La lettre des administrateurs CGT

- Groupe La Poste -

N°195

PAS DE PROGRÈS SOCIAL SANS SERVICE PUBLIC

Conseil d'Administration du 20 juin 2019

MANDARINE OU ORANGE AMERE AU SERVICE DU CAPITAL

En septembre 2018, le ministre de l'économie Bruno Lemaire commentait ainsi le mariage entre CNP Assurances et La Banque Postale ***« Il ouvre la voie à la création d'un grand pôle financier public au service des territoires ».***

Comment s'articule ce montage ?

L'Etat et la Caisse des dépôts (CDC) apporteront au groupe La Poste leur participation au capital de la CNP. (Pour la Caisse des Dépôts : 40.8%, pour **SOPASSURE*** : 36,3%, et pour l'Etat français : 1,1%)

SOPASSURE* est une holding détenue à 50,10 % par La Banque Postale et à 49,90 % par le groupe Banque Populaire Caisse d'Epargne. **(BPCE)*

Les actions détenues sont valorisées dans le cadre de l'estimation de la valeur entreprise de La Poste soit 7 milliards.

Avec cet apport valorisé la CDC prendra le contrôle de La Poste. La Poste apportera ensuite les titres CNP reçus à La Banque postale, qui en prendra ainsi le contrôle avec un peu plus de 60%.

La BPCE (Banque Populaire Caisse d'Epargne) en détiendra autour de 18 %.

Et près de 22 % du capital sera détenu par des investisseurs institutionnels (compagnies d'assurances, fonds de pension…), des actionnaires individuels et des actionnaires salariés. CNP Assurances compte près de 60 000 actionnaires individuels.

Quelles sont les activités ?

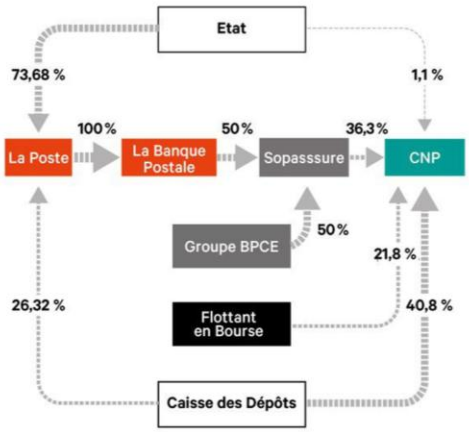
La CNP crée les produits qui sont distribués par d'autres acteurs, et notamment ses deux grands partenaires ; la Banque Postale et la Caisse d'épargne, aujourd'hui devenue BPCE.

La CNP est aujourd'hui le N°1 de l'assurance-vie et de la couverture d'emprunts en France.

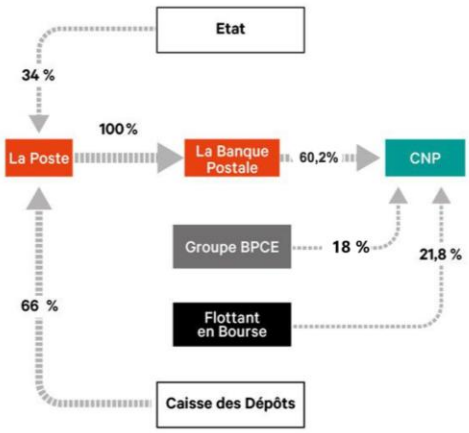
6 milliards d'euros. De quoi porter son ratio de fonds propres CET1 à un niveau proche de 20 %, contre 11,7 % fin 2018.

Comment la Banque Postale prend le controle de CNP Assurances

JUIN 2019



JANVIER 2020



Qu'est-ce que le CET1 (cible 10.5%) ?

Il impose au secteur bancaire la constitution d'un coussin contracyclique, une sorte de « matelas de sécurité » que les banques alimenteront en phase d'expansion économique, et dans lequel elles pourront à l'inverse puiser en cas de récession. L'alimentation de ce coussin est toutefois laissée à l'appréciation des régulateurs nationaux. https://www.lafinancepourtous.com

Commentaire

Les banques ont finalisé pour leur plus grand avantage, leur auto-régulation, via les accords de Bâle 3 **www.atterres.org**, c'est une immobilisation capitalistique, qui au lieu d'instaurer un contrôle démocratique en amont, éthique et correspondant aux réponses aux besoins d'investissements ou de liquidité des citoyens et des pays, laisse le secteur bancaire libre de toute dérive (rachat de dette, titrisation, financiarisation mortifère, subprime…) .

INFO : VALORISATION DE REFERENCE

- De La Poste 7 Md € plus la dette nette de 3,8 Md€ soit une valeur d'entreprise de 10,8 Md€
- De CNP Assurance 13,7 Md€ sur la base d'un cours de bourse de 20 €

UNE OPERATION EN DEUX ETAPES qui permet à l'Etat de récupérer la somme de 971 M€.

