



COMMUNICATION
CONSEIL CULTURE
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS



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



**GROUPE
LA POSTE**
Tract N°5

ÉLECTION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION LA CFTD PRIVILÉGIE LE CAPITAL HUMAIN

En 2010, La Poste transportait et distribuait 18 milliards de plis. Dès 2025, le courrier ne représentera plus que 5 milliards de plis et 3 milliards en 2030. Un choc pour l'entreprise qui doit faire face à une perte de chiffre d'affaires de 800 millions d'euros. Face à ce constat, est-il encore judicieux et sérieux de baser notre stratégie sur le courrier pour les années à venir ?

Une autre stratégie est-elle possible ?

Le discours convenu de l'entreprise est d'évoquer la baisse inexorable, mais bien réelle du courrier pour justifier une réduction des coûts et amplifier sa politique de hausse de prix. Sans oublier une stratégie de reprise d'emploi qui n'est pas sans impacts sur la qualité de service.

Et si nous changions de point de vue pour parler plutôt de la qualité des actifs postaux, humains, technologiques et logistiques ? Qualité des Postiers du point de vue de leur savoir-faire, de leur engagement et de la confiance que les français leur accordent. Qualité de l'outil industriel, de sa mutation vers des plateformes multi-flux et des infrastructures numériques. Qualité de la flotte verte qui permet à La Poste d'être aujourd'hui l'entreprise la mieux notée au monde sur sa politique RSE.

Et si nous parlions développement plutôt que contention ?

La Poste bénéficie d'un actif extraordinaire : son réseau de proximité, unique en France. Dans un monde de plus en plus digital, la capacité à se connecter en ligne ET physiquement à tous les français partout et (presque) tout le temps est une richesse incroyable, même si celle-ci a un coût. La question se pose quant à l'avenir. Devons-nous brader notre maillage territorial qui fait pourtant notre richesse et notre force ? Ou devons-nous au contraire nous appuyer sur celui-ci pour développer du chiffre d'affaires, directement ou indirectement par recommandation, ou prescription ? La CFTD a choisi son camp : celui du développement des capacités d'intervention des facteurs en relais du digital, en

**ÉLECTION
CONSEIL D'ADMINISTRATION**

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

**VOTEZ
CFDT**

f3c.cfdt.fr

F3C CFTD 47-49 avenue Simon Bolivar 75950 PARIS Cedex 19
Tél. : +33(0)1 56 41 54 00 - fax : +33(0)1 56 41 54 00 - email : f3c@f3c.cfdt.fr
20CA0229_05

OCTOBRE 2020



COMMUNICATION
CONSEIL CULTURE

vente des services de proximité, en identification des besoins de rénovation de l'habitat (Asten) ou de services à la personne (Axeo). Demain, pourquoi ne pas faire du facteur l'acteur incontournable et essentiel du bien vieillir à domicile ?

Pour la CFDT la raison d'être du Groupe La Poste doit prendre appui sur les Postières et les Postiers (qu'ils soient à la maison mère ou dans les filiales), 1^{ère} communauté humaine riche de ses diversités, créatrice de liens et de richesses, engagée et responsable, au service de chaque français, de chaque entreprise et de chaque territoire pour les accompagner dans leur transformation vers un monde plus durable.

Les facteurs que nous rencontrons nous le disent : l'organisation des tournées n'est pas adaptée au développement des services de proximité et détruit la qualité de service, ce qui est un non-sens dans une société de services !

Des postiers réellement au service des clients

Et si nous sortions enfin du cadre ? Certes, nous sommes dans un secteur d'activité régulé au niveau européen. Cela ne doit pas nous interdire d'être force de proposition, et pour la CFDT, cela passe par :

Rien ne nous interdit d'être créatifs et innovants en s'appuyant sur notre meilleur actif : les femmes et les hommes du Groupe !

- ▶ Raisonner sur l'optimisation des réseaux (facteurs, colipostiers, chronopostiers, mediapostiers) et de privilégier la compétence interne plutôt que la sous-traitance. La qualité de service y gagnerait sûrement.
- ▶ Répondre aux usages clients en fonction de leurs besoins et de leurs profils déclarés et organiser un réseau sur la base de ces usages.
- ▶ Valoriser la capacité des facteurs à devenir des ambassadeurs de l'ensemble des services du Groupe.

Une chose est sûre : notre force de frappe sur les territoires est incroyable et il est important de la valoriser en mettant en avant les talents. Les représentants CFDT au Conseil d'Administration s'y appliqueront.

ÉLECTION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION DU GROUPE LA POSTE

RETROUVEZ TOUTE L'INFORMATION SUR L'APPLICATION MOBILE CFDT GROUPE LA POSTE



DU 7 AU 10
DECEMBRE 2020

JE VOTE
CFDT