



UNI Poste & Logistique tient son engagement d'aller de l'avant

**pour:
innover, recruter et
mobiliser**



UNIONS DELIVER
Breaking Through
INNOVATE • ORGANISE • MOBILISE

3rd UNI Post & Logistics Global Union World Conference
Washington DC, 7-9 September 2011

UNI Poste & Logistique Global Union tient son engagement d'aller de l'avant pour: Innover, recruter & mobiliser

Table des matières

1	Introduction: Aller de l'avant pour la poste et la logistique	Page 3
2:	En pleine tempête: l'industrie postale mondiale en crise	Page 5
3:	Libéralisation et privatisation: enseignements tirés	Page 10
4:	Les engagements seront-ils respectés?	Page 15
5:	Nouveau programme syndical: Innovation et diversification	Page 18
6:	Plan stratégique d'UNI Poste & Logistique	Page 21



3rd UNI Post & Logistics Global Union World Conference
Washington DC, 7-9 September 2011



Les avancées réalisées par UNI Poste & Logistique Global Union montrent que grâce à une forte activité syndicale, alliée à de la solidarité, à une bonne information et au soutien d'UNI Poste & Logistique, nous pouvons faire progresser l'agenda de la libéralisation et de la privatisation. Pour exemples :

L'échec de la libéralisation du marché du courrier au Canada grâce à l'action du Syndicat canadien des travailleurs et travailleuses des postes (STTP);

L'obtention d'une suspension de l'application de la 3e Directive postale et de la libéralisation du marché du courrier en Norvège grâce à l'action du syndicat postal norvégien, PostKom ; c'est la toute première fois que la Norvège refusait d'appliquer une Directive de l'Union européenne ;

L'accord du Congrès américain de ne pas libéraliser le marché postal des Etats-Unis grâce à l'action des syndicats postaux américains ;

La décision du Parlement suisse d'interrompre la libéralisation en Suisse, grâce à l'action du syndicat suisse Syndicom, notamment par la récolte de plus de 120'00 signatures ;

La lutte victorieuse contre la privatisation et l'obtention d'une nouvelle convention collective par FNPT/UMT au Maroc.

Avant la fin de 2010, UNI Poste & Logistique doit atteindre à tout prix l'objectif de conclure des accords mondiaux avec les unions restreintes régionales de l'Union postale universelle : APPU en Asie-Pacifique, UPAP en Afrique, PostEurop en Europe et UPAEP dans les Amériques.

UNI Poste & Logistique Global Union tient son engagement d'aller de l'avant pour innover, recruter et mobiliser

Objectif à atteindre à tout prix en 2011:

Un accord mondial avec Deutsche Post DHL

Nous devons obtenir un accord mondial avec une société des services mondiaux de livraison en 2011 ; notre objectif à atteindre à tout prix est Deutsche Post DHL.

En collaborant avec la Fédération internationale des ouvriers du transport (ITF), nous avons déjà obtenu des conventions collectives chez DHL au Panama et au Vietnam. UNI Poste & Logistique s'efforce d'accroître les effectifs chez Deutsche Post DHL afin que les travailleurs puissent adhérer sans crainte aux syndicats et négocier des conventions collectives pour améliorer les conditions des travailleurs dans le secteur du courrier rapide, de la logistique et des services mondiaux de livraison.

Dans notre lutte permanente contre la libéralisation et la privatisation, une autre cible à atteindre à tout prix est notre soutien constant aux syndicats qui luttent contre la libéralisation des marchés postaux et la privatisation de leurs entreprises postales.

Objectif à atteindre à tout prix en 2014:

Un Accord mondial avec les « Cinq grandes » sociétés de services mondiaux de livraison

UNI Poste & Logistique s'engage à œuvrer pour des accords mondiaux avec toutes les grandes sociétés de services mondiaux de livraison. Les services mondiaux de livraison emploient plus de 5 millions de travailleurs dans le monde. UNI Poste & Logistique continuera à appliquer son plan stratégique en collaborant étroitement avec la Fédération internationale des ouvriers du transport, en dynamisant le recrutement, en créant des alliances syndicales mondiales et en

développant des possibilités de recrutement pour les syndicats dans toutes les régions.

La priorité sera d'aider les syndicats dans leurs campagnes de recrutement afin d'obtenir l'accès, la reconnaissance et des conventions collectives auprès des «cinq grandes» sociétés de services mondiaux de livraison : Deutsche Post DHL, TNT, UPS, GeoPost/DPD et FedEx. Des initiatives aux plans national, régional et mondial seront déployées pour réaliser des avancées dans le plus d'endroits possibles. Nous nous concentrerons sur l'établissement de nos réseaux afin que les travailleurs puissent se soutenir mutuellement à l'échelle mondiale.

Notre attention sera également focalisée sur la conclusion de nouvelles conventions collectives

pour continuer sur la lancée du contrat collectif chez DHL Panama. Les affiliés donnent la priorité à l'obtention des tout premiers accords avec DHL, comme au Malawi où notre affilié fait campagne pour un accord avant la fin 2011, et en Nouvelle-Zélande où l'EPMU est en train de réaliser une avancée en négociant une convention collective au centre d'appel de DHL. Grâce à nos réseaux et nos effectifs renforcés au plan mondial ainsi qu'à la coopération entre UNI et ITF, nous réaliserons des progrès décisifs en concluant des accords mondiaux avec les «cinq grands» et contribuerons ainsi à garantir l'accès syndical et les droits syndicaux dans tout le secteur des services mondiaux de livraison.



En pleine tempête: L'industrie postale mondiale en crise

La deuxième conférence d'UNI Poste & Logistique a eu lieu à Athènes, en Grèce, en 2007, juste avant l'apparition de la pire récession mondiale des 80 dernières années. Quatre ans plus tard, l'industrie postale mondiale affronte une crise qui pourrait bien être d'une ampleur comparable à la grave crise de la dette qui frappe nos camarades en Grèce. La confluence de la crise financière mondiale et de la révolution technologique qui est en passe de transformer les communications dans le monde entier représente une terrible menace pour l'industrie postale mondiale, un secteur d'une valeur de \$US 2 billions qui emploie quelque 20 millions de travailleurs. Un quart du secteur -- soit \$500 milliards et 5 millions de travailleurs -- est employé directement par des entreprises de distribution de lettres et de colis.¹

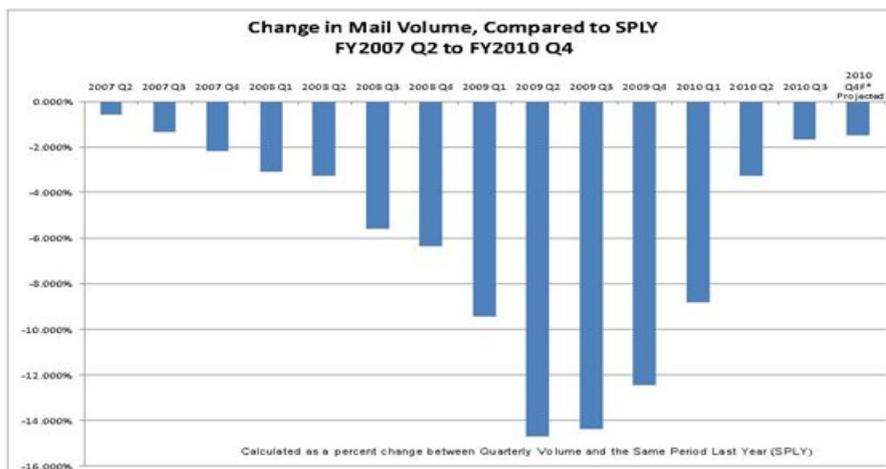
Au moment de la récession mondiale, le volume de courrier a chuté, de pair avec le rétrécissement du volume de transactions commerciales et la réduction drastique imposée par les entreprises aux dépenses de publipostage. Dans un même temps, le courrier traditionnel a progressivement été remplacé par le courrier électronique, qui gagnait du terrain depuis une dizaine d'années, les entreprises s'étant efforcées de limiter les coûts en période de récession. C'est donc sans surprise que les syndicats d'UNI Poste et logistique doivent faire face au défi économique le plus difficile de toute notre histoire. Lors des négociations syndicales, la question de la sécurité de l'emploi, voire de la survie, a été propulsée en tête des préoccupations des membres. Vous trouverez ci-dessous un bref aperçu de ces facteurs économiques et technologiques et de leur incidence sur le secteur postal.

La Grande Récession de 2008 frappe la poste (et les employés postaux) de plein fouet

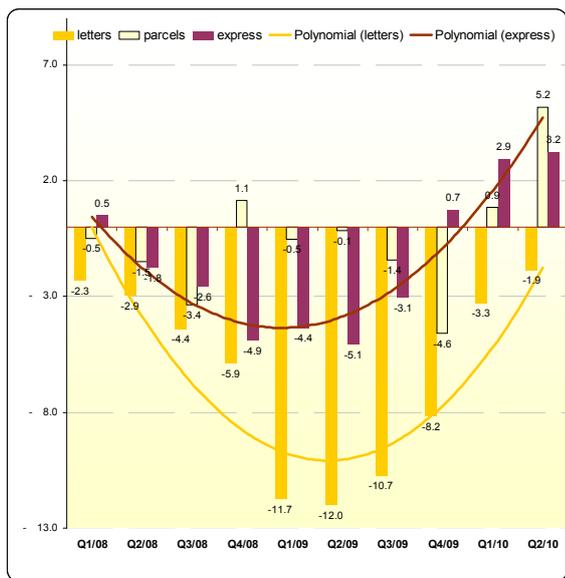
C'est la faillite de plusieurs banques d'investissement aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne qui a marqué l'effondrement du système financier mondial en 2008. La véritable cause est cependant à chercher dans la décennie, voire davantage, d'investissements privés excessifs, de spéculation financière et de fraude à la consommation dans le monde entier. Tous ces phénomènes se sont soldés par un éclatement de la bulle immobilière et des actifs aux Etats-Unis et en Europe

(notamment au Royaume-Uni, en Irlande, en Espagne et en Islande). La crise de 2008 a entraîné un marasme mondial qui a donné un coup de frein à la production économique et au commerce mondial, ce que l'on n'avait plus vu depuis les années 1930. Le chômage est monté en flèche et a augmenté de près de 20 % au niveau mondial pour toucher plus de 212 millions de personnes, entraînant pratiquement le gel de l'activité commerciale. Les secteurs immobilier et bancaire ayant été les plus affectés par la crise, les volumes postaux se sont avérés particulièrement vulnérables. En effet, les services financiers et immobiliers sont parmi les secteurs les plus générateurs de courrier de l'économie mondiale.

Aux Etats-Unis, dont les services postaux acheminent près de 40% des lettres dans le monde, le volume total du courrier a amorcé une chute de près de 13% en 2009 et a poursuivi sa dégringolade depuis. Le chômage a poursuivi son ascension et a fini par toucher plus de 10% des travailleurs aux Etats-Unis, et la construction de logements neufs a été pratiquement gelée ; les entreprises ont donc été contraintes de diminuer leurs volumes de courrier dans des proportions inédites depuis plus de 70 ans. En effet, le dernier tour de vis de plus de 12.8% du volume de courrier avait été entrepris en 1937, au plus fort de la Grande Dépression, lorsque les volumes avaient enregistré un tassement de 18 pour cent. Le volume de courrier est passé de 212 milliards d'envois en 2006 à 169 milliards d'envois en 2010. Bien que la récession ait officiellement pris fin en 2009 (au début de la lente reprise de la production), les postes américaines (USPS, United States Postal Service) ne sont pas encore tirées d'affaire, loin s'en faut. Le chômage demeure résolument élevé à 9.2%, tandis que l'immobilier continue de dépérir, laissant le secteur de la construction de logements aux abois. Comme les deux principaux moteurs de la croissance du volume de courrier aux Etats-Unis au cours des dernières décennies ont été la masse salariale et la création de nouveaux ménages, les perspectives restent sombres. Après une remontée en 2010 (voir tableau ci-dessous), tout porte à croire que le volume de courrier aux Etats-Unis va à nouveau chuter abruptement en 2011, tandis que l'économie américaine continue de vaciller au bord de la récession.

