

Deux types de chantiers ont été privilégiés :

a. les chantiers propres aux métiers : ils sont au nombre de 7 c'est-à-dire un chantier par métier plus le « corporate », les services supports et l'immobilier.

b. les chantiers transverses :

- gestion du personnel et de la paie,
- rationalisation des dépenses de communication,
- achats de biens et services,
- rationalisation des achats de prestations intellectuelles,
- rationalisation des télécoms, réseaux et infrastructure informatiques et des coûts de maintenance,
- gestion du parc de véhicules,
- gestion locative du parc immobilier,
- optimisation des processus de logistique/approvisionnement.

Contribution des principaux chantiers au plan d'économies :

- rationalisation des dépenses de communication : 30 %
- achat de biens et services : 29%
- rationalisation des achats de prestations intellectuelles : 18 %
- rationalisation des télécoms, réseaux... : 14 %
- gestion du parc de véhicules : 5 %

Par ailleurs, un chantier complémentaire, appelé « chantier cash » est mis en œuvre. Il vise à dégager des disponibilités financières à court terme tandis que les chantiers transverses et métiers ont pour objectif de dégager des économies à caractère récurrent et pérenne.

S'agissant du « chantier cash », trois actions sont déployées sur le territoire :

- réduire les coûts de l'encaisse des bureaux (transport de fonds, sécurité...) qui varient actuellement entre 545 et 555 millions d'euros ; pour y parvenir, l'objectif est de diminuer l'encaisse de 250 millions d'euros pour la ramener à 650 millions d'euros ;
- réduire les surfaces et valoriser les friches ;
- arbitrer, au cas par cas, entre l'achat et la location pour le matériel roulant (460 millions d'euros de dépenses/an) et le matériel informatique (120 millions d'euros).

Commentaires de l'administrateur FO

On peut comprendre l'intérêt qu'il y a, notamment en temps de crise, à dépenser chaque euro avec circonspection.

Il ne faudrait pas néanmoins que les agents, dans l'exercice de leur mission au quotidien, soient pénalisés par des plans d'économies territoriaux drastiques et mal ciblés.

Revisiter les processus de décision en matière de dépenses constitue une démarche salutaire. Elle révélera sans doute ce que nous dénonçons depuis longtemps, à savoir une organisation des services compliquée, redondante et coûteuse.

Le plan d'économies permettra probablement au groupe de sauver une partie du résultat 2009 qui s'annonce inférieur à celui de l'an dernier.

Mais ce qui a été économisé une fois ne saurait l'être une seconde fois ! Quid de 2010 et des années à venir ?



 **CONTACTEZ VOTRE ADMINISTRATEUR**
rossid@wanadoo.fr

 **CONTACTEZ VOTRE ADMINISTRATEUR**
rossid@wanadoo.fr

60 rue Vergniaud
75640 Paris CEDEX 13
www.fo-com.com
postes@fo-com.com

L'ACTU DU CA

Un début d'année 2009 préoccupant : baisse plus forte que prévue des volumes du courrier, le colis et l'express touchés de plein fouet par la crise... La Poste revoit son plan stratégique et réduit ses charges de fonctionnement !

Trois sujets majeurs étaient à l'ordre du jour du Conseil d'administration du 23 avril 2009 :

- le suivi de l'activité du groupe à la fin février 2009,
- la vente de trois plateformes industrielles du courrier (PIC),
- la mise en œuvre du plan d'économies du groupe.

Avant de passer à l'ordre du jour le président de La Poste a présenté le nouveau directeur du courrier, Nicolas Routier, qui a développé en quelques mots son ambition pour l'activité courrier. Il a précisé que le courrier est confronté à une révolution des usages et des services. Il s'agit là d'une mutation industrielle sans précédent à laquelle il faut se préparer. Il convient de bâtir l'avenir et de réinventer le courrier ! Il fonde son projet sur le respect des valeurs humaines, l'esprit de responsabilité, le dialogue social et le maintien des valeurs du service public.

Suivi de l'activité à la fin février

Le chiffre d'affaires du groupe est en retrait de 250 millions d'euros par rapport à 2008.

Le courrier est en recul de 7 % sur les deux premiers mois de l'année par rapport à 2008 et accuse un retard de 152 millions d'euros, malgré le plan d'économies.

Sofipost présente un résultat d'exploitation de 2 millions d'euros soit : -1 million par rapport aux prévisions budgétaires et -5 millions par rapport à 2008.

La vente par correspondance est en baisse significative.

