

La Poste - Médiapost - Adrexo : ni mulets, ni paillassons, ni kleenex... ça suffit !

Depuis plusieurs mois, la Poste “maison-mère” récupère des pans entiers des imprimés publicitaires de Médiapost et d'Adrexo ☐ Factrices et facteurs deviennent des mulets ! ☐ A Médiapost et Adrexo, la perte d'activité s'accompagne de départs contraints et forcés ☐ Le “Oui pub” qui arrive pourrait accélérer le processus ☐ Les propositions de SUD...

Restructurations en rafale, côté pile...

Après avoir créé il y a des années une filiale - Médiapost -, pour distribuer les imprimés publicitaires, la Poste a pris la décision d'intégrer cette activité dans les services de la “maison mère” pour “rééquilibrer” les tournées des factrices et facteurs.

Même scénario avec Adrexo, où dans certaines zones, comme en Bretagne, les imprimés s'accumulent sans être distribués pendant des semaines ! Et les tournées s'alourdissent avec une dégradation des conditions de travail.

Et côté face, l'hécatombe...

Les salarié-es de Médiapost subissent de plein fouet ces reprises d'activité. Dans ce contexte, pas de plan social (même pas besoin !) avec des départs au fil de l'eau sans perspective réelle de reclassement. Ou alors à des dizaines de kilomètres...

De toute manière, Médiapost ne respecte rien, pas même son accord de modulation et les règles du temps partiel modulé. Comme à Adrexo qui est régulièrement condamné par la justice.

On fait “amis-amis” avec la concurrence...

Les salarié-es de Médiapost et d'Adrexo sont traité-es comme des “paillassons”, des salarié-es “kleenex”, en fonction des seuls intérêts de la maison mère.

Mais cette dernière n'a pas de limite en prospectant de la même manière vis-à-vis d'Adrexo. Une pratique bien loin du discours sur la concurrence, un discours qui justifie toutes les remises en cause sociales !

Ainsi, la Poste se découvre presque une “passion” pour l'IP après avoir créé une filiale de toutes pièces.

Les conventions passées avec Adrexo précisent ainsi que « *c'est une opportunité de développement et de nouveau chiffre d'affaires sur une prestation qui relève de son cœur de métier* » !! Du coup, factrices et facteurs doivent “embarquer” les IP de Médiapost et d'Adrexo. Bonjour les mulets !

Mêmes causes, mêmes effets à Adrexo : les emplois disparaissent sous l'effet de la reprise d'activité !

☐ **En tout cas, si c'est leur cœur de métier, on va leur rappeler alors que les salarié-es d'Adrexo et de Médiapost doivent avoir le droit d'intégrer la Poste !**

☐ **Et que ce soit à cause de leurs reprises de marchés ou à cause du Oui pub !**

Le “Oui pub” arrive... avec des belles promesses !

A l'annonce du choix des collectivités pour expérimenter le “Oui pub”, le message de Médiapost adressé au personnel s'est voulu rassurant :

« *C'est une priorité pour nous. Dès lors qu'il n'y aurait plus d'imprimés publicitaires, tout sera fait pour préserver les intérêts de nos collaborateurs et leurs familles. Personne ne sera laissé sur le bord du chemin.*

Chaque situation sera étudiée afin de trouver une solution personnalisée et adéquate. Médiapost s'engage à ce qu'il n'y ait pas de plan social d'entreprise, conformément au modèle social du Groupe La Poste ». Quand on voit comment ils nous traitent quand l'activité est reprise : nous n'avons aucune confiance !

Quant à Adrexo, champion du zéro communication, aucune information n'a été transmise au CSE ou aux salariés sur les conséquences à court et moyen terme.



Fédération des activités postales et de télécommunications

25/27 rue des envièrges 75020 Paris
tel 01 44 62 12 00 — fax 01 44 62 12 34
sudptt@sudptt.fr — www.sudptt.org

Janvier 2022



Concernant les chiffres de ce qu'on appelle la sous-traitance postale (le transfert de zone chez Mediapost), c'est en nombre de documents qu'ils sont exprimés : actuellement environ 10 millions de documents sont sous-traités. L'objectif est de 500 millions !