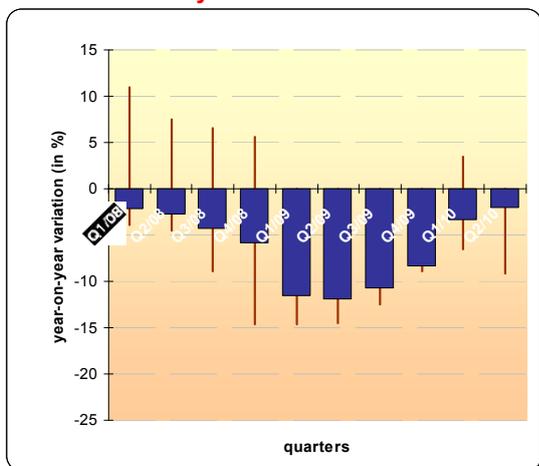


Les mêmes tendances, quoique légèrement moins extrêmes, ont été enregistrées dans le monde entier. Les données de l'Union postale universelle montrent l'incidence désastreuse de la Grande Récession sur les volumes mondiaux. Bien que les colis et les envois express soient en large mesure parvenus à rebondir, le principal domaine d'activité de la plupart des opérateurs postaux – la poste aux lettres – est simplement revenu à son niveau d'avant la crise, soit un déclin séculaire.



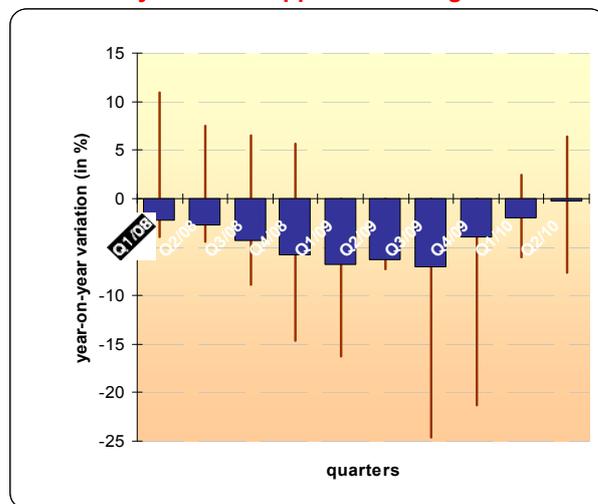
Bien que l'Europe et l'Amérique du Nord aient toutes deux lutté pour sortir de la crise, c'est la croissance économique en Asie, en Amérique latine et dans les marchés émergents en général qui s'est rétablie le plus vite. Cette reprise à deux vitesses apparaît dans les informations fournies par l'UPU à propos du secteur postal, selon lesquelles les volumes dans les pays en développement/émergents se sont tassés et plus vite rétablis que dans les pays industrialisés:

Pays industrialisés



Variation trimestrielle du volume national de courrier (2008-2010)

Pays en développement/émergents



Variation trimestrielle du volume national de courrier (2008-2010)

La récession mondiale a eu un impact dévastateur sur l'emploi dans les postes. La réduction des effectifs s'est avérée implacable dans notre secteur au cours des dernières années. Aux Etats-Unis par exemple, le nombre de fonctionnaires des postes a été réduit de plus de 110,000 depuis 2007 – passant de 690,000 à 570,000 travailleurs. Heureusement, les licenciements ont pu être évités et les réductions ont été obtenues grâce au jeu naturel des départs (départs à la retraite, cessation de service, etc.). De même, au Royaume-Uni, l'emploi dans le secteur postal a chuté de 29% au cours des dernières années.

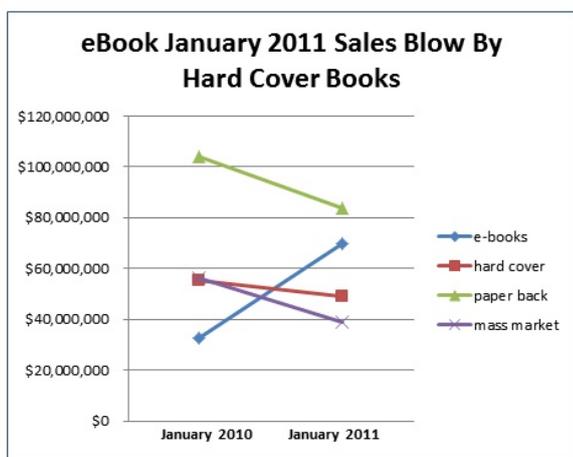
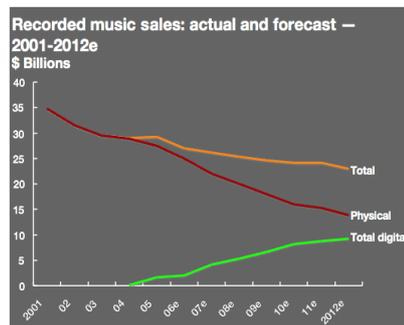
Les résultats d'un sondage effectué auprès des membres d'UNI P&L participant à la conférence mondiale sur la question de l'emploi et des indemnités dans le secteur postal sont présentés dans un document séparé. En général, le salaire et les conditions de travail des employés des postes ont subi des pressions, tandis que les bureaux de poste enregistraient des pertes financières et une baisse de leurs activités en raison de la Grande Récession. Les revendications en vue d'obtenir des concessions sur le plan des salaires et des prestations, une augmentation du temps partiel et du travail occasionnel et une meilleure externalisation ont pratiquement fait l'unanimité. Tous les membres ont été contraints de réagir. Ces problèmes n'ont cependant rien de nouveau. En fait, même si la Grande Récession n'avait jamais eu lieu, nous aurions tout de même été contraints de nous remettre en question en raison du pouvoir de transformation de l'internet et de la nouvelle technologie des réseaux sociaux. Le passage au numérique bouleverse d'ailleurs le secteur postal depuis plus d'une décennie.

Accélération du passage au numérique

"Nous estimons que la Grande Récession a considérablement accéléré le remplacement du courrier traditionnel par le courrier électronique," a récemment déclaré l'ancien ministre des Postes des Etats-Unis, Jack Potter, qui a ajouté : "Les variations que nous avons constatées au cours des quatre dernières années sont plus importantes que celles auxquelles nous nous attendions pour les 10-15 prochaines

années.” Ce passage au numérique ne se limite pas au simple courrier de correspondance et de transactions, et n’affecte pas uniquement le secteur postal. Il touche virtuellement toute l’industrie de la communication, qui dépend traditionnellement de la distribution, que ce soit sur papier ou non. Prenons l’exemple de la presse écrite, de l’édition et de la musique. Dans tous ces domaines, le passage au numérique et l’internet ont transformé le secteur en profondeur.

Aux Etats-Unis, la distribution des quotidiens a diminué de plus de 30% au cours des dix dernières années, les lecteurs de tous âges s’étant convertis aux sources d’information en ligne. La même tendance se développe encore plus rapidement dans le secteur de l’édition de livres, où le volume total de livres électroniques téléchargés et vendus tous les mois est désormais supérieur au volume des livres reliés, et empiètera d’ici peu sur le nombre de livres de poche vendus:



Partout dans le monde, on a assisté au même scénario, à peu de choses près, dans le domaine de l’industrie musicale, les ventes de disques compacts ayant été rapidement dépassées par les achats de musique en ligne.

	Physical	Digital	Perf. rights	Total
North America	-17.9%	1.1%	20.3%	-10.4%
Europe	-8.9%	29.7%	4.1%	-4.1%
Asia	-15.4%	10.4%	11.9%	-9.2%
Australia/New Zealand	-2.4%	41.4%	8.6%	3.5%
Latin America & Caribbean	-4.7%	17.6%	23.2%	-0.7%
Global	-12.7%	9.2%	7.6%	-7.2%

Source: IFPI

Le secteur postal n’a pas échappé et n’échappera plus à cette tendance. A l’exception des colis, il existe une alternative électronique à toutes les catégories de courrier. Le paiement et l’envoi de factures en ligne fait concurrence au service de la poste aux lettres dans le domaine des transactions commerciales; la publicité sur le web et par courriel fait de l’ombre au publipostage; les magazines et sites d’actualités en ligne bousculent la distribution de périodiques hebdomadaires et mensuels. Comme l’indique le tableau résumé des statistiques de l’UPU ci-dessous, la croissance du volume de la poste aux lettres a soit stagné, soit fléchi avant même la débâcle financière de 2008.

Union postale universelle: statistiques des activités pour toutes les administrations postales

Items	2005	2006	2007	2008	2009
2.1 Nombre total d’employés	5’335’608	5’521’822	5’539’593	5’542’215	5’493’155
3.2 Nombre d’offices permanents employant des fonctionnaires	336’678	335’757	337’060	334’722	324’119
8.2 Nombre d’envois de la poste aux lettres, service national	429’281’719’321	433’765’934’641	424’820’127’548	411’584’590’363	392’991’284’999
8.3 Nombre d’envois de la poste aux lettres, service international – expédition	5’448’355’891	5’438’254’543	5’439’255’501	5’242’924’933	4’999’208’961
9.4 Nombre de colis ordinaires, service national	5’124’770’737	5’545’905’542	4’875’096’248	5’486’841’861	5’600’390’046
9.5 Nombre de colis ordinaires, service international - expédition	42’292’858	40’623’444	43’810’301	45’481’294	43’874’197

Dans les pays industrialisés, le phénomène de substitution par des équivalents électroniques a été particulièrement marqué. Aux Etats-Unis par exemple, le volume de lettres préaffranchies à l'unité (que les Américains utilisent généralement pour payer leurs factures) a chuté de 55 milliards de pièces par an en 2006 à moins de 35 milliards en 2010. Les données de l'UPU pour l'Union européenne révèlent un tassement de 15% de la poste aux lettres sur une période comparable.

Bien que les taux de chômage soient généralement restés constants entre 2005 et 2009, l'UPU s'attend à un déclin significatif au moment de la publication des données pour 2010 dans le courant de l'année. Là encore, dans de nombreux pays industrialisés, un repli significatif de l'emploi avait été enregistré avant la Grande Récession de 2008.

Perspectives pour le secteur: déclin de la poste aux lettres, constance du publipostage, croissance des colis

En novembre 2010, l'UPU a parrainé un forum sur l'économie postale chargé d'examiner les perspectives à long terme du secteur postal. Voici quelques-unes des principales conclusions du forum :

- Le volume de la poste aux lettres traditionnelle devrait diminuer de façon significative, même en misant sur une reprise endogène de l'économie mondiale.
- Le publipostage (envois publicitaires) devrait rester en bonne place étant donné que les consommateurs préfèrent toujours, et de loin, recevoir de la publicité traditionnelle dans leur boîte à lettres plutôt que par l'entremise de vecteurs publicitaires plus intrusifs comme le courriel (courrier non sollicité) et la publicité par téléphone. Les volumes devraient cependant rester constants, voire enregistrer une légère hausse dans le meilleur des cas.
- Le courrier cessera peu à peu d'être un moyen de communication réciproque pour se transformer en moyen de diffusion à sens unique (la publicité remplacera les courriers permettant l'envoi/le paiement de factures) – rendant ainsi les opérateurs postaux plus vulnérables aux cycles commerciaux.
- Le tout électronique renforcera l'élasticité des prix des produits postaux – empêchant ainsi les opérateurs postaux de pouvoir augmenter leurs tarifs.
- Les entreprises continueront de s'en prendre à la portion la plus résistante à l'électronique de la chaîne postale – les factures – en encourageant la facturation électronique en guise de complément aux versements effectués après réception d'une facture électronique.
- Les pays émergents peuvent toujours miser sur la croissance du volume postal, qui contribuera à leur développement économique.
- Le volume des petits colis continuera d'enregistrer une croissance robuste, et c'est la prestation de services aux petites et moyennes entreprises qui devrait offrir les meilleures perspectives de croissance.
- La diversification et l'innovation des produits s'avèreront déterminantes pour la survie des réseaux postaux.

