

■ Comme on pouvait s'y attendre depuis la prise de pouvoir par la CDC en 2019 (Caisse des dépôts et Consignations qui possède désormais 66% du capital du groupe), La Poste est désormais découpée en 4 branches (Grand Public/Numérique, LBP, Courrier/Colis et Géopost). ■ Le « plan stratégique » 2020-2030 qui vient d'être publié exclut désormais tout recours aux bénéfices de ses activités commerciales pour équilibrer ses comptes : c'est la fin programmée de l'unité de La Poste. ■ Pendant ce temps, les suppressions de postes de CC et COBA s'accroissent, les attendus commerciaux augmentent. Explications :

Des choix stratégiques dangereux pour l'avenir de La Poste.

Jusqu'à dans les années 2010, la ligne était claire, la diversification des activités était le moteur de la pérennité de La Poste dans son ensemble. Sauf que la CDC et Ph. Wahl (PDG de La Poste) n'ont pas grand-chose à faire de son unité : pas touche aux bénéfices de LBP et Géopost pour compenser ses missions de service public !

Chaque branche devra équilibrer ses comptes...ou disparaître ? Il faut donc s'attendre à une redistribution des activités, un démantèlement du groupe La Poste, mais aussi à des regroupements et fusions avec d'autres opérateurs quand « l'opportunité » s'en fera sentir. Avenir prévisible des 4 branches :

Branche La Banque Postale :

LBP (créée en 2006) devait devenir une banque universelle et « sauver » La Poste en apportant 50% du chiffre d'affaire du groupe. En 2020, elle plafonne à 21.2% du CA...

Elle restera donc une banque de détail de taille modeste et devra être le véhicule de distribution à la fois de « services tous azimuts » et à la fois le véhicule de distribution des produits CNP (IARD, risques, épargne et prévoyance).

Il serait étonnant que LBP reste en l'état, et la recherche de « partenariat » sur tout ou partie de ses activités bancaires semble être le seul avenir qui lui soit réservé.

Rappelons que les chargés de clientèle, COBA ou collègues des centres financiers ne sont pas employés de LBP (avec les avantages financiers que cela amène), mais postiers qui prestent pour le compte de LBP.

Branche Courrier/Colis (BSCC) :

Ph. Wahl est clair : « la lettre, c'est dépassé ».

→ Sauf qu'aucun concurrent ne veut distribuer du courrier (pas assez rentable), tandis que sur le marché des imprimés publicitaires, La Poste est en situation de monopole avec la faillite prévisible d'Adrexo.

→ Pour le colis, le trafic est en augmentation exponentielle. Mais, selon les patrons de la logistique, la distribution du colis sans la préparation de commandes à une très faible rentabilité... Sauf à baisser considérablement le coût du travail, par l'utilisation massive d'emplois précaires (intérimaires, sous-traitance...).

Branche Grand Public/Numérique :

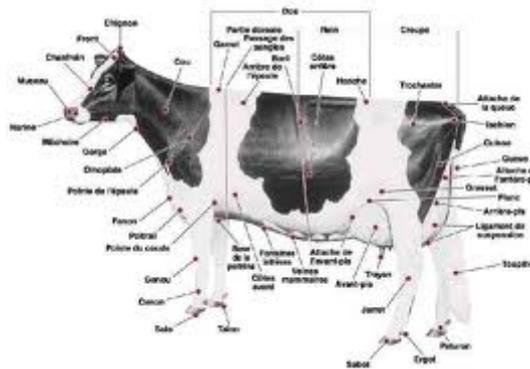
C'est la nôtre, issue de la fusion des branches Réseau & numérique !

Le réseau des bureaux de poste fond comme neige au soleil. En effet, il ne correspond plus du tout aux orientations stratégiques des responsables de la CDC : ils veulent qu'il devienne exclusivement un réseau de distribution de produits multiservices (LPM, VSMP, CNP, LBP).

Les fermetures récurrentes deviennent massives pour compenser les absences non remplacées.

