

# 2021

—

## RAPPORT D'ACTIVITÉ



**LA POSTE**  
GROUPE

## SOMMAIRE

Interview du président	P. 02
Gouvernance	P. 04

### P. 06 À 17 LE SENS DE L'HISTOIRE

Itinéraire d'intérêt général	P. 08
2020-2030, une décennie stratégique	P. 12

### P. 18 À 25 AGIR ENSEMBLE

La Poste engagée avec les postiers	P. 20
Agir en employeur responsable et inclusif	P. 22

### P. 26 À 41 UNE ANNÉE D'ACCÉLÉRATION

Quatre branches en synergie	P. 28
Branche Services-Courrier-Colis	P. 30
GeoPost/DPDgroup	P. 33
La Banque Postale	P. 36
Branche Grand Public et Numérique	P. 39

### P. 42 À 65 LA PROXIMITÉ EN ACTION

Pour les clients	P. 44
Pour les territoires	P. 50
Pour un monde durable	P. 56
Pour une société plus inclusive	P. 62

### P. 66 À 88 LE GROUPE LA POSTE EN CHIFFRES

L'essentiel 2021	P. 68
Le groupe à l'international	P. 70
Modèle d'affaires	P. 72
Performances financières	P. 74
Performances sociétales	P. 79
Indicateurs qualité	P. 87

**DEPUIS 600 ANS,  
LA POSTE SE TRANSFORME  
POUR RÉPONDRE  
AUX BESOINS  
DE SES CONTEMPORAINS,  
MAIS LE SENS  
DE SON ACTION, LUI,  
RESTE LE MÊME :  
LA PROXIMITÉ POUR TOUS.**

Ce choix de la proximité a guidé la transformation sans précédent engagée par le groupe ces dernières années, avec le maintien d'une distribution du courrier 6 jours sur 7, une présence sur tout le territoire et le développement d'une palette diversifiée de services du quotidien. Ce choix est aussi inscrit au cœur du plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous » et de ses premières concrétisations structurantes en 2021. Dans une année restée marquée par la crise sanitaire, La Poste a su développer de nouveaux relais de croissance grâce à la mobilisation sans faille des postières et des postiers. Devenue entreprise à mission, elle a confirmé son engagement au service de la société tout entière.



## INTERVIEW

**Philippe Wahl**  
Président-directeur général  
du groupe La Poste

### QUEL REGARD PORTEZ-VOUS SUR CETTE ANNÉE 2021 ?

Au cours d'une année toujours perturbée par la crise sanitaire mondiale, nous avons à la fois assuré nos missions de service public et poursuivi notre développement. Le groupe La Poste affiche des résultats en redressement. Avec un chiffre d'affaires 2021 qui atteint 34,6 milliards d'euros, en croissance de 11%, nous aurons témoigné, une fois encore, de notre résilience et de notre esprit de conquête. Cela a été possible grâce à l'engagement quotidien des 245 000 postières et postiers. Grâce également à nos actionnaires, la Caisse des Dépôts et l'État, qui ont soutenu nos investissements de manière constante et décisive, confortant ainsi notre développement. Leur confiance est un gage de solidité pour le groupe La Poste, qui sera en mesure de leur verser des dividendes au titre de l'année 2021. Et le redressement de nos résultats nous aura permis de verser, cette année, une prime d'intéressement

aux femmes et aux hommes qui, chaque jour, sont les acteurs de la transformation du groupe La Poste.

### VOUS AVEZ LANCÉ EN 2021 UN NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE. QUELLE EST SON AMBITION, QUELLES SONT SES PREMIÈRES RÉALISATIONS ?

Notre plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », lancé en février 2021, marque une accélération de notre transformation. Nous avons placé la qualité de service et la satisfaction de nos clients en tête de nos priorités. Pour répondre à cet enjeu, nous avons créé la nouvelle branche Grand Public et Numérique, qui allie la puissance du réseau physique postal au meilleur de nos services numériques. L'objectif de ce nouveau plan stratégique est de construire pour notre groupe un modèle pérenne permettant une croissance rentable et responsable. Nous voulons financer nous-mêmes notre développement. Nous avons déjà commencé à le faire. Ainsi, La Poste a investi 450 millions d'euros en quatre ans dans son outil logistique colis pour répondre à la croissance rapide de l'e-commerce. Cela porte notre investissement industriel, en France, à plus d'un milliard d'euros ces dix dernières années. Nous investissons aussi pour former les postières et les postiers aux évolutions de leurs métiers, c'est la priorité définie par l'accord social « La Poste engagée avec les postiers », signé le 4 mai 2021.

