

## “Attractivité du réseau en milieu urbain”

FEDERATION SYNDICALE  
des activités postales et  
des télécommunications

25/27 rue des Envierges 75020 Paris

Tél. : 01 44 62 12 00

Fax : 01 44 62 12 34

Courriel : sudptt@sudptt.fr

Internet : www.sudptt.org

# Le bureau de poste vivra ?

**A  
G  
U  
I  
C  
H  
E  
T  
O  
U  
V  
E  
R  
T**

**Ce projet capital, sera-t-il la chronique d'une mort annoncée ? Dans tous les cas nous pouvons dès à présent et sans palabrer outre mesure décerner le Prix Nobel de la casse du service public à nos patrons. Il semblerait que le Réseau, notamment en milieu urbain, soit devenu peu ragoûtant. Sauf pour la voracité des financiers et autres comptables qui ont décidé de donner un nouvel élan aux bureaux de poste. Sous ce branle-bas de combat pour rendre le réseau attractif, La Banque Postale en grand architecte du bureau de poste du futur, est à la manœuvre... Une manœuvre de casse !**

### Des bureaux à géométrie variable...

Depuis la prise en main du Réseau des bureaux de poste par La Banque Postale, le service public connaît une accélération de son recul.

La rentabilité sélective a largement remplacé le service rendu à la population sans discrimination sociale. Ce projet d'adaptabilité des bureaux en milieu urbain est une attaque de plus à l'encontre d'un service public dévolu à tout à chacun.

Et pourtant, c'est en son nom et au titre de la cohésion, de l'accessibilité et de l'aménagement du territoire que les dirigeants de La Poste s'apprentent à différencier les services en fonction des potentiels économiques.

### Des bureaux couleurs locales ?

Dans ce projet de restructuration du Réseau, majeur par son ambition, il est fait appel à tout un arsenal. Dans un premier temps, pour externaliser la « clientèle » qui « cannibalise » les guichets... En langage gestionnaire : les pauvres, costumés du vocable « clientèle fragile » parce que même sur le dos des pauvres, il y a toujours un moyen de faire du fric. Puis dans un deuxième temps, concentrer les forces vives sur les « clients » et les zones à potentiel.

Ainsi les maîtres mots sont, plus d'accessibilité, plus

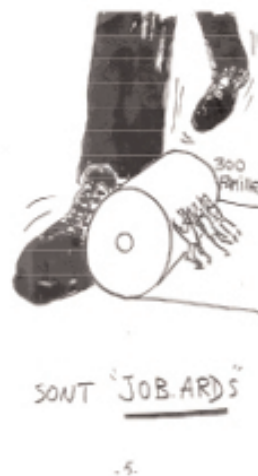
de personnalisation et plus de numérique.

Plus d'accessibilité et plus de numérique sont l'un comme l'autre les voies pénétrables de l'externalisation tous commandements confondus.

L'une comme l'autre invoquent le modèle de bureau en ESC-I, la présence accrue des a u t o m a t e s

GAB, TLS-COS, LISA, une réduction de l'offre en interne (continuum de gamme) et le transfert vers des partenariats divers et variés : Pickup, Franprix, La Conciergerie...

**De manière systématique le socle des services communs à tous les bureaux nouveaux formats est échafaudé sur la doctrine « allez voir ailleurs si nous y sommes ! » et au pire « Aidez-vous et La Poste vous aidera » !**



## Et les agents en variable d'ajustement !

Le pseudo futur des bureaux de poste passerait donc par une segmentation de leurs activités et un recentrage sur une adaptation à la réalité locale.

Trois schémas de bureaux apparaissent :

- Les bureaux pour la clientèle patrimoniale ;
- Les bureaux pour la clientèle pros ;
- Les bureaux pour la clientèle fragile.

L'ensemble de cette structure est régenté par la Banque Postale. Elle-même considérant, définitivement, le Réseau comme sa propriété devant mettre en œuvre ses priorités et sa stratégie de développement.

Pour preuve, dans les deux premiers modèles de bureaux, il est mis en avant un accueil personnalisé d'un type de clientèle à dominante bancaire ...

Le modèle patrimonial concentrerait les conseiller-ers bancaires pour les portefeuilles bien garnis.

Le modèle pro serait réservé à la clientèle pros, notamment pour les services bancaires et serait susceptible de répondre à des demandes courrier/colis.

Un service «drive», à l'instar des grandes enseignes commerciales est à l'étude pour permettre aux professionnels de venir avec leur véhicule retirer les commandes. Et le développement durable ?

Réponse d'un esprit éclairé en charge du devenir

du Réseau « on ne crée pas le déplacement en voiture, on n'est pas responsable »... Après avoir rayé de la carte des centaines de bureaux, le cynisme de ces gens-là fonctionne avec quel type de carburant ?

Resterait pour la clientèle populaire, «sans intérêt», l'automatisation de leurs relations personnelles avec La Poste au travers de l'organisation ESC-I.

Ainsi pour d'aucuns, les «sans-le-sou», l'accessibilité se résumerait à un mur d'automates à même de répondre à leurs besoins. Si toutefois ce n'était pas suffisant, un partenariat extérieur avec des associations, des dispositifs divers et variés (APPUI, SOS Presta...) serait la solution à une meilleure compréhension du rôle de l'automate.



Avec cette nouvelle configuration, quelque peu ségrégationniste, les patrons de La Poste cherchent à enfoncer le clou vers une externalisation toujours plus massive.

Et comme un dogme, mis à exécution depuis plusieurs années, les suppressions d'emplois sont un des éléments, si ce n'est l'élément majeur, de cette

énième restructuration du réseau des bureaux de poste.

**En effet, dans cette valse des bureaux, le personnel jouera la variable d'ajustement en fonction des profils des bureaux et des agents. Dans ce flux et reflux permanent, le projet passera pour perte et profit les emplois.**

**L'expérience a déjà montré, en milieu rural, que la limitation des opérations postales courantes était la petite mort d'un établissement.**

**En 2006, lors de la création de LBP, la Cour des Comptes prophétisait une rentabilité à hauteur de 2600 bureaux. Nous y sommes, le reste se résumant à des points de contact. Au passage, des centaines d'établissements et des milliers d'emplois ont été supprimés.**

**Le choix systématique de la mise en place de bureaux en ESC-I, en ZUS ou quartier populaire est à rebours des besoins. ESC-I illustre la volonté de déshumanisation et de discrimination d'accès aux services postaux.**

**SUD PTT réaffirme que la présence postale est un combat à mener et qui n'a jamais été autant d'actualité !**