **Article 3 - Renforcement de la maîtrise de l'environnement professionnel à la prise de poste par une action de compagnonnage**

Le parcours de formation pour toute prise de nouvelles fonctions en place à la Société Générale et tout au long de l'exercice du poste permet à chacun d'assurer les connaissances indispensables requises pour lui garantir la compétence et la crédibilité auprès de la clientèle.

Il peut néanmoins s'avérer utile de renforcer le parcours de formation « prise de poste » habituel par une démarche complémentaire préalable à la première prise de poste sur la base du compagnonnage afin de familiariser les salariés aux réalités du terrain et à ses spécificités.

Cette démarche sera partie intégrante du parcours d'intégration des chargés d'accueil préalablement à leur première prise de fonctions.

L'accompagnement serait organisé en deux étapes :

- découverte des différents services de la DEC (gestion administrative, risque, animation commerciale) intégrant des développements spécifiques sur la question des agressions commerciales par le Directeur des Risques et le Responsable Ressources Humaines et Logistique,
- découverte des opérations confiées au chargé d'accueil et des outils mis à sa disposition, dans une agence par principe différente de l'agence d'affectation, avec un collaborateur expérimenté et formé.

#### **Article 4 - Edition d'une plaquette d'information diffusée à l'ensemble des salariés en contact avec la clientèle**

Une plaquette d'information sous forme de fiche pratique sera créée et diffusée auprès de l'ensemble du personnel afin de rappeler les techniques de base pour désamorcer une situation d'agression ainsi que les éléments essentiels de la démarche Société Générale.

Une version courte pour les salariés travaillant au guichet sera déclinée dans un format et un design proches de la plaquette « consignes immédiatement après un hold up ».

Une version adaptée aux spécificités du métier des conseillers multimédia ou des salariés en Pôle Service Client (PSC) sera également diffusée.

#### **Article 5 - Dispositif de formation à la prévention des agressions commerciales et incivilités**

Le dispositif de formation s'articule autour de trois niveaux distincts.

##### **Niveau 1 : Création d'une formation en e-learning**

Une formation en e-learning sera mise en place intégrant les principaux conseils et techniques pour désamorcer et traiter une situation conflictuelle. Cette formation reprendra les lignes directrices de la formation e-learning destinée aux salariés susceptibles d'ouvrir seul une agence dans les conditions fixées par les instructions SG. Elle intégrera notamment des situations pratiques filmées.

La formation en e-learning sera accessible par l'ensemble des personnels de base-avant. Les modalités de suivi de la formation seront fixées par les Directions locales après information des instances représentatives du personnel locales compétentes. Un e-learning par petit groupe de salariés devrait être la règle.

##### **Niveau 2 : Sensibilisation à la prévention des agressions commerciales dans le cadre de la formation à la sécurité des salariés des DEC de RESO**

La formation à la sécurité qui doit être effectuée auprès des salariés de chaque agence lors d'une prise de fonction d'un nouveau Responsable d'Agence ou Responsable Commercial Local ayant la responsabilité directe d'une agence, intégrera la thématique de la prévention des agressions commerciales et incivilités au travers d'une information dédiée sur :

- la typologie des situations rencontrées,
- la conduite à tenir,
- les dispositifs de protection et d'accompagnement des salariés victimes d'une agression commerciale,
- ainsi que la procédure de signalement et de recensement des agressions commises.

##### **Niveau 3 : formation « présentielle » disponible au catalogue des formations SG**

La formation - Gérer les conflits et les situations commerciales difficiles - a pour objet l'acquisition de techniques permettant de gérer et de résoudre des situations commerciales potentiellement conflictuelles voire agressives (identification des éléments précurseurs, conduite à tenir, propositions de solutions en fonction des situations pouvant se présenter).

Extrêmement pratique, la pédagogie de ce stage s'appuie sur des situations professionnelles des participants, et apporte des méthodologies opérationnelles qui sont testées par les participants (nombreux exercices et mises en situation).

Cette formation est accessible à tous les métiers de la force de vente.

Concernant les conseillers multimédia, une formation à la gestion des entretiens difficiles et incivilités sera intégrée à la formation de base qui leur est dispensée avant leur entrée en fonction.