### LA CROISSANCE DE L'ACTIVITÉ À L'INTERNATIONAL, QUI ÉTAIT UNE TENDANCE FORTE EN 2020, S'EST-ELLE POURSUIVIE CETTE ANNÉE ?

Le développement de notre groupe à l'international s'est encore accéléré en 2021. L'international représente désormais 41% de notre chiffre d'affaires. La Banque Postale a renforcé sa présence au Brésil et en Italie via CNP Assurances. GeoPost/DPDgroup a pris position au Proche-Orient et accentué sa présence en Asie. Avec SEUR en Espagne, BRT en Italie, Chronopost en France, DPD en Europe du Nord et de l'Est, le groupe La Poste exploite aujourd'hui le plus grand réseau routier de livraison de colis en Europe.

### LE DIGITAL, AXE DE DÉVELOPPEMENT DU GROUPE, S'EST-IL ÉGALEMENT ACCÉLÉRÉ ?

Oui, dans le digital, notre groupe a significativement renforcé son expertise numérique, notamment via de la croissance

# « NOTRE PLAN STRATÉGIQUE LANCÉ EN 2021 MARQUE UNE ACCÉLÉRATION DE NOTRE TRANSFORMATION AVEC EN TÊTE DE NOS PRIORITÉS LA SATISFACTION CLIENT. »

externe : acquisition de TimeOne, spécialiste de la génération de profils qualifiés, Openvalue conseil en Big Data et IA, Bortal, comparateur de solutions d'envoi de colis en ligne, ainsi que des activités de signature électronique d'Idemia. Nous avons ancré notre légitimité dans les services de confiance numérique avec 500 000 Identités Numériques La Poste et 7 millions de coffres-forts Digiposte.

### AUX CÔTÉS DE CES NOUVEAUX RELAIS DE CROISSANCE, L'ENGAGEMENT DU GROUPE AU SERVICE DE LA SOCIÉTÉ EST AU CŒUR DE SON ACTIVITÉ...

Nous sommes un acteur clé dans la lutte contre les fractures de la société. Notre action quotidienne vise à accompagner les citoyens dans toutes les transitions, qu'elles soient démographique, numérique, territoriale ou environnementale. Ainsi, nos services de proximité tels que le portage de repas ou la visite du facteur au domicile des personnes âgées sont une réponse aux enjeux de la transition démographique. Les postières et les postiers tissent du lien social, apportent des services et répondent partout aux besoins de proximité. En progression cette année, les nouveaux services de proximité humaine atteignent, au total, 642 millions d'euros de chiffre d'affaires, en croissance de plus de 26%. Nos missions de service public ont par ailleurs été consolidées par la décision de l'État d'accorder une compensation annuelle au titre du service universel postal : c'est une reconnaissance de l'utilité de La Poste dans la vie de la Nation.

### LE GROUPE A ADOPTÉ EN JUIN 2021 LE STATUT D'ENTREPRISE À MISSION. QU'EST-CE QUE CELA CHANGE POUR VOUS ?

Le statut d'entreprise à mission nous engage. Il vient conforter nos actions visant un impact positif sur la société, au travers de quatre engagements : contribuer au