Pourquoi 34% Le Code de commerce (art. L225-96 al. 3) prévoit que l'AGE d'une société anonyme doit décider à la majorité des 2/3 des voix des actionnaires présents ou représentés, étant précisé qu'une action donne en principe le droit à une voix. La minorité de blocage sera donc établie lorsqu'un tiers des voix s'opposeront à la décision envisagée.

Situation initiale	Situation après apport 41%de la CDC et 1% de l'Etat	Situation après rachat de 7,6%du capital de LP à l'AGE par la CDC pour 971 M €
73,7% / 26,3%	41,6% / 58,4%	30,0% / 66,0%
Valeur de La Poste : 7 Md €	**Valeur de La Poste : 12,8 Md €**	**Valeur de La Poste : 12,8 Md €**

DOSSIER LENTON OU COMMENT, PAR L'ASIE METTRE UN PIED DANS LA PORTE DU SERVICE PUBLIC DES DOUANES

Comme souvent les dossiers présentés par GEOPOST sont complets et argumentés. La prise de participation majoritaire au capital et donc le contrôle de LENTON n'est pas seulement un investissement qui vise les profits de demain, **c'est une vision stratégique qui ambitionne une plus grande indépendance du Groupe face aux principaux intégrateurs internationaux.**

Si l'on excepte la situation géopolitique sur cette partie de l'Asie, avec des relations internationales et locales complexes, le projet est un positionnement pertinent sur les enjeux du transport de l'express mondial.

Les pistes présentées sur le développement des échanges avec l'Amérique du sud, le renforcement des prestations vers l'Amérique du nord en développant le partenariat avec China post, en donnant plus d'indépendance aux réseaux de NINJA VAN et au regard de l'ensemble des perspectives de synergies affectant les revenus, sont de véritables projections industrielles pour le groupe.

Les perspectives de développement des produits DPD sur les positionnements chinois de LENTON sont également de nature à augmenter la présence dans un marché en forte croissance.

Enfin l'expertise de LENTON dans les échanges douaniers et les retours à l'expéditeur est également une plus-value au niveau des savoirs faire technologiques. C'est un paradoxe qu'une initiative d'un groupe français aille dans ce sens avec une entreprise asiatique.

Ces points positifs, surtout sur le gain d'une plus grande indépendance au niveau de l'acheminement, ne peuvent nous laisser pointer la fragilité, du fait de la qualité de commissionnaire de LENTON qui affecte forcement sa dépendance vis-à-vis des partenaires que sont les avionneurs Cathay Pacific Cargo ou Air China.

Même si la présentation insiste sur les presque 40 ans de partenariat, la durée et la nature des contrats courts renouvelables par 3 ans, laisse une part de risque non négligeable sur les perspectives d'avenir.

Ce dossier repose sur un véritable enjeu de société lié aux évolutions des reflexes consuméristes. L'exemple donné pour présenter les besoins de retour à l'expéditeur, en est une illustration frappante. Commander trois paires de chaussures pour les essayer et en retourner 2 représente une dérive contraire aux enjeux environnementaux pour la vie sur la planète.

Ces comportements, ramener à la seule recherche du moindre coût, sont les éléments moteurs de l'expansion du e-commerce aujourd'hui. Comparé aux enjeux environnementaux et énergétiques globaux, cette tendance aura une incidence sans commune mesure sur le coût collectif que les générations futures auront à payer !!

Nous ne demandons pas à La Poste seule d'assumer cette responsabilité sociétale, mais nous adressons ce message, car il serait inconscient de ne pas pointer les conséquences de cette propension économique à court, moyen et long termes.

Nous nous abstiendrons donc sur ce dossier.

UN DEVELOPPEMENT DES SERVICES DE PROXIMITE, MAIS QUELS EMPLOIS POUR LES POSTIERS ET POSTIERES ?

La stratégie des services de proximité pour la Branche Service Courrier Colis a été présentée à la journée stratégique du 23 mars. La BSCC prépare la trajectoire pour 2023, avec un chiffre d'affaire de 1 Md €. En 2018, l'ensemble de ces services représentent **252 Millions d'euros**, encore bien loin du milliard

La réponse de La Poste tournée vers cette trajectoire s'articule autour de 3 axes :

1. **les Services pour la Silver économie et la santé**, les marchés retenus sont la PSAD (Prestataire de Santé et d'Aide à Domicile), les SAP (Service à la Personne) et le "parcours santé". Les EPHAD privés, les transports sanitaires ou les adaptations de logement ont été écartés de la trajectoire stratégique.

On peut imaginer de nouveaux métiers de coordination et de logistique pour La Poste sur des services physiques et digitaux pour l'entrée et la sortie d'établissement (livraison médicament, …) et de conciergerie en établissement et en prévision du retour à domicile.

Emploi *Ces marchés apporteraient 1 300 emplois aux postiers et postières sur les 5 700 futurs emplois concernés.*

2. **Les services pour la transition écologique** se renforceront sur les services de collecte de déchets à recycler tel qu'on le connaît aujourd'hui (déchets bureau) et avec de nouveaux déchets. Aujourd'hui c'est 7% du marché, l'objectif est d'atteindre 13%.