Ces conclusions sont largement étayées par d'autres études récentes. La société d'expertise comptable et de

conseil en entreprise Accenture, pour ne citer qu'un exemple, prévoit un tassement du volume mondial de la poste aux lettres de 50% d'ici 2020. D'après la poste américaine (USPS), ce déclin sera de 34% dans le meilleur des cas, bien que nos membres aux Etats-Unis aient émis des doutes sur cette affirmation. Quelle que soit l'ampleur du phénomène, l'on peut d'ores et déjà prédire la poursuite du déclin du courrier financier traditionnel – envoi et paiement de factures.

Au Canada et en Europe occidentale, ainsi que dans plusieurs pays industrialisés d'Asie, la majorité des ménages paient pratiquement toutes leurs factures par des moyens électroniques – par téléphone, sur internet par l'entremise de leur banque et/ou en personne dans les caisses d'épargne postales. Aux Etats-Unis, les clients n'ont pas tardé à leur emboîter le pas. En 2000, 600 millions de dollars de factures étaient acquittées mensuellement aux Etats-Unis – dont 61% par chèques (généralement envoyés par la poste). En 2010, les paiements mensuels se montaient à 920 millions de dollars, dont seuls 25% étaient acquittés par chèque. Le volume des paiements effectués par courrier devrait diminuer et passer de 9 milliards aujourd'hui à 4 milliards en 2020 selon les postes américaines (USPS, United States Postal Service).

Les ménages préfèrent toujours recevoir leurs factures par la poste – dans des enveloppes, en toute confidentialité et sécurité, ce qui permet de retracer facilement la transaction au moyen d'un format papier. Un sondage organisé en 2010 par Fiserve, un fournisseur de technologies pour les services financiers, a révélé que 88% des ménages allemands préféreraient toujours recevoir une facture en format papier par courrier. ii La proportion est plus ou moins la même parmi les ménages américains. Pourtant, Fiserve prévoit qu'une impulsion majeure en faveur de l'envoi de factures en ligne proviendra des entreprises de services, des maisons d'édition, des prestataires de services de télécommunications et autres utilisateurs réguliers de factures. Nombreux sont ceux qui se borneront à préconiser une telle utilisation dans leur publicité, mais ils seront également nombreux à surtaxer les clients qui souhaiteraient continuer à recevoir leurs factures en format papier.

Les perspectives sont plus réjouissantes pour le publipostage. Selon une étude effectuée par l'Association américaine du publipostage (U.S. Direct marketing Association), le courrier papier entraîne une dépense de 73% supplémentaires par dollar dépensé par rapport au courriel – ce qui correspond à \$11.74 de ventes par dollar contre seulement \$6.76 par dollar.iii Le publipostage devrait donc poursuivre sa croissance, en particulier dans les pays moins développés et sur les marchés émergents.

L'UPU a raison de dire que ce recentrage sur le publipostage, moins coûteux, risquera de mettre en péril le secteur postal, et surtout le niveau de vie des employés des postes. Le resserrement des recettes par envoi exercera forcément une pression sur les salaires et sur les prestations sociales. Il menacera également la stabilité de l'emploi postal étant donné que le publipostage a beaucoup plus tendance à fluctuer de pair avec l'activité économique que les transactions par courrier traditionnel. Les syndicats postaux trouveront là une voie toute tracée pour leurs revendications.

Il est donc capital pour les employés des postes que nos employeurs se positionnent pour saisir l'opportunité que

représente la reprise dans le segment du marché postal qui devrait bénéficier d'une forte croissance dans les décennies à venir : les petits colis, les envois express et le commerce électronique. Malheureusement, une bonne partie de ces transactions sont détournées au profit d'entreprises privées du secteur non structuré. En effet, les postes traditionnelles ont vu leur part des \$200 milliards du marché des colis/envois express se rétrécir au fil des ans. Le rapport d'Accenture mentionné ci-dessus révèle que la part de ce marché dévolue aux postes a chuté de 30% à 26% entre 1998 et 2008. Il y a deux solutions à ce problème : soit les opérateurs postaux innoveront pour reconquérir leur marché, soit les membres d'UNI P&L se chargent de structurer ces entreprises sans syndicat, en particulier celles du secteur privé. Voir les sections ci-dessous sur les entreprises multinationales.

Compte tenu des perspectives pour le courrier traditionnel, il est essentiel que les opérateurs postaux et les syndicats qui les représentent soient disposés à innover et à trouver de nouvelles utilisations pour leurs réseaux. Les réseaux universels de commerce de détail, de traitement et de distribution de la poste représentent un énorme potentiel. Le dernier chapitre du présent rapport porte sur les projets dans le domaine de l'innovation, un thème qui devrait figurer en bonne place dans nos programmes – aussi bien au niveau national que mondial.

Libéralisation et privatisation: gains, pertes, enseignements tirés

« Aujourd'hui, c'est mercredi, n'est-ce pas ? Le mercredi, nous avons au moins six personnes qui frappent à la porte, et tous apportent du courrier. Il y a d'abord le journal local. Puis l'autre journal local. Ensuite, le facteur arrive. Il y en a trois autres qui viendront plus tard. Je pense que c'est le principal défaut de la privatisation de la poste. Ce qui se faisait avant par une personne est fait maintenant par six personnes. Ils sont tous sous-payés, et le service ne s'est pas amélioré. Avant, on avait le courrier le matin, et maintenant, j'attends encore... »

-- -- Michel van Hulten, ancien ministre des services postaux, avril 2011^{IV}.

Cette citation résume bien les arguments contre la libéralisation et la privatisation des services postaux. C'est un bon raccourci des points qui ont été défendus par notre syndicat UNI global union et ses affiliés pendant plus de deux décennies, depuis le premier livre vert de la Commission européenne sur la libéralisation des services postaux en 1989. Au fil des années, nous avons fait deux remarques essentielles : 1) les services postaux sont un monopole naturel et le moyen le plus efficace d'assurer leur service universel à un prix abordable pour tous consiste à avoir un domaine réservé ou un monopole régulé ; et 2) la libéralisation sauvage des services postaux sans régulation sociale ni disposition garantissant le service universel entraîne un dumping social car les prestataires en concurrence ne s'intéressent qu'aux secteurs rentables et cherchent à avoir un avantage compétitif en réduisant les salaires et les avantages sociaux. Comme le remarque van Hulten, c'est justement ce qui s'est produit aux Pays-Bas.

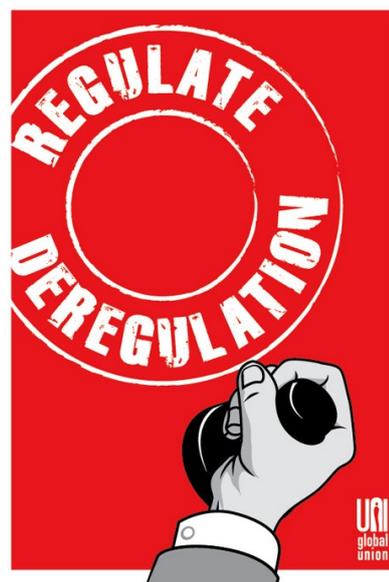
Cette histoire s'est répétée ailleurs, et pas seulement en Europe, mais dans le monde entier. Cela s'est produit non seulement dans les pays qui ont choisi la privatisation et la dérégulation, mais aussi dans un nombre incalculable de pays en développement où la libéralisation s'est produite de facto pendant des années parce que les monopoles formels n'ont jamais été appliqués. Si vous en doutez, voyez les 15 000 entreprises membres de l'association des services de courrier et des opérateurs postaux privés d'Amérique latine. L'ALACOPP (c'est son acronyme en espagnol) est une association commerciale qui représente les entreprises de sept pays qui emploient 1,2 millions de travailleurs – virtuellement toutes sans syndicats – qui distribuent 4 milliards de lettres par mois. La plupart des travailleurs sont à temps partiel et leurs salaires sont très faibles.

La vague de privatisation et de dérégulation qui a commencé en Europe dans les années 1990 a continué de déferler ces dernières années. Mais UNI poste et logistique et ses affiliés n'ont jamais baissé les bras, et ont obtenu d'importantes victoires. Passons maintenant en revue les principaux événements.

La vague se poursuit ; mais la résistance veille à l'affaiblir

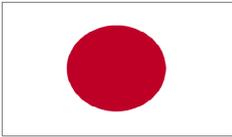
A l'époque de la Conférence postale mondiale d'UNI poste et logistique de 2007 à Athènes, la vague de libéralisation et de privatisation prenait de l'ampleur dans le monde, même si l'un

des pionniers de cette politique, l'Argentine, avait renversé la vapeur et renationalisé sa poste privatisée après son effondrement presque complet^V. En Asie, le gouvernement japonais avait eu recours à des mesures extraordinaires pour faire adopter sa réforme drastique de la poste par le parlement, ouvrant la voie à un marché postal dérégulé, au démantèlement de la poste japonaise et à la privatisation de la banque d'épargne et de l'assurance de la poste de 2007 à 2017. En Europe, le gouvernement travailliste anglais avait approuvé très tôt l'élimination du monopole de la poste, des années avant la date butoir fixée par l'Union européenne pour la libéralisation, alors que la Commission européenne préparait sa troisième directive sur la libération de la poste en 2008. En Amérique du Nord, le gouvernement canadien préparait un examen stratégique de la poste canadienne en 2008 pour envisager la privatisation et la libéralisation.



Dans tous ces cas, les affiliés d'UNI Poste et logistique se sont battus pour protéger les intérêts de leurs membres et défendre le service universel. Au niveau de l'Europe et du monde, UNI P&L mobilisait ses troupes contre la libéralisation, en entreprenant une grande étude sur l'impact mondial de la dérégulation et en publiant un rapport intitulé : « Qu'est ce que la libéralisation postale a apporté ? ». UNI a également lancé

une campagne pour « Réglementer la déréglementation ». Les enseignements tirés de ces batailles, et d'autres, même quand elles se sont soldées par une défaite, peuvent nous aider à réussir à l'avenir.



L'évolution de la poste japonaise ressemble à des montagnes russes. En 2001, la poste du Japon a été séparée du gouvernement et déclarée organe externe sous l'égide du Ministère des affaires générales. En 2003, le marché de la poste a été libéralisé et l'agence est devenue une entreprise publique dont le seul actionnaire était l'état. En octobre 2007, l'entreprise a été scindée en quatre (la distribution du courrier, les bureaux de poste, la banque d'épargne et l'assurance vie), et réorganisée en société holding, le Groupe de la poste du Japon. Il était prévu de démembrer davantage l'entreprise et d'en privatiser les parties les plus lucratives. La proposition initiale envisageait la vente des institutions financières, la banque postale du Japon (la plus grande banque d'épargne au monde) et l'assurance postale du Japon, et la vente d'au moins deux tiers de la société holding d'ici 2017.

En 2009, le gouvernement ayant changé, et après une campagne concertée de l'affilié UNI JPGU, il a été mis un coup d'arrêt à la vente prévue de la poste du Japon. Le gouvernement a décidé de garder une participation de 33% dans le groupe, ce qui permettait à l'état de garder le contrôle sur l'entreprise. En 2010, le gouvernement a annoncé le doublement du plafond des dépôts sur les comptes de la Banque postale du Japon, renforçant ainsi la position financière globale du groupe.

Le JPGU avait été très actif dans la lutte contre la privatisation fermement depuis 2003. Sa campagne visant à tourner en dérision les des bureaux de poste avait été efficace et il exigeait du gouvernement qu'il maintienne son contrôle sur la poste. Le syndicat avait également été très efficace pour minimiser les effets de la libéralisation : les concurrents représentaient environ 0,1 pour cent du marché de la poste.