C'est l'accélération du transfert des activités non commerciales (instances, produits courriers de base) chez les « partenaires » (GMS, APC, RPC ou RPU et bientôt les bureaux de tabac).

Demain, seules des opérations commerciales seront réalisables en bureau de poste.



Branche Géopost :

C'est LE bras armé financier de la CDC et de Ph.Wahl. C'est une filiale de la maison-mère qui achète massivement des entreprises de logistique partout dans le monde.

Géopost est désormais présent dans 47 pays et veut doubler sa taille d'ici 2020. Ses profits ont été multipliés par 2 en 2020, année de pandémie (10 milliards d'€ de CA l'année dernière).

La CDC et Ph.Wahl entendent bien faire un maximum de profits rapidement. **Profits qui serviront à investir, à financiariser et à verser les dividendes aux actionnaires...Mais certainement pas à équilibrer les comptes de La Poste, ni à contrebalancer les coûts de ses missions de service public.**

Et pour nos bureaux, c'est *open bar*??

Dixit Ph. Wahl, la baisse des taux bancaires et la chute de fréquentation des bureaux sont des « *opportunités positives* ». Ces faits vont, selon lui, « limiter le nombre de visites subies » dans les bureaux.

Nous n'avons décidément pas les mêmes conceptions : moins de visites en bureaux, c'est moins de clients/usagers à servir, c'est moins de contacts, c'est moins d'activités...et donc moins de bureaux (on parle de seulement 1600 bureaux restants à l'horizon 2025).

Notre PDG veut ainsi instaurer dans les bureaux de poste des **niveaux d'accueil différenciés suivant la « valeur » du client/usagers** : je suis commercialement « *bankable* », je pourrai bénéficier d'un accueil physique dans un bureau. Je suis « simple usager » ou « *pas bankable* », je serai réduit à effectuer mes opérations chez un partenaire (relai poste, GMS, tabac...) ou sur internet.



Cette **discrimination** est une atteinte d'ampleur aux missions de service public à la population qui nous sont confiées, un glissement malsain vers une politique entièrement commerciale...au bénéfice de l'actionnaire CDC. Inacceptable.

Le service public dans l'œil du cyclone ?

La principale justification de ce glissement invoquée par nos dirigeants est que l'Etat ne compense pas à bonne hauteur nos 4 missions de service public (distribution du courrier 6j/7, l'aide au transport de la presse, et pour le Réseau, l'accessibilité bancaire et la présence postale).

C'est une réalité et **le manque à gagner pour La Poste est de l'ordre d'un milliard d'€/an.**

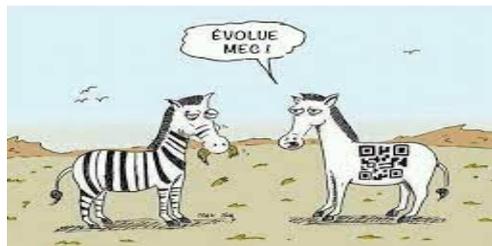
Alors 2 pistes sont avancées : → Que La Poste se débrouille toute seule pour **trouver les ressources nécessaires au financement de des missions de service public** qui lui sont confiées. → Ou alors que la loi fasse **évoluer le contenu de ces missions** (donc vers le bas). Détails :

L'aubaine de l'identité numérique pour la rentrée de cash!

L'évolution des pratiques numériques qui s'impose désormais à tous (tout au moins à tous celles et ceux qui peuvent utiliser une connexion numérique) et les évolutions de la réglementation européenne en la matière amènent à la création de **l'identité numérique** (*cyber sécurité accrue, fin des mots de passe multiples...*).

Le gouvernement a confié à La Poste la mission de développer l'identité numérique (IN), ce qui est une bonne chose à priori, en permettant de la recentrer comme partenaire public au service de tous.

