

Pourquoi La Poste ferme des bureaux de poste...

Quand vous entrez dans un bureau de poste, vous êtes encore convaincu-es de parler à un guichetier, à une guichetière. Sauf que, ce que vous appelez un guichetier n'existe plus, plus du tout. Tous les agents qui travaillent dans les bureaux sont au moins des "chargés de clientèle". La preuve, voici ce qui est demandé aux "chargés de clientèle" :

Nom _____ F

CONTRAT DE PERFORMANCE 2017

RAISON D'ÊTRE

Le chargé de clientèle contribue aux résultats du Secteur, de la Zone de Marché ainsi qu'au développement du PNB sain et rentable de La Banque Postale

- En assurant un accueil et un conseil personnalisé et de qualité aux clients et prospects
- En participant à la mise en œuvre des priorités stratégiques des différentes branches
- En participant de façon active à la synergie de tous les acteurs du Secteur afin de garantir la prise en charge des clients

Place au « PNB sain et rentable » de la Banque Postale...

Lexique : le Produit Net Bancaire ou PNB représente pour une banque l'équivalent de la valeur ajoutée créée par l'activité

Lorsque vous faites un crédit à la consommation auprès de la Banque postale, vous empruntez en fait à l'une de ses filiales. Et 50 % du capital de cette filiale appartient à la Société Générale.

Fini le service public...

Qu'il s'agisse de la Société Générale ou des autres banques, celles-ci ne s'intéressent pas au service public. Toutes veulent le meilleur rendement en crédit conso ou autres produits financiers. Idem pour la Banque postale. C'est peut être "logique" d'un point de vue bancaire, mais c'est destructeur pour le service public postal !

La Poste taille à la serpe dans son réseau public !

Car le premier à subir les frais de cette logique bancaire, c'est le réseau des bureaux de poste : pour « faire de la banque », 10 000 bureaux, c'est trop et ça coûte trop cher !

Bien avant la création de la Banque postale en 2005, il y a eu des fermetures de bureaux, des réductions d'amplitudes horaires mais depuis un an, la Poste appuie sur l'accélérateur grâce à deux concepts.

Le "point de contact" : notion introduite dans la loi "postale" qui permet à la Poste d'externaliser ses activités et notamment celles qu'elle ne juge pas intéressantes et/ou rentables, comme les opérations courrier de base. La loi impose un nombre minimal de "points de contact" (17.000) mais ces points de contact peuvent être :

- des "vrais" bureaux, moins de 9000 aujourd'hui,
- des agences postales communales,
- et, de plus en plus, les relais Poste commerçants (RPC). Ce qui y est proposé est radicalement différent... on peut parler d'un service bas de gamme puisqu'on ne peut y faire que 5 % des opérations possibles dans un vrai bureau !

"Transformation" = fermeture !

Le second concept, c'est ce "**Relais poste urbain**" (RPU) : la Poste trouve un commerce pour l'affranchissement, les ventes de prêt à poster, les instances... et c'est tout ! C'est de fait une fermeture de bureau ! L'an dernier la Poste a fermé 400 bureaux.

En 2016, les Relais Poste commerçants ont progressé de plus de 10 % pour un nombre total de "points de contact" d'environ 17000 !

Cette politique a un double objectif :

- rentabiliser le réseau en réduisant ses coûts
- et, en même temps, le réorganiser dans une logique purement et totalement bancaire, avec pour seul critère le "potentiel de développement commercial".

Baisse de fréquentation : un prétexte !

A chaque fois qu'une entreprise veut imposer un changement contraire aux intérêts de la population, elle se concentre sur un seul argument, une seule idée.

Ici, c'est la baisse du taux de fréquentation des bureaux.



Cet argument ne résiste pas à l'épreuve des faits : parmi les bureaux fermés récemment ou dont les horaires ont été amputés, nous avons prouvé aisément que la fréquentation aug-

mentait. Souvent, la Poste ne tient pas compte de la fréquentation aux automates courrier, fréquentation qui augmente nécessairement puisque leur installation a pour objectif de dégager du temps pour le "bancaire". Et les bureaux dont les horaires se réduisent au fil des années baissent évidemment en fréquentation... avant la fermeture définitive !

