FO COM \ PÔLE RÉSEAU-BANQUE

https://www.focom-laposte.fr • equipe.reseau@fo-communication.fr
Alain PELLETINGEAS - TÉL. 06 44 04 90 66
Véronique GOUY - TÉL. 07 87 10 78 63

LE CC ENCHAÎNÉ

PUBLICATION À DESTINATION DES CHARGÉS DE CLIENTÈLE DU RÉSEAU • Numéro 21 • mai 2025

TAUX D'ABSENTÉISME À LA BGPN 8,9 %

Ce pourcentage correspond à la fermeture, en continu, de 119 secteurs !

Fin 2024, il a été constaté 5,2 jours de congés maladie en moyenne par postier de la BGPN contre 5 l'année précédente.
Malgré la mise en œuvre de « Tous présents », le taux ne s'est donc pas amélioré. D'ailleurs, dès fin 2023 nous doutions fortement qu'il puisse baisser.
Extrait du « CC enchaîné » de décembre 2023 relatif à « Tous présents » :

> VOUS NE VOYEZ PAS L'AVANCEE SIGNIFICATIVE QUI PERMETTRA QUE VOUS VOUS SENTIEZ BIEN DANS VOTRE TRAVAIL ? **NOUS NON PLUS !** *Si l'emploi, l'organisation vie personnelle/vie professionnelle, la rémunération ne sont pas des sujets pris à bras le corps par La Poste, Alors nous pouvons craindre que l'objectif de réduire le taux d'absentéisme ne soit pas atteint. Nos dirigeants sont-ils si éloignés des préoccupations des postiers ? FOCom le craint ! »*

Nous n'avons cessé de dire qu'il était indispensable de penser aussi à « ceux qui restent » et qui pallient l'absence de leurs collègues. Sinon, la spirale infernale ne peut que venir à bout des meilleures volontés. Fière des extraordinaires performances du baromètre d'engagement, la DRH BGPN souhaite utiliser les mêmes recettes pour diminuer le nombre d'absences dans les secteurs. Chaque secteur aura donc son plan d'action « absentéisme ». Cela s'appellera « En action pour tous présents » avec six engagements :

- prise en main du sujet par chaque manager
- vigilance sur la QVT avec un score QVT > 7
- pouvoir managérial de dire « oui » aux congés
- rendez-vous « pouvoir d'agir » annuel pour chaque postier de la BGPN permettant à chacun de s'exprimer librement
- APALA (Avant Pendant Après L'Arrêt maladie) qui permet de garder le lien malgré l'absence
- parlons zen spécifique pour partager les bonnes pratiques

Si ces mesures nous paraissent un peu plus cohérentes qu'en 2023, il nous faudra être extrêmement vigilants à certains écueils. A partir du moment où des objectifs sont fixés, l'imagination peut être fertile pour les atteindre...Il ne faut pas que ce soit au détriment des agents.

Pour FO Com, la seule solution permettant de limiter l'absentéisme ne passera que par l'emploi, l'équilibre entre la vie professionnelle et personnelle et la reconnaissance, notamment financière.

ABSENT PRESENT

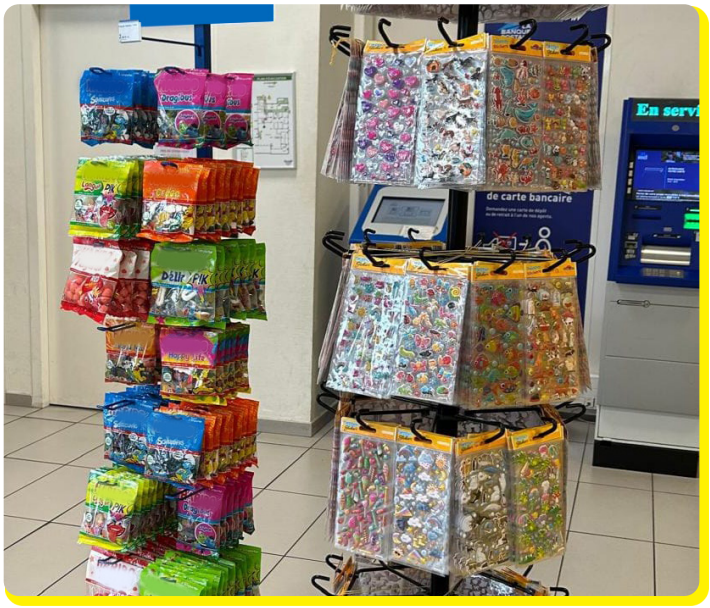
LA NOUVELLE DYNAMIQUE DES BUREAUX DE POSTE

