



L'OEIL

DU CYCLONE

Face aux évolutions de LBP se mobiliser

Depuis des années, les réorganisations, suppressions de services et d'emplois se multiplient à La Poste. Ce sont plusieurs milliers d'emplois qui sont détruits dans nos centres. Ce sont des pans entiers de nos activités qui partent à la sous-traitance pour une qualité de service aux clients qui se dégrade. C'est la multiplication des intérimaires, des alternants qui n'ont plus de perspectives d'embauches dans nos services. Ce sont les pressions commerciales qui repartent à la hausse. C'est le manque de reconnaissance grandissant par la ligne hiérarchique.

À SUD PTT, nous disons BASTA ! Il est temps de mettre un arrêt à la spirale infernale.

Nos métiers changent, mais pas notre rémunération

La direction donne un cap clair. Se recentrer sur l'accueil client et le commercial. Cette « dérive » déjà présente depuis des années va s'accroître avec le nouveau plan stratégique.

Si dans certaines directions, la consigne devient « l'enchantement » (sic) au service du client, la réalité est tout autre.

Au front-office, il est prévu de convoquer des postier-e-s qui ne font pas leurs chiffres pour une petite séance de remotivation, un bond en arrière de plus de 15 ans. Mais, le signal avait déjà été donné pendant les entretiens d'appréciation et le contrat de performance où les objectifs étaient encore une fois revus à la hausse.

Au Middle Office, les pressions se multiplient également avec des risques de fermetures de services comme le recouvrement commercial et le risque dérogatoire. L'automatisation des opérations dans le cadre de ROC, sous couvert de rendre le travail plus facile conduira surtout à des suppressions d'emplois.

Le back-office devient le secteur à abattre : l'éditique ferme à La Source dès avril, les services courriers des différents centres financiers ferment les uns après les autres. Les derniers transferts vers la Source (Bordeaux et Paris) ne seront pas complets puisqu'une partie sera envoyée vers DOCAPOST pour soi-disant soulager les camarades du service courrier de La Source.

De la communication sans lendemain...

Si nous ne sommes pas opposés à l'évolution de nos métiers dans une société en mutation permanente, ce n'est pas pour brader notre santé et le service rendu à nos clients, car sur ce point nous n'avons rien à envier aux autres banques. Par exemple l'augmentation perpétuelle des frais bancaires mettent les client-e-s en difficulté (ces derniers pouvant quelquefois atteindre 400 euros pour un mois).

Quel intérêt pour les client-e-s de La Banque Postale de rester, alors qu'ils/elles sont traité-e-s moins bien que chez nos concurrents ? Et ce n'est pas l'arrivée récente de la CNP qui va améliorer notre vie au travail.

Cela a des conséquences quotidiennes avec la multiplication des client-e-s en situation difficile, précaires et qui sont désarmé-e-s notamment avec la récente crise du COVID. Des client-e-s auxquels nous devrions fourguer la nouvelle assurance prévoyance ou une

protection juridique, alors qu'ils/elles peinent à joindre les deux bouts. Alors que nous aurions pu nous démarquer, nous avons fait le choix d'agir au quotidien comme n'importe quel organisme financier. Le nouveau Président de LBP, Philippe Heim, a beau jouer du violon sur le nouveau modèle de bancassurance, LBP n'est rien d'autre qu'une banque de plus. Nous avons déjà perdu ce qui faisait notre âme.

Un plan stratégique contre les postier-e-s et qui abandonne le service public

Ce qui est développé par nos directions n'est ni plus ni moins que l'achèvement de transformation de la banque postale en une banque comme les autres : transformer la banque en un canal de distribution multi-services où les chargé-e-s de clientèle proposeraient des services multiples. Pas étonnant, par exemple, que l'on nous demande dans les semaines qui viennent de vendre des kits mobiles aux client-e-s de La Banque Postale.

On est donc loin de ce pôle financier public que la direction essaye de nous vendre depuis l'arrivée de la CNP. La banque de détail (celle pour laquelle nous travaillons à la maison mère) est très très loin de cette orientation service public.

Cela ne risque pas de s'améliorer vu que les principaux axes de développement dans les prochaines années au niveau de La Banque Postale se situent sur la banque patrimoniale et l'assurance en général, bien loin des préoccupations de nos client-e-s.

Toujours plus de fric pour La Banque

La direction souhaite, dans les années qui viennent, engranger un maximum de profits pour accompagner la stratégie globale du groupe : l'acquisition récente d'une entreprise d'assurance en Italie (ex AVIVA) en fait partie. Un seul but : servir au projet de mise à mal des services publics en prenant des parts de marché dans la e-santé et la dépendance.

Pendant ce temps-là, les personnels des services financiers ne voient

SUD PTT pose maintenant les perspectives d'une mobilisation dans les mois qui viennent pour contrer cette spirale.

Enfin, nous demandons aussi qu'enfin le personnel et le service public retrouvent une place centrale.

NOUS REVENDIQUONS

- Le 3.1 comme grade de base.
- Une prime de fonction bancaire pour les personnels en service client.
- Un treizième mois pour toutes et tous
- L'arrêt des externalisations
- L'embauche en CDI de tous les précaires qui le désirent.



pas vraiment les fruits du développement.

Nous avons alerté lors de la création de La Banque Postale des dangers de cette transformation, alors que tous les services que nous faisons pouvaient être rendus dans le cadre des services financiers de La Poste. La direction nous avait fait miroiter développement de carrière, augmentation salariale et autres perspectives alléchantes. À l'arrivée, nada !!!

Le constat est amer. Les augmentations ont disparu depuis longtemps. La rémunération variable bancaire est en constante baisse alors que l'on nous demande chaque jour plus de ventes à effectuer. Quant aux conditions de travail, n'en parlons pas. Elles se dégradent de jour en jour. Sous une fausse convivialité, le bâton est de sortie de plus en plus souvent, parfois sous couvert d'un soit-disant respect de l'éthique.

La direction voudrait que nous travaillions pour la gloire. Or, ce dont nous avons besoin c'est de ne pas nous retrouver dans le rouge chaque fin de mois..

Il est temps de mettre un frein à une stratégie qui n'est là que pour une croissance au service de la direction et des actionnaires.

Pendant ce temps-là, nous sommes avec les client-e-s les dindons de la farce.