

- Nous avons été reçus par la nouvelle Directrice (Mme Garmendia) le 28 juin dernier à propos de la nouvelle stratégie bancaire de l'Enseigne (les « 5 piliers »).
- Cette évolution est portée par le nouveau Directeur National de l'Enseigne, Philippe Bajou (ex n°2 de LBP). Les changements annoncés n'augurent rien de bon pour l'avenir des bureaux de poste, bientôt transformés en simples agences bancaires. Ca y est, nous y sommes ! C'est la fin des bureaux à caractère multi-métier, LBP devant réaliser 70% du chiffre d'affaire du groupe LP à l'horizon 2015. Dernière illustration : la nomination de Philippe Wahl (ex-président du directoire de LBP) à la tête du groupe La Poste.
- La clientèle peu fortunée n'aura à terme, comme seul interlocuteur qu'un automate. Le lancement des bureaux ESCI (I comme intégral : murs d'automates dernière génération, suppression totales des guichets financiers) en est l'illustration.

Une banque « citoyenne, pas comme les autres »...

C'est par une présentation de La Banque Postale à double facette que la Directrice a entamé cette CDSP : LBP banque *citoyenne* mais évoluant dans un domaine « *supra* » sensible.

Si elle a loué les vertus d'une banque « *socialement responsable* », elle a comparé les résultats de LBP avec les autres banques : le coefficient d'exploitation (le bénéfice net par rapport au coût d'exploitation) est de 15% à LBP, entre 30 et 40% pour les autres banques. Le PNB (Produit Net Bancaire, c'est l'avoir moyen des clients) est de 410€ pour LBP, « *totaletement inférieur au marché* »...

On lui a gentiment rétorqué que la clientèle dite sociale se concentre quasiment exclusivement à LBP, toute comparaison avec des banques classiques étant de fait faussée. La Directrice, ayant réponse à tout, affirme que notre seule mission de service public est l'accessibilité bancaire. Rideau.

Mais, elle a un fond gentil la nouvelle Directrice ! Selon elle, ces constats s'expliquent par le fait que LBP est une banque uniquement de particulier (pas d'entreprise). Ouf ! On allait penser que c'était de notre faute !!

Donc, pour remonter ces chiffres, on va se remonter les manches et devoir « *conquérir le marché des jeunes, des actifs et des patrimoniaux* », en bref il faut renouveler le fonds de commerce avec des clients à potentiel, tant pis pour les autres...



5 piliers sans fondations ?

Il ne faut cependant pas se leurrer, toutes les forces vives des bureaux seront tendues vers ces objectifs et les suppressions d'emplois en seront le principal levier (des guichetiers bien sûr, mais aussi des GCB, voir plus bas). Cette refonte des pratiques bancaires imposée par M. Bajou s'articule autour de 5 « piliers ». Détails & commentaires :

- Une nouvelle segmentation des portefeuilles et évolution des attendus métiers.

Ces 2 premiers piliers concernent uniquement les forces de vente. Ils vont redéfinir les rôles entre les COFI et les COCLI. Pour les COCLI (900 clients contre 1200 aujourd'hui), les attendus seront le développement de la collecte et de l'équipement. Pour les COFI (3000 clients !): le traitement des « cibles » fournies par LBP et le délai d'obtention de RDV pour les clients. **On peut s'attendre à une paupérisation du métier de COFI et plus de pression pour les COCLI**, le tout toujours encadré par l'infantilisante et au combien prégnante méthode 7G.

Les portefeuilles vont être profondément chamboulés, donc impacts importants sur l'activité, le commissionnement, l'appréciation, les évolutions de carrière... bref, les conditions de travail des vendeurs. **Le CHSCT va devoir être consulté.** Mise en place des nouveaux portefeuilles dans la DELP au 2/12/2013. Les clients ne seront pas prévenus du changement par LBP, ce sera au nouveau conseiller de les appeler. Le téléphone risque de chauffer !