### Chapitre III

#### Mettre en place des équipements et systèmes de protection dissuasifs

Si l'implication de chaque salarié avec le soutien de sa hiérarchie constitue le cœur de la prévention des agressions commerciales, certains dispositifs de sécurité et d'alerte peuvent néanmoins participer à dissuader les éventuels clients agressifs de passer à l'acte. Tout enregistrement vidéo ou audio qui pourrait être effectué dans ce cadre devra respecter les dispositions légales en vigueur. Les mesures de prévention évoquées ci-dessous pourront revêtir plus ou moins d'importance et être adaptées selon les conditions concrètes d'organisation des points de vente.

Concernant les centres d'appel (CRCM), il est précisé que les entretiens des conseillers multimédia avec les clients sont enregistrés dans le cadre normal de leur activité.

#### Article 6 - Télésurveillance et utilisation de l'interphonie du CRA

La télésurveillance en place dans les agences contribue à assurer la sécurité des salariés.

En cas d'agression commerciale au guichet, une procédure sera mise en place pour permettre au chargé d'accueil de solliciter une intervention du CRA par la voie de l'interphonie.

Le CRA interviendra selon un mode opératoire précis et gradué en fonction de la situation identifiée. En cas d'intervention du CRA, l'ensemble des échanges verbaux sera enregistré.

L'équipement des agences en interphonie s'effectuera progressivement parallèlement à l'installation de la vidéo numérique.

#### Article 7 - Autres mesures de prévention

Des mesures complémentaires de prévention pourront également être prises ou adaptées en fonction des spécificités propres à chaque agence, telles que :

- système de signalement gradué par téléphone permettant aux salariés notamment en bureau individuel, en situation difficile, de prévenir les autres salariés de l'agence,
- possibilité de faire intervenir un vigile en cas d'identification d'une situation potentiellement à risque (automates en pannes, ...).

## Chapitre IV

### L'accompagnement des salariés victimes d'agressions commerciales

L'accompagnement et le soutien des salariés victimes d'agressions commerciales s'analysent en un ensemble d'actions à engager suite à une agression, destiné tant à protéger dans la mesure du possible les salariés des risques éventuels de récidive qu'à leur apporter un soutien psychologique mais également juridique dans le même esprit que le dispositif existant en matière de hold up.

#### Article 8 - Dispositif de traitement commercial des clients ayant commis une agression commerciale

Dès information par un salarié du Contrôleur des Risques pour les DEC ou du Responsable Ressources Humaines et Logistique pour les CRCm ou du Responsable Ressources et Organisation pour les PSC de la survenance d'une agression (cf. dispositif de signalement et de recensement des agressions commerciales chapitre V infra) nécessitant une intervention écrite auprès de l'auteur de faits, celui-ci effectue un signalement à RESO/CLT/REC. Le signalement est obligatoire en cas d'agression se traduisant par des voies de fait physiques ou matérielles ou en cas de menaces à l'intégrité physique. Il relate les faits et dires de chaque protagoniste ainsi que le contexte général de la relation clientèle dans lequel s'inscrit l'incident ou l'agression.

RESO/CLT/REC dispose de la compétence exclusive pour traiter les différends commerciaux consécutifs à une agression commerciale qui impliquent une démarche écrite. Elle centralise la politique adoptée par la Société Générale au regard de la gravité et de la spécificité des dossiers traités.

L'objectif est de prévenir la récidive en apportant une réponse graduée et strictement individualisée.

Les interventions de RESO/CLT/REC se déclinent selon trois principaux niveaux en fonction de son analyse précise de la situation :

- 1er niveau : la lettre d'avertissement. L'objectif est de laisser une trace précontentieuse. Le courrier devra notamment dater l'incident, évoquer les faits reprochés ainsi que la rupture éventuelle de la relation commerciale et les risques de poursuite,
- 2ème niveau : la lettre de dénonciation de la relation commerciale avec préavis de 60 jours avant clôture,
- 3ème niveau : la lettre de clôture immédiate du compte pour comportement gravement répréhensible.