La pression est mise sur les distributeurs pour démissionner, ce que malheureusement trop acceptent après avoir été forcés d'aller distribuer à des dizaines de km de chez eux, kilomètres non payés. Du coup, même pas besoin de plan social !

Mais si l'un des enjeux est de défendre nos emplois et le reclassement au sein de la Poste, il faut aussi imposer le droit à la formation et le droit à une reconversion. Mais, pour y parvenir, il va falloir se faire entendre !

Les pouvoirs publics doivent s'engager comme cela se fait dans certains secteurs, et au sein des conventions collectives, comme dans l'automobile avec l'arrivée du tout électrique.

C'est le meilleur moyen de ne pas rester "sur le bord de la route" selon la formule consacrée de la directrice de Mediapost, Adèle Albano, dans une vidéo. Car son engagement à reclasser le personnel dans le Groupe ne fait que répéter une obligation légale.

L'engagement doit être plus précis que cette promesse sans aucun contenu : reclassement sur la ville, maintien des contrats ou accès au temps complet selon le souhait de chacune et chacun.

Cela doit aussi concerner le personnel d'Adrexo !

Nos propositions pour l'emploi !

L'enjeu est d'obtenir des garanties collectives :

- en mettant un coup d'arrêt aux restructurations dans la distribution de la maison mère,
- pas de fermeture des sites dans la "précipitation" alors que l'expérimentation "Oui pub" n'a pas débuté et n'a donc produit aucun effet ! Pas d'effet d'aubaine pour nos dirigeants pour accélérer leurs restructurations...
- le droit d'intégrer La Poste sur la ville d'activité, sans "pré-requis" et avec, selon le choix des salarié-es, le maintien du contrat actuel ou l'octroi d'un contrat à temps complet,
- des garanties de reconversion négociées avec les pouvoirs publics, avec un droit à la formation, comme cela se discute sur d'autres marchés impactés par la loi Climat !

SUD-PTT lance un appel à toutes les fédérations syndicales pour agir en commun et être reçues ensemble par les pouvoirs publics, La Poste...

SUD-PTT propose de la même manière des rencontres avec tous les représentants du personnel au sein de la branche de la distribution directe et des deux entreprises concernées !

Allô, allô ? On se réveille !...

Le 6 octobre, notre fédération a écrit à Barbara Pompili, ministre de la Transition énergétique, pour être reçue et connaître « *le suivi par vos services de l'expérimentation programmée, quant aux éventuelles conséquences sociales en matière d'emploi au sens large* ». Depuis, aucune réponse !...

Nous allons écrire cette fois à Bercy, ministère de tutelle. A défaut de réponse, on pourrait bien monter à Paris pour les réveiller et leur exposer nos revendications !

Notre action peut être aussi l'occasion d'imposer l'arrêt des restructurations à la Poste et de faire respecter les règles sociales à Médiapost et Adrexo !

La liste des 15 collectivités qui vont expérimenter le Oui Pub pendant trois ans

1. SMICTOM (Syndicat Mixte Intercommunal de la Collecte et du Traitement des Ordures Ménagères) du Pays de Fougères
2. Ville de Bordeaux
3. SMICVAL (Syndicat Mixte Intercommunal de Collecte et de Valorisation) Libournais Haute Gironde
4. Agglomération d'Agen
5. Ramonville Saint-Agne (Haute-Garonne)
6. Communauté urbaine de Dunkerque Grand Littoral
7. Ville de Sartrouville
8. Troyes Champagne Métropole
9. Métropole du Grand Nancy
10. Grenoble Alpes Métropole
11. SYTRAD (Syndicat de traitement des déchets Ardèche Drôme)
12. SICTOBA (Syndicat intercommunal de collecte et traitement des ordures ménagères de la Basse Ardèche)
13. Communauté de communes Vallée de l'Ubaye Serre-Ponçon
14. UNIVALOM (Syndicat Mixte de traitement et de valorisation des déchets dans les Alpes Maritimes)
15. SYVADEC (Syndicat de Valorisation des Déchets de la Corse)