

# L'ÉCHO SPÉCIAL RÉSEAU

## du Conseil d'Administration

### LE PROJET DE LA DIRECTION

### Accélérer la transformation du Réseau en une enseigne de distribution de service

Le 17 décembre, la direction de La Poste a réuni un « séminaire » sur le plan stratégique de 2030, notamment sur la branche Réseau ■ Au vu des perspectives, on ne peut pas dire que cela donne vraiment envie de rejoindre cette branche.



## UNE BRANCHE SOUS PRESSION PERMANENTE

La direction le reconnaît enfin. Pour elle, le Réseau n'est qu'un centre de coût pour les autres branches. Chaque année, les autres branches (Courrier, LPM, LBP, Chrono...) imposent leurs impératifs. Ce qui oblige le Réseau à réduire drastiquement la facture qu'elle leur adresse. La crise sanitaire n'a rien arrangé : la fréquentation des bureaux a connu une chute (20 %) comme les opérations au guichet (le renvoi systématique aux automates y est pour quelque chose...). Elle a aussi engendré des files d'attente interminables qui ont rebuté bon nombre d'usagers sans parler de la difficulté, pour les personnels, à les gérer.

Cyniquement, la direction a donc profité du COVID pour accentuer ses projets de réformes et d'évolution de la branche. Elle a donné de nouvelles habitudes aux usagers et aux client-e-s. Mais la stratégie des patrons du Réseau ne passe pas toujours: nombre de Secteurs ont refusé de déporter les instances des bureaux vers la Branche Courrier Colis en voyant la fréquentation des bureaux baisser [et donc pour eux la possibilité de faire des ventes annexes].

Cela ne les empêche pourtant pas de se jeter à corps perdu dans de futures réorganisations.



## LE RÉSEAU COMME UNE FRANCHISE DE DISTRIBUTEUR.

La grande idée de nos dirigeants serait donc de transformer le Réseau en une simple « franchise » de distributeur en supprimant les différenciations entre un relais poste urbain et un bureau de plein exercice. Un vieux rêve de nos dirigeants depuis l'Enseigne ! Le leitmotiv est avant tout de faire baisser la présence physique dans les bureaux et de « multiplier l'expérience digitale ».

Et pour y parvenir la direction du Réseau ne manque pas d'idée :

- ✓ faire disparaître les instances des bureaux : trop chères à gérer et pour la direction, c'est un échec de la distribution au destinataire.
- ✓ le développement de "kit blister", à vendre partout et pour tout ce qui peut se vendre du téléphone au timbre.
- ✓ la commercialisation de nouvelles offres avec de nouveaux partenaires



## ENCORE PLUS DE COMMERCIAL

La vente sera encore plus l'alpha et l'oméga du Réseau. Et pour cela, pas besoin d'être en bureau de plein exercice. Les rendez-vous pourraient être faits dans n'importe quel point de contact. Les COBAs pourraient -ils alors recevoir leurs clients dans l'arrière-boutique d'une épicerie ?

Cela pourrait même, dans l'esprit de nos directions se transformer en des entretiens en visio ! Ambitieux, surtout quand on connaît l'efficacité du système informatique...

**LA DIRECTION A DES PROJETS PHARAONIQUES POUR LE RÉSEAU. MAIS ILS FONT ENCORE PASSER LES AMBITIONS DE L'ENTREPRISE AVANT L'INTÉRÊT DES PERSONNELS ET DU SERVICE PUBLIC. LOGIQUE, QUAND ON ENVISAGE LE RÉSEAU COMME UN CENTRE DE COÛT AVANT TOUT. POUR SUD PTT, IL S'AGIT PLUTÔT DE REMETTRE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC AU COEUR DE CETTE BRANCHE...**

## NOUS CONTACTER



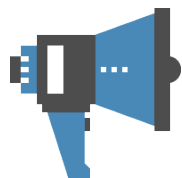
25 27 RUE DES ENVIERGES  
75020 PARIS



0144621200



sudptt@sudptt.fr  
www.sudptt.org



# BUDGET 2021 DE LA POSTE : LA MULTINATIONALE QUI A OUBLIÉ LE SERVICE PUBLIC

La direction de l'entreprise a présenté lors du Conseil d'Administration du 17 décembre 2020 le budget 2021, ainsi que les « perspectives » des missions de service public postal. Premier constat : les postier-e-s et le service public paieront l'addition !

## Un outil financier public au service du capitalisme

Avec des bénéfices boostés par l'arrivée de la CNP dans son escarcelle, La Poste se sent pousser des ailes et va se lancer dans les conquêtes internationales tous azimuts.

En fait d'intérêt général, l'augmentation du capital de La Poste sera vouée essentiellement à multiplier les acquisitions, notamment à l'étranger. Il s'agit de faire de La Poste une multinationale comme les autres.

## Toujours plus pour les actionnaires — rien pour le personnel

Côté salaires des postier-e-s, 2021 sera encore être une année blanche. La prime d'intéressement de l'exercice 2020 est toujours évaluée à zéro euro, contrairement aux annonces de certaines organisations syndicales.

Lors de la première réunion des NAO (négociations salariales), la DRH a bien fait comprendre que les augmentations seraient au ras des pâquerettes. Un sacré cynisme quand dans le même temps des dizaines de milliers de postier-e-s font face à une peak period sans précédent au colis (+ 50 % de trafic par rapport à l'année dernière) dans des conditions de travail toujours plus catastrophiques.

## Une refonte complète du service public postal

Pour mener cette stratégie de conquête et crise sociale et sanitaire oblige, il faut, pour la direction nationale et les actionnaires « alléger la structure ».

La direction et les actionnaires s'y emploient en proposant une remise à plat du service public postal. Sans surprise, un « comité des services publics » présidé par l'ancien responsable du groupe Accor France a rendu son verdict : le service public postal (l'aide à la presse, l'aménagement du territoire, l'accessibilité bancaire et le service universel postal) coûte trop cher à La Poste et à l'État. Un État qui d'ailleurs ne respecte pas, loin de là, tous ses engagements en termes de compensation des dites missions.

Les propositions du comité des services publics sont « carciaturales » : il faut tout changer si on veut que La Poste reste une entreprise compétitive. Le moins que l'on puisse dire, c'est que cela ne sent pas bon du tout pour le service public, qui est déjà fort mal en point.

**Le slogan de cette séance du Conseil d'administration : le chiffre d'affaires et les profits avant les postier-e-s !**

La direction doit rapidement changer de cap, il y a des alternatives à la boulimie d'achats des patrons de La Poste et de leur tutelle. La Poste doit être un grand service public pour toutes et tous en s'adaptant aux nouveaux besoins de la société, sans laisser personne au bord du chemin.

## SUD PTT REVENDIQUE LA SOCIALISATION DU GROUPE LA POSTE, SOUS CONTRÔLE DU PERSONNEL ET DE LA POPULATION.

