

# Liamé Magazine

Prix de vente du numéro : 2 €

Revue trimestrielle

Lettre d'information de l'Association des Managers en Établissement du Groupe La Poste

Janvier 2022 - n° 2



***NOUVELLE ANNÉE,  
NOUVEAU SITE INTERNET  
WWW.AME-POSTE.COM***



**On s'est dit que pour  
vivre sa retraite à 100 %,  
il fallait une protection  
100 % efficace**

**Bientôt  
à la retraite ?**

**Demandez  
conseil à nos  
experts !**

## **Anticipez dès aujourd'hui votre nouvelle couverture santé !**

Lors de votre départ à la retraite, votre contrat santé collectif prendra fin. Votre conseiller de La Mutuelle Générale est à votre disposition pour vous accompagner dans le choix d'une complémentaire santé adaptée à vos nouveaux besoins.

### **POUR EN SAVOIR PLUS**

**3035** Service & appel  
gratuits

Du lundi au vendredi de 9h à 18h



**LA MUTUELLE**  
générale



*Je souhaite pour 2022, une année de cohésion pour tous nos adhérents, pour les actifs avec la fusion des deux associations MC2 et ACE, et pour les retraités. Je salue le travail des retraités au sein du BNR, et je souhaite la bienvenue aux nouveaux adhérents.*

*Puisse 2022, faire vivre notre association baptisée Association des Managers en Etablissement, AME, dans la sérénité.*

*Et comme le dit beaucoup mieux Victor Hugo :*

*« Saluons ensemble cette nouvelle année qui vieillit notre amitié sans vieillir notre coeur ».*

*Mais qu'est-ce qu'un manager en établissement de La Poste ? Avant tout, c'est un être humain. Il s'investit dans son entreprise, avec son équipe, pour rendre opérationnel un établissement.*

*De quoi a besoin un manager ?*

*Comme tout être humain, il a besoin de trouver un équilibre, et de le garder. Cet équilibre entre vie privée et vie professionnelle, ne peut exister que si l'équilibre au travail est présent.*

*Philippe Rodet, qui preste pour l'Institut du Management de La Poste, est intervenu au Congrès de Pornichet. Il a expliqué qu'au travail, l'être humain a besoin de garder un équilibre hormonal, pour bien faire son travail. A chaque message négatif, le taux d'hormone chute chez la personne qui le reçoit. Pour faire remonter le taux, et donc retrouver l'équilibre, il faut 3 messages positifs.*

*Actuellement, dans le contexte actuel, le manager reçoit des messages négatifs cumulés de :*

- Pas assez de développement commercial
- Trop de dépenses
- Pas assez de maîtrise des risques. Au réseau le DS, doit même franchir un feu quadricolore, vert, jaune, orange ou rouge, pour savoir quelle orientation il peut envisager pour sa carrière.

*Ces besoins sont ceux de La Poste, et vont dans le sens de l'équilibre des comptes et de la viabilité de l'entreprise. Mais pour répondre aux besoins des êtres humains qui reçoivent ces messages, qui veille à l'opportunité de donner des messages positifs aux managers ? Qui les aide à maîtriser cet équilibre dont ils ont besoin, afin de maintenir une communication saine dans les établissements où ils travaillent ?*

*Malheureusement, quand une maladresse surgit, il est parfois plus facile de juger, voire de condamner le manager incriminé, plutôt que de le soutenir.*

*Je souhaite pour 2022, que chacun trouve son chemin vers son équilibre personnel, avec le soutien et l'écoute dont il a besoin, pour pouvoir répondre sereinement aux demandes professionnelles pour lesquelles il a été recruté.*

Catherine GIRARD

## SOMMAIRE

■ EDITO	p. 3
LA VIE DE L'AMICALE	p. 4-8
■ Conseil d'administration Blois 16 et 17 novembre 2021	
LES RENCONTRES	p.9-12
■ Compte-rendu rencontre avec le siège du 10 décembre 2021	
■ Compte-rendu rencontre avec la DR Champagne Ardennes	
QUELQUES BRÈVES	p.13-14
EXPRESSIONS	p. 15-17
■ Un monde digital qui a besoin d'humain	
LES RETRAITÉS	p.18-20
■ Bureau National des Retraités du 14 décembre 2021	
■ Veux des retraités	
VOYAGES	p.21-22
■ Voyager dans le temps	
■ Joies et bonheur de la vie en Provence	
JEUX	p. 23
■ Mots croisés et solution n°1	
■ Sudoku et solution n°1	

# CONSEIL D'ADMINISTRATION DES 17 ET 18 NOVEMBRE 2021

Le premier Conseil d'Administration de l'Association des Managers en Etablissement du Groupe La Poste (AME) s'est déroulé en présence des représentants de l'ex-ACE et l'ex-MC2 maintenant réunis dans un climat serein pour apporter ensemble un souffle nouveau à tous les Managers en Etablissement, dirigeants opérationnels et membres de leurs équipes dirigeantes, et ainsi continuer à préparer l'avenir.

Pour rappel, l'Assemblée Générale de septembre dernier a permis l'évolution de l'ACE et de MC2 vers un nouveau statut d'association qui regroupe sous une même bannière l'ensemble des équipes dirigeantes opérationnelles.

Aussi, ce fut l'occasion de faire un point sur différents sujets qui viendront animer les travaux dans les commissions et les mois à venir.

## COMMUNICATION

Une nouvelle responsable communication et un nouveau rédacteur en chef sont arrivés, pour remplacer Jean-Pierre Guilloreau qui a pris la tête de la sec-



tion des retraités et dont on saluera l'investissement personnel et le travail pendant des années dans cette commission.

La nouvelle équipe espère que cette dynamique viendra à la fois de ses membres mais également des régions afin que l'actualité locale soit un réel vecteur de communication pour tous.

La revue «LIAME» reste un support apprécié de la majorité des adhérents. Le contenu, comme sa structure, évolue au fil du temps mais permet d'abord de recevoir les récentes informations de l'association tout comme les rencontres avec les

représentants du Siège et des régions. Tous les comptes rendus des Conseils d'Administration, Comités Directeurs, Assemblées Générales sont relatés et bien souvent agrémentés de photos.

La commission évoque quelques évolutions : par exemple retrouver un « portrait » d'un Manager par métier (REC, RE, RCPART, DS, DE, etc.) et de la DSEM ou créer une nouvelle page sous forme de brèves (première mouture dans ce numéro) sur ce qui se passe autour de nous (environnement courrier, banque, les marchés bancaires, les Gafa comme Amazon...). L'avis de recherche des anciens collègues pour la section des retraités est apprécié et a permis de faire de belles retrouvailles après de nombreuses années.

Toutes les idées d'articles sont les bienvenues, chacun peut proposer et/ou rédiger un article, un portrait, une expression libre, ...

La Commission réfléchit à compléter le LIAME par une Newsletter diffusée par mail sur des sujets particuliers, afin de rebondir rapidement sur des sujets



d'actualité sans attendre le prochain numéro papier.

Dans un autre domaine, les informations du national sur le site sont accessibles via un moteur de recherche, dans l'attente d'une nouvelle version en cours de création.

### GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE

Philippe LEPLAT anime la partie réseau autour du PATD (Plan action et de Transformation Différencié), sujet majeur sur l'évolution de la structure de la branche. L'information n'est pas diffusée de la même manière d'une région à l'autre : si certains co-construisent, d'autres n'ont pas l'information mais en subissent les impacts : moins de conseillers, moins de bureaux. La question se pose sur le format des secteurs et l'avenir des managers et de leurs fonctions (évolutions des métiers).

Nathalie Colin a reçu l'AME, elle est passée dans des régions (Bourgogne, Champagne Ardennes) et est intervenue en direct pour régler des problématiques locales.



Commission Communication

Un réel besoin de communication interne se fait sentir, par un développement de la promotion du site internet mais également Twitter. C'est ainsi qu'il faut avoir des infos de l'actualité, celles descendantes du Siègle mais aussi celles du terrain.

La Commission a préparé la rencontre du 15 décembre avec la DRH branche réseau et numérique, avec la nécessité de prioriser les sujets vu la limitation à 1 h00 et la présentation préalable du Siègle en début de séance. Des sujets sont à aborder, comme les

incivilités ou l'autonomie des managers (dernier volet du projet en cours non mis en place) : en fait on ne parle plus d'autonomie mais de «marge de manœuvre».

Sur la cartographie de fusion des secteurs, les évolutions se feront au fur et mesure des déroulés de carrières, des partenariats etc... La question reste posée du résultat final, celle de la «carte» à l'horizon 2024. Quel format de facteur guichetier ? Certaines régions ont un quota pas d'autres. Idem sur LCB avec baisse du nombre de cobas (moins de cobas = moins de DS...).

La note suite à l'accord sur le télétravail n'est pas claire : nous avons besoin d'avoir davantage de clarté pour les agents du réseau. Il nous faut faire comprendre au siège que l'AME doit être un partenaire privilégié pour travailler sur les grands projets, en y étant davantage associé et au plus tôt.