Depuis plusieurs années, la fréquentation des bureaux de poste n'a cessé de baisser.
Après avoir tout mis en œuvre pour que les clients ne se déplacent plus, ou fassent eux-mêmes les opérations via les automates, La Poste se rend compte qu'elle a besoin de clients dans ses espaces de vente.
En effet, certaines opérations commerciales, des ventes rebonds, des ventes additionnelles dépendent d'un minimum de flux dans les bureaux.
Il faut avouer aussi, que la suppression de certaines prestations et opérations aux guichets (Western-Union par exemple), ainsi que la mise en place de la conformité bancaire ont participé à la défection des clients, en plus de la préconisation du self-care clients.
Depuis, La Poste expérimente diverses prestations et services pour augmenter l'attractivité du réseau des bureaux de poste : les colis hors-domicile, partenariat avec Vinted, cabine d'essayage, etc. (en 2024, 1,6 million de colis Vinted ont été déposés en bureau de poste). Le client « passe » dans le bureau, c'est une bonne chose. Mais aujourd'hui en termes de chiffre d'affaires le compte n'y est pas. En effet, il est difficile de capter le jeune cadre dynamique qui, à la sortie de son travail vient rapidement au bureau récupérer son instance en espérant que les horaires d'ouverture n'aient pas été modifiés en dernière minute et que le courrier sera bien là.
La monnaie de Paris qui, grâce à une large campagne publicitaire, pourrait générer un CA de 6 millions d'euros est à nouveau présente dans les gondoles des bureaux de poste en ce moment.
Fin 2025, 1600 sites proposeront le passage du code auto, moto et bateau. Le test TOEIC, certification standardisée permettant d'évaluer le niveau d'anglais sera possible dans 25 sites.
Au niveau local, des partenariats sont également possibles, ce sont les PILS (Pouvoir d'Initiative Locale en Secteur). La Poste met à disposition des surfaces, loue des espaces de travail, vend des produits ou effectue des services pour le compte d'un partenaire local.
Depuis février 2024, Mon Contact Logement a permis de générer plus de 9 000 apports. L'objectif est de tripler ce chiffre en 2025.
Selon les résultats, soit il y a une continuité pour ces expérimentations, soit elles sont purement et simplement stoppées.
Depuis fin 2022, en appui de ces expérimentations, une vague de mise en place d'une nouvelle génération de bureaux de poste a aussi offert un nouveau parcours client, proposant plus de visibilité aux différents espaces présents dans l'espace de vente.
Après plusieurs années de baisse, et grâce à toutes les actions déployées, la fréquentation se stabilise en 2024.
Forte de ces résultats, La Poste continue dans la voie des nouveautés pour enrichir les offres disponibles pour les clients, avec la dynamique marchande, et un nouveau mode de bureaux : les bureaux marchands dont le but est l'attractivité du réseau et l'augmentation du chiffre d'affaires.
Ainsi, un « pilote » a été mis en place dans plusieurs bureaux, pour tester la distribution de différents produits, dans différents univers de consommation, à l'attention des clients particuliers et professionnels.
Ces bureaux vont revoir leur merchandising et des travaux d'aménagement vont être effectués le tout avec une zone libre-service étendue.
Les univers retenus pour ce libre-service augmenté, sont au nombre de sept :

- colis : avec des étiquettes, produits de calage/emballage et les produits d'affranchissement
- téléphonie-Multimédia : chargeurs, écouteurs, etc.
- plaisir d'écrire : produits courrier, fournitures, papèterie, carterie, stylo, stickers
- pros : fournitures, enveloppes, étiquettes
- cadeaux et collection : chaussettes, monnaie de Paris, emballages, papiers cadeaux, produits licence Astérix, livres enfants
- produits impulsion : confiserie, piles
- à votre service : produits séniors, Looztick (retour des objets perdus) et sacs.

