

RÉSULTATS SEMESTRIELS : UNE STRATÉGIE À INTERROGER

Alors que la direction postale a annoncé un changement brutal du service public en supprimant le J+1 et en allongeant les délais de distribution, elle présentait ce jour les résultats semestriels au conseil d'administration et aux organisations syndicales. Encore une fois, ils sont en demi-teinte, notamment par la dépréciation des actifs du courrier. Un effet comptable qui risque de pénaliser, les personnels de La Poste.

Alors que le Groupe subit les effets de l'inflation, une nouvelle dépréciation des actifs du courrier divise par deux les résultats de l'entreprise à la mi-année, une courbe descendante qui devrait se confirmer en décembre 2022. Parallèlement, les effets de la guerre en Ukraine impacte GEOPOST avec la dépréciation de DPD Russie. Autre point inquiétant, cette dépréciation des actifs est le signe que la compensation octroyée par l'État ne serait donc plus suffisante pour absorber le choc des volumes du courrier dans les années à venir. La responsabilité de l'État pour maintenir un service public postal est donc posée dès maintenant.

Au vu des maigres augmentations des postier-e-s, la direction considère donc que cette inflation ne les touche pas. Cela fait d'ailleurs écho au débat sur la loi pouvoir d'achat en cours à l'Assemblée. Les postier-e-s ayant touché un intéressement « substantiel » selon la direction, il n'y aurait pas nécessité de revaloriser leur salaire au minimum du niveau de l'inflation.

Quelle stratégie pour l'entreprise publique ?

Globalement, on peut parler de stabilité plutôt qu'augmentation. En comparant par rapport au premier semestre 2021. Le chiffre d'affaires est en hausse de 3,56%. Le résultat net par groupe est en revanche en augmentation de 70%.

Après une année boostée par l'augmentation exponentielle du COVID, c'est un retour à la réalité. En ce qui concerne les colis, les volumes ont drastiquement baissé (-20 % à Colissimo et près de 4 % à GEOPOST), mais cette baisse était prévisible avec la fin des confinements successifs. Ils restent, néanmoins, largement au-dessus de la période pré-COVID. Pour GEOPOST, les augmentations de tarifs parviennent quasiment à absorber le choc de la baisse des volumes. Du côté de colissimo, c'est l'inflation qui plombe principalement les résultats du colis de la BSCC. Enfin pour GEOPOST le double modèle B2B et B2C permet d'absorber aussi la baisse de volume dans l'e-commerce. On est donc loin d'une crise dans ce secteur qui continue à développer des bénéfices substantiels.

Du côté du courrier, la compensation du service universel postal couplée à l'augmentation du timbre parvient à endiguer la baisse des volumes du courrier. Par contre, il faut noter le premier recul de l'ensemble des nouveaux services dans la branche courrier-colis, que cela soit dans le domaine de la santé ou des nouveaux services.

La Banque Postale continue à voir ses chiffres croître dans tous les secteurs, malgré une baisse du résultat net de la banque de détail, moins importante que les années auparavant. Autre fait notable, les chiffres de La Banque Postale sont améliorés cyniquement par les suppressions d'emplois dans les services financiers et le Réseau, absorbant 20 % de l'augmentation des « charges » de la maison mère.

Les bons résultats de la filiale de La Poste se font aussi sur le dos de l'emploi dans la maison mère dégradant le service public bancaire que rend l'entreprise. Et en même temps, la Banque Postale va facturer toutes les autorisations de découverts au-dessus de 300 euros, un signal donné à tous ses clients de limiter leur utilisation du découvert et voir d'inciter au crédit à la consommation.

Enfin pour la branche Grand Public et Numérique, l'activité et la fréquentation des bureaux sont en baisse. Si le nombre de points de contact augmente, le nombre de bureaux de poste est en baisse. Or, beaucoup d'opérations possibles dans un bureau de poste ne seront pas réalisables en Relais. Pour prendre un exemple, la lettre prioritaire disponible dans sa seule version électronique ne sera pas faisable dans un relais poste, mais seulement dans les bureaux.

Alors que la question du réchauffement climatique s'est encore imposée dans l'actualité par les incendies en Gironde, le développement constant du Groupe dans le colis par des investissements et des achats continus, pose question. Alors que les émissions de gaz à effet de serre ne cessent de croître, les multiples acquisitions du groupe dans le colis obèrent ses objectifs d'émission zéro carbone en 2040. Soyons clair au-delà des effets de communication et des compensations carbone qu'elle débourse en espèce sonnante et trébuchante, le modèle du Groupe est un modèle qui pèse sur le réchauffement climatique. On peut même penser que sortir le porte-monnaie pour compenser la pollution est une marque absolue du cynisme développé par les capitalistes.

Pour SUD PTT, le modèle actuel de l'entreprise publique vise à diminuer le service public postal du courrier, développer le colis contre toute logique écologique et transformer le modèle bancaire en une banque de détail comme les autres. Il est à interroger rapidement, car le modèle néolibéral, des services publics aux services des plus riches risque de s'imposer rapidement.



Fédération des activités postales et de télécommunications

25/27 rue des envergures 75020 Paris

tel 01 44 62 12 00 fax 01 44 62 12 34

sudptt@sudptt.fr www.sudptt.org

Union
syndicale
Solidaires