

# LE CC ENCHAÎNÉ

PUBLICATION À DESTINATION DES CHARGÉS DE CLIENTÈLE DU RÉSEAU • Numéro 22 • octobre 2025

## POSTIER EN BUREAU DE POSTE, ET APRES ?



Nombre d'entre nous se posent cette question. En effet, La Poste a l'avantage de proposer de nombreux métiers, parfois inattendus. Mais encore faut-il les connaître !

Nonobstant la raréfaction des bureaux liée à un maillage de plus en plus distendu, si le postier accepte une mobilité, il peut éventuellement accéder à un autre emploi, toujours au sein du Groupe.

A ce propos, il ne faut pas oublier que grâce à l'accord sur les parcours professionnels et la reconnaissance de l'engagement des postiers de la BGNP, signé par FOCom, un accompagnement financier peut être alors négocié.

Mais, à date, la grosse machine qu'est La Poste n'est pas en capacité de détecter si elle a dans ses effectifs des agents qui, par leurs diplômes, leurs compétences, pourraient accéder à tel ou tel emploi.

Et c'est là que l'Intelligence Artificielle entre en jeu par le biais de l'outil « Ma Carrière » dont la mise en place va s'échelonner de 2025 à 2027.

Il sera possible pour chacun d'entre nous d'indiquer ses compétences, motivations, expériences, diplômes, etc. Des propositions de métiers seront alors générées avec

des suggestions de parcours de carrière, des formations pour accéder à ces métiers.

À la suite de ces différentes analyses, l'EMRG (Espace Mobilité Recrutement Groupe) pourra faire des propositions de postes ciblées permettant ainsi de mettre sous les yeux du postier des offres auxquelles il ne pensait pas.

Jusqu'à aujourd'hui, l'expérience IA dans les bureaux de poste via POP Assistant a un goût amer. Mais est-ce l'IA ou ce avec quoi on l'alimente qui génère le mécontentement ? Une IA peut certainement bien fonctionner si elle est « nourrie » correctement. Il faudra donc être vigilant en complétant son profil sur ce nouvel outil et il faudra également que tout postier qui souhaite évoluer en profitant des opportunités du Groupe active correctement son espace.

FOCom a signé l'accord Gestion des Emplois, des Parcours Professionnels et la Mixité des Métiers (GEPPMM), qui propose des accompagnements aux mobilités des Postiers. Renseignez-vous auprès de nos équipes locales avant toute mobilité, pour connaître les conditions possibles d'accompagnement.

# LES DIX MESURES INSUFFISANTES SANS MOYENS

*La Poste, consciente d'une forte inquiétude d'une partie des Chargés de Clientèle sur les secteurs, a lancé une vaste opération de communication pour les rassurer.*

*Au-delà de mesures prévues et conventionnelles, dix (soi-disant) nouvelles mesures pour l'organisation des Chargés de Clientèles sont présentées en grande pompe.*

## Examinons-les de plus près

1. Privilégier autant que possible des repos sur la journée entière : aucune garantie sur l'application.
2. Limiter le Lieu Habituel de Travail (LHT), sans évolution sur 12 mois sauf en cas de transformation des bureaux et fusions. FO Com dénonce cette mesure car avec les transformations à outrance, il règne une grande incertitude. Pour rappel nous demandons un lieu habituel de travail pour les conseillers bancaire et les encadrants des secteurs. Et pour les CC, un LHT sans évolution sur 24 mois.
3. Limiter à deux sites dans la journée, l'activité opérationnelle des Chargés de Clientèle : pour FO Com, c'est déjà trop. A noter que les durées de trajet entre ces deux sites, sont du temps de travail.
4. En cas de rendez-vous médical, un jour de repos peut être accordé. Il ne s'agit-là que le retour d'une mesure existant précédemment et qui avait été supprimée.
5. Garantir le samedi sur trois de repos. Cette annonce nous paraît être une garantie minimum. Elle sera certainement calculée sur des temps longs (plusieurs semaines) et donc sans cycle récurrent (pour la liberté des samedis), avec une incertitude sur les samedis libres à venir. De plus, elle va devoir être tenue sans aucun moyen supplémentaire mis en place sur les secteurs. Cela entraînera fatalement des difficultés supplémentaires pour les secteurs. En attendant la FTU 2026, qui devrait encore compliquer la situation.
6. Revaloriser les indemnités concernant les déplacements des Chargés de Clientèle de 5€ à 8€ : FO Com a demandé le double.
7. Prioriser l'affectation la plus proche pour combler les postes vacants : cette mesure devrait être généralisée depuis longtemps. FO Com constate que trop de Postiers se retrouvent en attente d'un poste, lors des fusions et finalement sans garantie aucune sur leur future affectation. Nous verrons sur pièce la tenue de cette mesure.
8. 1000 € attribués par Direction Territoriale pour améliorer les conditions de travail des postiers de ce territoire. A certains endroits, la Direction Territoriale correspond à un département. Bien trop peu d'argent pour une DT entière ! De plus, la cartographie des DT évolue, avec des disparitions de DT, suite à des fusions.
9. Rappeler les fondamentaux du droit du travail : pour FO Com, c'est juste une évidence.
10. Organiser ses congés soi-même. Voilà l'archétype de L'Expérimentation qui fait rêver mais sans moyens, c'est mission impossible !

Bref, dix mesures bien insuffisantes pour que les Chargés de Clientèle retrouvent de la sérénité, si aucun moyen ne vient renforcer et appuyer la mise en place de ces dernières !

