



La Poste Enseigne

Commissionnement La contrefaçon*

Si La Poste pensait singer la publicité télévisée du Crédit Mutuel* qui annonce que les « chargés de clientèles » ne sont plus commissionnés, c'est réussi !

Mais pour les postiers il ne s'agit pas d'un coup de pub pour booster les ventes mais bien d'un coup d'arrêt donné à la motivation des vendeurs.

Le commissionnement, tous les ans c'est pareil

Le commissionnement est devenu un élément moteur de la motivation des vendeurs. Que l'on soit d'accord ou pas avec le « système », tous les acteurs de la vente, quel que soit le secteur d'activité, sont confrontés à la mise en place de dispositifs plus ou moins contestables censés récompenser le personnel pour son activité commerciale. A La Poste, bon an mal an, le dispositif change, mais au final, le commissionnement moyen versé aux vendeurs reste, en euros constants, identique d'une année sur l'autre.

Mais pas cette année

Les résultats tombent : le commissionnement est en très forte baisse pour tous les vendeurs ! Non pas que les agents aient mal travaillé, ce pourrait être une explication, mais parce que le dispositif mis en place est tout simplement dévastateur. Ce que nous annonçons après la présentation par La Poste de ce dispositif s'avère donc exact. S'il est encore trop tôt pour faire des comparaisons fiables et avoir un bilan exact de la situation, les remontées terrain sont assez parlantes pour en tirer les premières conclusions : c'est catastrophique !

La Banque responsable ?

C'est ce qui se dit en substance dans les couloirs de l'Enseigne. C'est un peu facile ! Pour sa part la CFDT estime qu'il y a « co responsabilité » des 2 entités. Tous les ans La Poste annonce qu'elle n'a pas de plan visant à faire baisser globalement le commissionnement. En gros, le discours, toujours rassurant est celui là : « Si l'on explose l'enveloppe de commissionnement des vendeurs, cela veut dire que l'on a explosé les objectifs. Donc y'a pas de problème ! ».

Rectifier le tir : et vite !

Si La Poste veut aujourd'hui faire des économies sur le dos des commerciaux, c'est que nous sommes passés dans une nouvelle dimension. Il faut alors qu'elle l'assume ! Si l'intention de La Poste n'est pas de sanctionner les vendeurs, il faut alors qu'elle reconnaisse son erreur d'appréciation et qu'elle revoit immédiatement la construction du dispositif.

La CFDT, n'est pas une « accro » du commissionnement qui par nature reste aléatoire pour le postier. Pour cette raison, nous revendiquons l'augmentation de la « part sécurisée » et refusons de voir, à travail égal, l'enveloppe moyenne par agent concerné en diminution.

* Contrefaçon : reproduire ou imiter quelque chose sans en avoir le droit

*extrait de la publicité télévisée : "AU CRÉDIT MUTUEL, MON CHARGÉ DE CLIENTÈLE N'EST PAS COMMISSIONNÉ."

Un dialogue social aux abonnés absents

Nous avons alerté sur les risques pour le commissionnement 2010. Nous sommes intervenus pour demander une négociation sur les métiers de la vente. La Poste a refusé cette négociation au prétexte qu'elle connaissait les attentes de « ses » vendeurs mieux que tout le monde (avec l'aide des amicales tout de même !). Les dirigeants de l'Enseigne, et au premier chef, M. Rapoport, estiment être capables de tout régler sans écouter les alertes de la CFDT et d'autres OS sur le malaise profond que rencontre cette catégorie de personnel. Bien leur en fasse !

Une bombe proche de l'explosion

La baisse du commissionnement, s'il n'est pas revu en profondeur, sera le détonateur d'une bombe dont le retardement est maintenant arrêté. La Banque Postale est annoncée comme étant le principal pourvoyeur de bénéfices à l'horizon 2015, pourquoi pas !

Pour autant, la responsabilité sociale de l'entreprise impose une réflexion de fond sur ce que cela implique en termes de stratégie sociale pour tous les postiers.

La CFDT refuse que cela se fasse sur le dos des postiers de l'Enseigne, que ce soit des guichetiers ou que ce soit de la chaîne commerciale.

La CFDT sera aux côtés du personnel de la chaîne commerciale pour exiger de La Poste qu'elle revoie sa copie.

BULLETIN D'ADHESION A LA CFDT		
Nom (M, Mme, Mlle)	Prénom.....	
Année de naissance.....		
Adresse personnelle		
Téléphone	e-mail	
Code postal	Ville	
Etablissement.....		
<input type="checkbox"/> Collaborateur	<input type="checkbox"/> Cadre	<input type="checkbox"/> Maîtrise
<input type="checkbox"/> AFO	<input type="checkbox"/> ACO	
J'adhère au syndicat CFDT affilié à la Fédération Communication, conseil, culture.		
Date :	Signature :	
Fédération CFDT Communication, Conseil, Culture, 47-49 avenue Simon Bolivar 75950 Paris cedex 19		

LA CFDT DES CHOIX DES ACTES