Mais pour la CDC/Wahl, l'enjeu est ailleurs, la souscription de l'IN étant nécessairement liée à l'ouverture d'un compte La Poste. Ce qui peut permettre de **recupérer nombre de données individuelles** (à moins du refus par le souscripteur) et de les faire **fructifier commercialement, voir de vendre ces données** (même chose que pour les ordres de reex, où les nouvelles adresses des souscripteurs sont revendues si le client n'a pas coché la case qui indique explicitement son refus d'exploitation de sa nouvelle adresse). **Rentrée de cash supplémentaire en perspective...pour financer les missions de service public ??**



Egalement en cible pour augmenter les rentrées de cash, la vente des licences IN à des entreprises. Le prix des licences vendues sera bien entendu fonction du nombre de souscripteurs et sera certainement très élevé. **D'où les objectifs (encore une fois démesurés : 500.000 nationalement pour fin 2021) et les consignes de propositions systématiques envers les chargés de clientèle pour trouver des souscripteurs potentiels.**

Vers des missions de service public low cost ??

Donc, seconde option envisagée pour équilibrer les comptes de LP : l'évolution vers le bas des missions de service public qui lui incombent. 2 des 4 missions de service public concernent le Réseau : l'accessibilité bancaire et la présence postale.

→ **L'accessibilité bancaire, c'est l'obligation pour La Poste d'ouvrir des comptes bancaires à toute personne qui en est exclue.** 50.000 demandes de « droit au compte » traitées par LBP chaque année, ce qui représente un coût important pour les comptes de la Poste. Il n'est cependant nullement envisagé de solliciter les banques qui rejettent les clients « inintéressants ».

→ **La présence postale, c'est aujourd'hui l'obligation pour LP que 90% de la population d'un département soit à 5km ou 20mn en voiture d'un « point de contact »** (donc bureau de poste, mais aussi les « partenaires » : Agences Postales Communales, Relais poste en rural ou en urbain).

On se dirigerait donc vers **une dégradation de la présence postale pour maintenir les bénéfices du groupe ?**

Et là, l'imagination de nos décideurs peut être sans limites : Il serait envisagé, avec une modification de la « loi postale » de 2010, **d'augmenter le nombre de « points de contact » en incluant les bureaux de tabac et les GMS** (obligation par la loi que les 24.000 buralistes et les GMS effectuent des retraits/dépôts de LR et colis ?) et de durcir les conditions d'accès aux différents « points de contacts » (le canal numérique devant être considéré comme un « point de contact » !).

Ce prévisible désengagement postal des territoires orchestré par l'Etat et la volonté de La Poste de limiter sa participation à la satisfaction des besoins sociaux coïncident avec l'arrivée de la CDC au capital du groupe. Rappelons que la CDC est sous contrôle du Parlement et, de ce fait, doit servir l'intérêt général.

« Bilan social 2020 » : le Covid à bon dos !

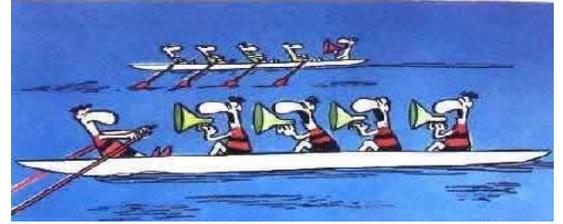
Le bilan social 2020 de La Poste vient d'être rendu public. D'années en années, la tendance est la même alors que partout, le personnel est en souffrance :

L'emploi est laminé (mais pas pour toutes les fonctions), la précarité explose ☹ ☹.

→ En pleine pandémie, nos dirigeants auront **supprimés 8630 emplois**. Ils auront également fait considérablement augmenter la **précarité** de l'emploi : **+62% d'utilisation d'intérimaires/CDD** (ce qui représente + de 26.000 équivalent temps plein).

→ Dans le même temps, la seule catégorie de personnel dont les effectifs augmentent est celle des cadres supérieurs (+117). Mais avez-vous déjà vu un cadre supp' tenir un ilot en bureau ?