Les facteurs pourront orienter les particuliers sur les services d'intermédiation de la rénovation énergétique pour les accompagner sur les travaux de rénovation énergétique et simplifier de ce fait leur financement (aides ou financement par La Banque Postale).

A cela s'ajoutera la rénovation énergétique et l'accompagnement de la transition vers les mobilités dé-carbonées. Un marché sur l'efficacité énergétique complètement nouveau et le défi sera d'atteindre 12 % du marché.

Emploi *Ces services représenteraient 700 emplois dont 350 emplois ouverts aux postiers en 2023.*

3. **Les services pour simplifier le quotidien des clients dans les territoires,** aussi bien pour les entreprises, professionnels, collectivités ou les particuliers.

Le code de la route a été un succès et cela se poursuivra avec d'autres logistiques d'examens pour atteindre de 24 à 30 % du marché.

Les facteurs seront sollicités pour de la collecte et remise aujourd'hui à 9 % du marché, cela devra être doublé.

Les facteurs vont se spécialiser dans les métiers autour de l'immobilier. La Poste fait le choix d'une logique de parcours : simplification des démarches liées au logement, trouver son logement, services connexes au déménagement (visites, gestion des états des lieux, …), stocker ses biens, assurer la vigie du domicile, changer de fournisseurs de services au logement…

Emploi *Ce serait près de 1 400 emplois dont 1 300 pour les postiers en 2023.*

Ce plan stratégique nous a permis de constaté qu'après être parti depuis quelques années sur des activités tout azimut, il fallait bien que La Poste s'appuie sur les compétences internes et dans le cadre d'un portefeuille d'activités cohérent. De ce fait, la réflexion a permis de se poser et de se recentrer sur des services de proximité du facteur et sur le maintien des liens humains. Comme le disent le Président Philippe Wahl et Philippe Dorge, *« les services de proximité sont l'ADN de La Poste ».*

Le plan stratégique a posé les bonnes questions ? Sur quoi et jusqu'où ?

Jusqu'à présent le développement des services de proximité a été réalisé par des investissements externes, cette politique va se poursuivre **en recherchant toujours des investissements externes faciles à prendre et qui seront rapidement des niches pour La Poste.**

Un fois de plus, **ce sont principalement les critères de rentabilité qui sont visés pour gagner le pari du milliard sur les nouveaux services en 2023. L'emploi passe en second plan.** L'offre porte soit sur des services à intégrer à la tournée du facteur soit des services dédiés, enfin il y aura quelques mobilités pour les postiers et postières vers les filiales.

INFO LE TRAITEMENT DES RECLAMATIONS

Une grande découverte a été faite lors du CA du 21 février, nous pourrions, sans être taxé de ringard, la formuler ainsi ***« c'était mieux avant »*** Il s'agit tout simplement du **traitement des réclamations**. C'est à grand renfort de spot et flyer *(l'anglais est parait-il plus moderne !!!)* qu'il nous a été présenté la grande nouveauté et donc le process du traitement des réclamations.

Loin de nous l'idée des penser que les situations sont et doivent être figées à jamais, peu importe les innovations technologiques. Non bien au contraire, notre réflexion et donc notre expression au sein du conseil se veulent progressistes, dans une approche globale des situations. C'est cette démarche qui nous amène à poser les enjeux de société dans les débats du conseil, proximité, humanisme, environnement …et plus simplement redonner du sens à nos missions, essence de la vie et du lien social dont elles doivent se nourrir.

Car bien souvent les dirigeants de notre Groupe évoque et invoque la notion d'évolution en l'associant à la modernité, mais derrière ces mots se cache d'autres maux, ceux de la recherche de la croissance maximale du taux de profit dans un temps qui se veut le plus rapproché de l'immédiateté.

La situation des agents des centre d'appels est en cela exemplaire. Nous avons d'un coté des salariés en souffrance confrontés au mécontentement des usagers et de l'autre des usagers en situation de difficultés et d'incompréhensions face a un service qu'ils estiment déshumanisé.

Le CA a donc validé le retour au traitement des réclamations au niveau du réseau et des centres courriers pour toutes les opérations de proximité et un accueil et une première estimation de la requête avant la mise en relation avec les centres d'appels pour le national et l'international.

OUI pour un groupe qui se veut de proximité humaine, il est bon de commencer à s'appliquer en interne ses résolutions et ses orientations.

Un bémol demeure, et il est de taille, QUELS MOYENS HUMAINS VONT ETRE DEDIES A CETTE ACTIVITE ? A ce jour la volonté de comprimer la masse salariale reste prioritaire, vous l'aurez compris il convient d'ajouter des maintenant ces tâches dans les cahiers revendicatifs des réorganisations.

Les administrateurs CGT du groupe La Poste
Brigitte Jonon - Alain Bard