Après avoir contrecarré les plans de privatisation, le JPGU a travaillé à l'élaboration de paramètres pour les tentatives de réformes postales à venir. Il a exigé l'amélioration des conditions de travail, des solutions pour diversifier les activités de la poste du Japon et un renforcement de la réglementation des concurrents privés de la poste.



Le dernier gouvernement qui a choisi la privatisation est celui du Royaume-Uni. Etant donné le rôle joué par les britanniques dans la création du service postal moderne au 19^{ème} siècle, et que Royal Mail était l'une des plus anciennes postes de la planète, l'adoption d'une loi permettant de commencer à vendre les actifs de la poste était extraordinaire. En 2006, Royal Mail a été privé de son monopole sur les lettres, et le marché postal britannique a été totalement ouvert à la concurrence. A l'époque, Royal Mail distribuait environ 80 millions de lettres par jour. Depuis lors, Royal Mail a été confronté aux défis auxquels d'autres postes avaient dû faire face – le détournement vers l'électronique des produits traditionnels de la poste, accompagné de l'impact incroyable de la crise financière mondiale. Ces facteurs ont

brutalement réduit le volume de courrier. Aujourd'hui Royal Mail ne distribue plus qu'environ 62 millions de lettres par jour.

La suppression du monopole a lourdement pesé sur les finances de Royal Mail. Ses concurrents n'offrent généralement pas de services universels de bout en bout, mais choisissent plutôt les meilleurs clients en s'appuyant sur Royal Mail pour le dernier tronçon de l'acheminement que les régulateurs ont grossièrement sous-évalué. Depuis 2006, Royal Mail a distribué chaque année une part croissante des lettres pour d'autres entreprises – à perte pour le groupe. On estime que chacune des lettres distribuées par Royal Mail pour ses concurrents se traduit par une perte de 2,5pence (0,04 \$ des Etats-Unis). L'affilié d'UNI, Communication Workers Union, a soutenu que la structure des prix et la régulation en place depuis 2006 conduisaient « droit au désastre » et ses craintes se sont avérées fondées.

La dérégulation britannique a été menée d'une façon qui entraînait un désastre social. En ouvrant son marché avant les autres pays européens, le gouvernement britannique exposait Royal Mail à une concurrence basée sur le dumping social. La Deutsche Post et TNT Post (l'opérateur néerlandais privatisé) ont été en mesure de recourir à des filiales sans syndicats pour tailler des croupières à Royal Mail alors que leurs marchés nationaux étaient encore temporairement protégés par un monopole. Cela a permis à des entreprises sans syndicats comme UK Mail, d'employer du personnel avec des salaires inférieurs à la norme en allongeant la durée du travail aux dépens de Royal Mail : les travailleurs reçoivent seulement 300 £ par semaine sans indemnité de retraite pour 40 heures de travail, au lieu des 375 £ par semaine avec indemnité de retraite pour une semaine de travail plus courte gagnées par les membres du CWU.

On n'imposait pas non plus aux concurrents l'obligation de service universel – qui exigeait de Royal Mail le maintien de 115 000 boîtes de collecte du courrier, et la distribution six jours par semaine à 28 millions d'adresses. UK Mail n'a pas cette obligation et n'offre pas le même niveau de service. Voilà une définition parfaite de la concurrence par « écrémage ».



En 2008, le gouvernement a tenté de privatiser partiellement Royal Mail, prétendant que les pensions pourraient être réduites de moitié si cette mesure extraordinaire n'était pas adoptée. Heureusement la proposition a été rejetée par le

parlement après une campagne d'opposition farouche orchestrée par le CWU.

En 2009 et 2010, les bénéfices de l'ensemble du groupe Royal Mail se sont élevés à 725 millions de livres sterling (1,1 milliard de dollars américains). Ceci n'a pas empêché la coalition gouvernementale de proposer le démantèlement et la privatisation de Royal Mail et a fait passer en force cette législation au parlement au début de l'année.

Le CWU a lutté contre toutes les tentatives de privatisation de Royal Mail depuis les années Thatcher. Le syndicat a organisé cette année une campagne de relations publiques agressive pour dire que la privatisation aboutirait à la perturbation du service, à la fermeture du nombre considérable de 9000 bureaux de poste et à la perte de 40 000 emplois. Sa campagne s'est également concentrée également sur l'impact de la privatisation sur la qualité de service et les vies de ses membres.

Même si la privatisation a été adoptée, le CWU n'a pas baissé les bras. Il s'est concentré sur la résolution du trou de la caisse de retraite de Royal Mail (provoqué par les gouvernements précédents qui n'ont pas versé les sommes nécessaires), et l'instauration de conditions décentes de travail pour ses membres avec l'entreprise ou les entreprises qui vont participer au capital de Post Office.



En 2008, le gouvernement canadien a réalisé un examen stratégique de Postes Canada. L'étude a porté sur l'obligation de service universel, le cadre réglementaire de la poste et les effets potentiels d'une libéralisation.

Grâce à la campagne massive organisée par le syndicat canadien des postiers (CUPW-STTP), et une coalition de syndicats et d'ONG du Canada et du Québec, les partisans du service public de la poste ont recueilli des dizaines de milliers de pétitions s'opposant à la libéralisation et à la privatisation. Le soutien écrasant du public pour le maintien de Postes Canada a convaincu les auteurs de l'examen stratégique. Le rapport a conclu en 2009 qu'« il semble que le public n'est pour ainsi dire aucunement en faveur de la privatisation ou de la déréglementation de Postes Canada à l'heure actuelle, et offre un appui considérable sinon unanime au maintien d'un service universel de qualité et abordable pour tous les Canadiens et toutes les collectivités ». Le rapport recommandait le maintien du privilège exclusif de la distribution du courrier à Postes Canada.

Malheureusement, la grave récession et l'élection d'un gouvernement anti-travaillistes ont suscité de nouveaux troubles en 2010. Postes Canada a commencé à externaliser des postes dans les centres d'appel et au Centre national de philatélie, affectant ainsi les membres du SEPC, également affilié à UNI. Postes Canada a également engagé un plan de modernisation impliquant l'introduction du tri automatique, la motorisation des itinéraires des postiers ainsi que de nouvelles méthodes de travail.

Les affiliés d'UNI, le SEPC et le STTP ont résisté. Pour ce qui est du STTP, il a exigé à Postes Canada une étude d'impact du plan de modernisation avant sa mise en œuvre. Dans les phases initiales du programme, le STTP a présenté un dossier de 76 questions relatives aux effets du nouveau

programme et a ensuite déposé une plainte nationale pour absence de réponses suffisantes.

Après plusieurs mois de négociations contractuelles, les questions de sécurité et de santé relatives à l'automatisation et celles des salaires et des retraites ont abouti à une série de grèves tournantes durant l'été 2011. Postes Canada a répondu par le lock-out de tous les membres du STTP et a encouragé le gouvernement conservateur à adopter une loi punitive de retour au travail avec des salaires inférieurs à ceux que donnait l'entreprise auparavant. Depuis l'adoption de la législation, le syndicat a demandé les arriérés de salaire selon la convention collective précédente. Mais le gouvernement a refusé et s'est emparé de cette controverse pour remettre sur le tapis la question de la libéralisation de la poste au Canada. On s'attend à la reprise du combat sur la libéralisation et la privatisation au Canada.



Pendant 11 ans, la Commission européenne a mené une politique de libéralisation du secteur de la poste pour se conformer à l'engagement plus vaste de créer un marché unique pour toutes les industries dans les

Etats membres de l'Union européenne, comme le prévoient les traités fondateurs de l'Union européenne. La Commission a adopté trois directives (c'est le nom des lois dans l'Union européenne) visant à ouvrir progressivement les services postaux en Europe, avant de les déréguler totalement. UNI (et les organisations qui l'ont précédé), s'est battu pour avoir une influence sur cette législation, espérant convaincre l'Union européenne que la dérégulation totale n'était pas la meilleure politique à suivre pour les services postaux universels. Malheureusement, en dépit des preuves accablantes présentées par UNI sur les effets négatifs sur la qualité de service, la qualité des emplois et les niveaux d'emploi, la Commission a adopté une directive en 2008 stipulant que les 27 Etats membres de l'UE devaient supprimer leurs monopoles postaux, d'ici 2011 pour 16 d'entre eux et pour la fin 2012 pour les autres. C'est ce qui s'est produit.



Mais la bataille n'est pas terminée et UNI Poste et logistique a beaucoup travaillé pour mettre en évidence les défauts de la politique de libéralisation de l'Union européenne. Lors de la conférence d'UNI Europe Poste et logistique de 2009, Christoph Hermann du Centre de recherche sur la vie professionnelle FORBA a fait un exposé détaillé sur les conséquences sur l'emploi et les conditions de travail de la

politique européenne de libéralisation. Il a montré que contrairement aux prévisions de la Commission européenne, l'emploi dans le secteur de la poste avait baissé dans une fourchette allant de 15 à 37%, et que la qualité des emplois de la poste s'était détériorée, avec plus d'emplois à temps partiel, plus de travailleurs temporaires ou intérimaires, et que ce secteur avait attiré des travailleurs indépendants. De plus, les salaires des nouveaux embauchés étaient beaucoup plus bas, avec généralement une baisse de 2 € à 5 € par heure par rapport aux postiers déjà en exercice. Entre-temps, la couverture des conventions collectives a été réduite de façon significative.

Les seuls vrais gagnants de cette libéralisation ont été les expéditeurs d'envois en très grand nombre. Les données d'Hermann montraient que seulement un cinquième des européens interrogés estimaient que le service postal s'était amélioré, alors qu'un quart d'entre eux pensaient que le service s'était détérioré. Comme le faisait observer James Meek dans son article dans la London Review of Books : « On paie la réduction du coût des envois en nombre pour une poignée de grosses entreprises avec le remplacement des postiers décemment payés par des travailleurs occasionnels et l'érosion de la distribution quotidienne ».

UNI Europe P&L a repris les résultats d'un de ses rapports précédents « Qu'est-ce que la libéralisation postale a apporté ? » ainsi que de l'étude d'Hermann pour élaborer un manifeste en faveur d'une réforme de la poste dans l'Union européenne. Il propose une charte sociale pour le secteur afin de garantir la liberté syndicale et empêcher le dumping social ainsi que le renforcement de la définition de l'obligation de service universel et du financement de ce dernier. Ce manifeste, ainsi que d'autres informations figurent dans le forum d'UNI P&L sur la libéralisation à l'adresse suivante: http://www.uniglobalunion.org/Apps/portal.nsf/pages/20090211_61crEn

Il est possible de démontrer que la libéralisation est une erreur

Mais les syndicats ont connu des succès en convainquant leurs gouvernements que cette fuite en avant dans la libéralisation est une erreur. En Norvège et en Suisse, deux pays entourés par la tempête des marchés concurrentiels de la poste de l'Union européenne, les affiliés d'UNI ont dû durement et longuement se battre pour convaincre leurs gouvernements respectifs qu'il existait une autre voie et que les volumes de courrier qui proviennent du monopole des lettres représentent le seul moyen permettant à leurs postes de respecter l'obligation de service universel en s'autofinçant.

Pour ce qui est de la Suisse, l'affilié d'UNI pour la poste, Syndicom, a mené une campagne très efficace avec la participation du public pour exiger que Poste Suisse continue de fournir le niveau de services qui répond aux besoins du public. C'est particulièrement vrai dans un pays comme la Suisse avec ses défis géographiques. La réaction du public a dépassé toutes les attentes et Syndicom a recueilli plus de 160 000 signatures sur une pétition s'opposant aux fermetures des bureaux de poste. (Ceci dans un pays de 8 millions d'habitants seulement). La pétition « Non au démantèlement du réseau postal » (www.reseaupostal.ch) a également reçu de nombreux soutiens dans tous les cantons suisses, montrant ainsi que le public voulait le maintien de la qualité du service public de la poste et du vaste réseau de bureaux de poste.

