



**POSTAUX
DE PARIS**

Fédération Nationale des Salariés du Secteur des Activités Postales et de Télécommunications
SYNDICAT DES SERVICES POSTAUX DE PARIS - 67 rue de Turbigo - 75139 PARIS CEDEX 03
CCP PARIS 14 569-53 A - Téléphone : 01 48 87 68 15 - Télécopie : 01 42 74 66 27
Site - www.cgt-postaux.fr - E.mail : cgt.postaux@orange.fr



Paris, le 18 Juin 2013

SECTION des SATELLITES

MUSIQUE, PARFUM : FACE AUX INCIVILITÉS, LA RÉPONSE HONTEUSE DE LA POSTE.

Les agressions sont en augmentation. Physiques ou verbales, elles font désormais partie de notre quotidien. A ce constat le rapport Kaspar a répondu : problème de société, dédouanant de facto la Poste de toutes responsabilités. Ainsi les dysfonctionnements, le manque de personnel, les guichets fermés n'auraient rien à voir avec le mécontentement des usagers (*ce qui bien sûr ne justifie en rien le passage à l'acte violent de certains*). En résumé La Poste n'y peut rien.

Pour autant elle ne reste pas les bras croisés, merci patron, et, même si tout ce qui arrive n'est donc pas de sa faute, elle a décidé de créer des emplois de guichetiers, mettre des vigiles, réinstaller des vitres...mais non ! On plaisante bien sûr.

DÉCIDÉMENT UN FOUTAGE DE GUEULE SANS LIMITE !

Non, la solution qu'a trouvée La Poste : « *la musique, source de détente, réponse aux incivilités* » ! Voilà en effet le projet que La Poste a osé présenter le 20 juin au CHSCT de la DTELP Nord. Faire appel (*et à quel prix ?*) aux entreprises « *Radioshop* », pour diffuser de la musique et de la publicité postale dans la salle du public et « *Signature Olfactive* », spécialiste de la stimulation olfactive et de l'impact psychosensoriel des senteurs (*sic*), pour parfumer les bureaux. Si, si vous avez bien lu.

Extraits :

« *La Poste souhaite tester l'utilisation de la musique comme **facteur d'influence comportementale** sur la clientèle* ».

« *Il faut apaiser les esprits, générer des images positives pour générer des sentiments positifs, apaiser le rythme cardiaque* ».

« *Il est essentiel de rester chaleureux, convivial et accueillant* ». Mais dans le même temps on ferme les guichets et on nous impose d'envoyer les gens vers les automates ou de les faire téléphoner aux 3639 et 3631.

« *Globalement, les sentiments générés par la musique vont occuper l'esprit de l'utilisateur et le distraire des éventuels stimuli agressifs qui pourraient survenir* ».



« L'ensemble du design sonore est pensé pour apaiser les organismes des usagers en travaillant sur des **sensations semblables au sommeil**, on ralentit le rythme cardiaque, **on permet au cerveau de se reposer** sur des images auto-générées sans effort et **on optimise la sécrétion d'endorphine**, l'hormone du plaisir ». Tout comme TF1 qui se vantait, via sa programmation de grande qualité, de fournir du temps de cerveau disponible aux annonceurs publicitaires...

« Le marketing olfactif est **un outil pour optimiser le comportement d'achat, favoriser les achats d'impulsion, affirmer le caractère et la personnalité de l'enseigne** ». Ainsi conditionné, tel le chien de Pavlov, ne finira-t-on par dire un jour : « *Tiens, vous ne trouvez pas que ça sent La Poste ici ? J'm'achèterais bien des timbres* ».

LA MANIPULATION COMME MÉTHODE, LE CONDITIONNEMENT COMME SOLUTION.

Ne pas résoudre les problèmes mais nous les faire oublier, voilà tout ce que propose la Poste.

Quelle musique est pertinente pour annoncer la fermeture des guichets financiers faute d'argent ou d'agent ?

Quelle odeur doit être diffusée pour faire oublier le retard d'un colis ?

Comme l'écrivent elles-mêmes les sociétés concernées pour vanter leur camelote : « *Mettre les usagers dans une ambiance adaptée permet de déstresser et de **donner l'impression** de réduire le temps d'attente* ».

A l'image des sectes, il s'agit donc bel et bien de **conditionnement**. Mais si ça marche sur les clients **ça marchera aussi sur nous, forcément** puisque nous baignerons aussi dans la même atmosphère manipulée. Reste à savoir si ça ne nous calmera pas plus que les clients. N'y a-t-il pas en effet un risque que nous soyons de vrais zombies en fin de journée ayant passés 7 heures dans cette ambiance, là où les clients eux ne seront restés qu'un moment ?

**On nous refuse les congés, pas grave :
allez un p'tit coup de vaporisateur
et on aura l'impression d'être sur la plage.**

**Les salaires sont insuffisants :
hop une bonne musique
et on aura l'impression d'être plein de fric.**

La solution est toute trouvée pour la Poste Mobile : diffuser le groupe Téléphone !

Et comme paraît-il la couleur verte a des vertus calmantes : il n'y a plus qu'à repeindre les bureaux en vert et tout ira mieux.

La musique adoucit les mœurs, dit-on. Mais qui sème le vent récolte le tempête !

Au mépris sans borne de La Poste une seule réponse possible : la lutte collective !

**Il n'est pas question d'accepter
d'être manipulés et conditionnés !
Ni odeur, ni musique d'ambiance :
des emplois voilà ce qu'il nous faut !**