Nathalie Collin considère que «notre réseau est trop éparpillé», engendre des coûts comme les instances qui coûtent plus chères que dans des points relais, provoque des mécontentements de la clientèle quand un bureau agent seul est fermé. Son credo c'est «La Poste.fr, c'est La Poste



Commission Services Courrier Colis

dans la poche». C'est pour cela que le siège rencontre les mairies, et les enseignes des moyennes et petites supérettes.

Sur les évolutions des métiers, il n'y aura pas de chantier N-1 mais plutôt un chantier global des managers, sans annonce de date de lancement.

*Addenda - mise à jour d'après CA* : Isabelle Parthonnaud, DRH de la Branche, a reçu l'AME le 15 décembre et s'est montrée favorable à travailler avec l'AME comme pour « Perspectives + ».

### SECTION DES RETRAITÉS

Jean-Pierre GUILLOTEAU,

nouveau président de la section fait part de réactions de la part d'anciens dirigeants de la section des retraités qui contestent notamment l'abandon du sigle ACE et certaines modifications des statuts et les répercussions qui en découlent au niveau du règlement intérieur des retraités.

Les représentants au Conseil d'Administration de la section des retraités ont travaillé afin de trouver des solutions permettant de limiter les conséquences de cette contestation.

Le président fait des propositions en ce sens, et suscite l'approbation du CA, afin de pouvoir les présenter au Bureau National des retraités le 14 décembre 2021.

L'ensemble de ces propositions est détaillé dans le compte rendu de cette réunion du BNR, dans les pages retraités de ce même numéro de LIAME .



Commission Grand Public et Numérique

## COTISATIONS INFORMATION AUX ADHERENTS

*Les prélèvements des cotisations 2022 pour les actifs et les retraités se feront le 30 Mars 2022.*

**Important : les démissions ne seront prises en considération que si elles sont transmises avant le 15 Mars 2022 dernier délai à :**

Mr Patrick BELLLOT : 29 rue Léon Poli - 77760 ACHERES LA FORET  
ou à : Mme Myriam MOULIN : Résidence Le grand pavois - Entrée I - appartement 24  
88 rue Gembloux - 59240 DUNKERQUE

### TARIFS DES COTISATIONS pour 2022

ACTIFS	Cotisations en €
GROUPE B	100
GROUPE A	80
CADRES III/3	60

RETRAITÉS	Cotisations en €
IV-2 à IV-4	45
III-3 à IV-1	32
II-2 / III-2	20
CONJOINT ou ASSOCIES	14
EX CE	38

# COMPTE RENDU COMMISSION BRANCHE GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE

A BLOIS, LE 17/11/2021

La commission nouvellement renommée, commission Branche Grand Public et Numérique (ex Commission Réseau) s'est réunie à Blois lors du conseil d'administration de l'AME du 17/11/2021.

Lors de cette rencontre, 9 régions (Pays de Loire, Rhône Vallée, Champagne Ardennes, Bretagne, Normandie, Auvergne, Alsace, Limousin-Périgord, Bourgogne) étaient représentées par leurs présidents et/ou vice-présidents respectifs. Le retour à un format de rencontre physique a été très apprécié par tous et les échanges ont été riches et passionnés.

L'animation de la commission a été le premier thème débattu. Les participants ont témoigné de façon unanime le besoin d'in-

formations régulières à partager avec les adhérents en région.

Du fait de l'évolution récente de notre association ( changement de nom, nouveaux statuts, ouverture vers les N-1 des DS et DE,...) les sujets à partager sont nombreux. De plus, il est nécessaire de faire la promotion du nouveau site internet [www.ame-poste.com](http://www.ame-poste.com) qui sera mis en service en janvier 2022. Autre évolution dont l'attente est forte parmi nos adhérents concerne le relooking de notre protection juridique professionnelle souscrite auprès de COVEA.

Afin d'entretenir les sujets à partager, de suivre les décisions de la commission et d'être réactifs par rapport à l'actualité, nous

avons décidé de nous réunir via Teams tous les 3<sup>ème</sup> jeudi du mois de 11h00 à 12h00.

Cette réunion a permis de préparer la rencontre avec Isabelle Parthouaud le 10 décembre et de définir les sujets à aborder. Les 2 premiers font suite à la rencontre de Nathalie Collin en septembre dernier à savoir la prévention des incivilités et l'autonomie des secteurs renommée marges de manoeuvre (cf compte rendu rencontre de septembre). Deux autres sujets ont été retenus car ils génèrent de nombreuses interrogations parmi les managers: le Plan d'Actions de Transformation Différencié et l'accord télétravail.

*Philippe Leplat*

## CONSEIL D'ADMINISTRATION DE BLOIS DES 17 & 18 NOVEMBRE 2021

### COMMISSION BRANCHE SERVICES COURRIER COLIS

La première réunion de la commission BSCC (Branche Service Courrier Colis) s'est tenue le mercredi 17 novembre à Blois.

Christophe André, vice-président en charge de la BSCC, a remercié les 7 membres présents puis a rappelé l'état d'esprit qui doit animer cette commission (constructif, force de proposition, défense des DE et de leurs N-1, communication...). Lors de cette première

rencontre fondatrice, les lignes directrices du fonctionnement et de l'animation de la commission ont été élaborées.

#### Composition de la commission BSCC

La commission est aujourd'hui composée de 10 membres, 8 DE, un représentant des N-1 et un ancien DE qui proviennent de 6 DEX (Nouvelle Aquitaine, Occitanie, Sud (ex PACA + Corse et

Monaco), Auvergne Rhône Alpes, Pays de Loire et Grand Est).

Idéalement, la commission devrait compter une quinzaine de membres, issus des autres DEX non encore représentées, pour permettre une présence régulière (les disponibilités de chacun n'étant pas permanentes en raison de l'actualité des établissements) aux instances et aux rencontres avec nos dirigeants. Si vous êtes

intéressés, n'hésitez pas à vous faire connaître auprès de Christophe André, vous êtes les bienvenus.

### **Animation commission BSCC**

Après des échanges riches et constructifs, l'animation de la commission devrait être articulée autour des points suivants.

A partir de janvier 2022, une réunion distancielle, en team, sera organisée à minima tous les 2 mois pour faire un point sur l'actualité de notre branche, les instances, les rencontres avec nos dirigeants et les animations régionales.

Des rencontres physiques, trois par an, seront organisées, en parallèle des CA, du congrès ou des journées d'étude.

### **Animation adhérents BSCC**

Les moyens de communication importants dont nous disposons (parution du LIAME trois fois par an, à minima, et surtout notre site internet), nous permettent de relater les informations de l'association.

Localement, au niveau des régions, l'animation est à organiser (fréquence et mode) par le Président ou le Vice-Président issu de la BSCC.

La faisabilité de l'organisation de journées d'étude (rencontre des membres de l'AME avec un dirigeant du COMEX), une fois par an, sera étudiée au cours du premier trimestre 2022.

Un premier bilan sera réalisé en commission BSCC dans 6 mois, pour constater les points efficaces et les pistes d'amélioration pour optimiser cette animation.

### **Rencontre Dirigeants**

Deux rencontres annuelles au périmètre DEX, seront organisées par les animateurs régionaux, idéalement membres de la commission BSCC, avec 2 ou 3 membres de l'AME représentatifs du territoire.

Une information, en ce sens, sera faite à nos dirigeants lors de notre rencontre du 19 janvier.

Comme de coutume, nous solliciterons nos dirigeants pour des rencontres (actualité, nos préoccupations et nos propositions...), deux fois par an.

Les points principaux de nos échanges seront mis en ligne sur notre site et un compte rendu complet sera diffusé dans LIAME.

Cette année, nous prévoyons également de rencontrer les dirigeants de la DRIC et des COLIS en septembre avant la peak période.

En amont de ces rencontres, un questionnaire sera envoyé à tous les membres BSCC de l'AME pour recueillir leurs préoccupations et leurs propositions du moment. La synthèse servira à préparer l'ordre du jour et les échanges avec nos dirigeants.

### **Développer l'AME**

Afin d'augmenter les membres de l'AME, nous avons longuement échangé sur les besoins, (qu'est-ce qu'un membre peut attendre ?) et sur nos propositions pour donner envie à de nouveaux membres de nous rejoindre.

Nous avons déjà un certain nombre d'outils ou d'animation qui sont attractifs mais que l'on pourrait peut-être optimiser.

La protection individuelle, notre assurance chez Covéa maintenant, le magazine LIAME, notre site internet et nos rencontres avec nos dirigeants sont à mettre en avant. Mais, il nous faut aller plus loin en essayant d'avoir des informations de façon plus précoces pour avoir un coup d'avance sur les diffusions officielles. C'est une demande que l'on va faire à nos dirigeants le 19 janvier en leur proposant, (nous sommes un partenaire sur lequel ils peuvent compter), de nous transmettre, par exemple, les présentations, des CDSP ou RDSL, des proposi-

tions d'accord ou autres que l'on pourrait, en commun accord pour le timing de diffusion et la confidentialité si besoin, diffuser.

Sur le comment, il nous semble opportun de se consacrer pour la fin de l'année à l'adhésion des membres de MC2. En début d'année, en concertation avec l'équipe communication, la commission BGNP (Branche Grand Public et Numérique) et le comité directeur, nous pourrions démarrer une action de communication plus large vers les DE et les RESC pour nous, les DS et leurs adjoints pour nos collègues de la BGNP.