La cible emplois par catégories n'est pas connue de la DELP 44/85 à l'heure actuelle (une 2ème CDSP « 5 piliers » est prévue le 27 septembre). On parle de 3 créations de postes de COCLI et de CSP (250 clients). Il y a actuellement dans la DELP 10% des postes non-comblés. Créations également de postes de COFI III-2 : ces postes (marginiaux) seront réservés à des COFI qui travaillent seules en bureau (le III-2 leur permet de vendre des produits réservés jusqu'alors aux COCLI, du style Cachemire ou autres). Sur ce point, on peut craindre une nouvelle fois un jeu de chaises musicales, engendrant promotions arbitraires, mutations d'office...

Ce qui est sûr, c'est qu'entre les quelques créations de postes de COBA et les lourdes suppressions de postes de GCB, la balance emploi sera négative, pour des attendus toujours plus haut pour tous les employés des bureaux de poste...

Nous avons imposé un point sur **les COBA remplaçants (COBAR)**. Rappelons que les COBAR ont été créés afin de remplacer les absences longues des vendeurs, supérieures à 1 mois. C'est pour *sud* une bonne chose, cela permettant une continuité de service, sans créer une surcharge de travail pour les autres vendeurs du terrain.

Cependant, de nombreuses remontées nous font état de dérives : aucune lisibilité sur les horaires & lieux de travail d'un jour à l'autre, 35h du coup non respectées sans aucune compensation, pas de temps de déplacement ni d'IEV, pas de commissionnement (les COBAR travaillent sur les codes des vendeurs remplacés). Les COBAR sont les pions des DV, mais ont malgré tout la même pression commerciale que les sédentaires. Inacceptable, d'autant que les COBAR sont souvent des salariés qui débutent dans le métier de vendeur...

Alors, sur ce coup là, on n'a plus été gentil du tout avec la gentille Directrice. Il faut bien qu'elle se rende compte de la situation, aveuglée qu'elle est par la hauteur de la tour Bretagne !

Nous revendiquons qu'un accord local COBAR soit négocié, sur le calque de l'accord EAR.

- Les entretiens-vente par téléphone.

A compter de la fin de l'année, chaque vendeur sera tenu de proposer à chaque client rencontré d'effectuer les prochains RDV par téléphone : c'est la « **vente à distance** » (VAD). La Poste explique que ce moyen de contact est plébiscité par la majorité des clients en nouvelle cible : les jeunes et les « *clients à potentiel* ». On nous ressert le plat de la déshumanisation à la demande des clients !





Il est évident que l'Enseigne va généraliser cette VAD pour imposer un développement commercial accru : dans les présentations nationales, le nombre de RDV/jour reste fixé à 5 (25/semaine) en plus de la VAD ! Quid donc du temps de travail ? Les vendeurs devront en faire + dans le même temps imparti ?

Mais non, mais non ! Car l'Enseigne explique qu'à terme (2014), le phoning disparaîtra à mesure que la VAD progressera.

Sur ce point, nouvelle intervention de notre gentille Directrice, qui indique que le nombre de RDV/semaine sera fixé de 25 à 30, que ce soit des RDV en face à face ou par téléphone. Notons bien

que, dans d'autres DELP, le nombre de VAD exigé **se rajoute** aux 5 RDV/j. Notre Directrice ne nous dirait elle pas toute la vérité ?

On constate donc encore une fois la volonté de l'Enseigne de sortir les clients des bureaux de poste.

• Intégration des guichetiers à la dynamique (ou à la dynamite ?) bancaire.

Alors là attention, ça fait vraiment mal ! Car ce 4ème pilier, pierre angulaire de l'édifice prévoit **des attributions supplémentaires (par contre sans moyens supplémentaires) aux guichetiers : montée en gamme CCP, formule de compte, ouvertures CNE, mises à jour des données clients sur DRC.... Ceci accompagné de suppressions massives de postes de GCB.**

souhaite pas (les + démunis), celle-ci disparaîtra ?? En tout cas, pour parvenir à ces fins, toute la pression sera sur les guichetiers...