développement et à la cohésion des territoires, favoriser l'inclusion sociale, promouvoir un numérique éthique, inclusif et frugal, œuvrer à l'accélération de la transition écologique pour tous. Tous les jours, nous construisons les preuves de notre engagement sociétal. Ainsi, GeoPost/DPDgroup et la branche Service-Courrier-Colis, les logisticiens du groupe, sont déjà les leaders de la livraison décarbonée en France et en Europe. La Banque Postale est la première banque en France, et dans le monde, à renoncer au financement des énergies fossiles d'ici à 2030. Notre engagement sociétal est reconnu par les agences de notation extra-financière. Le CDP, organisation internationale reconnue, a positionné le groupe La Poste parmi la liste A sur le volet « Climate Change », c'est-à-dire parmi les 200 entreprises les mieux notées au monde. De son côté, l'agence Vigeo Eiris a attribué au groupe La Poste, pour la troisième année consécutive, le premier rang mondial, tous secteurs confondus, avec un score global de 77/100 (+1 point vs 2020). Enfin, EcoVadis a attribué une nouvelle fois à La Poste la médaille Platinum, avec une note de 75/100. Ces éléments de reconnaissance sont des sources de grande fierté pour notre entreprise.

### POUR FINIR, EN QUELQUES MOTS, QUELLE EST VOTRE VISION POUR 2022 ?

L'enjeu climatique, les différentes crises sanitaires, la guerre en Ukraine vont encore accélérer les grandes transitions en cours dans notre société. Nous serons, grâce aux postières et aux postiers, aux côtés de nos millions de clients. En 2022, La Poste continuera à écrire son histoire, celle d'une entreprise humaine et numérique, verte et citoyenne ; celle d'une Poste qui fait de la proximité son métier.

# LE COMITÉ EXÉCUTIF EN 2021

**Philippe Wahl**  
Président-directeur général  
du groupe La Poste



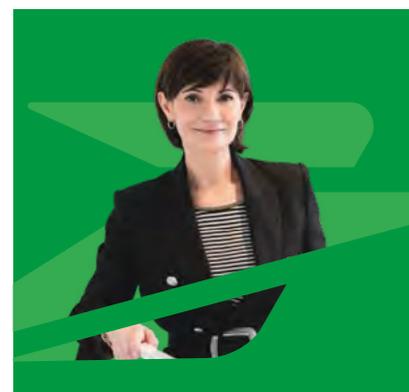
**Philippe Bajou**  
Directeur général adjoint,  
secrétaire général,  
président de La Poste Immobilier



**Yves Brassart**  
Directeur général adjoint,  
en charge des finances  
et du développement



**Nathalie Collin**  
Directrice générale adjointe,  
en charge de la branche  
Grand Public et Numérique



**Valérie Decaux**  
Directrice générale adjointe,  
en charge des ressources  
humaines



**Philippe Dorge**  
Directeur général adjoint,  
en charge de la branche  
Services-Courier-Colis



**Philippe Heim**  
Directeur général adjoint,  
président du directoire  
de La Banque Postale



**Nicolas Routier**  
Directeur général adjoint,  
en charge de la stratégie  
institutionnelle et de la régulation



**Boris Winkelmann**  
Directeur général adjoint,  
président-directeur général  
de GeoPost/DPDgroup  
jusqu'au 15 décembre 2021,  
date à laquelle il est  
soudainement décédé



## LE SENS DE L'HISTOIRE

Depuis son origine, La Poste se transforme. Le groupe est un acteur clé dans la lutte contre les fractures de la société. Son action vise à accompagner les citoyens dans toutes les transitions, démographique, numérique, territoriale et environnementale. Pour répondre aux défis posés par celles-ci, La Poste a lancé en 2021 son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ». Il doit la positionner comme la première plateforme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de ses clients dans leurs projets et de la société tout entière dans ses transformations. Pour renforcer l'impact de son action sociétale, La Poste a également adopté en 2021 le statut d'entreprise à mission.

## ITINÉRAIRE D'INTÉRÊT GÉNÉRAL

# AU SERVICE DES FRANÇAIS DEPUIS SON ORIGINE...

### 16<sup>e</sup> siècle

**Les relais de poste permettent de transporter les messages royaux**

C'est Louis XI qui a créé cette « Poste aux chevaux » en 1477. Dès 1576, les nouveaux messagers royaux sont autorisés à acheminer le courrier des particuliers, même si la pratique reste rare.

### 17<sup>e</sup> siècle

**Un service postal ouvert à tous : « la poste aux lettres »**

Créée en 1602 par Henri IV, cette administration permet à tous les citoyens d'expédier du courrier. À l'époque, les frais de port sont payés par le destinataire.