De plus, pour se donner un maximum de chances de réussir notre campagne d'adhésion, il est important localement après avoir envoyé, par courrier et ou par courriel, un document présentant notre association d'effectuer un suivi des retours, d'expliquer les objectifs de notre association, de présenter à nos collègues ce que l'AME peut leur apporter et de répondre à leurs questions. Le mode d'échange est à définir localement.

### **Divers**

Lors des Assemblées générales régionales et des élections des présidents et vice-présidents, il est important pour un équilibre entre métiers, de faire un binôme avec nos collègues de la BGNP. Certaines régions sont fortement intéressées car la BSCC n'est pas, à l'heure actuelle, ou très peu, présente dans les territoires.

Ces élections vont avoir lieu début d'année et cela sera l'occasion de renforcer la présence de l'AME dans l'ensemble de nos régions où certaines sont actuellement en sommeil. Il est important qu'un maximum de collègues de la BSCC s'y investisse.

*Christophe André*

# RENCONTRE AVEC EMMA COPELIN DR CHAMPAGNE-ARDENNES

## ACE DU 22-11-2021

### Nouveauté concernant l'ACE par Céline :

L'ACE a fusionné avec MC2, l'association des Directeurs d'établissement courrier, début septembre pour devenir l'AME, Association des Managers d'Etablissements, avec à sa tête une nouvelle présidente, Mme Catherine GIRARD, DS en Normandie.

Céline est toujours présidente en DR par manque d'AG à cause de la pandémie. Une nouvelle AG aura lieu le 25-01-2022 où Céline se représentera mais pour prévoir une passation de pouvoir par la suite. Séverine ne prendra pas la succession car elle a pris d'autre responsabilité au niveau national, au service communication. Séverine précise sa nouvelle fonction au niveau national de l'AME avec un développement des communications élargies en particulier sur les réseaux sociaux (Twitter....) et préparation de notre congrès en 2022.

Céline insiste sur le fait que l'AME n'est pas un syndicat et que nous sommes disponibles pour toutes sollicitations concernant la vie de secteurs. Séverine donne pour exemple les souscriptions de compte MFB étendus à l'ensemble des bureaux à la suite d'une proposition auprès de Natha-

lie Collin. Nous pouvons être des facilitateurs sur toutes les difficultés que peuvent rencontrer les secteurs.

Séverine aborde le sujet du congrès 2022 à Hendaye où il est important que les DS puissent y participer du 1er au 5 mai. La DR CA peut être représentée par 10 personnes, DS ou N-1. Mme COPELIN ne bloquera personne à partir du moment où les choses sont anticipées.

Céline présente l'AG 2022 du 25-01 et son organisation. Mme Copelin est conviée à 15h30 pour une séance d'échange et de questions-réponses, qu'elle accepte.

### LES ÉCHANGES :

**AME : A propos du PATD (Plan d'Action et de Transformation Différenciée) : Nous avons appris que certaines régions ont initié la mise en oeuvre de leurs PATD. Qu'en est-il de la DR CA ?**

Nous avons travaillé avec les 30 DS de Champagne Ardenne le 15 octobre dernier lors des ateliers, leur contribution a établi les 11 actions prioritaires de notre PATD.

Ce Plan a été présenté à Nathalie Colin le 8-11 et a été communiqué au DT le 10-11.

A partir de notre dernière convention, nous sommes partis sur 11 actions prioritaires. En termes de communication, c'est au DT de le présenter à ses équipes. (journées prévues en Conseil de Territoire)

Notre PADT a comme base :

La transformation digitale, RH et contrat de présence Postale territoriale qui doit être signé fin 2022.

Présence postale :

- 1- Renforcer le maillage
- 2- Cadencement des transformations : On n'arrive pas à dégager assez de cash pour pérenniser notre modèle.
- 3- Lever les freins aux transformations.

Explorer d'autres partenariats comme les gares SNCF : Troyes- Reims-Charleville.

On vous doit de communiquer sur le PATD : j'envisage un journal « PATD » pour parler du progrès sur les différentes actions.

Pour les PRO, j'aimerais labéliser les gros bureaux en scénarisant le parcours PRO dans tous les bureaux pour homogénéiser les pratiques. Créer une file « express » pour les instances colis / LR.

L'ensemble des REC (31 per-

sonnes) ont travaillé sur les différentes actions concernant l'espace Co le 30 novembre lors d'un séminaire.

### **AME: Au niveau des portefeuilles cobra. Quelle va être l'évolution ?**

Il y a une CDSP le 7-12 à ce sujet. La feuille de route est de -20 % en 2022 de portefeuilles pour la Champagne Ardennes. Les portefeuilles sanctuarisés sont ceux des clients à enjeux et patrimoniaux.

Concernant les autres clients, « grand public », avec lesquelles nous faisons le moins de PNB, il y a un test dans 7 DR avec 7 ou 8 secteurs dans lequel ils ont créé un gros portefeuille « mass market » de 10 000 clients. Les CC, gescli, cofi, cofi 3-2 mais aussi le CF pourront y puiser pour alimenter leurs activités. Pas de taux de couverture sur ce portefeuille.

Moins 20% de portefeuilles en Champagne Ardennes, ça veut dire sans plan social ni

reclassement. Tant que le cobra est présent, le portefeuille ne disparaîtra pas. D'où la nécessité d'être attentif à toutes les possibilités, les souhaits des agents pour changer de fonction. Les besoins : DS-REC – RE et tous les métiers digitaux qui vont encore se renforcer avec des offres bancaires « full digitale ».

Les entretiens professionnels de janvier et février sont cruciaux car c'est le moment d'inviter nos collaborateurs de la force de vente bancaire à se positionner dans les viviers et classes Tremplins.

### **AME : Est-ce que cela va avoir un impact sur l'encadrement et le nombre de secteur ?**

Il y aura un impact sur le nombre de RCPART qui seront maintenus si au moins 5 portefeuilles. Tout ne se fera pas en 2022 mais au fil des orientations des uns et des autres. Pas de plan social !

Le problème est parfois la

mobilité géographique et nous devons donc envisager parfois des changements de fonction (Coba vers CC par exemple ou autre)

Pour la fusion des secteurs, pas de Big bang pour le moment : Les fusions se feront au cas par cas. Il n'y a pas d'objectif sur le sujet.

### **AME : Et les bureaux agents seuls ? Leur nombre va forcément diminuer ; Quelles conséquences ?**

Oui mais pas d'impact sur le CODIR des secteurs à moyen terme à ce sujet et les agents seront redéployés sur d'autres fonctions ou sur la même au sein du secteur.

**AME : Nous souhaitons vous faire une proposition : Les jeunes DS qui arrivent sont plutôt en fragilité car ils se trouvent souvent seuls face à de grandes difficultés et parfois en risque. Nous vous proposons de faire un binôme DS expérimenté et novice pour le soutenir.**

Les jeunes DS sont déjà des binômes en CA et avec également un coaching personnalisé avec Denis SIMON et leur DT.

**AME : Il existe des situations de vraie fragilité sur certains secteurs.**

*Michael PERREIN*



# COMPTE-RENDU RÉUNION TEAMS AVEC ISABELLE PARTHONNAUD DRH BGNP

## DU 10 DÉCEMBRE 2021



Isabelle PARTHONNAUD  
Directrice des  
Ressources Humaines BGNP



Stéphanie LHOSTE  
Qualité de Vie au  
Travail et RSE



Fatih Sabrilebeuan  
Transformation des Métiers  
et Culture Managériale

Participants pour l'AME :  
Séverine GUICHARD-MARTINEAU,  
Philippe LEPLAT,  
Catherine GIRARD.

Ce nouvel échange avec les représentants de la Branche Grand Public et Numérique fait suite à la rencontre avec Nathalie COLLIN du 10 septembre. A la fin de cette rencontre nous avons convenu de nous revoir pour développer deux sujets : La prévention des Incivilités et l'autonomie des Directeurs de Secteur. A ces 2 sujets, s'est ajouté le Plan d'Actions et de Transformation Différencié dont la présentation diffère selon les régions.

En septembre, Séverine GUICHARD-MARTINEAU avait évoqué le fait que son secteur avait conduit une dé-

marche pilote dans le cadre de la lutte contre les incivilités. Isabelle PARTHONNAUD et Stéphanie LHOSTE sensibles à ce sujet qui pollue la vie des équipes en secteur demande à Stéphanie de partager son expérience. Séverine précise que la réflexion et la démarche ont été portées par tous les membres de son équipe. C'est une condition essentielle pour que cette action porte ses fruits.

Parmi les actions retenues, le personnel a souhaité développer leurs notions d'anglais pour mieux accueillir les clients ne parlant pas français. A titre individuel, ils ont donc suivi des cours d'anglais et un lexique de terme bancaire en anglais a été créé.

Le respect découle aussi des conditions dans lesquels sont accueillis les clients et travaillent nos collaborateurs. L'image immédiate que renvoie le bureau n'est donc pas à négliger. Afin de lutter contre les débris aux abords du bureau, des bacs végétalisés ont été mis en place devant le bureau.