Ainsi, nous voyons fleurir dans les établissements, ces différents produits, sur diverses typologies de présentoirs : car selon l'établissement, la complétude de ces offres ou simplement une partie est proposée aux clients.
Donc, il ne faut plus s'étonner de pouvoir acheter une bande-dessinée d'Astérix, une carte-postale, ou un chargeur pour smartphone dans un bureau de poste.
La principale attente de notre organisation syndicale, c'est que la Poste mette les moyens humains nécessaires à ces nouvelles activités, pour la gestion, la mise en place, le conseil et les ventes, etc.
Les salaires des Postiers doivent aussi être en adéquation avec leurs activités, leur savoir-faire et doivent être réévalués significativement.

Si la fréquentation en bureau de poste augmente et, de facto, le chiffre d'affaires, FO Com exige des recrutements et des revalorisations par la promotion.
La Poste doit reconnaître l'engagement des Postiers pour la réussite de l'entreprise.



BGPN, ADAPTATIONS ET ACTIONS DE FO COM

Avant la mise en place des CSE, les bureaux de poste changeaient leur organisation et les moyens humains, présents en secteur, évoluaient tous les deux ans. Une méthode de réorganisation en plusieurs phases permettait ce changement, avec une importante phase d'écoute des agents et la réflexion de plusieurs scénarii.

Les CSE mis en place, La Poste applique des changements immédiatement, sans concertation aucune avec les Organisations Syndicales. Les nouveaux interlocuteurs sont donc les Comités Sociaux et Economiques, et les membres élus issus des dernières élections. Dorénavant, à la BGPN, les adaptations seront plus fréquentes. Fini le délai de deux ans ! L'adaptation devient continue. Le seul mot d'ordre devient l'activité des bureaux et la charge des opérations.

Chaque année, l'objectif à tenir en moyens humains est fixé via la FTU (Force de Travail Utile) et les moyens donnés sont quasiment équivalents aux moyens calculés par la méthode de dimensionnement qui existait précédemment (V12). Cerise sur le gâteau : les cadres d'organisations et les horaires qui permettaient une stabilité de l'organisation sont supprimés.

Face à tous ces changements, FO Com a négocié et porté ses revendications pour les accords nationaux GEPPMM (Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels et Mixité des Métiers) et QVCT (Qualité de Vie et Conditions de Travail), pour protéger l'ensemble des postiers en bureau de poste, garantir le maintien dans l'emploi, la qualité de vie au travail, cadrer les mobilités et permettre les promotions.

Nous sommes aussi entrés en négociations avec La Poste pour exiger la prolongation de mesures qui nous paraissent essentielles pour les postiers de la BGPN :

- **le maintien de la rémunération variable pendant deux ans pour les conseillers bancaires, les commerciaux Pro, les Directeurs de Secteur, les Codir des secteurs, ... lors de mobilités**
- **le maintien de la RVE (Rémunération Variable de l'Expérience client)**
- **le maintien de l'Indemnité de Mobilité Territoriale, avec en négociation l'augmentation de l'enveloppe (pour accompagner les mobilités)**
- **la priorisation de la mobilité interne**
- **la prolongation des notes CC, CCR**

Et devant tous ces changements attendus, ne restez pas seuls : contactez nos correspondants locaux, présents sur tous les territoires, sur tous les métiers.

CHARGE DE CLIENTÈLE OU CONSEILLER BANCAIRE ?

Entre les deux fonctions, les différences s'amenuisent.

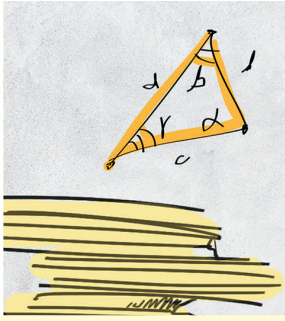
Le périmètre des Chargés de Clientèle ne cesse de s'étendre : La protection juridique il y a quelque temps, une assurance chien/chat dont nous ne connaissons pas les détails à l'automne, la garantie accident de la vie début 2025 dont les objectifs annuels devraient être atteints en 4 mois, s'enorgueillit La Poste.