Les interventions sont adaptées à chaque cas et peuvent être modulées en fonction de la gravité des faits : intervention parallèle et concomitante d'un avocat, menace d'un dépôt de plainte voire « signalement » porté à la connaissance du Procureur de La République par l'avocat de la Société Générale pour solliciter une intervention rapide des forces de l'ordre. RESO/CLT/REC peut également être amené à réclamer des excuses de la part du fauteur de trouble notamment lorsque la relation commerciale est susceptible d'être maintenue.

La rupture de la relation client est systématique lors de voies de fait physiques ou matérielles ou de menaces à l'intégrité physique. Elle est immédiate en cas de comportement gravement répréhensible (notamment menaces graves à l'intégrité physique, de mort ou de voies de fait).



Compte tenu des conséquences que peuvent avoir ces différentes interventions (action d'un avocat, intervention auprès de notre Présidence, publication dans les médias, assignation en justice,...), il est impératif que celles-ci soient signées par RESO/CLT/REC.

### **Article 9 - Déclaration accident du travail**

Chaque agression se traduisant par des violences physiques donne lieu à une déclaration d'accident du travail.

Il en est de même en cas de menaces graves à l'intégrité physique (ex : menaces de mort) et lorsque le choc psychologique manifestement subi par la victime justifie cette démarche.

Une déclaration d'accident du travail peut également être établie en cas de demande du salarié.

### **Article 10 - Aide sociale et psychologique**

Dès information du Responsable Ressources Humaines et Logistique par un salarié de la survenance d'une agression (cf. dispositif de signalement et de recensement des agressions commerciales chapitre V infra), celui-ci transmet l'information à l'assistante sociale afin que celle-ci prenne contact avec la victime. Ainsi, la victime de l'agression bénéficie, dans tous les cas, des conseils et de l'aide de l'assistant(e) social(e) et, si nécessaire, d'un suivi médical.

Le salarié peut également prendre contact avec son assistante sociale en cas de difficulté rencontrée.

Les assistantes sociales bénéficient d'une formation spécifique à ce type d'entretien post traumatique.

Les informations relatives au dispositif de prévention Société Générale sont également disponibles sur le site des Ressources Humaines de l'Intranet de l'entreprise.

Cette mention est rappelée dans la plaquette d'information diffusée dans l'ensemble du personnel (cf. II.2.1 supra).

### **Article 11 - Accompagnement juridique**

La Société Générale s'engage à apporter à tout salarié victime d'une agression commerciale, un soutien juridique.

Ainsi, le salarié bénéficie à sa demande des conseils juridiques d'un avocat désigné par la Société Générale notamment sur les modalités d'un dépôt de plainte pour l'agression dont il a été victime. Les échanges entre l'avocat et le salarié se font en liaison avec RESO/CLT/REC qui assure le suivi juridique et stratégique du dossier.

Si le salarié décide de porter plainte, il est assisté par l'avocat désigné par la Société Générale qui assurera la défense de ses intérêts dans l'éventualité d'une action judiciaire.

Si le salarié ne dépose pas plainte, RESO/CLT/REC peut intervenir auprès du collaborateur afin de lui conseiller de déposer plainte avec l'assistance d'un avocat au vu du cas de l'espèce.

Les frais de procédure et d'avocat (désigné par la Société Générale) sont à la charge de l'entreprise. Les dommages-intérêts alloués par le juge reviennent de droit à la victime.

Sauf voie de fait matérielle dont elle serait directement victime et pour laquelle la Société Générale dépose plainte systématiquement, il n'appartient pas à la Société Générale sur un plan légal de porter plainte pour le compte de son salarié.

Néanmoins, la Société Générale se joindra, comme partie civile à l'action pénale, à chaque fois qu'elle sera en mesure d'invoquer un préjudice civil direct en sa qualité d'employeur en relation avec l'agression dont aura été victime personnellement son salarié.

## **Chapitre V**

### **Organiser le signalement et le recensement des agressions commises**

Depuis 2005, la Société Générale a mis en place un outil de recensement et d'analyse afin d'opérer un diagnostic du phénomène et de prendre des mesures en meilleure adéquation avec les situations identifiées.

