



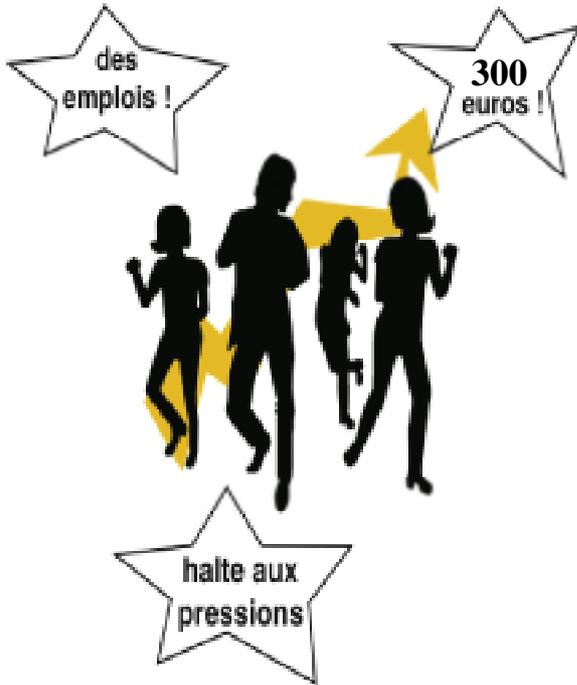
Syndicat des services
postaux parisiens

25 / 27 rue des envierges 75020 PARIS
Tél : 01 44 62 12 10 Fax : 01 44 62 12 12

www.sudposte75.fr

- Contre les suppressions d'emplois !
- Contre les pressions !
- Contre l'ouverture des bureaux jusqu'à 20h !
- Contre l'ouverture le samedi après-midi !
- Pour une indemnité de vie chère de 300 euros !

LE LUNDI AU SOLEIL !



Toujours
Plus de pressions !
Plus d'objectifs !
Plus de flexibilité !
Plus de rentabilité !
Plus de stress !
Toujours
Moins d'emplois !
Moins de Service Public !
Moins de temps libre !
Moins de vie familiale !

ASSEZ DE
CETTE GALÈRE !

LUNDI 23 FÉVRIER TOUTES ET TOUS EN GRÈVE !

IMPORTANT !

Assemblée Générale des collègues des bureaux de Poste
lundi 02 Mars à partir de 9h30 dans nos locaux,
25/27 rue des envierges Paris 20ème Métro : Pyrénées

La fuite en à vente !

T'as vendu quoi aujourd'hui ?

Cette question qui revient de plus en plus dans nos services est devenue une véritable obsession ! Pour l'encadrement, nous sommes dans un cadre professionnel et cette interrogation fait donc partie d'une réelle forme de management. A travers cette question, le but est de rappeler, voire marteler la mission première du guichetier, tant voulue et exigée par La Poste : la vente !

Les raisons de cette question relèvent plutôt de la psychanalyse (dérision, curiosité malsaine, culpabilisation, compétition...) et sont révélatrices du mal-être qui règne dans les services.

Vendre : pour développer le chiffre d'affaires et ainsi sauver nos emplois ?

Cet argument maintes fois entendu depuis des années, qui a pu faire illusion un temps auprès des postiers, est usé jusqu'à la corde. Aujourd'hui, nous pouvons nous rendre compte du "bien-fondé" de l'idéologie patronale. Car, nous vendons de plus en plus tout et n'importe quoi, du paquet d'enveloppes à la boîte à "hein", du pack MNA à la corde à sauter, du carnet de timbres (si, si) aux stylos parfumés, on en passe et des meilleurs !

Le chiffre d'affaires suit une courbe exponentielle mais le nombre d'emplois prend le chemin inverse.

En effet, en quelques années les lignes guichets ont été réduites de moitié. Le dernier projet en cours sur les établissements "Bienvenue à La Poste" ne fait pas exception.

Il va même encore beaucoup plus loin dans la productivité avec une extension des heures d'ouverture mais toujours avec des suppressions de postes !

L'argument du développement des résultats commerciaux a décidément du plomb dans l'aile !

La vente, un outil au service du management !

Hydre à deux têtes, le commercial est décliné comme argument économique, comme on l'a vu, mais il joue aussi un rôle politique : faire passer la stratégie de La Poste.

Pierre angulaire de gestion des carrières des postiers, l'appréciation du guichetier repose pour une très grande part sur l'acte de vente (connaissance des produits, application des méthodes de vente...). Et son niveau, se fonde en grande partie, voire uniquement, sur la réalisation des objectifs de vente.

Le climat social des établissements dépend des résultats commerciaux. Les ETC font office de réunions de cadrage et de recadrage. L'investissement professionnel des "collaborateurs" est mesuré à travers le prisme de leurs niveaux de vente. D'ailleurs, ceux-ci leur sont rappelés par l'intermédiaire des affichages des résultats, des entretiens réguliers, des suivis individuels...

Il s'agit, d'enfermer les collègues dans les chiffres, avec l'individualisation pour casser toutes formes de vie collective. Les agents ne doivent pas s'intéresser et encore moins émettre de critiques sur leurs conditions de travail ou sur la stratégie de La Poste, en somme l'aliénation par la vente !

La vente, une fin en soi ?

Dans notre société où tout est marchandisé, y compris la santé, La Poste n'échappe pas à la "loi du marché".

En quelques années, le prix des services postaux a explosé. L'exemple du colis est le plus frappant, les prix ont doublé sous-prétexte de modernisation avec un suivi systématique. Au passage on notera que le nombre de paquets égarés n'a jamais été aussi important !

C'est bien là que le bât blesse, faire toujours plus de business pour... faire du business. Les méthodes de vente sont d'ailleurs révélatrices, les besoins du client n'y sont même plus invoqués, pas plus que dans l'argumentaire de nos directeurs !

Maintenant, il faut développer l'offre ! Ensuite, orienter le client vers les produits à forte valeur ajoutée et pratiquer une préconisation systématique, quant à ses besoins...

Au final, quand un service vendu par La Poste, ou tout autre opérateur, ne rapporte plus assez, il est supprimé ! Le délire du profit rapide et important (augmentation annuelle à 2 chiffres !) a tout emporté sur son passage.

Nous sommes bien loin du postulat d'une activité économique pour le bien de la société... à part si elle est anonyme.

Le pompon du meilleur vendeur à La Poste est décerné... à son président !

En quelques années, La Poste a été vidée de sa mission première : le Service Public et a dérivé vers une démarche commerciale agressive montrant bien là les prémices de la privatisation.

Le système est poussé jusqu'à son paroxysme : le patron liquide sa boutique, au passage il empochera sûrement de substantiels dividendes !

Contre la casse de notre outil de travail, contre la dégradation de nos conditions de vie et pour une prime de vie chère à Paris...

toutes et tous en grève le lundi 23 février !