La direction de la Poste Suisse, favorable aux initiatives de dérégulation, a demandé à l'institut de recherche gfs.berne d'effectuer sa propre enquête et a constaté qu'environ 80% des personnes interrogées estimaient que « le service postal de base en Suisse devrait rester en l'état ». En outre, environ 90% des personnes interrogées considéraient qu'un « réseau de bureaux de poste dans toute la nation était nécessaire au fonctionnement correct de l'économie ». Quant à la question de la libéralisation des services postaux, 57% des personnes interrogées « pensaient que la dérégulation complète prévue du marché des lettres n'avait pas grand sens ou était totalement insensée ».

En dépit de l'ampleur de la réaction de l'opinion publique, le gouvernement suisse a tenté de faire adopter son plan de libéralisation. Le syndicat a quant à lui poursuivi sa campagne et a obtenu de la Commission des transports et des télécommunications de l'assemblée fédérale de la Suisse le refus de la proposition de loi sur la poste. Il a été décidé que personne n'avait de réponse convaincante sur la façon de financer le service universel en cas d'abolition du monopole résiduel sur les lettres.



Mais les partisans de la liberté du marché ont continué leur lutte, et ce n'est qu'à la fin de l'année 2010 que l'assemblée suisse a finalement abandonné les plans de libéralisation du marché, et Alain Carrupt, le président de Syndicom, a commenté ainsi cette décision : « Pendant des années, notre syndicat a démontré la folie des exemples étrangers de libéralisation de la poste pour faire valoir ses arguments : il a prédit que la libéralisation aboutirait à la réduction de l'étendue des services universels, à l'abaissement de la qualité et à l'augmentation des prix pour la grande majorité des utilisateurs. Le Conseil national a sagement rejeté cette perspective. Il reconnaît ainsi qu'un monopole résiduel sur les lettres jusqu'à 50 grammes est le modèle le plus simple et le plus efficace de financer le service universel ».

Quant à la Norvège, la tâche de notre affilié était encore plus difficile que celle de notre affilié suisse, car la Norvège, même si elle n'est pas membre de l'Union européenne, fait partie de l'Association européenne de libre échange (AELE) et de l'Espace économique européen (EEE). Les membres de ces associations mettent normalement directement en œuvre la législation européenne (les directives de l'Union européenne) dans leur droit national. En fait, la Norvège n'avait jamais refusé

de mettre en œuvre une directive de l'Union européenne auparavant. Cependant, le syndicat de la poste norvégienne, PostKom, a réalisé une campagne vigoureuse visant à convaincre le gouvernement de ne pas accepter la troisième directive postale européenne. Le cœur de leur campagne a consisté à gagner le soutien du public, des gouvernements locaux et des maires des localités de Norvège qui seraient les plus touchées par les conséquences de la libéralisation.

Postkom a lancé un site Internet spécialement dédié à la campagne, afin de mobiliser la résistance populaire. « Nous lançons le site de campagne www.postdirektivet.no pour informer le public à propos de la directive qui, d'après nous, va avoir des conséquences sur les communautés en dehors de la zone d'Oslo, avec des services postaux moins étoffés et plus chers », a déclaré Odd Christian Øverland, président de Postkom. « Nous voulons que la base en Norvège envoie un message clair au gouvernement pour dire que des services postaux fiables et de qualité représentent un élément important de notre infrastructure qui aide les gens à travailler et à vivre dans le pays. Cette politique vis-à-vis du courrier est pratiquement impossible dans le cadre de la directive de l'Union européenne ».

Cette campagne de grande ampleur du syndicat avec le soutien d'UNI P&L fera date, puisqu'en avril 2011, le gouvernement norvégien a décidé de ne pas mettre en œuvre la directive.



Les enseignements tirés par nos camarades néerlandais

L'expérience des postiers néerlandais et de leur syndicat, Abvakabo, peut servir de modèle pour tous les syndicats de postiers dans le monde confrontés à la lutte contre la libéralisation. Il n'est pas exagéré de dire que la privatisation et la libéralisation ont pratiquement détruit le niveau de vie des postiers néerlandais. En moins d'une décennie, la poste néerlandaise est passée du statut d'entreprise d'état avec un syndicat fort, des salaires et des avantages sociaux décents à celui d'une grande multinationale privée. Elle a réalisé cette mutation en rachetant TNT, une des plus grandes entreprises de colisage et de logistique d'Europe. Recherchant des profits

sur les marchés étrangers dérégulés, TNT Post (c'était désormais son nom) a dédaigné l'activité nationale relative aux lettres. Elle a fini par fermer les 350 bureaux de poste à l'exception de 8, et s'est déchaînée contre ses employés afin d'être compétitive vis-à-vis de ses concurrents dont les salaires étaient bas et qui ne distribuaient que deux jours par semaine. Les emplois à temps plein sont devenus des temps partiels, et les temps partiels sont ensuite devenus des emplois indépendants. TNT Post a même créé une filiale sans syndicat (Netwerk VSP) pour cannibaliser ses propres activités afin d'être compétitive vis-à-vis d'une filiale de Deutsche Post elle aussi sans syndicat (DPAG). Au bout du compte, la plupart des nouveaux emplois du secteur de la poste se caractérisent par des systèmes de paiement à la pièce qui aboutissent à des revenus inférieurs au salaire minimum des Pays-Bas. La bataille juridique bien connue entre DPAG et TNT Post à propos du salaire minimum dans le secteur de la poste a confirmé les prédictions d'UNI qui affirmaient que la libéralisation aboutirait au dumping social.



En juin 2011, les camarades de notre affilié néerlandais Abvakabo ont organisé un premier séminaire sur l'expérience de libéralisation aux Pays-Bas, alors même qu'ils se battaient avec TNT Post au sujet d'un nouveau contrat.^{vi} Beaucoup de gens ont assisté à ce séminaire, très apprécié par les syndicats du monde entier. On peut trouver sur le site Internet d'UNI un rapport sur ce séminaire. Mais il est essentiel de rappeler les principales recommandations d'Abvakabo aux autres syndicats :

- 1) Ne sous-estimez pas la menace de dérégulation ;
- 2) Organisez la nouvelle donne pour empêcher une course à la baisse des salaires et des avantages sociaux ;
- 3) Empêchez la prolifération du travail à temps partiel et du travail occasionnel – un « virus » mortel pour le travail décent ; et
- 4) exigez une législation sociale régulant les normes du travail avant l'adoption de la législation de libéralisation.

Les engagements seront-ils respectés ?

Résumé

La mondialisation s'est avérée être extrêmement profitable pour les grands intégrateurs mondiaux comme DHL, FedEx, UPS, TNT et Geopost/DPD. Ces entreprises dominent le marché de la logistique et représentent plus de 60% du total des volumes de la livraison mondiale. Elles dominent encore plus les secteurs express et colis, ne laissant, selon certaines estimations, que 35% du marché à tous les autres acteurs, qu'ils soient publics ou privés.

Bien que cela implique que les syndicats organisant les opérateurs postaux nationaux organisent les travailleurs dans ce qui n'est plus qu'une partie restreinte du marché, cela signifie aussi que si les syndicats veulent accroître leur influence sur les salaires et conditions de travail dans l'industrie de la livraison mondiale, ils doivent alors cibler leurs efforts d'organisation envers les « Cinq majors » (les cinq grandes sociétés). Ces entreprises multinationales de la livraison mondiale emploient à elles seules environ 3 millions de travailleurs !

Il est indispensable que les syndicats d'UNI Poste et Logistique reconnaissent cette situation et s'impliquent activement au développement de stratégies d'organisation afin de relever le défi que présentent ces entreprises multinationales de la livraison mondiale.

C'est pourquoi, depuis plus de deux ans, UNI et l'ITF s'efforcent de développer des alliances syndicales mondiales dans les grandes entreprises de livraison mondiale. Ces alliances mondiales travaillent ensemble pour soutenir les efforts d'organisation syndicale dans les « Cinq majors » et pour construire une plateforme par l'intermédiaire d'accords mondiaux, l'objectif étant de garantir les droits des travailleurs; ainsi, les syndicats ont davantage de possibilités d'obtenir la reconnaissance syndicale et d'entamer des négociations collectives.



La campagne Deutsche Post DHL

Dans le cadre de cette initiative, et sans pour autant ignorer les autres entreprises, UNI/ITF se sont concentrées sur l'une des « cinq majors » de la livraison mondiale, en constituant un réseau et en s'efforçant d'obtenir un accord cadre mondial avec Deutsche Post DHL.

Introduction

Deutsche Post DHL est l'une des plus grandes entreprises de services de courrier et de logistique au monde. En Allemagne, son pays d'origine, Deutsche Post DHL s'enorgueillit de la coopération avec ses syndicats et du respect envers son personnel, alors que dans de nombreux pays autour du monde elle s'oppose agressivement à la syndicalisation et viole de manière régulière et systématique les droits des travailleurs.

Cette violation systématique des droits des travailleurs est en contradiction directe avec les propres politiques de responsabilité d'entreprise de DHL, et sa prétention à respecter les principes du Pacte mondial des Nations Unies, qu'elle a signé en 2006.

La vidéo sur la responsabilité d'entreprise de DHL affirme : « La responsabilité d'entreprise fait partie intégrante de notre Stratégie d'entreprise à horizon 2015, axée vers le succès à long terme. »^{vii} L'entreprise espère « accroître de manière significative la participation et l'engagement du personnel »^{viii} à travers « ouverture et responsabilité. »^{ix} La stratégie en matière de responsabilité d'entreprise de la compagnie est guidée par « les lignes directrices, cadres et principes internationaux » tels que « la Déclaration universelle des droits de l'homme des Nations Unies, les principes du Pacte mondial des Nations Unies, et les Principes fondamentaux du travail de l'Organisation internationale du travail (OIT) ». ^x

En réalité, de plus en plus d'éléments prouvent qu'en dehors de l'Europe, DHL viole systématiquement ces principes et manque régulièrement à ses engagements en matière de droits internationaux du travail.

Ce rapport examine les pratiques de travail et d'emploi de DHL dans un large éventail de pays allant de l'Afrique du Sud au Costa Rica, du Bahreïn à l'Inde et du Malawi aux États-Unis.

DHL et la Responsabilité d'entreprise

Avec presque 450.000 employé(e)s dans plus de 220 pays, DHL est un des plus grands employeurs du monde. Trente-neuf pour cent de ces employé(e)s se trouvent en Allemagne, Vingt-huit pour cent travaillent en Europe et trente-trois pour cent en dehors du continent européen. xi.

DHL affirme vouloir être un « employeur de choix ». « Une des cibles clés de notre [Stratégie 2015](#) est d'être l'employeur de choix dans le secteur de la poste et logistique, à la fois pour notre personnel actuel et aussi pour nos recrues potentielles ». ^{xii}

Dans son rapport sur la Responsabilité de l'entreprise 2009/10, DHL inclut une section traitant des « représentants du personnel » et voici comment leur participation est décrite:

*« Nous promovons une culture de dialogue constructif, à la fois entre employé(e)s et cadres ainsi qu'entre la direction et les représentants du personnel. Nous respectons les droits de l'homme dans notre domaine d'influence et gérons nos entreprises de manière à faire de nous un employeur exemplaire. Ce faisant, nous respectons les principes du [Pacte mondial des Nations Unies](#). Nous respectons les principes de la [Déclaration de 1998 de l'Organisation internationale du travail](#) relative aux principes et droits fondamentaux et au travail conformément aux législations et coutumes nationales »*xiii.