**Nous avons donc interpellé l'entreprise, pour que des moyens en personnel viennent pérenniser ces mesures.** Signataires de l'accord du 03 juin 2025, concernant l'accompagnement de la mobilité des Postiers, nous avons profité de la commission de suivi du 07 octobre 2025, pour porter nos revendications concernant des recrutements sur les territoires. **Nous avons obtenu 800 recrutements de chargés de clientèle avant fin 2026.**

Appuyant sur plusieurs leviers de négociation pour donner une respiration aux personnels en secteurs, nous avons aussi signalé à La poste, que les écoutes agents suite aux fusions, ne se tenaient pas partout. Et que par endroit, ces réorganisations étaient effectuées sans aucune présentation en amont.

Concernant la FTU de 2026 (la FTU, est l'objectif de moyens RH du secteur pour l'année), nous avons demandé la prise en compte des problèmes d'approvisionnement, qui ont grandement handicapé la bonne marche de l'activité des secteurs cette année.

Toujours concernant ces difficultés d'approvisionnements, FO Com a demandé également la neutralisation des notes INDEX, la neutralisation des objectifs pour le commissionnement des Chargés de Clientèle et des CODIR et la neutralisation des écarts d'inventaires de fin d'année.

**FO Com a écrit à la DRH du Groupe pour demander la remise en place d'une méthode de conduite du changement.**



# AVIS GOOGLE : LA FORET QUI MASQUE LES DIFFICULTÉS

Dans le cadre d'une expérience « client remarquable », La Poste mise sur une empreinte relationnelle\* de haut niveau.

(\* Trace durable laissée par une Enseigne à la suite d'une interaction avec un client)

## ET POUR SUIVRE LE NIVEAU DE LA SATISFACTION CLIENT, IL EXISTE DEUX OUTILS :

1. Le Net Promoter Score (NPS, notes de 0 à 10 données par un client, suite à la réalisation d'une opération)
2. Les Avis Google.

## POUR CES DERNIERS, PLUSIEURS SUJETS NOUS INTERPELLENT :

Selon nous, se persuader que le client a vécu une expérience remarquable à partir d'un avis favorable est une véritable erreur de La Poste. En effet, ces avis ne sont pas VÉRIFIÉS.

Certes, cela permet de se rassurer : les avis ont atteint la note globale de 4,5 au national (le niveau était à 2,3 fin 2021 et 4 à fin 2022).

Mais ces avis mériteraient une réelle analyse car pour certains bureaux, un bon nombre d'avis semblent de complaisance.

La pression mise sur les équipes des bureaux pour avoir des avis favorables, entraîne des excès, comme d'habitude.

Tandis que les avis défavorables, quant à eux, peuvent présumer d'une chasse aux sorcières en interne, voire de possibles harcèlements par les clients, pour les Chargés de Clientèle.

Donc, doit-on laisser les agents sous le joug de ces avis, qui peuvent être déposés par n'importe qui, n'importe quand et pour n'importe quoi ?

Les Chargés de Clientèle n'ont-ils pas assez de pressions psychologiques en accueillant des clients et en essayant de répondre aux attentes de ces derniers ? Si !

Bien évidemment, ces Avis Google devraient être, au minimum, vérifiés et modérés, comme c'est déjà le cas dans certaines grandes enseignes de distribution. La Poste se doit donc d'avoir des suivis de qualité qui ne soient ni contestables ni permettant des abus vis-à-vis des salariés.

Et enfin et surtout, elle doit fournir à son personnel tous les moyens pour que les clients puissent bénéficier d'une expérience « client remarquable » :

1. Des produits, présents dans les agences
2. Des moyens suffisants en personnel pour accueillir et renseigner dans des conditions remarquables
3. Une rémunération attractive avec des parcours de carrière visibles et motivants
4. Des conditions de travail épanouissantes

Une fois que toutes ces conditions seront réunies, alors, La Poste pourra attendre une expérience « client remarquable ».

FO Com reste au plus près de vos revendications et de vos réalités professionnelles.



## LE BAROMETRE D'ENGAGEMENT : LE FAIRE VALOIR DE L'ENTREPRISE

Au mois de juin, la BGNP organisait des écoutes intermédiaires concernant la qualité de vie au travail des postiers de la Branche.

Ne voyant venir ni résultats ni analyse sur ce sujet, nous avons sollicité la DRH BGNP afin qu'elle communique sur les résultats. Réponse laconique : « ce n'est pas prévu au niveau national ».

Alors qu'un certain nombre d'entre vous se posent la question sur l'interprétation des réponses, leurs orientations, la confidentialité, la pression exercée par les managers lors des saisies que vous effectuez, une telle réponse de La Poste ne peut que conforter ces sentiments.

Si, çà et là, un ETC était présenté, s'il est cependant possible d'avoir un retour en s'adressant à son DS ou pour l'ensemble de la DDR en demandant en CSE une présentation, le compte n'y est pas ! Il semblerait que la note QVT issue de ce questionnaire pour l'ensemble de la BGNP s'élève à 7,4 (en 2023 : 7,2). Le baromètre pour l'ensemble du Groupe se déroule du 29 septembre au 24 octobre. Cela reste avant tout un outil de communication pour l'entreprise sans vraiment la mise en place des moyens et solutions nécessaires pour avoir de réelles progressions ni une écoute satisfaisante concernant les attentes des Postiers.

Cette année, FO n'affichera pas de consigne en ce qui concerne la participation.

Si vous faites le choix d'y participer, faites-le simplement avec franchise.

ÉLECTIONS CA DU 24 AU 27 NOVEMBRE 2025



# DETERMINÉS