### 18<sup>e</sup> siècle

**Un service d'État, réparti sur tout le territoire**

À partir de 1760, le facteur fait son apparition dans plusieurs grandes villes. À la Révolution, alors que le monopole de la poste passe du roi à la République, on compte environ 1400 relais poste.

### 19<sup>e</sup> siècle

**La démocratisation du courrier s'accélère**

Avec la réduction du prix de la lettre, la mise en place du service rural en 1830 et le développement du train, le service postal devient accessible à tous.

### 20<sup>e</sup> siècle

**Une entreprise publique autonome**

L'automobile, l'avion puis le TGV permettent au service postal de gagner encore fortement en proximité et en efficacité. Le ministère des Postes et Télécommunications devient un établissement public à caractère industriel et commercial, au service de tous.

### 21<sup>e</sup> siècle

**Une entreprise tournée vers le futur**

Devenue société anonyme à capitaux 100% publics, La Poste accompagne les grandes mutations de notre époque en continuant à se réinventer. Elle développe un modèle multiactivité novateur et robuste, tout en plaçant ses engagements sociétaux au cœur de ce modèle.

## 1

### Le service universel postal

La Poste assure la levée et la distribution du courrier 6 jours sur 7 au domicile des Français, sur tout le territoire, à des prix encadrés et maîtrisés. Respectant les principes d'égalité, de continuité et d'adaptabilité, ce service concourt à la cohésion sociale et au développement équilibré des territoires.

## 2

### Le transport et la distribution de la presse

Partout en France, et 6 jours sur 7, La Poste distribue près de 7000 publications à des tarifs abordables. Une mission essentielle au pluralisme démocratique, qui garantit à tous les citoyens un accès égal à l'information.

## 3

### L'aménagement du territoire

La Poste s'est engagée à maintenir au moins 17 000 points de contact afin d'assurer une présence postale sur l'ensemble du territoire. Premier réseau de proximité humaine en France, le réseau La Poste permet ainsi à 97,1% de la population de résider à moins de 5 km ou à 20 minutes en voiture d'un point de contact.

## 4

### L'accessibilité bancaire

Toute personne qui en fait la demande peut ouvrir un livret A à partir de 1,50 euro et y effectuer gratuitement des retraits ou des dépôts. La Banque Postale garantit ainsi aux personnes exclues du système bancaire classique un accès universel à des services bancaires gratuits, simples et indispensables.

# ET FORTE DE SES 4 MISSIONS DE SERVICE PUBLIC...



# LA POSTE DÉFINIT SA RAISON D'ÊTRE...

**Au service de tous, utile à chacun, La Poste, entreprise de proximité humaine et territoriale, développe les échanges et tisse des liens essentiels en contribuant aux biens communs de la société tout entière.**

Révélée en 2021, la raison d'être de La Poste exprime le sens fondamental de ses activités au service de la société. Coconstruite avec les postiers et toutes les parties prenantes du groupe, elle s'inscrit dans le prolongement de son histoire et de ses missions de

service public. Intemporelle, elle établit un pont avec le monde de demain en ancrant la volonté de La Poste d'accompagner les grandes transitions – numérique, territoriale, démographique et écologique – de notre époque.

## ET DEVIENT ENTREPRISE À MISSION.

En adoptant le statut innovant d'entreprise à mission quelques mois après sa promulgation, La Poste conforte son positionnement d'entreprise à impact positif, conciliant performance économique et intérêt général. En phase avec les exigences de ce statut, elle a pris quatre engagements sociétaux reflétant sa raison d'être et incarnant sa contribution aux biens communs de la société tout entière :

- Contribuer au développement et à la cohésion des territoires
- Favoriser l'inclusion sociale
- Promouvoir un numérique éthique, inclusif et frugal
- Œuvrer à l'accélération de la transition écologique pour tous

Créé pour l'occasion, un comité des parties prenantes est chargé d'assurer le suivi de ces engagements en toute indépendance.

Dans la foulée de sa maison-mère, La Banque Postale est aussi devenue entreprise à mission en février 2022, avec des objectifs sociaux, environnementaux et territoriaux inscrits au cœur de ses statuts. Elle a placé son plan stratégique 2030 sous le signe d'une transition juste.