En Allemagne, Deutsche Post DHL implique son personnel dans la vie de l'entreprise à travers plusieurs Comités d'entreprise et sa relation avec le syndicat allemand ver.di

En Europe, DHL est en contact avec plusieurs syndicats et a créé le Forum Deutsche Post DHL qui « est un comité paritaire de représentants du personnel et de la direction de plus de 29 pays européens. C'est l'équivalent d'un Comité d'entreprise européen. Nous utilisons ce groupe pour promouvoir une communication directe et ouverte. »xiv

Le Forum Deutsche Post DHL donne au personnel et à ses représentants l'occasion d'entamer un dialogue avec la compagnie et d'aborder les questions préoccupant le personnel en Europe.

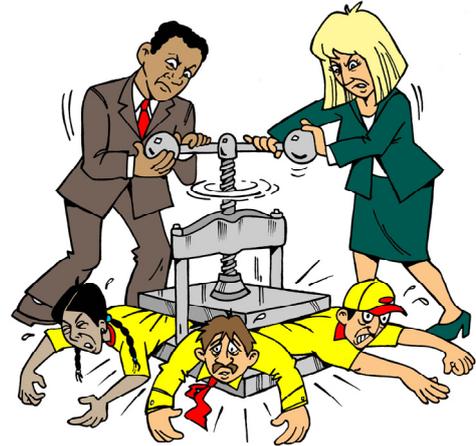
En revanche, de tels forums n'existent pas au niveau international. Bien que DHL prétende respecter les droits de ses employé(e)s et ses engagements aux termes du Pacte mondial des Nations Unies, l'entreprise n'a aucun mécanisme pour contrôler si les droits des travailleurs sont vraiment respectés à travers le monde.

En l'absence d'un tel mécanisme, DHL est dans l'impossibilité pratique d'appliquer et contrôler son propre Code de conduite. D'après les fédérations syndicales internationales UNI Global Union (UNI) et la Fédération internationale des ouvriers du transport (ITF) : « Les travailleurs de Deutsche Post DHL en ont assez. Sur plusieurs sites DHL, les personnels souffrent de mauvaises conditions de travail, les droits des travailleurs ne sont pas respectés et les syndicats pas reconnus. »xv

UNI et l'ITF ont demandé à DHL de négocier un Accord cadre mondial (ACM) qui permettrait aux personnels de DHL partout dans le monde de bénéficier des mêmes niveaux de dialogue et de participation que leurs homologues européens.

DHL a choisi de ne pas faire participer son personnel non-européen au dialogue social et de ne pas créer officiellement un forum pour le contrôle et la mise en œuvre des principes déclarés. Au contraire : dans de nombreux pays du monde, DHL viole systématiquement le droit du personnel à se syndiquer et a instillé un climat de peur parmi les employé(e)s qui tentent d'organiser. DHL a permis certaines pratiques, comme l'utilisation de détecteurs de mensonges, qui sont en contradiction avec les politiques déclarées. De nombreux employé(e)s à travers le monde ont dénoncé des cas d'intimidation, de harcèlement et de discrimination.

La direction mondiale de DHL, bien qu'ayant accepté de rencontrer UNI et l'ITF, a clairement fait comprendre qu'elle n'est pas disposée à signer un accord mondial. UNI et l'ITF ont par conséquent décidé qu'il était nécessaire d'intensifier leur campagne mondiale pour parvenir à un accord mondial avec DHL et obtenir des droits syndicaux et le droit à la négociation collective pour les personnels de DHL partout dans le monde.



Objectifs de la campagne

- Signer un accord mondial avec DHL
- Obtenir la reconnaissance syndicale et des conventions collectives dans les sites de DHL à travers le monde
- Consolider la relation entre UNI Global Union et l'ITF

Résultats

- Développement d'un réseau solide avec la participation de 30 syndicats, 307 contacts DHL et 41 personnes de contact clés pour la livraison mondiale (PCC)
- Analyse de la densité syndicale à travers des enquêtes auprès des affiliés d'UNI et de l'ITF
- Lancement du site internet *Respect for DHL workers* (*respect pour les personnels de DHL*)
- Recherches sur les mauvais traitements des travailleurs et publication/distribution du dossier *Mauvais traitements des travailleurs*
- Victoires remportées dans l'organisation/négociation collective au Panama, Nouvelle-Zélande, Inde, Afrique du Sud et bien sûr ver.di a renouvelé sa convention collective sur la plateforme DHL à Leipzig.
- Lancement de campagnes d'organisation syndicale dans les pays suivants : Afrique du Sud, Malawi, Vietnam, Népal et en Amérique centrale (Panama, Guatemala, Colombie, Costa Rica et El Salvador).
- Semaines mondiales d'action en novembre 2009 et octobre 2010. En 2010, 22 syndicats de la livraison mondiale ont organisé des activités dans 20 pays. Ces activités allaient d'une campagne de cartes postales à la distribution de tracts, en passant par des conférences de presse et des manifestations.
- Recherche/analyse auprès des investisseurs achevée
- Lancement de la recherche et analyse des clients.
- Réunions avec l'entreprise – UNI/ITF rencontrent DHL régulièrement mais l'entreprise a déclaré qu'elle ne signerait pas d'accord mondial.
- Plainte déposée autres du Pacte mondial des Nations Unies pour non-respect des principes du Pacte par DHL.

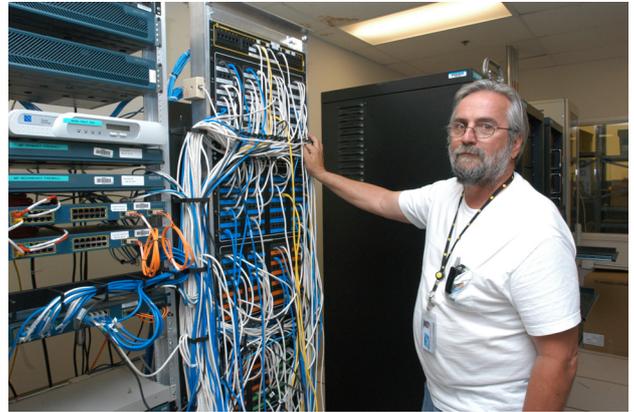


Nouveau programme syndical: Innovation et diversification

La déferlante des défis décrits ci-devant, que le secteur postal doit relever, signifie que les syndicats de travailleurs sont confrontés à des questions qui sortent passablement du cadre de la négociation collective et de l'action politique traditionnelles. L'époque où l'on laissait aux directeurs le soin de gérer l'entreprise et où l'on se focalisait sur les salaires, les prestations et les conditions de travail, est révolue. Limiter notre action politique à des questions de réglementation ou de droits du travail ne sera plus suffisant pour garantir le niveau de vie et la sécurité de l'emploi de nos membres. A tout le moins, c'est la viabilité à long terme du service postal qui est menacée. Nous devons en faire beaucoup plus pour survivre.

A l'avenir, pour conserver les précieux réseaux de détail, de transport, de traitement et de livraison, il faudra leur trouver de nouvelles utilisations. Le métier traditionnel des postes du monde, à savoir le traitement et l'acheminement des lettres physiques, est sur le déclin. La technologie est sans pitié, mais la valeur de nos réseaux et la qualité des emplois de nos membres valent la peine qu'on les préserve. Et il n'y a pas de raison d'accepter passivement un avenir fait de déclin. Nous pouvons exploiter nos points forts – la livraison du dernier kilomètre et la couverture géographique du réseau postal – et faire valoir ces atouts pour notre croissance future. Nous devons ajouter de nouveaux services pour renforcer la nouvelle base de la poste : le courrier direct, qui peut être revalorisé par des services numériques à valeur ajoutée, et la livraison de marchandises achetées via le commerce électronique, un segment de produit qui devrait connaître une croissance exponentielle dans les décennies à venir.

Dans de nombreux pays, principalement aux Etats-Unis, cela nécessitera de nouvelles dispositions législatives. Mais il faudra également que nous changions notre manière d'appréhender la négociation collective. Nous devons cesser de penser que la Poste se limite aux services de distribution de courrier. Nous devons penser la poste en tant que réseaux inestimables pouvant servir de plateformes pour la prestation de nouveaux services aux entreprises et aux gouvernements à tous les niveaux, national, régional et local. Nous devons nous efforcer de trouver du travail valorisant pour les travailleurs des postes, leur permettant de développer de nouvelles compétences et de percevoir des prestations et des salaires décents.



Une nouvelle conception de la poste

Les perspectives d'avenir pour la poste ont fait l'objet d'un discours prononcé l'année dernière par Fred Rolando, président de la National Association of Letter Carriers à une conférence à la Rutgers University. Il disait:

"Imaginons à quoi pourrait ressembler le Service postal en novembre 2020.

C'est le 10e anniversaire de la PAEA II, la loi sur la réforme postale qui a amendé la Loi sur la responsabilité et l'amélioration postales de 2006.

Grâce aux dispositions de la nouvelle loi sur le vote par correspondance, les facteurs de toute l'Amérique distribuent aux électeurs des dossiers d'information pour voter sur des centaines d'initiatives, ainsi que le bulletin de vote par courrier, ce qui a dopé le taux de participation des électeurs à plus de 75 pour cent.

La filiale Last Mile Express du Service postal, une co-entreprise entre l'USPS, Costco et Google, s'est élargie au delà de la livraison garantie du samedi pour offrir un service de nuit le mercredi pour une livraison à domicile à mi-semaine. Elle est entrée dans le classement de Fortune 500 tandis que le service élargi du Service postal, Parcel Select, a engendré des milliards de dollars en crédits de carbone pour FedEx et UPS en vertu de la législation historique sur le changement climatique passée en 2010.

La National Green Bank (la Banque verte) de l'USPS, autorisée par la PAEA II pour créer l'infrastructure bancaire nationale proposée par le Président Obama, compte aujourd'hui plus de 20 millions de comptes et 100 milliards de \$ investis dans des obligations vertes émises par le Comité national des infrastructures pour financer les programmes d'amélioration du rendement énergétique des maisons et des bureaux, les lignes ferroviaires à grande vitesse et autres projets d'énergie propre, y compris un projet pour remplacer la totalité du

parc de véhicules postaux par des véhicules électriques et des véhicules au gaz naturel. La National Green Bank fournit aussi chaque jour des services de transfert de fonds à bas coût à des milliers de résidents américains.

Les facteurs relèvent les compteurs pour les compagnies de gaz et d'électricité du pays à l'aide de nouveaux scanners sophistiqués. Ils exécutent aussi des commandes de transport de matériel et fournitures de bureau pour les quelque 18 millions de micro-entreprises à domicile dans le cadre de leur tournée et travaillent en partenariat avec des entreprises comme Office Depot et Staples.

Plus de 10 millions d'Américains se sont abonnés au service de surveillance Twitter de l'USPS, pour recevoir des messages des facteurs qui rendent une brève visite hebdomadaire à leurs parents âgés.

Cela vous semble tiré par les cheveux ? Bien sûr, le calendrier de la PAEA II est peu probable, mais le reste ne l'est pas tant que cela.

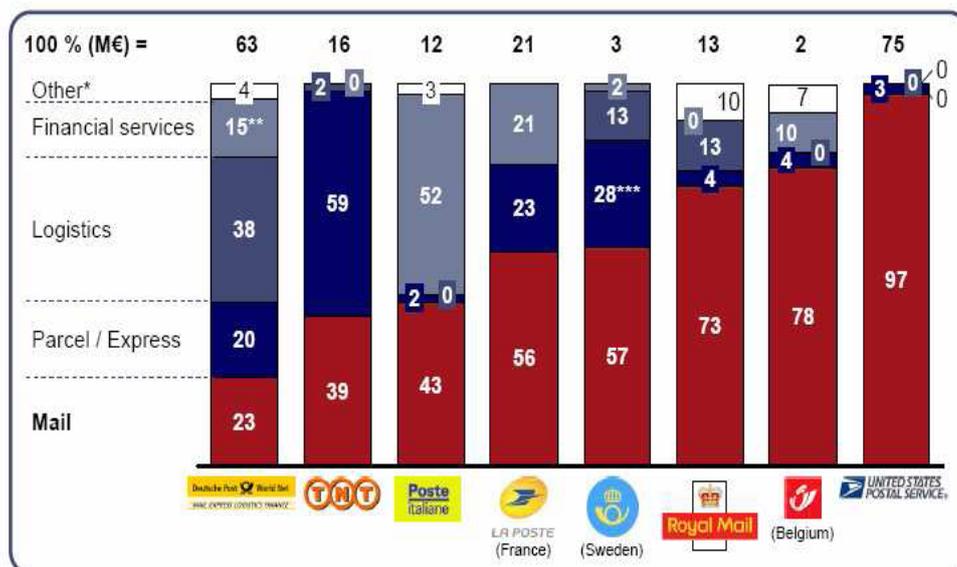
Le Service postal a constamment évolué au cours de 200 dernières années pour répondre aux nouveaux besoins du pays. Sa croissance a toujours dépendu de l'adjonction de nouvelles fonctions tout en assumant les anciennes tant qu'elles étaient nécessaires. Ainsi notre passé peut-il être une source d'inspiration pour les temps à venir.