Cette première expérimentation conduit la Société Générale à renforcer sa démarche par la formalisation d'une procédure basée sur la déclaration du salarié victime.

#### **Article 12 - Modalités d'organisation du signalement et du recensement**

Tout salarié qui s'estime victime d'une agression commerciale telle que définie au chapitre liminaire du présent document saisit les faits sur une fiche pré remplie disponible sur son poste de travail informatique.

La saisine est effectuée « à chaud ». Le salarié remplit les rubriques suivantes : nom du client ; n° de compte ; client/client externe/non client ; catégorie de client ; type d'agression ; récidiviste (O/N) ; résumé détaillé des faits (citer les propos exacts)

Le fichier est adressé par messagerie aux personnes suivantes :

- Pour les salariés de base avant : Responsable d'Agence, Responsable Clientèle Local, Contrôleur des Risques, Responsable Ressources Humaines et Logistique, Directeur Clientèle Particuliers Professionnels, Directeur de DEC,
- Pour les conseillers multimédia : Superviseur, Responsable Ressources Humaines et Logistique, Responsable d'Unité Opérationnelle, Directeur du CRCm. A noter que l'appel en cause sera systématiquement écouté par la hiérarchie pour compléter la fiche avec le salarié,
- Pour les salariés des PSC : Responsable de Traitement, Responsable des Opérations, Responsable Ressources et Organisation, Responsable Pilotage et Prestation, Directeur de PSC. Sont également destinataires : le Contrôleur des Risques et le Directeur de la DEC d'appartenance du client.

#### **Article 13 - Information du CHSCT**

Les agressions commerciales signalées par les salariés font l'objet d'une information du CHSCT à l'occasion des réunions trimestrielles ordinaires.

Par ailleurs, le secrétaire du CHSCT est informé simultanément à RESO/CLT/REC des agressions commerciales qui lui sont transmises par le contrôleur des risques, le Responsable Ressources Humaines et Logistique pour les CRCm ou le Responsable Ressources et Organisation pour les PSC (cf. article 8 supra).

#### **Article 14 - Recensement des agressions commerciales au niveau de l'entreprise**

RESO/LOG est systématiquement informée par RESO/CLT/REC des agressions commerciales qui lui ont été signalées et les centralise dans un document récapitulatif. Ce document comprend les rubriques suivantes : code DR ; agence/PSC/CRCm ; date de l'incident ; poste occupé par la victime ; type d'agression ; circonstances ; arrêt de travail (O/N) ; déclaration AT (O/N) ; actions conduites par l'entreprise.

Les agressions commerciales recensées dans ce document font l'objet d'une présentation trimestrielle et d'une analyse en Commission Hygiène et Sécurité du Comité Central d'entreprise de l'UES SG-SGAM.

### **Chapitre VI**

#### **Mise en œuvre et suivi de l'accord**

#### **Article 15 - Mise en œuvre et suivi du présent accord**

Les mesures envisagées dans le cadre de la démarche Société Générale de prévention des agressions commerciales seront mises en place progressivement en tenant compte de l'évolution des techniques, de l'identification des besoins prioritaires et des contraintes organisationnelles.

La démarche de prévention ainsi que les mesures prises dans son cadre feront l'objet chaque année, d'un bilan auprès de la Commission Hygiène et Sécurité du Comité Central d'entreprise de l'UES SG-SGAM.

Si, au cours de ce bilan, des évolutions ou aménagements significatifs à l'accord apparaissent nécessaires, les parties conviennent de se réunir pour procéder à leur examen.

### **Chapitre VII**

#### **Durée, révision et dénonciation de l'accord**

#### **Article 16 - Durée, révision et dénonciation de l'accord**

Le présent accord est conclu pour une durée indéterminée. Il peut être dénoncé par une ou plusieurs des parties signataires selon les modalités prévues à l'article L 132-8 du code du travail. Le préavis de dénonciation est de trois mois.

Sur l'initiative de la Direction ou à la demande d'au moins trois syndicats signataires, une négociation pour sa révision pourra être engagée, la révision intervenant dans le cadre des dispositions de l'article L132-7 du code du travail.