Catherine GIRARD précise que ces actions ont bénéficié d'un budget spécifique du fait que l'établissement était pilote. Stéphanie LHOSTE cu-

rieuse de bonnes pratiques à partager demande à Séverine la possibilité de se rendre sur son secteur pour une visite et rencontrer le personnel. En matière de recensement de bonnes pratiques, Stéphanie LHOSTE précise que des ateliers « Tous Présents » sont actuellement conduits afin de lutter contre l'absentéisme.

Catherine Girard est intervenue pour souligner que les incivilités peuvent venir aussi des difficultés pour le client ne pas pouvoir finaliser une opération commencée via internet, en bureau de poste.

*La difficulté vient du manque de visibilité par le chargé de clientèle de la saisie du client via le numérique. Un changement d'adresse, une procuration commencée via internet devrait, par le biais d'un système de « cross-canal », pouvoir être reprise par n'importe quel canal de souscription. Madame Sabrilebeuan conforte le propos, en expliquant que le Siège travaille sur le sujet.*

*Madame Parthonnaud a souligné le fait que chaque acteur de notre Branche, devra suivre un cursus de formation digitale, car le sujet est au cœur des processus à venir.*

Nos représentantes du siège

souhaitent désormais parler de marges de manoeuvre données au Directeur de Secteur plutôt que d'autonomie et que celles-ci s'inscrivent dans le cadre du plan stratégique 2030. A ce titre, il nous est précisé que des marges de manoeuvre ont déjà été accordées : Gestes d'attention et Commercial, les Opérations Soumises à Décision et les RDV fonds de commerce. Concernant ces actions commerciales basées sur l'analyse et le développement du portefeuille du secteur, Philippe LEPLAT précise que les équipes ne peuvent pas dans de nombreuses régions mettre en place ces actions locales. Des actions de mobilisation, des challenges..., organisés au niveau régional et/ou territoire sont imposées aux secteurs quelque soit leur niveau de résultat. De plus, ceux-ci sont souvent accompagnés de fichiers de reporting.

Les représentantes du siège nous assurent d'une écoute renforcée car « Plus de Marges de manoeuvre dans la performance, donne plus d'envie ». Pour cela, les remontées au travers du baromètre social,

du panel des DS et les rencontres avec les AME sont prises en compte et étudiées au sein de panels constitués de DS et DT concernant l'Autonomie RH, l'Autonomie Commercial et l'Autonomie Financier. Concernant l'Autonomie RH, des exemples nous sont apportés : Renforcer la collaboration entre l'EMRG et le DS, Création du Contrat d'Accompagnement Individuel pour les conseillers bancaires en difficulté, Réflexion prochaine avec la BSCC sur les équipes autonomes (Yannick Roulette avait témoigné sur cette spécificité du courrier lors de notre rencontre du 10 septembre). Fatiha Sabrilebeuan conclue par le fait que donner plus de marges de manoeuvre nécessitera plus de soutien en inculquant la culture managériale d'où la mise en place de Coach Manager.

***Le Plan d'Actions et de Transformation Différencié a été présenté sous différentes formes dans plusieurs régions et pas du tout dans d'autres. Ce plan constituant le projet régional à horizon 2025 dont le futur maillage***

***territorial, nous sommes étonnés que les Directeurs de Secteurs n'aient pas été associés comme ils l'avaient été en 2015 pour les Clés de la Réussite.***

Fatiha Sabrilebeuan nous répond que le PATD est en cours de dialogue entre les DR et le Siège. Dans une seconde étape, les directeurs de secteurs seront associés. Elle comprend que ce sujet peut créer de l'inquiétude et ce point d'alerte sera partagé avec Medhi BATHANI, porteur de ce projet.

Après plus d'une heure d'échanges, nous nous quittons avec la promesse de nous retrouver fin février. *Car nous n'avons pas pu échanger sur les sujets de la déclinaison de l'accord de télétravail au Réseau de la BGPN, la visibilité sur les formations à planifier, le classement des bureaux A, B, C, et D qui déterminait notamment le nombre de véhicules par secteur.*

## Liame Magazine

Publication trimestrielle éditée par l'Association des Managers du Groupe La Poste

Chez Mme Catherine GIRARD, Présidente de l'AME - 4 rue Comte de la Perouse 14610 EPRON

E.mail : [acelaposte@wanadoo.fr](mailto:acelaposte@wanadoo.fr) - Internet : <http://www.ace-poste.com> - Compte Twitter : [twitter.com/AmePoste](https://twitter.com/AmePoste)

Dépôt légal : JANVIER 2022 - ISSN : 1167-5772 - Le numéro 2,50 euros en vente au siège de l'AME - Abonnement 1 an 4 numeros = 10 euros

Directeur de la publication : Catherine GIRARD - Rédacteur en chef : Philippe PREVOST

Réalisation, mise en page et impression : IMPRIM'LINGO - 4 rue Mickael Faraday 67540 OSTWALD

Ont participé à ce numéro : Catherine GIRARD, Christophe ANDRE, Philippe BRISBART, Philippe LEPLAT, Jean-Pierre DE SANTIS, Françoise PEPIN et Jean-Pierre GUILLOTEAU

## QUELQUES BREVES

### La France des Solutions : le marché des livres d'occasion ne cesse de croître

2 janvier 2022

LCl.fr, Ouest France, CaMintéresse.fr, LesEchos.fr

À Kervignac (Morbihan), l'entreprise Book Hémisphères (1,3 M€ de CA en 2020) collecte et recycle les livres, qu'elle revend sur son site, en librairie ou transforme en pâte à papier lorsqu'ils sont trop abîmés. Chaque jour, 3 camions sillonnent la région, dans un rayon d'1h30 de trajet, et visitent 200 boîtes à livres, les recycleries, Emmaüs et les bibliothèques. 80.000 ouvrages sont collectés chaque mois, soit 2 fois plus qu'en 2017. Société coopérative d'intérêt collectif, Book Hémisphères emploie 24 salariés, dont 12 en insertion. En 11 ans, elle a vu passer 5,5 millions de livres. Book Hémisphères a pour concurrent Recyclivre (9 M€ de CA en 2020), fondée en 2008 et certifiée B Corp, qui emploie aussi des salariés en insertion. Elle propose un service de collecte

**Les livres ont de l'avenir : recyclage ou seconde vie... il n'y a pas que les écrans dans la vie !**

### Finance, logement... les défis du grand âge

13 décembre 2021

Le Figaro

**Le vieillissement de la population engendre de multiples enjeux pour notre société comme le financement de la prise en charge de la dépendance des personnes âgées ou encore le logement.**

La prise en charge de la dépendance des personnes âgées (soins, aides humaines et techniques, hébergement) est évaluée à 30 milliards d'euros par an - dont 25 milliards de dépenses publiques. D'ici à 2030, l'effort d'investissement supplémentaire est évalué à 9,2 milliards d'euros par an ce qui soulève la question du financement.

Outre l'enjeu financier, entre 80 % et 90 % des Français souhaitent vieillir à domicile,

Enfin, le dernier enjeu concerne le logement des seniors qui souhaitent vieillir à domicile. Luc Broussy, auteur du rapport « nous vieillirons ensemble » sur l'adaptation de l'habitat au vieillissement, a évoqué l'idée de mettre en place une PrimeAdapt

**Vieillir chez soi fait quasiment l'unanimité dans la population : c'est garder sa place dans la société, dans sa commune, dans son quartier, auprès de sa famille, ses amis et son entourage**

### Les plates-formes industrielles, vecteurs de la transition énergétique et écologique

9 décembre 2021

Le Monde de l'Energie

**Les plateformes industrielles et les zones d'activités (ZA), ne bénéficiant pas toujours d'une image positive auprès du grand public, poursuivent néanmoins leur transition en toute discrétion.**

En effet, de nombreuses zones d'activité tertiaires ou mixtes se caractérisent par des bâtiments « passoires » au bilan énergétique désastreux

**«Les gros entrepôts, c'est pas beau», «haro sur les grandes plates-formes», entend-on ici et là... en fait, ces nouveaux bâtiments sont exemplaires en termes énergétiques et écologiques contrairement aux anciens entrepôts véritables «passoires énergétiques»**

### Le lait "C'est qui le patron" devient le plus vendu en France, une première pour un produit équitable

7 décembre 2021

Novéthic, Twitter

La marque des consommateurs "C'est qui le patron", qui rémunère au prix juste près de 3.000 producteurs pour leur dégager un revenu décent, enregistre un nouveau succès. Sa brique de lait vendue devient la première référence de sa catégorie, devant Lactel (2<sup>ème</sup>) et Candia (3<sup>ème</sup>), et ce, alors même qu'elle n'est référencée que dans 59% des magasins (source : Nielsen). Aucun

La marque est en phase avec les nouvelles attentes des consommateurs : selon le dernier baromètre de Max Havelaar, la première motivation des Français pour acheter responsable est de permettre une juste rémunération des producteurs.