La Banque Postale (LBP) maintient son niveau de collecte mais son produit net bancaire (PNB) est en retrait de 5 % par rapport à 2008.

65 000 livrets A ont été transférés à la concurrence, soit 170 millions d'euros sur un stock de 60 milliards ! Le président du directoire de LBP estime qu'en dépit d'un taux nominal de rémunération du livret A ramené à 1,75 %, le taux réel reste toujours attractif, l'inflation étant proche de zéro.

LBP devra provisionner 30 à 60 millions d'euros en vue d'une dépréciation d'actifs, ce qui aura un impact direct sur le résultat net du groupe.

L'année 2009 sera difficile pour l'express car la baisse du chiffre d'affaires sur les deux premiers mois est de 7 % (755 millions à la fin février 2008 contre 810 millions en 2009).

L'Espagne, l'Irlande, le Royaume-Uni et les pays Baltes subissent une baisse du chiffre d'affaires supérieure à 10 % tandis que l'Allemagne, le Benelux et la France s'en sortent un peu mieux, avec une baisse oscillant entre 2 et 10 % !



Pour affronter cette crise, le président de Géopost fixe trois objectifs :

- préserver les parts de marché,
- maîtriser les coûts,
- « distiller » la confiance au sein des équipes.

S'agissant de Coliposte, la diminution du chiffre d'affaires est de 3 % par rapport à 2008.

Le président n'a pas sous-estimé la gravité de la crise et son impact sur La Poste. La baisse des volumes du courrier étant par ailleurs irrémédiable, il a fixé 3 objectifs :

- **sauvegarder le résultat,**
- **préparer la sortie de crise en maintenant une politique de croissance externe,**
- **assurer un management solidaire afin que chacun garde confiance.**

Commentaires de l'administrateur FO

Les premiers résultats 2009 sont inquiétants mais guère surprenants. La conjugaison des effets de la crise notamment sur le colis/express, l'absence de financement extérieur des charges de service public (850 millions d'euros) et la chute vertigineuse des volumes du courrier expliquent, pour l'essentiel, la situation des comptes de La Poste en ce début d'année.

Nonobstant le plan d'économies, on peut affirmer que les bénéfices 2009 seront inférieurs à ceux de 2008 (529 millions d'euros). Espérons que, pour notre pays comme pour La Poste, même s'il subsiste nombre d'inconnues, la crise aura des vertus pédagogiques.

Elle obligera les dirigeants du groupe à s'interroger sur la pertinence du modèle économique choisi.

Faut-il poursuivre sans fin la politique de croissance externe ? Sur l'exercice 2009 et probablement 2010, nous constatons en effet qu'avec les achats à l'étranger, La Poste importe les mauvais résultats de ses filiales : Espagne, Royaume-Uni...

Quels seront les comportements des clients après la crise ? S'agissant de la messagerie, les entreprises pratiqueront-elles une politique de rationalisation accrue des achats en optant pour la régularité de la distribution au détriment de la rapidité ? Dès lors, quid de l'express ?

La métérisation a certes accéléré la professionnalisation des équipes. Mais elle est dispendieuse et source de querelles intestines bien inutiles, au moment où La Poste doit trouver en elle-même les ressources pour affronter une période cruciale pour son avenir !

Dans ces conditions, La Poste peut-elle faire l'économie d'une réflexion sur son organisation ? En période de crise et de doute, il faut battre le rappel des bonnes volontés, mobiliser les énergies, concentrer les forces. En pareille situation, seul l'intérêt supérieur de l'entreprise publique compte !

Or, il n'y aura pas de solidarités internes sans unité territoriale retrouvée !

Avec une baisse des volumes de 40 % d'ici 5 à 7 ans, le courrier est contraint de « réduire la voilure ». Comment et avec quelle organisation interne ? Quels impacts sur le métier de facteur ? Le programme CQC sera évidemment revu car la baisse de la volumétrie courrier a dépassé les prévisions les plus pessimistes !

La Banque Postale bénéficie, grâce à la crise économique et financière, d'un capital confiance rarement atteint. Que faire de LBP qui sera en capacité, grâce à la complétude de la gamme, d'affronter prochainement la concurrence ?

Question éminemment centrale car chacun sait que LBP est confrontée à un problème de taille critique ! Partenaire supplétif d'une autre banque de réseau ou banque de la France dotée de solides missions de service public (accessibilité bancaire, droit au compte, micro-crédit...) ? La réponse qui conditionne le devenir de plusieurs dizaines de milliers d'agents appartient à l'État. Quant à l'enseigne, son avenir ne dépend pas d'elle ! Il est suspendu à celui de ses « frères et sœur », c'est-à-dire le colis/express, le courrier et La Banque Postale !