LeMeilleurDuPIRE.com



Pour la rémunération, ce n'est pas la crise pour tout le monde :

- Augmentation moyenne 2020 des salariés : +1.3%, soit 33€/mois.
- Augmentation moyenne 2020 des fonctionnaires : +0.96%, soit 22€/mois.
- Augmentation moyenne 2020 des 10 + hautes rémunérations : **+10.3%, soit 4230€/mois !!!**

Nos dirigeants essaient de nous faire pleurer sur les mauvais chiffres de La Poste pour justifier une politique d'austérité. Les augmentations salariales des + hauts salaires sont indécentes. Pour **sud**, c'est clair et légitime:

→ Le 13^{ème} mois tout de suite.

→ 300€ d'augmentation salariale pour les classes I, II et III.

→ Une prime Covid de 1000€.

Motivés, motivés, soyons motivés !!



Juste avant l'été, la DR 44/85 a présenté le « *baromètre d'engagements 2020* » au Réseau. L'ensemble d'entre nous était amené à s'exprimer et à répondre à diverses questions sur notre quotidien professionnel (64% des collègues de la DR 44/85 y ont répondu). Des résultats globalement en baisse et **surtout des notes très inférieures dans la DR 44/85 par rapport au national**. Y aurait-il des problèmes dans notre direction ??

Quelques chiffres & remarques :

→ 50% n'ont pas confiance dans l'avenir du réseau (61% au national).

→ 52% jugent que les orientations actuelles du groupe LP vont dans la mauvaise direction (44% au national).

→ 61% des employés de la DR 44/85 pensent qu'il y a une mauvaise coopération entre les équipes et la direction du groupe LP (54% au national).



→ Seulement 41% pensent que leur travail est reconnu à sa juste valeur (51% au national).

→ 61% estiment que leurs objectifs sont irréalisables (46% au national).

→ 55% des employés de la DR 44/85 estiment qu'ils n'ont pas les marges de manœuvre suffisantes pour satisfaire le client (42% au national)

En résumé, beaucoup de réponses inférieures au national qui posent questions sur le type de management pratiqué et l'état des troupes dans notre DR 44/85. A vos avis !

A La Poste, on aime les objectifs, les classements, les challenges, les attendus...

Du benchmarking, en veux-tu en voilà !

D'ailleurs, bien planquée dans son Village, la DR 44/85 excelle pour remplir ses objectifs de suppressions d'emplois :

→ A ce jour, **36 PT de chargés de clientèle supprimés (pour 27 secteurs réorganisés), et l'année n'est pas finie !**

→ **S'y rajoutent les 17 PTF COFI III-1 à supprimer pour 2022 (voir page 4), ce qui nous annonce un avenir douloureux pour notre quotidien professionnel, et aussi pour le développement commercial.**

Pourtant, les efforts fournis par l'ensemble des collègues (CC, COBA, encadrement) n'ont jamais été aussi importants dans le domaine du développement commercial et de l'adaptation aux nouvelles pratiques ou services.

... AVEC TOUJOURS AUSSI PEU DE RECONNAISSANCE, DE GRATITUDE FINANCIÈRE. CELA DOIT CHANGER !

Et pendant ce temps là, les aberrations persistent : pour les CC, toujours + d'opérations longues non comptabilisées, de pressions commerciales et de travail en sous effectif. Pour les COBA, les aberrations sur le taux de décrochés, toujours - d'autonomie, des horaires d'ouverture parfois absurdes, le forcing RAD et les SI défailants pour tout le monde.

On est très loin de la satisfaction clients...

Sièges éjectables pour les COBA!

Le moins que l'on puisse dire, c'est qu'il n'y a pas de trêve estivale pour les réorganisations à La Poste.

En témoigne les dernières décisions prises par la nouvelle branche Grand Public-Numérique (qui remplace depuis juin la branche Réseau) concernant la Ligne Conseil Bancaire (LCB): une évolution de la méthode commerciale qui s'accompagne d'une **réduction drastique du nombre de portefeuilles**.

Une évolution de la méthode 7G, OK, mais pour quoi faire ?

