

Article dans le bulletin de décembre 2021

Rendez-nous nos bons !



Le 17 novembre dernier, plus de trois cent cinquante retraités de la Poste ont signifié leur mécontentement concernant la suppression des bons du personnel à partir de 2022 en scandant ce slogan. La manifestation a eu lieu au Wankdorf, devant le siège de la Direction à Berne. Même si les organisateurs, comme moi d'ailleurs, avaient imaginé et souhaité une plus

forte participation, il est à souligner que les collègues présents n'étaient pas là pour faire de la figuration. Et leur participation active tout au long de ce rassemblement était là pour hurler notre colère face à cette décision aberrante, qui va à l'encontre de la reconnaissance que nous méritons pour toutes les années que nous avons passées sous les couleurs du Géant jaune.

Au-delà de la valeur de CHF 200.00 des bons qui nous étaient remis gracieusement jusqu'ici, c'est la façon insolente et malhonnête de La Poste dans l'annonce de cette économie de « bout de chandelle » qui est aussi révoltante. Même s'il n'y a pas de petites économies, les retraités méritent-ils qu'on les traite de cette façon ? Pensez-vous que l'entreprise va s'arrêter en si bon chemin ? Les 50'000 collaborateurs actifs actuels ne risquent-ils pas qu'on



leur fasse la même annonce d'ici quelques années ? Le temps que notre cas et nos revendications soient oubliés. Plusieurs orateurs de haut rang se sont exprimés durant l'événement, dont Daniel Münger, président de Syndicom, Pierre-Yves Maillard USS, Thomas Burger, président GI Retraités.es de syndicom, Gaby Cuenat, retraité francophone, P'tit Jean, secrétaire syndical et quelques autres intervenants issus d'autres régions linguistiques de Suisse.



En plus de la remise des 4'000 signatures de notre pétition nationale, une lettre listant nos revendications claires a été remise à la Poste. Nous aurions souhaité pouvoir nous expliquer avec la Direction. Malheureusement Roberto Cirillo, directeur de La Poste, ne daigna pas descendre de son bureau ni même rencontrer une délégation. Une rencontre en bilatérale qui aurait permis de lui signifier que la vision de la « Poste du futur » passe aussi par ses anciens employés. En fait, ne sommes-nous pas aussi les meilleurs ambassadeurs pour l'image de la Poste ? L'entreprise pense-t-elle vraiment que nous ferons bel écho à leur comportement ? Les deux personnes déléguées par la Direction pour recevoir nos revendications et les signatures faisaient piètre figure face à nos attentes pour une reconnaissance de notre travail.



Cette manifestation ne doit pas signifier la fin de notre combat. Aussi nous demandons à tous les collaborateurs de la Poste, actifs ou retraités, de maintenir la pression sur cette entreprise afin qu'elle se souvienne que nous ne comptons pas pour beurre. Que des sujets tels que la suppression des bons du personnel ou d'autres détériorations des conditions travail soient immédiatement reconsidérés. L'arrivée au Conseil d'administration de la Poste de notre camarade Christian Levrat le

01 décembre dernier devrait être aussi l'occasion de rappeler le rôle social que doit jouer l'entreprise en maintenant des conditions de travail qui respectent la CCT, en accordant également à bien plaisir quelques avantages à ses employés ou ex-employés ! Les augmentations substantielles de tarification pour certains produits postaux annoncées pour janvier 2022 et commentées par Roberto Cirillo lors de l'émission TTC du 29 novembre dernier ne doivent pas seulement profiter à l'entreprise mais aussi à nous !

La dernière publicité envoyée aux collaborateurs de PostLogistic a de quoi faire sourire. « Avec toi, nous avançons à pas de géant. Peins l'avenir en jaune. » peut-on lire sur le recto de la carte. Et au verso, la Poste encourage les collaborateurs à commander une paire de chaussettes « super cool » aux couleurs de la Poste via un QR code. Ceci afin d'encore mieux s'identifier à l'entreprise. La simple reconnaissance par nos supérieurs de notre travail accompli n'est-elle pas pour nous la meilleure des manières de parvenir à s'identifier à son entreprise ? De qui se moque-t-on dans cette forme maladroite de marketing ?

Luttons encore ... et toujours – Tous ensemble nous serons plus forts !

Nicolas Maître, retraité de RéseauPostal