Nous sommes en effet parfaitement placés pour utiliser nos réseaux et les compétences de nos membres pour nous ouvrir à de nouveaux services répondant aux besoins de nos pays et de nos citoyens. Ainsi UNI Poste & Logistique doit faire de l'innovation et de la diversification des produits et services une priorité syndicale. Dans de nombreux pays, les opérateurs postaux sont de pionniers en la matière. Nous pouvons en tirer des enseignements.

La diversification en action

L'étude citée plus haut menée par Accenture et l'UPU concluait: Les opérateurs postaux qui sont sortis renforcés de la crise économique mondiale sont ceux qui s'étaient le plus diversifiés. Et ceux qui étaient le moins diversifiés – et les plus dépendants du courrier traditionnel – sont les plus exposés à des perspectives difficiles en matière de reprise et de survie. Ainsi, le Service postal des Etats-Unis, qui dépend entièrement des recettes de la poste aux lettres, a du pain sur la planche, alors que plusieurs postes européennes se sont bien préparées à la transition pour l'avenir des services postaux.

2007, Percentage of revenue



* DPWN: Internal Services (legal, IT), Poste Italiana: Philately; Royal Mail: Post Office Ltd (network); Belgian Post: Non Addressed mail, Document management, Corporate Services
 ** DPWN owns 20.25% after Deutsche Bank acquired 29.75% in September 2008
 *** Division - Posten Logistics - with Europe freight forwarding

Un examen des différentes façons dont les nombreux opérateurs postaux se diversifient et innovent, donne une idée du sens dans lequel tout le secteur doit aller:

- **Services financiers:** Les caisses d'épargne postales ne sont pas nouvelles – en effet, la caisse d'épargne postale du Japon a été l'établissement bancaire par excellence dans le monde pendant des décennies. Toutefois de nombreuses postes traditionnelles ont créé des banques postales au cours des dernières années pour tirer profit de leurs réseaux et offrir des services à des populations mal desservies. La Nouvelle-Zélande et le Brésil sont de bons exemples. Toutefois l'UPU estime qu'il existe d'extraordinaires possibilités d'offrir des services bancaires à des populations mal desservies en Afrique et en Asie. D'autres postes proposent un vaste éventail de services financiers, par exemple les cartes de crédit de la Poste Suisse, les services de paiement de factures de Postes Canada, l'assurance de La Poste en France, les crédits hypothécaires de la Poste de Singapour et les services bancaires depuis le téléphone mobile de Poste Italienne.
- **Courrier numérique et hybride:** La Poste Suisse avec IncaMail et Deutsche Post avec e-Postbrief ont ouvert la voie en offrant des services de courrier numérique qui donnent à l'expéditeur et au destinataire des garanties d'identité et des services de validation. Les possibilités pour les pays en développement de « faire un bond en avant » dans le développement de systèmes de service universel avec le courrier hybride sont une réalité en Tunisie, au Maroc et en Algérie où des utilisations innovantes des services bancaires sur téléphone mobile et via SMS sont proposées via les postes.
- **Services administratifs locaux:** La poste italienne est pionnière dans l'utilisation du réseau postal pour répondre aux besoins des administrations locales pour le paiement des impôts, des factures d'électricité de gaz, des inscriptions au registre foncier, des assurances nationales, des certificats de naissance etc.
- **Livraison de colis B2C:** Dans le domaine de la livraison en matière de commerce électronique, les postes d'Amérique du Nord ont innové. L'USPS offre un service *Parcel Select* qui vise à s'emparer de la plus grande part du marché de la livraison de colis aux États-Unis en offrant des services de livraison du dernier kilomètre aux groupeurs et aux concurrents sur le territoire américain. Tant FedEx qu'UPS sont devenus de très gros clients du service postal – en

effet, FedEx SmartPost (une filiale créée autour du service Parcel Select) est le département de FedEx qui connaît la plus forte progression. Entre-temps, en 2010, Postes Canada a lancé un nouvel outil d'achats en ligne (Le magasinier personnel) où les clients peuvent comparer les prix de différents magasins, commander et organiser la livraison par la poste.

Adopter un programme syndical novateur

Ces innovations ne sont que la pointe de l'iceberg. Les services internationaux de transfert de fonds, par exemple, sont une autre grande idée à laquelle UNI P&L travaille en collaboration avec l'UPU et la Banque mondiale. Deux récents rapports internationaux publiés par Acorn exposent les énormes possibilités qui existent pour les postes de fournir des services de transferts de fonds à bas coûts aux dix millions de travailleurs migrants. Ces travailleurs envoient des centaines de milliards de dollars dans leurs pays d'origine, mais doivent souvent payer une commission inéquitable de 10 pour cent.^{xvi} Ce service serait assez naturel pour tout bureau de poste mais d'autres offrent ce service.

Il existe d'innombrables possibilités mais les syndicats ne peuvent pas simplement supposer que leur poste ou leur gouvernement prendra les mesures nécessaires pour stimuler l'innovation. En effet, l'étude Accenture montre que 38% des postes seulement ont créé des groupes de travail sur l'innovation. C'est là que les syndicats doivent intervenir. Nous devons mettre l'innovation à l'ordre du jour de nos négociations collectives et sur nos agendas politiques. Ces impératifs ont conduit UNI à collaborer avec deux affiliés nord-américains (NALC et CUPW-STTP) pour parrainer un forum sur l'innovation devant se tenir juste avant la 3^e Conférence mondiale à Washington. Il rassemblera des syndicats et des orateurs extérieurs pour discuter et débattre différentes innovations postales. Un compte rendu du forum sera présenté à la conférence mondiale.

L'innovation n'est pas un choix mais une nécessité. Si nos affiliés veulent trouver une solution à ce que l'ex-patron de la poste néo-zélandaise, Elmar Toine, appelle la « tyrannie des coûts fixes » - lorsque la baisse des recettes rend les énormes réseaux trop chers à conserver – nous devons trouver de nouveaux moyens valables d'agir pour le bien de nos pays respectifs.^{xvii} Sinon nous allons au devant de batailles coûteuses sur des réductions de salaires, la délocalisation et la déréglementation. Essayons d'imaginer comment aller de l'avant pour un avenir meilleur pour nos membres et nos concitoyens.

Priorités stratégiques pour UNI Poste & Logistique Global Union

Le présent Plan stratégique sera mis en œuvre par le biais du programme de travail annuel.

Les organisations régionales d'UNI Poste & Logistique élaboreront leur plan de travail annuel en s'alignant sur le plan stratégique d'UNI Poste & Logistique.

Objectif stratégique 1 :

Entreprises mondiales et régionales

Etablir une force syndicale dans les entreprises mondiales actives dans nos secteurs et négocier des accords mondiaux et régionaux

Entreprises mondiales cibles d'UNI Poste & Logistique:

- 1 DHL
- 2 TNT
- 3 FedEx
- 4 UPS
- 5 Geopost/DPD
- 6 Postal Euromed
- 7 PUASP
- 8 Postaruop
- 9 ALACOPP

Recherches orientées vers l'action

- Entreprendre des recherches approfondies sur les entreprises mondiales et régionales ciblées et intégrer les données dans la base de données d'UNI sur les multinationales qui contient des informations sur les questions liées à l'entreprise, la syndicalisation, les conventions collectives, les relations du travail, les points d'influence, les possibilités de recrutement, etc.
- Réunir des informations et surveiller les évolutions concernant les entreprises mondiales et régionales ciblées, pouvant influencer sur la mise en œuvre des stratégies de campagne.
- Entreprendre des recherches et des enquêtes en ligne sur l'application du travail décent, des questions de santé et sécurité au travail et des droits syndicaux dans les entreprises mondiales et régionales ciblées.
- Rassembler et partager les meilleures pratiques, y compris l'échange d'informations avec ITF.

Alliances syndicales

- Etablir un groupe de pilotage de syndicats qui travaillera pour les campagnes et fournira le travail de soutien initial.
- Etablir une alliance/un réseau syndical/e du CEE comprenant les syndicats d'ITF/ETF dans toutes les multinationales postales européennes.

- En coopération avec ITF, créer des réseaux syndicaux/alliances syndicales dans les entreprises mondiales et régionales ciblées, et soutenir l'Initiative UNI/ITF sur la livraison mondiale.
- Encourager les bureaux régionaux et les affiliés à travailler en réseau avec les syndicats d'ITF pour les campagnes.

Nouveaux accords mondiaux et régionaux

- Elaborer et mettre en œuvre des campagnes pour un Accord mondial avec DHL et d'autres sociétés cibles.
- Développer un dialogue et négocier un Accord mondial/régional avec ces entreprises conformément à la stratégie et à la liste des priorités.
- Collaborer avec les organisations régionales pour établir un dialogue social avec des entreprises régionales, y compris les associations ou organisations régionales d'employeurs (comme les unions restreintes de l'UPU) et négocier des accords avec les entreprises ciblées.
- Veiller à ce que les affiliés et leurs membres participent et soutiennent activement les campagnes entreprises par UNI P&L.
- Encourager les multinationales ciblées à adopter un Politique de sous-traitant responsable.
- Encourager les multinationales postales à utiliser des agences de travail temporaire qui ont signé le Protocole d'accord UNI ATT/CIETT

Outils de communication

- Développer des outils de communication efficaces pour les alliances/réseaux syndicaux mondiaux, y compris des outils en ligne et sur le web.
- Mener des campagnes d'information afin que les travailleurs de la base soient conscients et capables d'associer la situation nationale aux stratégies internationales.
- Mettre en place le partage d'informations entre les réseaux syndicaux et les Comités d'entreprise européens lorsqu'ils existent.
- Tenir les membres au courant des campagnes en cours au niveau régional
- Poursuivre la coopération entre les bureaux régionaux et leur homologue régional à l'UPU.

Objectif stratégique 2 :

Recrutement et développement des capacités

Obtenir la reconnaissance syndicale dans les branches où opèrent les secteurs d'UNI et continuer à contribuer à la croissance syndicale en se dotant des moyens pour soutenir les campagnes de recrutement dans le monde

Obtenir des droits de reconnaissance syndicale et renforcer les syndicats

- Accroître le nombre de travailleurs syndiqués dans le secteur.
- Enquêter sur les initiatives de recrutement dans le secteur Poste & Logistique
- Lancer des campagnes de recrutement dans les entreprises mondiales ciblées en Afrique, en Asie, dans les Amériques et en Europe en concertation avec les organisations régionales d'UNI et avec le soutien d'UNI SCORE.
- Former des syndicats dans les succursales et dans les pays qui n'ont pas de représentants syndicaux ou n'ont aucun type de structure syndicale.
- Collaborer avec les groupes interprofessionnels d'UNI, les organisations régionales d'UNI et UNI SCORE pour augmenter la densité et la représentation des femmes et des jeunes, et leur confier des responsabilités dans les syndicats du secteur.
- Etablir un partenariat et fusionner tôt ou tard avec ITF, dans l'objectif à long terme d'établir un pouvoir syndical et de mieux syndiquer le secteur mondial poste & logistique.