En préambule de cette évolution, est affichée la volonté de renforcer « la perception de LBP comme banque citoyenne » ainsi que de devenir « la banque préférée des français ».

Cette louable volonté risque de se transformer en un vœu pieux car, en regardant en filigrane, on s'aperçoit que cette évolution de la méthode 7G induit une **relation différenciée** suivant la typologie de clientèle :

→ **Prise en charge « pro active »** pour les patrimoniaux et adultes à enjeu. Donc, RDV en face à face privilégié si souhait client.

→ **Prise en charge « à la demande »** pour le « grand public » et clientèle vulnérable. Donc, RAD ou renvoi vers le numérique quasi systématisés, en indiquant même que « la mutation des usages pourrait être + rapide avec le développement contraint du relationnel à distance »... On n'est plus dans le choix du type de relation par le client.

A quand les RDV en face à face payant pour cette typologie de clientèle ?



La *citoyenneté* recherchée par LBP doit s'appuyer sur le socle de l'égalité sinon, pourrait-on parler de banque d'exclusion ??

Plan « d'ajustement » de la LCB ...ou plan social ?

La Ligne Conseil Bancaire, comme l'ensemble du groupe La Poste, se voit frapper pour les prochaines années par une cure de suppressions de postes jamais atteinte : près de 500 portefeuilles à supprimer nationalement en 2022, dont 439 COFI III-1...

La DR 44/85 va perdre 17 PTF III-1 (sur 73), soit 24% du total, pourcentage supérieur à la moyenne nationale.

On peut au passage s'interroger sur ces suppressions de PTF supérieures à la moyenne nationale :

Serait-ce une des conséquences du type de management pratiqué depuis quelques temps, qui génère entre autres un fort taux d'arrêts de travail et de démotivation (le nombre de PTF restant étant calculé entre autres sur le « cœur de clientèle », qui s'est érodé + rapidement dans le 44/85 qu'ailleurs) ?

La liste des secteurs impactés par ces suppressions de PTF sera communiquée en septembre.

→ SUD s'oppose à ces suppressions de PTF, qui vont encore durcir les exigences du métier de COBA.

→ Un repyramidage des grades doit être opéré, ainsi qu'une revalorisation significative de la prime de fonction bancaire.

→ Les parcours de carrière doivent être lisibles, en toute transparence.

→ Une réelle autonomie doit être appliquée, pour l'arrêt de l'infantilisation.

Transformer OK, mais pour aller où ??

Même si nous sommes peu convaincus que nos dirigeants aient une vision pertinente de l'avenir de La Poste à 10 ans, nous avons la certitude que nous sommes à un tournant.

On comprendra aisément que les choix stratégiques 2020-2030 ne sont pas seulement des suppressions « classiques » d'emplois, mais surtout **une transformation intégrale des métiers, des qualifications et des règles de gestion du personnel**.

Transformer les infrastructures, les métiers, la réglementation, la gestion des postiers nécessite une forte adhésion idéologique pour que nous, chargés de clientèle, COBA ou encadrants, voyons au mieux un avenir dans les choix stratégiques de nos dirigeants, ou au pire concédions bon gré mal gré que c'est la solution la moins pire !

Il est désormais nécessaire de renvoyer à nos dirigeants la question de la finalité de cette stratégie : « transformer pour aller où ? ».

→ **En quoi est ce que le modèle que prévoient ces grands stratèges garantit-il une stabilité sociale et un avenir pour La Poste et les postier.es ?**

Nous pouvons affirmer que ces choix politiques vont amener au contraire à un démantèlement du groupe LP, à une baisse du coût du travail et à une destruction des métiers et des qualifications.

NE NOUS RÉSIGNONS PAS, RÉSISTONS !! LA POSTE EST UN BIEN COMMUN !!



Nous vous donnons RDV à la rentrée pour œuvrer collectivement pour que La Poste prenne la place qui doit être la sienne : une réelle entreprise au service de la population.

ENFIN, NOUS VOUS SOUHAÏONS UN BEL ÉTÉ.