**2020-2030, UNE DÉCENNIE  
STRATÉGIQUE**

# UNE AMBITION FORTE...

**Devenir la première plateforme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de ses clients dans leurs projets et de la société tout entière dans ses transformations.**

« La Poste 2030, engagée pour vous », c'est le nom du plan stratégique qui guidera le développement du groupe pendant les dix prochaines années. Un nom qui fait écho à la raison d'être de La Poste et à ses engagements pris en tant qu'entreprise à mission, au service de tous et utile à chacun.

À travers son plan stratégique, La Poste veut développer un modèle économique autoporteur pour l'ensemble du groupe et pour chacune de ses activités : c'est ainsi qu'elle entend réussir sa transformation, en étant durablement une entreprise en croissance rentable.

**« C'EST LE PLAN STRATÉGIQUE  
D'UNE ENTREPRISE QUI  
SE DONNE COMME PREMIER  
OBJECTIF DE MIEUX  
SERVIR SES CLIENTS ET DE  
LEUR SIMPLIFIER LA VIE.**

**C'est le plan d'une entreprise qui s'engage aussi pour la société tout entière, pour l'aider à gérer la transition démographique, la transition numérique, la transition écologique et la transition territoriale. »**

Philippe Wahl, président-directeur général  
du groupe La Poste

# REPOSANT SUR TROIS DYNAMIQUES :

**— Conforter le socle  
des activités  
historiques du groupe :**

le courrier, le réseau et ses missions  
de service public.

**— Accélérer  
le développement  
de ses moteurs de  
croissance actuels :**

le colis et l'e-commerce pour devenir le leader  
de la logistique décarbonée; la bancassurance pour  
devenir le leader de la finance durable.

**— Construire la  
croissance de demain  
en préparant les  
nouveaux modèles**

avec des services digitaux de confiance pour répondre  
aux enjeux de protection numérique, et les  
services de proximité humaine pour répondre  
aux besoins de lien social et de solidarité.

Chacune des quatre activités du groupe traduira ces trois dynamiques en actions concrètes : la logistique (courrier, colis, services à l'e-commerce), la bancassurance, les services numériques de confiance, les services de proximité (dont la silver santé) et le réseau de distribution.

# 7 AXES PRIORITAIRES

Pour réaliser ses ambitions stratégiques et atteindre son objectif de croissance rentable, le groupe La Poste s'est fixé sept priorités.



## Client

Servir les clients au plus haut niveau de qualité, innover pour rester leur intermédiaire privilégié et conquérir de nouvelles clientèles (professionnels, jeunes...).

### EN ACTION

90% des services de La Poste sont désormais accessibles en ligne 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 sur le site laposte.fr et son application mobile.



## Présence

S'affirmer toujours plus présent, grâce à la puissance combinée de ses réseaux physiques, numériques et humains, au service du développement.

### EN ACTION

35 000 points d'accès à un service postal accueillent les clients sur l'ensemble du territoire.



## Numérique

Accélérer la transformation digitale, développer les services de confiance numérique et contribuer à l'inclusion numérique.

### EN ACTION

Plus de 500 000 Identités Numériques La Poste ont déjà été créées fin 2021. Preuve d'identité et moyen de connexion universel sécurisé, L'Identité Numérique simplifie les démarches en ligne.



## International

Dépasser les frontières géographiques en captant la croissance internationale.

### EN ACTION

Le groupe La Poste, présent dans 63 pays, réalise 41% de son chiffre d'affaires à l'international et a distribué 2,8 milliards de colis en France et à l'international en 2021.



## Vert

S'engager en tant qu'entreprise leader de la transformation écologique et la rendre accessible à tous.

### EN ACTION

Le groupe La Poste et la Caisse des Dépôts lancent Movivolt, société de location longue durée de véhicules électriques pour les professionnels, avec un objectif de 10 500 véhicules loués à l'horizon 2025. Elle bénéficie des savoir-faire de Véhiposte (gestion de flottes de véhicules électriques d'entreprise), de La Banque Postale Leasing & Factoring (financements locatifs), et de la capacité conjointe de la Banque des Territoires et de La Banque Postale à investir dans la transition énergétique des territoires.



