



COMMUNICATION  
CONSEIL CULTURE  
SENGAGER POUR CHACUN  
AGIR POUR TOUS

**ENGAGÉS ET RESPONSABLES,  
BÂTISSONS ENSEMBLE LA POSTE 2030.**



**GROUPE  
LA POSTE**  
Tract N°7

## **ÉLECTION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION LE RÉSEAU : DÉVELOPPEMENT OU IMPLOSION ?**

Le réseau des bureaux de poste est l'autre actif du Groupe qui chaque jour opère la proximité humaine auprès de milliers de clients, en particulier auprès des publics fragiles. C'est aussi depuis 2006 un formidable levier de développement offert à La Banque Postale qui a pu ainsi doubler son résultat net (hors CNP) passant de 372 M€ à 780 M€ en 14 ans. C'est bien, mais pouvons-nous faire mieux ?

### **Le réseau à priorité bancaire, mais pas seulement**

**Quelle stratégie  
et quelles  
perspectives  
pour le  
Réseau qui a  
démontré son  
efficacité depuis  
le lancement de  
la Banque  
Postale ?**

Le réseau des bureaux de poste est devenu le levier principal du développement de la Banque et le succès de MaFrenchBank le démontre clairement. 200 000 clients acquis en un an et 1000 BP ajoutés en commercialisation pour atteindre 100 000 clients de plus d'ici décembre 2020. Le réseau, c'est aussi des formats de bureaux adaptés à leur clientèle, avec des offres de services différentes, mais aussi des évolutions en partenariat comme les Maisons France Services. Pour la Cfdt, la stratégie d'évolution mérite maintenant d'être éclairée et précisée afin de s'assurer que l'entreprise est en ligne avec ses missions de service public et ses objectifs de développement sur les activités bancaires, la Poste Mobile, les services de proximité...

### **Est-ce vraiment le développement de l'activité qui est recherché ?**

Le réseau assure la commercialisation des offres de Bancassurance, de la Poste Mobile ainsi que les services liés aux activités Courrier-Colis (affranchissement, instances, procuration, réexpédition...) auxquels les français sont très attachés. Mais la réalité du réseau traduit-elle les choix stratégiques de développement du chiffre d'affaires ? Apparemment non :

- ▶ **Les vacances d'emplois sont très nombreuses**, sur tous les métiers, et notamment pour **les postes de managers de secteurs, pourtant essentiels au bon développement des activités. Charge de travail inflationniste pour une bonne part liée à l'explosion des contrôles bancaires, manque d'autonomie, ce métier n'attire plus... les postes souffrent d'un manque d'attractivité.** Comment dans ces conditions s'assurer que les clients bancaires particuliers, qui représentent 45% du PNB de la Banque, soient correctement accompagnés ?
- ▶ **Est-ce normal que la fréquence de rencontre des clients soit beaucoup plus faible que la concurrence** : 66% des clients sont vus au moins une fois par an quand le marché est à 73% et la meilleure banque à 84% ? **Si notre statut de banque citoyenne est une priorité, la question se pose sur les moyens mis par La Poste pour assurer la relation client.**



COMMUNICATION  
CONSEIL CULTURE

**Vacances d'emplois, déficit de formation, réorganisations permanentes, et bugs informatiques à répétition... comment développer l'activité dans ces conditions ?**

- ▶ **La formation n'est pas non plus au rendez-vous**, ou plus exactement le temps alloué à la formation et à la montée en compétence. **C'est pourtant bien l'expertise qui fera la différence dans la qualité de la relation client et la capacité à développer le portefeuille.** Est-ce la raison pour laquelle seuls 20% des clients sont multi-équipés alors que la moyenne du marché est de 50% et en sachant qu'un client fidèle et multi-équipé génère plus de bénéfices qu'un nouvel entrant ?
- ▶ **La succession des réorganisations à tous les étages** d'un Réseau à priorité bancaire est usante pour les agents et salariés en situation de sous-effectifs : « 5 piliers en 2013, « Projet Clés de la Réussite » en 2016, sédentarisation des CSP, « Nouveau Schéma du Crédit Immobilier », « Management Commercial Client (MC2) » en 2017, nouvelle segmentation client en 2018... **à quand une structure stabilisée pour servir nos clients et atteindre des objectifs commerciaux toujours plus ambitieux ?**
- ▶ **L'absence d'outils informatiques performants et fiables pour travailler.** Le 27 février 2017, la Banque Postale écrivait dans sa publication de résultats : « La Banque pourra capitaliser sur le déploiement de ses grands programmes, pour une meilleure efficacité opérationnelle de l'action des conseillers, de celle des centres financiers et des systèmes d'information. Les programmes Cap Client 3.0, Concerto et Excello sont clés dans cette recherche d'efficacité, mais aussi de qualité de service ». **Malgré de réelles avancées des SI, les bugs informatiques sont de tels irritants que cela se traduit par une forte dégradation des conditions de travail pour les postiers et l'impossibilité de délivrer un service de qualité dans une relation apaisée avec le client.**

**Les candidats administrateurs CFDT demandent qu'une stratégie claire soit posée pour le Réseau et que des moyens significatifs soient dégagés pour lui permettre d'accélérer le développement de ses activités, et de profiter pleinement du développement des offres CNP auprès de nos clients. La CFDT demande également qu'une analyse précise des choix et impacts des projets CAP Client 3.0 et Contact soit menée dans les plus brefs délais afin de savoir où et comment investir pour résoudre les problèmes dramatiques qui bloquent le développement de l'activité.**

**ÉLECTION**  
CONSEIL D'ADMINISTRATION

du **lundi 7** au **jeudi 10**  
**DÉCEMBRE 2020**

**VOTEZ**  
**CFDT**

**Retrouvez toute l'information sur  
l'application mobile CFDT Groupe La Poste  
en flashant le QRCode**



**DU 7 AU 10**  
**DECEMBRE 2020**

**JE VOTE**  
**CFDT**