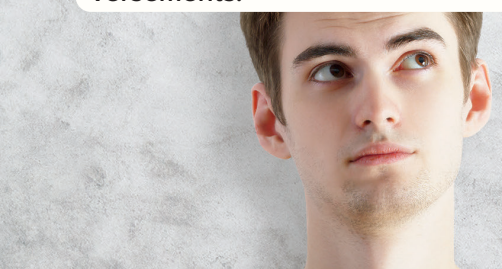
La prise de rendez-vous en espace commercial afin de réaliser des souscriptions, le déploiement progressif des appels sortants assortis de nouveaux outils de pilotage à la main du REC (outil Cap Rebond Augmenté, outil d'Entrainement Individuel...) vont générer une évolution impressionnante du métier de Chargé de Clientèle.

De plus, les clients très distanciés, c'est-à-dire non engagés* et non équipés** vont tous intégrer le portefeuille 10 qui sera pris en charge par les Chargés de Clientèle. Là encore nous n'avons pas de détails mais communiquerons l'information dès que nous obtiendrons les éléments. N'hésitez pas à lire nos publications.

Avec la mise en place des nouvelles instances représentatives du personnel, les règles ont changé. Les Organisations Syndicales ne sont plus consultées sur ces sujets. L'autoroute est ouverte, les contreparties ténues.

FO Com reste cependant vigilante et réclame le pesage de ces nouvelles activités dans la charge de travail, la reconnaissance de l'évolution du métier de Chargé de Clientèle et une attention particulière aux risques psychosociaux inerrants à de tels bouleversements.





* *UN CLIENT ENGAGÉ POSSÈDE UN CCP OUVERT À LA BANQUE POSTALE AVEC :*

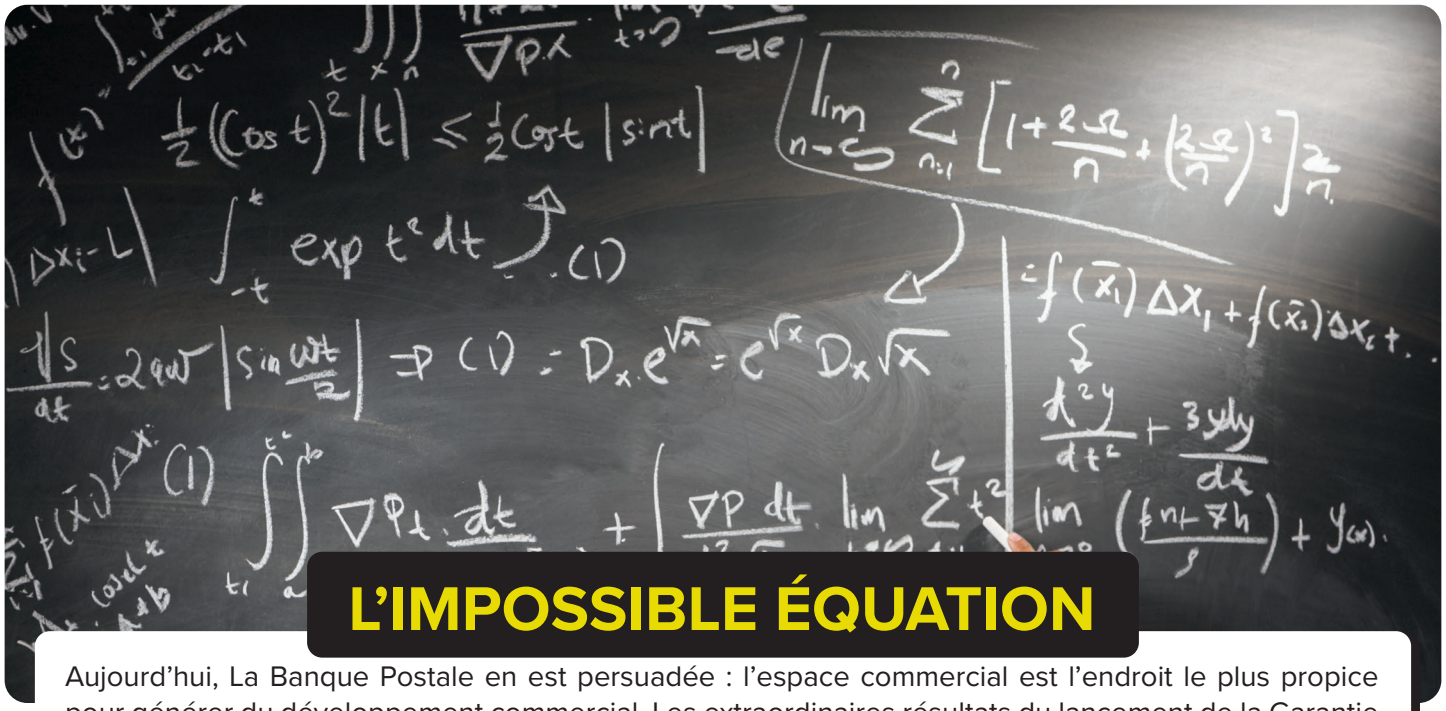
- cumul des flux créditeurs mensuels supérieur ou égal à 550 € (Compte Individuel) ou 800€ (Compte Joint) en moyenne sur 6 mois.

