



L'imagination au pouvoir ?

- La Grande Relève - N° de 1935 à nos jours... - De 1998 à 2009 - Année 2008 - N° 1088 - juin 2008 -

Date de mise en ligne : lundi 30 juin 2008

Description :

Paul Vincent dénonce la "communication grossièrement trompeuse de La Poste "modernisée".

Copyright © Association pour l'Économie Distributive - Tous droits réservés

En France, le ridicule ne tue plus. Est-ce une bonne nouvelle ?

â€” Non, car ce n'est le résultat ni d'une victoire contre la délinquance, ni d'une avancée de la médecine, mais de l'atonie du peuple français, qu'on a tellement roulé dans la farine qu'il en a perdu la capacité de réagir.

Il se joue pourtant sous nos yeux une farce colossale, orchestrée par de supposés virtuoses de la communication, lesquels se paient la tête du client sans aucune pudeur (ne surtout pas dire qu'ils se moquent du public, car ils sont très fiers de ne plus être une Administration et de pouvoir se comporter comme n'importe quelle entreprise privée) et s'enfoncent dans le ridicule sans que personne ne les arrête.

Tel est le comportement des stratèges de ce qui est devenu La Banque Postale.

C'était un slogan soixante-huitard, que ceux qui abominent le plus Mai 68 se targuent pourtant de vouloir mettre en application. Dans un pays dont le Président donne l'exemple en n'arrêtant pas de célébrer ses réformes, La Banque Postale se montre bon disciple en nous abreuvant de publicité sur ses incessantes innovations, de peur sans doute que certaines passent inaperçues ou que nous n'en mesurions pas bien toute l'importance.

Ses dirigeants ont voulu particulièrement attirer notre attention sur l'intérêt qu'ils portaient aux frais de tenue de compte et sur l'imagination qu'ils déploient pour nous les rendre moins douloureux. Je vous laisse juger à quel point la question était vitale. C'est d'abord en catimini qu'ils avaient fait passer ces frais de 3 euros à 4 euros par an, certes une hausse de plus de 33%, mais qui de raisonnable eût songé à chicaner pour 1 euro ? Néanmoins, était-ce par remords, ils eurent peu après l'idée de faire un geste en faveur de leurs clients et c'est avec fierté qu'ils nous exposèrent dans ce communiqué ubuesque les précieux avantages qu'ils avaient imaginés pour nous : « Dès 2007, vos frais de tenue de compte seront prélevés chaque trimestre.

Ainsi, au lieu de régler chaque année la totalité de ces frais en une seule fois, vous étalerez votre paiement sur 4 échéances. Une bonne façon d'éviter la surprise de frais imprévisibles. Le premier prélèvement d'un montant de 1 euro sera effectué à partir du 12 avril 2007. »

Pour ma part, je m'empressai de prendre bonne note de ce que mon compte devrait être provisionné d'au moins 1 euro le 12 avril 2007.

Publicité (et propagande) nous prennent pour des ... imbéciles.
Un bon publicitaire ne manquerait pas d'ajouter :
« Parce que vous le valez bien ! »

Ce prélèvement passera très rapidement de 1 euro à 1,15 euros, mais La Banque Postale payant ses timbres-poste tout comme les autres banques, égalité de traitement oblige, quand elle doit envoyer un relevé de compte pour un encaissement, même de 1,15 euros, on ne peut encore la suspecter de faire des profits scandaleux. On ne voit

d'ailleurs pas l'intérêt que pouvaient présenter pour La Banque Postale de tels enfantillages, si ce n'est de lui donner prétexte à des opérations de "communication". Elle allait hélas de plus en plus s'y ridiculiser.

Fin 2007, elle prenait la décision étonnante de ramener les prélèvements en 2008 de 1,15 euros à 75 centimes par trimestre, en fait de revenir aux 3 euros par an que l'on payait il n'y avait pas si longtemps, en annulant 1,60 euros par an de précédentes hausses. Faire et défaire, c'est toujours travailler. Pour les clients, il n'y avait pas lieu pour autant de pavoiser, surtout que ce sont eux (et le personnel) qui en définitive paieront un jour pour cette gabegie.

Mais le plus grave, c'est que La Banque Postale avait décidé d'en faire le cheval de bataille de sa "communication" et ce cadeau de 1,60 euros par an lui permettait d'afficher sans rire, en tête d'une page de publicité à sa gloire : « En 2008, les frais de tenue de compte baissent de 35 % ».

Imperméable au ridicule, elle en faisait encore mention dans sa "lettre d'information" de mai 2008 et elle va sans doute nous en bassiner toute l'année, jusqu'à ce qu'elle ait trouvé une autre idée pour 2009. Mais inutile de craindre le pire, puisque le pire est déjà arrivé.

Si on en revient aux activités traditionnelles et réputées ringardes de ce qu'était La Poste, ses dirigeants inventifs ont su diversifier leur offre et s'adjoindre, en fonction des circonstances, des produits dérivés originaux. C'est ainsi que lorsque La Poste avait émis une série de timbres à l'occasion du Tour de France, le bureau de poste de mon quartier, situé dans une rue très passante, vendait des "maillots jaunes" jusque sur le trottoir. Il propose aujourd'hui un choix de cartes illustrées beaucoup plus important que la librairie d'à côté. Celle-ci, par contre, traite bien plus de colis, comme la station-service voisine, toutes deux appartenant à "Relais Colis", un réseau de commerces qui servent de dépôts aux Sociétés de Vente par Correspondance comme La Redoute, 3 Suisses, Blanche Porte, qui ont leurs propres services de messagerie.

Le baratin inepte de ses services de propagande ne peut empêcher la consternation du public (je n'aime pas qu'on m'appelle client quand dans la bouche de celui qui l'emploie ce nom est synonyme de pigeon), en voyant démanteler une administration qui fonctionnait de façon satisfaisante et transformer ses bureaux en "souks" à l'occidentale.