Toutes ces nouvelles tâches désormais dévolues aux guichetiers doivent s'accompagner **d'une solide formation.**

Pas de problème, St Jacques (Rapoport) avait tout prévu, avec le dispositif **FEST** (vous savez, la Formation En Situation de Travail : on forme un agent : le relais-bancaire qui doit ensuite former ses collègues durant le temps de travail, encore une fois sans moyens alloués). On nous la sort à toutes les sauces, cette **FEST**. On nous explique que c'est pratiqué dans de nombreuses entreprises, qu'on est dans l'humain...

Mais nous, on constate que la **FEST** se résume de fait à une formation du type

« téléphone arabe » (pas péjoratif) : un agent sait quelque chose, qui le répète à un collègue, qui ensuite fait de même... **En bout de chaîne, on constate que des agents ont reçu des informations erronées...très dommageable quand il s'agit de délivrer des certicodes, des ouvertures de comptes...**

Mais c'est vrai qu'on voit les choses différemment que l'on soit dans les bureaux de la tour Bretagne ou sur le terrain.



Conséquence immédiate sur le quotidien des guichetiers : les incivilités générées et le sentiment d'être débordé devant des clients ravis de poireauter

1/2h derrière une ouverture de compte ...

Conséquence d'autant plus marquée si on travaille **dans un bureau où le poste de GCB est supprimé** : la clientèle GCB vient aussi d'autres bureaux de poste, où elle trouve un conseil ou une aide efficace en un minimum de temps. Le temps de SAV désormais passé sur les guichets les encombrera mécaniquement.

A moins que les clients GCB n'aillent dans les rares bureaux où le poste GCB n'est pas supprimé. Misère à lui !

L'Enseigne pense sans doute qu'en ne s'occupant pas du type de clientèle qu'elle ne



On voit bien là que l'Enseigne ne veut plus de guichetiers, mais des conseillers bancaires. Elle veut se débarrasser de la clientèle sociale. ESCI (avec son externalisation obligée) est là pour ça !

Et pour nous mettre de la pommade dans le c..., notre gentille Directrice nous fait remarquer que les promos en II-3 atteignent 48% des effectifs de l'exécution dans le 44/85 (43% pour le national), alors que l'accord guichetier en prévoyait 40%. Quand on vous dit qu'elle est gentille !!

• Evolution du rôle des DET

C'est le 5ème pilier. Les DET auront désormais plus de marges de manœuvres commerciales, qu'il s'agisse d'un geste financier, d'octroi de moyens de paiement, de réductions tarifaires... Une certaine forme d'autonomie leur est accordée. Renforcement du « *management personnalisé* » : évaluer la « maturité » des COBAs, assurer un pilotage bancaire des + tatillons.

Il devra « être à l'écoute de tous les agents du terrain afin que son plan de marche soit le plus possible en phase avec les objectifs commerciaux assignés ». Ses perspectives de développement de carrière sont en jeu !

C'est pour tout cela que *Sud* revendique :

- 100% de promotions internes et pas de mobilités fonctionnelles ou géographiques forcées.
- Le maintien de tous les postes de GCB et leur pérennisation dans le projet « *5 piliers* ».
- Une négociation et une prise en compte des situations individuelles dégradées découlant du projet.
- La prise en compte de l'augmentation d'activité sur la ligne guichet, ainsi qu'une formation digne de ce nom pour tous les guichetiers (pas de FEST, mais de vraies formations en face à face).
- Pas d'objectifs spécifiques VAD (vente par téléphone) pour les COBAs.
- Le maintien pendant 3 ans du commissionnement moyen perçu sur les 3 dernières années, en cas de baisse de la RVB (rémunération Variable Bancaire) constatée suite aux « *5 piliers* ».

Et maintenant, quelles perspectives ?

Des actions collectives vont être nécessaires pour proposer **un accord bancaire** digne de ce nom (celui de 2011 ne contenait que des déclarations d'intention !).

Sud va proposer à la rentrée aux autres organisations syndicales une rencontre en vue d'organiser des réunions (HIS : Heures d'Informations Syndicales) avec toutes les forces de vente.

Ce sera l'occasion d'élaborer ensemble une plateforme revendicative complète, en lien avec les « 5 piliers » et les difficultés quotidiennes.



Nous ne baisserons pas la garde sur nos conditions de travail !