Quoi qu'il en soit, les postiers ne sont en aucun cas responsables de la crise économique et du retournement structurel de l'activité courrier, malheureusement mal anticipé.

Il ne faudrait pas qu'ils paient demain, par une détérioration de leurs conditions de travail et une dégradation des relations sociales, des choix organisationnels imposés.

Face à ces lourds enjeux en matière d'organisation, le renouveau du dialogue social, en panne par endroits, apparaît incontournable.

À La Poste comme dans les autres secteurs de l'économie, il ne saurait y avoir de réussite économique sans réussite sociale.

Tel est, en ce début d'année, le premier enseignement de la dépression qui affecte l'entreprise publique.

Vente de trois plateformes industrielles du courrier (PIC)

Trois nouvelles plates formes, hormis les matériels de tri, seront vendues à des investisseurs :

- PIC de Toulouse - Castelnaud d'Estretfonds
- PIC de Lille - Lesquin
- PIC de Bordeaux - Cestas

NB : La plateforme de Bois d'Arcy a été exclue, pour l'instant, du dispositif car elle est en cours d'achèvement.

Quatre raisons majeures sont avancées pour justifier une telle décision :

- alléger les besoins de financement du groupe,
- garantir au métier Courrier la disposition d'implantations pérennes tout en obtenant la flexibilité du statut de locataire dans des conditions plus intéressantes que dans les schémas locatifs classiques,
- optimiser les fonds propres dégagés dans un marché immobilier aux évolutions incertaines et profiter d'une taxation moindre des plus-values immobilières attachée au statut d'OPCI (Organisme de placement collectif dédié à l'immobilier),
- continuer à bénéficier d'une gestion locative et technique assurée par Poste Immo.

Les principales caractéristiques de l'opération sont les suivantes :

- prix de vente des 3 PIC : 85 millions d'euros ;
- bail de 12 ans avec possibilité, pour La Poste, de quitter les lieux au bout de 12 ans, de 18 ans puis tous les 3 ans ;
- en cas de congé à l'issue de la première période ferme de 12 ans, une participation de La Poste à la remise en état des locaux plafonnée à 1 an de loyer ;
- une clause d'interdiction de rétablissement ;
- une obligation du bailleur de renouveler les baux pendant au moins 48 ans ;
- un droit de préférence au profit de La Poste en cas de vente des plateformes ;
- une interdiction de cession à une entité concurrente du Courrier ou du colis tant que La Poste est locataire ;
- loyer annuel initial pour les 3 PIC : 6,35 millions d'euros.

Commentaires de l'administrateur FO

À l'instar de toutes les grandes entreprises, La Poste n'échappe pas, en matière de politique immobilière, au difficile arbitrage entre le locatif et le patrimonial.

Ainsi, sur les 7,7 millions de m² gérés, le parc patrimonial de La Poste est de 4,9 millions soit 63,6 % tandis que le parc locatif s'élève à 2,8 millions de m² (36,4 %).

On peut comprendre qu'on puisse recourir à la location qui offre plus de souplesse. Il faut en effet adapter la présence immobilière postale aux mouvements de la population, comme pour l'enseigne, et aux flux des produits à traiter, comme pour le courrier et le colis/express.

Cela dit, cette vente n'a d'autre finalité que de dégager des liquidités (85 millions d'euros) car, à terme, la valeur réelle de cette opération, même en incluant la première tranche (vente de 6 PIC), n'est pas de nature à résoudre l'équation financière du groupe. Il faudra bien, en effet, s'acquitter des loyers et payer les frais de gestion qui incombent à tout locataire !

Deux questions viennent à l'esprit :

- La vente de 9 plateformes n'est-elle pas liée à la baisse massive du courrier ? Autrement dit, dans quelques années, et dès lors que le principe du J + 1 est abandonné, le maintien de 2 PIC dans le sud-ouest de la France par exemple (Bordeaux et Toulouse) sera-t-il indispensable ? En cas de réponse négative, parfaitement plausible, on comprend aisément qu'il est plus facile de se désengager avec le statut de locataire.
- Enfin, une telle opération aurait-elle été mise en œuvre si les ratios bilanciaux ne s'étaient pas détériorés en raison d'une dette élevée (5,7 milliards d'euros) et de la faiblesse des capitaux propres (3,2 milliards d'euros) ?

 **CONTACTEZ VOTRE ADMINISTRATEUR**
rossid@wanadoo.fr