**Acheter local, oui, mais surtout acheter «équitable» c'est à dire avec des produits qui rémunèrent correctement nos agriculteurs producteurs de lait, de fruits, de légumes, de viande, etc.**

### Le papier flambe

9 décembre 2021

Stratégies

L'envolée des prix du papier, associée à la hausse du coût de l'énergie, contraint certains éditeurs à cesser la publication. Le journal gratuit CNews a ainsi renoncé à l'impression de 760 000 exemplaires suite à l'arrêt de sa publication, le 30 novembre 2021. Les papetiers avaient imposé une première augmentation de 6 % à 20 % au 1er septembre. Elle s'est encore accrue. La consommation globale du papier a été divisée par 2 depuis 15 ans (-5 % par an). La filière s'est réorganisée autour de la production de carton, qui croît de 7 % par an, pour satisfaire l'e-commerce notamment.

**N'appelons pas encore les Pompiers, mais le (prix du) papier flambe ... alors que sa consommation a été divisée par 2 en 15 ans ... et c'est encore pire pour le carton des colis !**

### Avec le Covid, le digital a gagné sept ans »; DES DATAS AU SERVICE DE TOUS

décembre 2021

Challenges

La pandémie de Covid-19 a été un catalyseur pour l'adoption du numérique. « Nous avons gagné sept ans, résume Helmut Zeisinger, directeur général d'Orange Business Services. Du jour au lendemain, le numérique est entré dans tous les bureaux, dans tous les domiciles des directeurs généraux. » Elodie Perthuisot, directrice e-commerce, data et transformation digitale au Carrefour, confirme : « On a vu exploser tous les types de clientèles ayant accès au numérique, les seniors par exemple. Et cela a entraîné une vague d'innovations, comme le "quick service". »

**La pénétration du numérique/digital (choisissez le terme) a gagné 7 ans pendant la pandémie de Covid19... même chez les seniors ! Eh oui, halte aux idées reçues : de nombreux seniors se forment aux outils numériques et s'en sortent très bien, merci pour eux !**

### Les tote bags en coton réutilisables, un désastre pour l'environnement ?

7 décembre 2021

news.yahoo.com

Selon une étude de 2020 menée par l'université de technologie de Nanyang à Singapour, le potentiel de réchauffement global d'un tote bag réutilisé 50 fois reste 10 fois supérieur à celui d'un sac en plastique réutilisé le même nombre de fois. Produire 1 kg de coton, l'équivalent approximatif d'un t-shirt et d'un jean, requiert entre 10 et 20 000 litres d'eau. Même le recyclage de ces tote bags est moins écologique qu'il n'y paraît. Les experts estiment que, même si ces sacs sont recyclés, les logos et autres messages doivent être coupés, ce qui représente un gaspillage de 10 à 15 % de la matière récupérée par les entreprises de recyclage. La plupart des teintures d'impression sur coton sont à base de PVC, qui n'est ni biodégradable ni recyclable.

**Un «tote bag» est un sac en toile à 2 anses porté à l'épaule, il est à la mode car fabriqué en coton et semble bien meilleur que le sac en plastique ... halte aux idées reçues : non seulement le coton coûte beaucoup de ressources en eau, mais en plus ses teintures le rendent en partie ... non recyclable !**

### Pollution : un Américain produit huit fois plus de déchets plastiques qu'un Chinois

6 décembre 2021

Le Monde.fr

Un rapport inédit publié par les académies nationales américaines pour les sciences, l'ingénierie et la médecine, à la demande du Congrès, révèle qu'un Américain produit en moyenne environ 130 kilos de déchets plastiques par an, soit 8 fois plus qu'un Chinois (15 kilos) et 3 fois plus qu'un Français (43 kilos). Or, moins de 10 % des déchets plastiques sont recyclés aux Etats-Unis, contre 25 % dans l'Union européenne.

**Ah, enfin les français et les européens font mieux que les américains : 3 fois moins de déchets plastiques et 2,5 fois plus de recyclage ! Bon, il y a encore du travail... les chinois produisent 3 fois moins de déchets plastiques... mais ils sont 20 fois plus nombreux que les français !**

# UN MONDE DIGITAL QUI A BESOIN D'HUMAIN(S)

En 1968, la publicité a fait son apparition sur les postes de télévision et, depuis elle n'a cessé de progresser en temps de diffusion au fur et à mesure de l'accroissement des besoins de financement des chaînes pour leurs programmes.

Nous avons toutes et tous en tête plusieurs «spots», «slogans» ou «musiques» qui nous ont marqué. Quelques images, une expression ou quelques notes de musique suffisent à nous rappeler le produit et le message de l'époque : magie de notre cerveau et plaisir de la nostalgie d'une époque révolue souvent liée à notre enfance et notre jeunesse.

Les publicités sont souvent un «marqueur» de l'époque : on en regarde quelquefois avec étonnement ou espièglerie, surtout avec des acteurs débutants qui les redécouvrent tardivement avec plaisir lors d'émissions auxquelles ils sont invités maintenant qu'ils sont très connus.

Il faut quelquefois que l'animateur explique, avant diffusion, qu'un tel petit film ne se ferait plus maintenant de la même façon, au vu de l'évolution des mœurs et de la vie quotidienne : pensons aux évolutions de la place des femmes dans la société, de la représentation de la famille ou de l'irruption de la technologie dans les foyers.

Prenons l'exemple des hypermarchés/supermarchés, apparus en France en 1963

selon le principe popularisé aux USA du «no parking = no business» («pas de parking = pas de chiffre d'affaires»). De plus en plus de gens avaient (enfin) accès à une automobile et comme le parc de voitures augmentait considérablement dans notre pays, ces «temples de la consommation» (je cite) installaient des parkings géants autour de leurs magasins de plusieurs milliers de m<sup>2</sup> pour attirer toujours plus de consommateurs.

Quand ils ont eu accès dans les années 80 à la publicité télévisuelle, les arguments mis en avant étaient toujours le prix et le choix : aucune découverte pour les clients de ces enseignes, qui y venaient souvent pour ces deux raisons. L'objectif de chaque enseigne était d'attirer toujours plus de clients dans ses magasins au détriment des autres, puisqu'ils étaient (selon leurs slogans) «moins chers», «avec plus de choix», «meilleurs», etc.

Et puis ce qui faisait leur force (gigantisme et parking) s'est retourné contre ces enseignes accusées de «faire perdre son temps» au consommateur dans des rayons gigantesques et démesurés tout en «écrasant le petit commerce de proximité». Alors, elles se sont mises à la digitalisation avec le «drive» (commande par internet de son domicile et venue seulement pour récupérer rapidement les courses toutes prêtes) et ont créé des petites superettes à leur nom dans les villes et communes

avec leurs produits. D'ailleurs, avec la crise Covid19, les enseignes qui ont le moins d'hypermarchés sont celles qui s'en sont le mieux sorti : le modèle des années 60 n'est plus celui du XXI<sup>e</sup> siècle.

Alors pourquoi je vous raconte cette histoire ? Parce que la publicité des hypermarchés/supermarchés met maintenant en avant l'humain et la proximité dans ses publicités et sa communication.

Quelques morceaux choisis de publicités TV récentes de ces enseignes :

- Un enfant s'inquiète de l'étroitesse du conduit de cheminée par lequel le Père Noël est censé passer pour descendre les cadeaux au pied du sapin : alors il achète des légumes et fait des soupes pour que le Père Noël maigrisse d'ici le grand jour... et bien sûr comme les cadeaux sont bien présents le jour prévu (on ne dira pas comment), il pense que cela a effectivement bien marché
- Un homme, triste d'avoir perdu sa bien-aimée, cherche à retrouver le goût d'une sauce tomate qu'elle cuisinait en faisant des allers-retours au magasin pour acheter des tomates, et persiste jusqu'à trouver enfin la bonne recette... et à ce moment-là elle apparaît devant lui et il retrouve un peu de ce bonheur perdu
- Un homme hospitalisé en réanimation à cause du Covid19 fait un long séjour à l'hôpital et se remet doucement,

à la grande inquiétude de sa femme et de son fils, et comme il va enfin sortir, sa famille va au magasin pour préparer un repas (imposant et varié) pour les soignants en signe de reconnaissance

- Un homme âgé règle ses achats à la fermeture du magasin, il est connu puisque l'employé lui demande si son fils passera le réveillon avec lui (malheureusement non cette année) et ils se retrouvent tous les deux enfermés le soir dans le magasin... alors ils profitent de ce qu'il y a sur place pour organiser un magnifique et convivial repas de réveillon à 2 (et même 3 si on compte le homard assis à la table comme invité)

Il n'y a pas que les grandes enseignes de consommation qui mettent en avant l'humain et la proximité : certaines banques et assurances ont compris l'intérêt de communiquer dessus. Et pourtant en même temps elles réduisent fortement le nombre de leurs points de contact et leurs horaires d'ouverture, ou renchérissement les opérations faites au guichet pour inciter les clients à passer par internet.

Toutes les banques ? Non, pas toutes les banques... vous en connaissez certainement une qui ne fait pas ça... on y reviendra, mais vous avez deviné le nom de la banque qui fait de l'humain et de la proximité une réalité et pas simplement un axe de communication (quel faux suspense, non ? solution ci-dessous \*\*).