## Citoyen

S'affirmer dans son nouveau statut à mission. Donner les preuves de sa responsabilité citoyenne, sociale et sociétale.

### EN ACTION

370 bureaux de poste sont labellisés France services mi-janvier 2022 : ils proposent aux clients un accompagnement dans leurs démarches administratives du quotidien, auprès de 9 opérateurs publics. La Poste et la Banque des Territoires ont aussi lancé des expérimentations de France services en mobilité.



## Pacte social et culture managériale

Renforcer la fierté et l'engagement des postiers, déployer l'accord social 2021-2023 « La Poste, engagée avec les postiers » et mettre en œuvre une organisation plus agile.

### EN ACTION

En 2021, 25 000 collaborateurs ont déjà pris part au programme de formation Cap Compétences Numériques, sur le numérique, l'intelligence artificielle et la data.

# 5 PROJETS D'ACCÉLÉRATION

En complément des sept priorités inscrites dans son plan stratégique pour 2030, La Poste a lancé cinq « projets d'accélération groupe ». Ciblés sur des enjeux spécifiques particulièrement décisifs, ils feront l'objet d'une collaboration active des branches du groupe, avec des avancées concrètes et rapides à la clé.



## Les pros

Gammes de services sur mesure, applications et espaces Web dédiés, conseils pour la création d'entreprise... La Poste est déjà très présente aux côtés des pros. Avec un potentiel de près de 5 millions de clients à conquérir, elle souhaite aller plus loin en mobilisant toutes les branches du groupe pour améliorer leur expérience client.

### EN ACTION

Le groupe a lancé, en 2021, l'offre Digiposté pour les pros, une nouvelle solution pensée pour les dirigeants de TPE, les autoentrepreneurs ou les créateurs d'entreprise. En centralisant tous leurs documents importants dans une boîte aux lettres numérique intelligente et sécurisée, elle simplifie leurs démarches administratives.



## Le développement territorial

Engagé aux côtés des territoires, le groupe La Poste donne une nouvelle impulsion à son action en se positionnant comme leur partenaire privilégié. Attractivité territoriale, numérisation des services au public, développement des mobilités durables ou encore maintien des seniors à domicile... Face aux multiples enjeux que les territoires doivent relever, La Poste mobilise ses expertises et conçoit des offres qui s'adaptent aux spécificités locales.

### EN ACTION

La Poste Immobilier, la Banque des Territoires et 123 Investment Managers créent la société civile immobilière Résidences seniors La Poste pour accompagner le développement des résidences services seniors du groupe La Poste. Le groupe devient l'un des grands acteurs des résidences services seniors avec 11 résidences lancées en 2021.



## L'intelligence artificielle et les données

Dans tous les secteurs d'activité, la collecte, l'analyse et l'exploitation des données de tous types sont aujourd'hui des leviers de performance. La Poste entend tirer parti de cette opportunité pour développer ses activités, améliorer l'efficacité opérationnelle mais aussi renforcer la qualité de service et la satisfaction de ses clients, grâce à des offres plus lisibles et adaptées aux besoins de chacun, tout en garantissant un usage éthique de ses données. Elle souhaite aussi se positionner comme un acteur de référence du conseil en intelligence artificielle (IA).

### EN ACTION

En 2021, La Poste a annoncé l'acquisition d'Openvalue, cabinet de conseil en big data et en IA. Aux côtés de Probayes et Softeam, le groupe crée ainsi un champion français de la data et de l'IA, avec plus de 350 experts au service des grandes entreprises et de leurs projets d'IA.



Urby est une entreprise de logistique urbaine, filiale du groupe La Poste et de la Banque des Territoires



## La logistique urbaine

Pour accompagner le défi de villes plus durables, plus attractives et plus agréables à vivre, sans pour autant freiner leur dynamisme économique, le groupe La Poste accélère pour atteindre son objectif de devenir le leader de la logistique décarbonée en France et en Europe.

### EN ACTION

L'objectif de livraison zéro/faibles émissions en France et en Europe d'ici à 2025 a été rehaussé à 350 villes. Fin 2021, plus de 4 800 véhicules basses émissions livrent près de 180 villes en Europe. 300 vélos-cargos ont été déployés dans 22 métropoles françaises et 20 camions électriques ont été acquis.