ET

- au moins 10 opérations débitrices (hors virements) en moyenne sur 3 mois

** *UN CLIENT ÉQUIPÉ DÉTIENT AU MOINS DEUX FAMILLES DE PRODUITS PARMI LES CINQ SUIVANTS :*

Banque au Quotidien
Épargne Liquide
Épargne Placement (dont assurance vie)
Crédit
Assurance Biens et Personnes



L'IMPOSSIBLE ÉQUATION

Aujourd'hui, La Banque Postale en est persuadée : l'espace commercial est l'endroit le plus propice pour générer du développement commercial. Les extraordinaires résultats du lancement de la Garantie des Accidents de la Vie en début d'année sont venus confirmer cette conviction. D'après la Directrice de la Banque de détail et la Directrice de la Branche Grand Public et Numérique c'est entre 800 000 et un million de clients qui passent chaque jour dans les bureaux. L'avantage concurrentiel est incontestable !

OUI, MAIS...

Le contrat de présence postale prévoit que le réseau de La Poste doit comporter au moins 17 000 points de contact sur le territoire national. Pas plus de 10 % de la population d'un département ne peut se trouver éloignée de plus de cinq kilomètres et de plus de vingt minutes de trajet automobile des plus proches points de contact.
Fin octobre 2022, sur l'ensemble de ces points de contact, il ne restait que 7 073 bureaux de poste où le client pouvait espérer trouver l'ensemble des services ou au moins être orienté pour pouvoir en bénéficier. En effet, les 6 890 agences postales communales et intercommunales ainsi que les 3 136 La Poste Relais ne proposent que des offres réduites. Rappelons que ce ne sont pas des postiers qui y travaillent.
Et ce n'est pas terminé ! Dans le PV du CSE Ile de France du 21 février 2025, on peut lire qu'il est prévu la fermeture de 24 bureaux de plein exercice. 24 bureaux devraient également disparaître en DDR Sud-Est. Dans son audition par le Sénat en octobre 2024, Philippe Wahl certifiait qu'il n'y avait pas d'objectif de fermetures de bureaux mais que la fréquentation devait être analysée.
Alors comment La Banque peut-elle s'appuyer sur un réseau qui se maintient grâce à des coquilles vides ?
Il est donc évident que le Chargé de Clientèle encore présent dans l'un des 7 000 bureaux de poste sera hyper sollicité ; sans conseiller bancaire dans son agence, seul face au client, c'est à lui qu'il sera demandé de proposer des produits bancaires. **Pour FO Com, l'urgence d'une reconnaissance financière saute aux yeux.**
En 2024, la LCB et l'espace commercial ont permis les bons résultats de La Banque Postale et ce n'est pas en réduisant la voilure que cette dernière va pouvoir les maintenir.

DÉTERMINÉS