Développement des capacités de recrutement

- Développer la capacité des affiliés à établir un dialogue social à l'échelon national afin de résoudre les problèmes locaux, renforcer notre travail et obtenir des conditions de travail décentes partout dans le monde.
- Coopérer avec UNI Africa pour soutenir la durabilité organisationnelle d'UNI Africa.
- Coopérer avec ITF pour renforcer mutuellement nos efforts de recrutement.
- Coopérer avec les syndicats afin de sensibiliser aux changements dans le secteur postal et à la nécessité de recruter dans de nouvelles entreprises
- Coopérer avec les syndicats afin d'encourager la participation des femmes, des jeunes et des groupes minoritaires au travail d'UNI P&L par le biais d'initiatives d'UNI P&L
- Coopérer avec les affiliés d'UNI P&L afin de développer leurs capacités de recrutement en élaborant des plans de recrutement, en formant des recruteurs et en prêtant main forte à leurs campagnes de recrutement.

Promotion du recrutement

- Fournir aux comités mondial et régionaux d'UNI Poste & Logistique Global Union des rapports réguliers sur l'application du plan d'action pour le recrutement afin d'examiner/évaluer les progrès réalisés.
- Fournir au Comité exécutif mondial d'UNI et aux Comités exécutifs régionaux d'UNI des rapports sur les progrès réalisés.
- Diffuser les meilleures pratiques en matière de recrutement.

Forum des recruteurs d'UNI

- Collaborer avec UNI SCORE afin d'assurer la maîtrise des compétences et la participation active d'UNI Poste & Logistique.

Objectif stratégique 3

Emplois assortis de sécurité sociale et de justice pour tous

Améliorer les lieux de travail et relever les normes du travail dans les services et secteurs connexes

Connaissances en matière d'emploi

- Récolter et partager avec les affiliés les informations concernant les données sur l'emploi et les activités de négociation collective.

Relever les normes d'emploi

- Encourager l'adoption de politiques VIH/SIDA sur le lieu de travail et la sensibilisation des travailleurs postaux au VIH/SIDA par une campagne mondiale conjointe de prévention d'UNI, UNISIDA, l'OIT et l'UPU.
- Rechercher, suivre et diffuser des informations sur la participation des fonds d'investissement privés et des fonds spéculatifs au secteur postal.
- Améliorer les conditions de travail des travailleurs de la poste et de la logistique en encourageant l'adoption d'une politique de sous-traitant responsable.
- Encourager l'engagement des travailleurs temporaires d'agences qui ont signé le Protocole d'accord UNI ATT-CIETT.
- Collaborer avec UNI Egalité des chances sur la question de la violence au travail.
- Coopérer avec les syndicats pour encourager les opérateurs postaux à adopter de meilleures politiques de sécurité pour leurs employés.
- Coopérer avec les syndicats pour relever les normes d'emploi en continuant à utiliser le dialogue social européen.
- Coopérer avec les syndicats pour encourager les opérateurs postaux à adopter des politiques en matière de formation.
- Elargir la couverture des Conventions collectives.

Emplois durables

- Coopérer avec les membres de l'UPU pour encourager les opérateurs postaux à travailler de manière durable.

Objectif stratégique 4

Influence en matière politique et réglementaire

Modifier et apporter une dimension sociale plus forte aux processus mondiaux et régionaux d'intégration et aux cadres réglementaires, et être reconnu comme partenaire dans ces processus

Intervenir dans les forums et les institutions mondiales

- Promouvoir une plateforme politique simple et solide que nous puissions défendre dans les différentes institutions mondiales.
- Développer les moyens de continuer à défendre notre politique de manière hautement professionnelle, y compris par le biais de campagnes.
- Coopérer avec les régions auprès d'organismes de réglementation comme l'OMC, le Parlement européen,

l'OCDE et d'organismes régionaux comme l'ANASE, etc. et développer des activités de lobbying pour promouvoir les politiques d'UNI Poste & Logistique.

- Surveiller les progrès des négociations des accords de libre-échange et les services de l'OMC et veiller à ce que les affiliés soient informés des questions qui les intéressent et des actions qu'ils peuvent mener pour soutenir les politiques d'UNI Poste & Logistique.
- Prendre activement part au dialogue social européen et le renforcer.
- Coopérer avec les syndicats pour encourager une plus grande diversification des effectifs de Posteurop dans le dialogue social européen.
- Encourager l'échange d'informations sur ces questions entre affiliés et entre UNI P&L et ses affiliés.

Organisations sectorielles et réglementaires

- Renforcer les relations de travail avec l'UPU et ses organes régionaux
- Continuer à contribuer au travail de l'UPU et saisir l'occasion pour inclure nos objectifs clés dans le travail de l'UPU
- Promouvoir la mise en œuvre de l'accord UNI-UPU
- Lancer une action pour faire une déclaration commune avec l'UPU sur le développement durable et les droits des travailleurs.
- Œuvrer avec les organisations régionales d'UNI concernées pour développer des activités dans les organes régionaux de l'UPU et intégrer les questions syndicales dans ces organes.
- Lancer une action pour promouvoir les services financiers postaux et le recours aux réseaux postaux en entreprenant des recherches, échangeant des informations et en organisant des ateliers en collaboration avec UNI Finance aux plans mondial et régional.
- Mener des activités pour encourager la prestation des services de transfert de fonds par les bureaux de poste à un prix abordable avec une commission ne dépassant pas le 5%.
- Collaborer avec des groupes d'intérêts importants pour UNI P&L.
- Sur le plan régional, encourager les gouvernements à utiliser si possible les opérateurs publics postaux
- Créer des réseaux et des forums avec les affiliés à l'échelle mondiale et régionale pour promouvoir un dialogue mondial et local et débattre avec les organismes sectoriels.

Libéralisation et privatisation

- Elaborer des recherches, des stratégies et des activités pour s'opposer à une nouvelle libéralisation et l'empêcher là où elle n'est pas intervenue sur le plan mondial, régional et national, en tenant compte du contexte régional.
- Encourager l'échange d'informations sur ces sujets entre affiliés et entre UNI P&L et ses affiliés.
- Faire des recherches et prôner la réglementation sociale.
- Soutenir les efforts des affiliés visant à rejeter et empêcher la libéralisation.

- Encourager les forums et les alliances sur la question de la libéralisation.

Exiger une Obligation de service universel (OSU) qui garantisse :

- La protection des droits des travailleurs, des conditions de vie et du développement de bons emplois.
- Des services postaux sûrs : dans le respect de la vie privée et la protection des données.
- L'accès universel à la collecte et à la distribution : un service de qualité à un prix abordable
- Accès universel aux services de courrier, messagerie, livraison de colis, courrier recommandé, guichets postaux.
- Droits des clients : courrier non distribué, accusé de réception, redirection du courrier, protection des adresses.
- Une OSU qui puisse être pleinement financée par les recettes.

Œuvrer pour soutenir les syndicats opposés à la privatisation de leurs services postaux en :

- Partageant les informations et les recherches
- Appuyant les efforts des affiliés pour refuser ou empêcher la privatisation
- Encourageant les forums et les alliances sur la question de la privatisation.

Innovation

- Inclure les points d'action de la réunion sur les innovations du 6 septembre 2011.

Objectif stratégique 5

UNI en tant qu'organisation proactive, novatrice et intégratrice

Faire d'UNI Global Union une organisation moderne, efficace, novatrice et bien gérée et assurer la participation active de tous les affiliés et la mobilisation de leur base, de leurs représentants et dirigeants syndicaux à notre travail

Fonction de centre d'échange d'informations

- Promouvoir et gérer un système pour que les informations soient accessibles à tous les affiliés.
- Promouvoir des Forums, des bases de données d'UNI Poste & Logistique ainsi que le site web des services mondiaux de livraison afin que les affiliés puissent accéder à l'information.
- Promouvoir les questions sur lesquelles les affiliés conduisent des recherches et veiller à les rendre plus largement accessibles.
- Veiller à ce que les informations et recherches de l'UPU soient accessibles aux affiliés.
- Encourager le réseautage entre les membres syndiqués des CEE.
- Encourager les affiliés à échanger les informations intéressantes avec UNI P&L.

Développer la visibilité et la force d'UNI, l'efficacité organisationnelle et la communication

- Téléconférences régulières avec le Président et les Vice-présidents
 - Tenir des réunions régulières du groupe directeur aux plans mondial et régional.
 - Créer des groupes de pilotage spécifiques ou des équipes de campagne, si besoin est.
 - Publier régulièrement des bulletins avec des informations syndicales
 - Promouvoir et gérer une page web régulièrement mise à jour
 - Promouvoir et alimenter des forums d'échange d'informations et des téléconférences pour échanger informations et analyses mondiales et régionales.
- Elaborer une stratégie de réunions faisant un meilleur usage du temps imparti afin de promouvoir des thèmes spécifiques et sujets actuels, y compris des questions intéressant les femmes et les jeunes.
 - Faire un meilleur usage des journées spécifiques comme la journée mondiale pour le travail décent et la journée mondiale de la poste pour promouvoir les objectifs d'UNI P&L.
 - Organiser des réunions intéressant spécifiquement les affiliés aux plans mondial et régional comme le forum sur les nouvelles technologies ou les services financiers.

ⁱ Voir *Etude de marché sur les services de lettres, d'envois express et de colis légers internationaux*, Adrenale Corporation, pour le Bureau international de l'UPU, février 2010.

ⁱⁱ Voir *2010 Billing Household Survey: Consumer Survey of Offline and Online Billing and Payment Practices*, mars 2010.

ⁱⁱⁱ Voir le témoignage de Bert Berkley, président de Global Envelope Alliance, devant le Congrès des Etats-Unis, novembre 2010.

^{iv} Citation dans « In the Sorting Office », *London Review of Books*, 28 avril 2011

^v Voir *The Postal Market in Argentina*, un rapport spécial préparé par UNI Poste et logistique par Daniel Azpiazu, Federico Basualdo et Pablo Manzanelli en mars 2009.

^{vi} TNT Post est devenu PosttNL après que TNT se soit séparé de l'activité des lettres qui n'était plus rentable au début de cette année. L'entreprise exigeait une réduction de salaires de 25% et menaçait de licencier 11 000 travailleurs si le syndicat refusait. Le syndicat a alors organisé une grève couronnée de succès, qui a permis de limiter à la fois les réductions de salaires et les licenciements qui concernaient ses membres.

^{vii} Site internet Deutsche Post DHL : Entretien avec Frank Appel sur la stratégie du groupe 2015, 3 novembre 2009 http://www.dp-dhl.com/en/media_relations/speeches_and_interviews/interview_appel_strategy2015.html

^{viii} Site internet Deutsche Post DHL : Entretien avec Frank Appel sur la stratégie du groupe 2015, 3 novembre 2009 http://www.dp-dhl.com/en/media_relations/speeches_and_interviews/interview_appel_strategy2015.html

^{ix} Idem

^x Idem

^{xi} Site internet Deutsche Post DHL : http://www.dp-dhl.com/en/responsibility-online_report_2010/performance/data/employees.html#employees

^{xii} Site internet DHL : http://www.dp-dhl.com/en/responsibility-online_report_2010/employees.html

^{xiii} Site internet Deutsche Post DHL : http://www.dp-dhl.com/en/responsibility-online_report_2010/employees/employee_representatives.html

^{xiv} Idem

^{xv} Les mauvais traitements des travailleurs de DHL sont inacceptables ! <http://www.itfglobal.org/dhlblog/wp-content/uploads/2010/10/uni-itf-v7-EN1.pdf>

^{xvi} Voir *Past Time for Remittance Justice and Looking the Other Way: The Absence of Remittance Regulation* sur <http://www.slideshare.net/ACORNInternational/voting-with-their-money-in-a-rigged-election>, Acorn International.

^{xvii} Voir "Fixed Cost Tyranny," mars 2011 sur www.PostalTechnologyInternational.com.