Quelques morceaux choisis de publicités TV récentes de

ces banques ou assurances :

- Un homme réclame une présence humaine devant plusieurs portiques et autres équipements automatiques qu'il ne peut pas activer, croit enfin rencontrer une personne dans la rue pour le renseigner (mais c'est un hologramme) et découvre une affiche de banque où il peut (enfin) rencontrer un conseiller en chair et en os

- Une société d'assurances met en avant le fait d'être en contact non pas avec un plateau téléphonique mais avec un conseiller connu (toujours le même) plutôt qu'être un simple numéro de client

- Une autre société d'assurances met en avant la présence en France d'un plateau téléphonique de réponses aux clients, à la différence de ceux implantés en territoire étranger francophone

*\*\* Avant d'aller plus loin, je vous livre la solution sur la question de la banque qui allie l'humain et la proximité : c'est bien sûr La Banque Postale (mais qui en aurait douté?)*

La campagne de communication récente de La Poste Groupe repose sur une nouvelle signature : «la proximité, c'est un métier». Toutes les postières et les postiers se reconnaissent et se reconnaîtront dans cette signature !

Qui mieux à la BSCC (Branche Services-Courrier-Colis) qu'un professionnel comme un facteur ou un remiseur/collecteur en contact au quotidien avec ses clients à

domicile symbolise la proximité ? Qui mieux à la BGNP (Branche Grand Public et Numérique) qu'un professionnel comme un chargé de clientèle ou un conseiller bancaire à la disposition de la clientèle en bureau de poste symbolise la proximité ?

Notez que ces fonctions (qui ne sont que des exemples de fonctions en face à face avec la clientèle) sont équipées comme toutes les autres d'outils digitaux (smartphone, Facteo à la BSCC, tablettes et équipement PC modernisé à la BGNP) et que leur utilisation n'empêche pas le contact et la proximité. De même que les aides à la conduite restent des aides à l'humain au volant d'un véhicule, les équipements connectés sont une interface utile voire indispensable pour mieux rendre les services qu'attendent nos clients de plus en plus exigeants.

Qui mieux que La Poste Groupe pour aider à la réduction de la fracture numérique et de l'illectronisme ? Son maillage territorial, sa proximité et ses valeurs sont des atouts pour former les publics rencontrant des difficultés avec les outils digitaux et renforcer leur autonomie vis-à-vis du numérique. Dans le cadre de l'Alliance Dynamique, La Poste Groupe et les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) se rapprochent pour agir ensemble dans l'amélioration de la cohésion sociale et territoriale. En octobre 2021, il a été annoncé par l'entreprise le déploiement de 100 conseillers numériques France Services

dans 57 départements au sein d'un réseau de 400 bureaux de poste situés dans des zones particulièrement touchées par l'illectronisme (zones rurales et quartiers prioritaires de la ville).

Oui, la proximité et le digital ne sont pas incompatibles, bien au contraire : si le digital permet l'éloignement et l'éparpillement de ce qui se faisait auparavant en physique dans un lieu unique, il crée un besoin accru de proximité physique qui rassure le public. Un peu comme la barre tenue par le maître-nageur ou la bouée à côté du nageur peu aguerri pour le sécuriser, le Maire et des élus municipaux deviennent les acteurs de proximité indispensables (souvent les seuls) vers qui on se tourne dans les difficultés.

Maintenant que nous avons parlé de l'entreprise et de la compatibilité entre l'humain et le digital au niveau global, posons-nous la question au niveau de son fonctionnement au quotidien au plus près du terrain, celui des Managers en Etablissement. Car notre entreprise est d'abord le regroupement d'hommes et de femmes tournés vers des objectifs communs, avec des équipes opérationnelles dans les établissements face à la clientèle, et des services de direction d'appui et de soutien (DAS) qui leur fournissent l'aide et l'expertise nécessaires à la réussite de leurs actions.

Pendant les périodes de confinement, l'outil digital est devenu par la force des choses le seul moyen d'échanger et de se soutenir, et là le manque

de relations humaines s'est cruellement fait sentir : c'est quand on est privé de quelque chose que l'on perçoit la valeur ce que l'on perd, même temporairement.

Les services opérationnels ont continué à fonctionner dans ce contexte difficile pour servir les clients à domicile et aux guichets, pendant que les services support étaient quasiment tous en télétravail en utilisant les outils digitaux (et on peut féliciter les équipes informatiques qui ont agrandi les « tuyaux » pour que tout passe).

La main laissée aux opérationnels pour prendre les meilleures décisions par rapport à leur contexte local a fait ses preuves. Seulement, le retour à un fonctionnement (presque normal) a marqué le retour de certains « releveurs de compteurs » ou autres « donneurs de leçon » (peu fréquent mais cela marque les esprits). En tant qu'ancien opérationnel et maintenant membre des services support, j'espère ne pas faire partie de ces deux catégories, car ce qu'attendent les opérationnels ce sont des collègues qui viennent leur demander en premier lors de leurs visites : « comment puis-je t'aider pour réussir comme opérationnel ? ».

Les managers en établissement sont des êtres humains qui doivent « jongler » entre des injonctions contradictoires d'objectifs ambitieux et de moyens limités (c'est le quotidien des opérationnels), tout en rassurant leurs équipes devant une réalité qu'est l'agressivité grandissante de certains clients, peu

nombreux, mais qui mettent à l'épreuve les nerfs et le moral des collègues.

On voit bien que le monde digital a besoin d'humain(s), et même que l'utilisation du digital n'oublie pas les humains, contrairement à ce qu'on entend ici ou là : les valeurs de proximité de La Poste Groupe sont conformes à cet objectif.

L'AME veillera à ce que les Managers soient traités de façon humaine et responsable, sans remettre en cause le devoir de pilotage et de supervision des directions sur l'activité des opérationnels. Comme l'a dit notre Présidente dans son édito de ce numéro de LIAME : « Malheureusement, quand une maladresse surgit, il est parfois plus facile de juger, voire de condamner le manager incriminé, plutôt que de (...) soutenir [le manager] ».

N'oublions donc pas que les Managers restent des humains avant tout. Leur quotidien n'est pas facile, et comme pour compenser 1 message négatif, il faut 3 messages positifs, alors n'hésitons pas à les féliciter et leur dire qu'on les aime ! Pas seulement par les outils digitaux (mails-SMS-Teams) ou par téléphone, mais aussi et surtout en face à face.

Les yeux dans les yeux, le cœur parlant au cœur : chiche ?

*Jean-Pierre DESANTIS*

# LE BUREAU NATIONAL DES RETRAITES PREPARE L'AVENIR

Le Bureau National des Retraités s'est réuni le mardi 14 décembre 2021 à Blois. Dix neuf membres ont participé aux travaux et huit se sont excusés de ne pouvoir être présents soit pour des raisons de santé, ou familiales ou encore personnelles.

Quelques autres membres, en désaccord avec les décisions prises lors de l'Assemblée Générale d'Hendaye en septembre 2020 n'ont pas souhaité participer à cette réunion.

Cependant, comme le Président de la section des retraités avait invité à le faire, deux d'entre eux ont transmis un courrier faisant état de leur ressenti. Ces courriers ont fait l'objet de débats au cours de la réunion. Chacun a pu exprimer son avis en toute liberté et en total respect de tous.

Il a fait part de sa surprise de constater que les objections ne concernant des décisions prises par le Conseil d'Administration composé majoritairement des actifs, les retraités mécontents expriment leurs griefs en priorité aux responsables de la section des retraités, tout en admettant qu'une modification des statuts en impactait le règlement intérieur.

L'objectif est de sortir de cette

situation et qu'un dialogue sans langue de bois s'instaure dans le respect de chacun.

Il annonce le souhait exprimé par Guy SARLIN de quitter le poste de secrétaire général pour des raisons personnelles et familiales et remercie Philippe BRISBART d'avoir accepté de le remplacer dans cette fonction.

Dans un premier temps, le Président a fait un retour très détaillé sur le travail qui avait été réalisé entre le congrès de 2019 et l'Assemblée Générale d'Hendaye.

Il a notamment présenté tous les extraits de compte rendu de chaque Conseil d'Administration en lien direct avec le regroupement de l'ACE et de MC2.

Il a également précisé que tous ces comptes rendus avaient été diffusés à la totalité des membres du CA, qu'ils aient été présents ou non à ce conseil d'Administration.

Il a aussi précisé que chacun de ces comptes rendus avait été mis en ligne sur le site de l'ACE pendant une durée de plus de 2 mois, le principe étant qu'un CR mis en ligne par exemple le 15 décembre y restait jusqu'à fin février.

## LES POINTS DE DIVERGENCES

Les courriers transmis traduisent plusieurs causes de mécontentement.

### Historique

En 1997, les responsables de grands centres Courrier auraient quitté l'ACE de façon assez rugueuse. Bien sûr ces responsables ne sont plus, depuis longtemps, en activité et les nouveaux membres de MC2 de 2021 n'ont rien à voir avec des faits vieux de 25 ans.

Mais cette rancœur fait que certains accepteraient bien de leur permettre de nous rejoindre mais sans avoir une quelconque exigence.

*Il convient cependant de savoir que la commission Courrier de l'ACE était avant l'AG d'Hendaye réduite à un seul membre. Comment aller défendre le métier de DE dans ces conditions. Le regroupement avec MC2 permettra de pallier cette difficulté et comme cela était le cas avant 2021, le président national sera issu d'un métier et le vice-président, de l'autre métier.*

***Légalité des décisions prises à Hendaye (modification des statuts et changement de nom de l'association.***



Le bureau du BNR

Les statuts en vigueur avant l'AG d'Hendaye ne prévoyaient pas ce type de changement.

