Mai 2014

COURRIER
OBJECTIFS TIMBRÉS

■ Comme chaque année c'est la valse des entretiens d'appréciation leurs objectifs tous plus délirants les uns que les autres ■ Cette année le développement du chiffre d'affaire revient en force, avec des objectifs chiffrés de vente pour les facteurs et factrices ■ On est bien loin du rôle social tant vanté par nos dirigeants !

■ On n'est pas des commerciaux

La Poste a tendance à oublier que le cœur du métier de facteur-trice est la distribution et certainement pas la vente de produits divers et variés. Bien trop souvent pour nos directions, il est plus important de vendre un carnet de timbres plutôt que de livrer le courrier dans de bonnes conditions.

Il n'est pas question de transformer le facteur en commercial, et l'excuse de la baisse de trafic du courrier ne doit pas servir d'alibi pour mettre la pression sur les agents et faire planer sur eux/elles la menace d'une sanction par une baisse de leur notation.

■ Mauvais vendeur = mauvais facteur ?

En quoi la vente définirait la valeur du travail des agents ? C'est une hérésie pure et simple !

Et a-t-on sérieusement le temps de faire de la vente alors que de réorg en réorg, les tournées sont rallongées au point qu'une majorité de facteurs et factrices dépassent aujourd'hui leurs horaires ? De plus, depuis des années, le raccordement postal et l'implantation massive des batteries Cidex sont tels que les liens directs avec les usagers sont, dans certaines zones, inexistants.

Malheureusement ces objectifs ont tendance à se généraliser avec les conséquences que l'on connaît en cas de baisse de la notation pour objectifs non-atteints (plus le droit de participer à la vente, perte de la moitié de la prime Facteur d'avenir, risque de perdre sa tournée si noté deux fois A). Les conséquences pourraient être extrêmement lourdes pour un agent qui, au final, n'aura fait aucune erreur de distribution dans l'année mais qui n'aurait pas assez activé sa « fibre commerciale ».

Pour SUD, il est hors de question que les facteurs et factrices se transforment en commerciaux/ales.

Les critères de vente doivent disparaître des objectifs d'entretien d'appréciation !

Que faire ?

En préalable, il faut lors de l'entretien d'évaluation marquer son désaccord sur la reconnaissance de cet objectif et exiger de na pas être évalué-e, en argumentant que le critère de vente n'entre pas dans vos compétences. Il faut donc exiger du manager que ce critère ne soit pas retenu dans l'entretien d'appréciation.

Si toutefois le manager vous impose un objectif de vente vous pouvez faire un recours en médiation. Pour cela, vous avez un délai de deux mois pour saisir la commission de médiation, et si cela n'aboutit pas vous avez le droit de saisir soit la CCP pour les salarié-es (Commission Consultative Paritaire) ou la CAP pour les fonctionnaires (Commission Administrative Paritaire). Lors de cette médiation vous pourrez vous faire assister par une personne de votre choix.

Bien souvent ces objectifs sont donnés à l'ensemble des titulaires d'un centre et il est important que tout le monde fasse un recours afin de donner plus de poids aux demandes. Vous pouvez contacter vos représentant-es SUD PTT locaux ou départementaux afin qu'ils vous fournissent un modèle de requête à remettre à votre supérieur hiérarchiqueavec copie au syndicat SUD PTT.

Sud Solidaires
25/27 rue des envierges
75020 Paris
www.sudptt.org
tel : 01 44 62 12 00
fax : 01 44 62 12 34
mail : sudptt@sudptt.fr
Fédération des activités postales et de télécommunications
Sud Solidaires