D'ailleurs, on attend toujours l'explication "scientifique" et rationnelle à la fermeture complète - 100 % donc ! - de bureaux alors que les dirigeants de la Poste évoquent une baisse annuelle de 4 % !!!

Vers un réseau bancaire : une réalité !

En revanche, ce qui est bien réel c'est l'organisation d'un réseau de type purement bancaire. La Poste met progressivement en place quatre strates de "bureaux" : La Poste Relais (c'est le Relais Poste urbain déjà évoqué, pas d'opération financière), La Poste Service (bureau classique sans conseiller bancaire), La Poste Conseil (présence de conseillers bancaires) et la "crème de la crème" La Poste Conseil Expert (présence de conseillers spécialisés en patrimoine et immobilier).

Evolution du nombre de bureaux (2005-2015)

2005, année de la création de la Banque Postale, le réseau était constitué de :

- 13 517 « vrais » bureaux,
- 919 agences postales
- 1 829 agences postales communales,
- et de 591 relais Poste.

Sur les 17083 « points de contact », voici la photo fin 2015 :

- 8978 sont de « vrais » bureaux
- 8138 partenariats dont :
- 5 850 agences postales communales
- 2288 sont des relais Poste

« En Isère, il y a 60 000 clients éligibles sur le crédit renouvelable : vous allez vous gaver »... « Le meilleur conseil que vous pouvez donner à vos clients c'est d'emprunter, et d'emprunter le plus possible ».

« Il faut toujours aller chercher plus haut que ce que son client demande. S'il demande 8000 euros pour une voiture, elle coûte sûrement 10000 alors faites lui emprunter 10000... puis faites rajouter un toit ouvrant, puis la peinture métallisée, et puis l'accroche caravane, et puis la caravane... ».

Extrait d'un article rédigé par un journaliste qui s'est invité anonymement dans un séminaire de la Banque Postale à Grenoble. Les propos tenus sont de Julien Têtu, Président du directoire de la Banque Postale Financement ! Sans commentaire...

Chaque bureau est doté d'outils statistiques afin de mesurer sa rentabilité, de décider de son avenir. Typologie des ménages (retraités, actifs, classes moyennes...), tendance démographique, revenu moyen annuel des ménages... Ici, le tissu économique :

POTENTIEL DE LA ZONE DE MARCHÉ	2016	2016	2015
Nb d'agences bancaires concurrentes	1239	7	7
Nb de magasins cibles « relais »	1197	3	1
Nb de Commerces de Proximité	1409	469	154
Nb de boutiques de téléphonie mobile	814	0	0
Nb de Pick Up	1065	3	4
Nb de clients potentiels total	1215	27 009	26 824
professionnels		3 041	3 041
dont pros sur ZDM des APC			
particuliers	1205	NC	NC
résidents		21 991	21 759
dont résidents sur ZDM des APC			
non résidents	1150	NC	NC

Usagers, élus, postier-es : ensemble pour défendre nos bureaux !

Pour mesurer ce qui nous attend, il faut savoir que la Poste rêve d'un réseau bancaire d'environ 2800 bureaux, pardon d'agences. Il reste aujourd'hui un peu moins de 10000 bureaux mais chaque semaine qui passe amène son lot de fermetures même si la résistance collective s'organise un peu partout.

Que ce soit à Bourges, à Tours, à Laval, au Mans, à Marseille, en Isère, à Saint-Lô... on ne compte plus les villes où les actions se multiplient avec pétitions d'usagers, délibérations des conseils municipaux, rassemblements devant les bureaux. Toutes ces actions obligent souvent la Poste à reculer, de manière définitive ou provisoire.

Alors, agissons ensemble et partout en nous organisant collectivement pour dire :

Oui à un service public postal de proximité au service de toute la population,

Non à un réseau organisé sur le potentiel commercial et la seule rentabilité financière des usagers !

Surendettement
« De plus en plus de ménages en faillite »