Que disaient les statuts ?

ARTICLE 8 : En cas de besoin le CA peut décider à la majorité des deux tiers, la convocation d'une AG extraordinaire.

Lors de sa séance du 18 juin 2020, le CA a adopté à l'unanimité l'ouverture de l'AG extraordinaire d'Hendaye.

ARTICLE 11 : les statuts ne peuvent être modifiés qu'à l'initiative du CA.

Que dit le texte officiel émanant de LA REPUBLIQUE FRANCAISE-SERVICE PUBLIC ?

*Si les statuts ne prévoient rien, la décision de modification doit être adoptée en Assemblée Générale à la majorité des membres présents et représentés.*

La modification des statuts a été adoptée à l'unanimité moins une abstention.

Conformément à la loi, les documents légaux ont été transmis au préfet du Calvados, l'adresse du siège social étant celle de la Présidente.

Le récépissé de modification portant sur les changements suivants Dirigeants, Statuts, Siège, Titre a été validé et transmis au secrétaire le 12 octobre 2021.

### **Nom de l'association**

Le nouveau nom de l'association AME (Association des Managers en Etablissement du groupe La Poste a été décidé par le Conseil d'Administration parmi 5 possibilités.

Ce nom a été choisi pour permettre aux managers en établissement de pouvoir intégrer l'association et défendre leur métier au même titre que les DE et DS.

*On peut comprendre que le fait que le mot « amicale » ne figure pas dans le nom choisi puisse*

*choquer les retraités puisque la seule défense que la section des retraités est en capacité de défendre est l'amitié alors que les actifs défendent prioritairement leurs métiers.*

### **Communication**

Une communication insuffisante est fortement reprochée et les outils utilisés pour communiquer non adaptés. La communication se limitant essentiellement à Liace et à un site vieillissant. Des outils modernes tels que Twitter ou WhatsApp permettent de communiquer de façon plus rapide et plus efficace.

*Le président fait observer qu'une communication efficace a été particulièrement difficile à mener depuis mars 2020. En effet depuis cette date toutes les réunions du CA se sont tenues en visio conférences d'une durée limitée dans le temps (entre 1h30 et 2h00) avec certaines personnes connectées sur Internet et d'autres par téléphone, souvent sur leur lieu de travail et de ce fait dérangées avec pour conséquences des déconnexions suivies de reconnections.*

Malgré cela des comptes rendus ont été faits à chaque fois par Philippe BRISBART et Jean-Pierre GUILLOTEAU et mis en ligne après validation de cinq membres du Comité Directeur.

*Une communication efficace passe aussi par un site en bon état de fonctionnement. Ce défaut évoqué depuis déjà longtemps n'a jamais été solutionné peut-être pour des raisons de coût mais peut-être aussi par manque de compétences pour mener le projet. La conséquence en était par exemple la quasi impossibilité d'utiliser un outil comme la mailing list qui ne fonctionne qu'une fois sur cinq.*

*Fort heureusement ce problème devrait trouver prochainement une solution puisque Guillaume*

*DEFrance travaille à la mise en place d'un site plus performant.*

*Même la diffusion de Liace a été affectée par cette période de pandémie (5 numéros au lieu de 8) entre mars 2020 et novembre 2021. Pour faire un numéro de Liace, il faut de la matière et nous n'en avons pas.*

*N'oublions pas le rôle des régions en matière de communication. Mais combien de régions alimentent le site dans une année ? Très, très peu.*

### **Participation au Congrès**

Le principe de ne plus inviter au congrès les délégués régionaux a choqué, même si elle ne devait être mise en application qu'en 2024.

Le congrès est prioritairement une manifestation permettant aux actifs d'échanger avec les représentants du Siège.

L'Assemblée générale des retraités concerne exclusivement les retraités.

Les dissocier aurait mérité d'en discuter préalablement pour essayer de trouver une solution mieux adaptée.

### **LES PROPOSITIONS DU BNR**

- **Intégration lors de la prochaine AG de Raymond DORE et Yannick ROULETTE au titre de son action à la trésorerie pour l'un et de sa présidence nationale pour l'autre**

- **Suppression de la règle de l'alternance entre le congrès et l'AG des retraités**

- **L'AG des retraités se déroulerait dans le cadre du congrès le jour où les représentants du Siège interviendraient devant les actifs ; Les membres du BNR et les délégués régionaux ainsi que les conjoints pourront participer à la totalité du congrès comme cela était le cas jusqu'à maintenant.**

- L'invitation d'anciens hauts responsables du Siège sera limitée à 2 personnes au congrès 2022.

- La dénomination de la section des retraités deviendra ;

« Section amicale des retraités »

L'ensemble de ces propositions est adopté à l'unanimité par les membres du BNR présents.

Un compte rendu complet et détaillé est en ligne sur le site et y restera jusqu'au 31 mars 2022

*Jean-Pierre GUILLOTEAU*



L'assistance du BNR

# ESPERONS QUE 2022 SOIT UNE ANNEE DE SERENITE

L'année 2021 vient de s'achever et le moins que l'on puisse en dire c'est qu'elle nous laissera plus de mauvais souvenirs que de bons.

Cette année durant laquelle la pandémie nous a fait passer de périodes d'espoir, en périodes de reprises de l'épidémie, ne nous a pas permis de nous rencontrer physiquement tant au niveau national qu'au niveau régional.

Cette absence de contact, s'est traduite par un manque évident de communication entre nous.

Même si des moyens de dialoguer par internet existent, ce ne sont pas forcément les moyens dont l'usage est maîtrisé par la majorité des retraits

és qui de ce fait se trouvent en pareille circonstance éloignés de l'information relative à la vie de l'association.

Je n'épiloguerai pas sur les conséquences qui ont pu en découler sur la vie de la section des retraités, et je préfère envisager pour toutes et tous une année 2022 moins chaotique qui permettra d'enfin nous retrouver et de partager ces moments d'échanges et de convivialité qui nous ont tant manqués.

Je vous souhaite une excellente année 2022 tant pour vous que vos proches et surtout continuez à prendre soin de vous et des autres.

*Jean-Pierre GUILLOTEAU*



# VOYAGER DANS LE TEMPS

Dans le reportage sur notre escapade en Corse, je faisais référence à Robert notre chauffeur qui avait exprimé ses sentiments aux facteurs tombés amoureux de l'île de Beauté. En voici quelques lignes...

STA MATTINA, I FATTORI IN SO MICCA PASSATI

*Ce matin, les facteurs ne sont pas passés*

ANU CHIOSU A PORTA, LI AVEMU MICCA VISTI IN LUCIRCUNDU

*Ils ont fermé la porte, on ne les a plus vus dans le quartier*

ANU FATTU UNA LETTERA MORTA

*Ils ont fait lettre morte*

SINE SO ANDATTI A CIRCA UNA ALTRA ALBA CHI DIGIA LUGGI NANTA A ELLI

*Ils sont allés chercher une autre aube qui déjà s'éclaire sur eux*

SO PERTUTI LUNTANU, CHI ANU CUMINCIATU A VIAGHGI

*Ils sont partis loin, ils se sont mis à voyager*

E LI TRUVANI IN L'ISOLA DI A BELLEZZA

*Et on les a retrouvés sur l'île de Beauté*

AVA, ANU PIUA SENTA PIEN-GHA A VITA E U LAGNU DI L'ANNI HE STATA UCCITA

*A présent, ils n'entendent plus gémir la vie et la plainte des ans s'est tue*

A CORSICA LI DARA TANTI É TANTI PIAGGERI CHI I SO OCHI CECA RANO DI SCOPRE

*La Corse leur donnera tant et tant du plaisir qu'avec leurs*

*yeux, ils ne cesseront de la découvrir*

L'ORÉ SO DOLCE, L'ORÉ SO LUMINOSI, L'ORÉ SO BELLI  
*Les heures sont douces, les heures sont vives, les heures sont belles*

A U RIGALU DI U TEMPO  
*Au don du temps*

E A ORA, DOMANDERANO A I SO COLLEGUI CORSI, DIPORTA U SO BONGIORNU DA CORSICA

*Et à présent, ils solliciteront leurs collègues corses pour acheminer leur bonjour de Corse*

Après ce clin d'oeil à nos collègues corses, il est temps pour nous de parler de notre prochaine destination tout en se rappelant qu'il est difficilement envisageable de découvrir des contrées lointaines.

La pandémie nous oblige à prendre les mesures de sécurité nécessaires en adéquation avec l'agence de voyages. Aussi, à ce jour, deux destinations sont proposées aux adhérents désireux de découvrir de nouvelles contrées.

- Portugal (Algarve) dans un club vacances situé dans la station balnéaire d'Alvor avec trois excursions au programme sur la base d'une semaine. Dans le pack, il est prévu la découverte de Silves/Monchique, l'Est et



Alvor

une journée en Jeep Safari avec la possibilité d'ajouter d'autres excursions. Le tarif à ce jour est d'environ 1400 € en all-inclusive.

- Italie (la Toscane) sur la base d'un circuit de 10 jours avec notamment la visite des Cinq Terres en bateau, Carrare, Pise, Sienne, la région du Chianti et la capitale Florence connue pour son architecture Renaissance et le David de Michel-Ange. D'autres échappées belles sont prévues et d'autres beaux villages et lieux sur cette région. Le tarif en pension complète est de 2050 €.



Florence

Pour ces deux destinations prévues à l'automne prochain, le programme est en cours de finalisation. Pour les collègues intéressés pour ces séjours, n'hésitez pas à entrer en contact avec :

Patrick JOUAN  
au 06 81 34 41 16

Philippe BRISBART  
au 06 80 20 52 83

Dans tous les cas, nous espérons que ces destinations proposées nous permettent de se retrouver avec la convivialité qui nous anime.

*Philippe BRISBART*

# JOIES ET BONHEUR DE LA VIE EN PROVENCE

Ce matin il fait encore nuit, nous sommes le jour de l'automne et je pars à la chasse, sauf qu'en réalité, en fait je promène le fusil et le bonhomme.. Me voilà arrivé en montagne après plusieurs kilomètres de route sinueuse et plus précisément entre Ventoux et Luberon, sur un versant bien exposé au soleil.

Le jour commence à se lever et le soleil lentement entame sa montée dans le ciel au ras des montagnes qui semblent transpirer tellement l'humidité est présente. Et là tout éclate et tout s'éveille, à commencer par toutes sortes de senteurs qui se développent avec les plantes qui se secouent au gré d'une légère brise pour se défaire de cette rosée qui les recouvre. Ce sont surtout la sarriette, le thym et autres petites plantes aromatiques. Les effluves vous envahissent complètement jusqu'à vous enivrer, et les yeux ne sont pas oubliés, car la rosée qui s'évapore scintille à travers les branchages inondés par le soleil.

Tout à coup, ce n'est pas seulement la flore qui s'éveille mais aussi la faune, le lièvre

gité à flanc de coteau ensoleillé se réveille et à mon approche, gicle telle une fusée sur le pas de tir, c'est le cas de le dire. En s'éloignant il dérange un chevreuil qui se met à aboyer et bondit en de petits sauts légers mais tellement efficaces qu'en un clin d'oeil il a disparu, les oiseaux ne sont pas en reste et le concert commence et fuse de tout côtés, drilli par ci drilli par là et tout ce monde animal est en effervescence. Les sangliers quant à eux grognent en cherchant leur nourriture avec ce groin à la puissance incommensurable.

L'alerte a été donnée « attention un humain est dans les parages » et tout ce monde animal fuit, oh pas bien loin, car il faut surveiller ses faits et gestes, mais il n'a pas l'air dangereux, il est armé d'un fusil certes mais à la main il a une caméra, nous allons donc être les vedettes. Et puis c'est un « Nature » qui la respecte et l'aime depuis déjà tout petit.

Le soleil est déjà haut dans le ciel et il commence à faire chaud, je me dirige donc vers un AYGUIER, vous savez

ces retenues d'eau creusées à même le roc, surmontées d'un toit de pierre que l'on trouve en Provence, avec une eau limpide et rafraîchissante qui vous ragaillardit après une marche qui vous met tout en sueur. La nature a bien fait les choses, il suffit de les apprécier comme telles et simplement.

Je reviens bredouille mais bredouille volontaire avec pleins d'images enregistrées témoin de cette nature si vivante à portée de nos sens. Je descends le coteau caillouteux où pleins d'insectes s'échappent devant mes pieds et je cherche le chemin pour ne pas tomber ou glisser sur ces pierres anguleuses.

Je reviens tout émerveillé et heureux de ce spectacle, c'est le bonheur simple de la vie rurale et montagnarde, car la montagne change à chaque saison sans jamais nous décevoir.

C'est un bonheur simple à la portée de tout le monde si on veut s'en donner la peine.

*Guy SARLIN*

# SUDOKU 2 (difficile)

	9		1			7		
					4			1
	3	7	5				4	
9							1	3
		2				4		
7	6							9
	5				1	8	2	
4			7					
		6			9		5	

### SOLUTION DU N° 1

1	7	6	9	8	2	4	3	5
9	8	5	3	4	1	6	2	7
3	2	4	5	6	7	8	1	9
2	5	1	8	3	9	7	4	6
4	9	8	1	7	6	2	5	3
7	6	3	4	2	5	9	8	1
5	1	7	2	9	4	3	6	8
6	3	2	7	1	8	5	9	4
8	4	9	6	5	3	1	7	2

# MOTS CROISÉS 2

### SOLUTION DU N° 1

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
A											■					
B					■											
C		■								■						■
D							■					■				
E				■									■			
F			■					■								
G		■				■			■						■	
H							■							■		
I				■							■					
J		■						■				■				
K							■						■			
L					■						■					

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
A	P	A	T	R	Y	M	O	N	I	A	L	E	S	
B	R	I	E	U	R	■	S	I	E	R	R	A	■	
C	E	R	R	E	E	L	■	A	N	T	I	■	R	
D	V	E	R	■	■	I	M	■	A	I	G	R	I	
E	I	L	O	T	A	G	E	S	■	F	■	I	M	
F	S	L	I	P	■	U	S	U	R	I	E	R	E	
G	I	E	R	■	R	E	S	P	E	C	T	E	R	
H	O	S	■	E	T	R	I	P	E	E	■	■	A	
I	N	■	O	L	T	■	E	L	■	■	■	D	O	S
J	N	O	M	■	■	■	O	S	I	E	R	■	■	■
K	E	B	E	N	E	S	■	■	C	R	A	N	E	R
L	L	I	T	I	G	E	■	■	E	S	S	I	E	U

### Horizontalement

- A Peu pratiques - Dynamisme
- B Incursion rapide - Producteurs de miel
- C Reconstruire ce qui paraît mal fait - Piquant
- D Agrandie - Il assure les premiers soins - Usa
- E Pronom - Amélioré - Argile
- F Cycle de lune - Difficile à supporter - Ils font tourner les tables
- G Mémoire d'un PC - Oui du sud - Grille de château
- H Sagesse - Elle exige une certaine tenue - Deux cents à Rome
- I Beau parleur coloré - Ils vivent dans l'opulence - Tétai
- J Recherche du querelleur - Lettre grecque - Coup donné avec la main
- K Sont aussi des baudroies - Sauce provençale - Possessif
- L Lame d'acier pointue - Ennemis des coiffeurs - Spéciaux au cinéma

### Verticalement

- 1 Où règne une mauvaise ambiance
- 2 Révolte juvénile - Pillage - Aller et retour - Opus
- 3 Lustrai le bois - Gaie
- 4 Poèmes - Celui qui suit l'encoche - Retire
- 5 Elle fait partie du protocole
- 6 Effets de Lune - Panier conique avec une entrée en goulot
- 7 Trou dans le mur - Complète l'histoire - Beryllium au labo
- 8 Altération - Conseil télévisuel - Paresseux
- 9 Il est grand au cinéma - Se soumet
- 10 Appris - C'est en partie le diable
- 11 La gloire ou le succès - Elle mousse au pub
- 12 Tout compris au paiement - Rode - Egouttoir
- 13 Centre d'un cyclone - Amour de Tristan
- 14 Ne supporte pas les vêtements - Drogue
- 15 Problème rénal - Grand chelem à la belote
- 16 Lettres papales - Strasbourgeois

# VOUS AVEZ LE DROIT DE NE PAS ÊTRE SEUL À NETTOYER APRÈS UN SINISTRE



## Assurance Habitation

À la suite d'un sinistre garanti et après vos travaux de remise en état, une prestation de ménage est incluse dans votre contrat\*.

*spécial*  
**COLLABORATEURS\*\***

Profitez dès maintenant de vos avantages



**LA**  
**BANQUE**  
**POSTALE**

BANQUE ET CITOYENNE

**Pour en savoir plus et souscrire**

**MON AGENCE** au **09 69 39 10 05\*\*\*** ou Centre de Relation Client Assurances au **02 51 81 31 69**

\* Dans les limites et conditions prévues aux Conditions Générales et Particulières de votre contrat Assurance Habitation.

\*\* Collaborateur de La Poste, fonctionnaire ou salarié(e) en CDI ou CDI.II, ayant achevé sa période d'essai ou salarié(e) en CDI de La Banque Postale ayant achevé sa période d'essai.

\*\*\* Avec votre identifiant et mot de passe de Banque en Ligne (coût d'un appel local depuis un poste fixe).

La Banque Postale Assurances IARD - S.A. au capital de 146 952 480 €. - 30 Boulevard Gallieni 92130 Issy-les-Moulineaux. RCS Nanterre n° 493 253 652. La Banque Postale Assurances IARD délègue la gestion des prestations d'assistance à Mutuaide Assistance - S.A. au capital social de 12 558 240 €. 126 rue de la Piazza - CS 20010 - 93196 Noisy le Grand CEDEX. RCS Bobigny 383 974 086. Entreprises régies par le Code des assurances. La Banque Postale - S.A. à Directoire et Conseil de Surveillance - Capital de 6 585 350 218 €. - 115 rue de Sèvres - 75275 Paris CEDEX 06 - RCS Paris n° 421100 645. ORIAS n° 07 023 424.