## Les jeunes

Les jeunes d'aujourd'hui sont les clients et, pour certains d'entre eux, les postiers de demain. La Poste veut par conséquent renforcer son attractivité auprès d'eux, avec une ambition claire : devenir le partenaire de leur autonomie, en les accompagnant à chaque étape de leur vie scolaire et étudiante.

### EN ACTION

Du 7 septembre au 28 octobre 2021, La Poste a organisé une tournée des campus dans 11 villes, en allant à la rencontre de 1,4 million d'étudiants. Dans un camion aménagé pour l'occasion, des postiers leur ont fait découvrir des offres pensées pour eux, comme des prêts étudiants pour financer leurs études, des comptes bancaires adaptés, les forfaits La Poste Mobile, ou encore l'accompagnement dans leur recherche d'emploi.



# ENSEMBLE

## AGIR ENSEMBLE

**Dans une conjoncture marquée par de profondes mutations, le groupe La Poste peut compter sur la mobilisation de ses 245 000 collaborateurs pour mener à bien sa transformation. Pour y parvenir, La Poste développe une politique d'employeur responsable et propose aux postiers des parcours professionnels attractifs dans le cadre de son nouvel accord social conclu en 2021 pour une durée de trois ans.**



# LA POSTE, ENGAGÉE AVEC LES POSTIERS

En mai 2021, La Poste et les organisations syndicales ont signé un nouvel accord social 2021-2023, intitulé « La Poste, engagée avec les postiers ». Au service du nouveau plan stratégique, cet accord doit permettre à chaque postier d'être acteur de l'évolution du groupe, en envisageant sereinement son avenir dans un emploi de qualité. Couvrant tous les métiers, il conforte le rôle clé des ressources humaines au service du développement de l'activité et de l'engagement sociétal du groupe.

## FORMATION : DES INVESTISSEMENTS SOUTENUS

L'adéquation des compétences des postiers aux besoins de l'entreprise constitue un enjeu clé pour réussir la transformation de La Poste. La formation professionnelle est un levier pour atteindre cet objectif et favoriser l'employabilité des postiers.

Sur la durée de l'accord, La Poste s'est ainsi engagée à **investir au moins 200 millions d'euros par an en faveur de la formation**. 92,3% des collaborateurs de La Poste SA et de ses filiales en France et en Europe ont ainsi suivi au moins une formation dans l'année. 60% des postiers ont bénéficié d'une formation à distance.

En 2021, La Poste a notamment lancé le programme Cap Compétences Numériques, un parcours de formation complet et personnalisé au numérique, l'intelligence artificielle et la data. Par ailleurs, 5000 postiers bénéficieront chaque année d'une formation certifiante reconnue, attestant de la maîtrise du socle des usages numériques professionnels.

## DES PARCOURS DE MOBILITÉ INTERNE INNOVANTS

La fluidité de l'emploi en interne constitue un des volets du nouvel accord. **Pour La Poste, l'employabilité des postiers est un enjeu prioritaire** et un moyen de continuer à jouer son rôle historique d'ascenseur social. Pour y répondre, le groupe a mis en place une gestion anticipée, dynamique et locale des compétences ainsi qu'un accompagnement renforcé des postiers. Près de 28000 d'entre eux ont bénéficié d'un accompagnement par les équipes mobilité et recrutement et 377 collaborateurs de la branche Services-Courrier-Colis sont devenus chargés de clientèle en bureaux de poste.

# 92,3%

C'est le taux d'accès à la formation des postiers du groupe.

# 29 000

postiers formés au numérique avec Cap Compétences Numériques.

Objectif : 100% des postiers formés en 2025.

# 18 532

collaborateurs ont bénéficié d'une évolution professionnelle.

# 186 M€

consacrés en 2021 à l'offre sociale (loisirs, enfance, restauration, solidarité).

En 2021, **La Poste a créé deux dispositifs pour accompagner les postiers vers des métiers qui recrutent** en fonction de leurs souhaits d'évolution et pour faciliter la mobilité au sein du groupe. Le « parcours pionnier » prévoit un cursus de formation de longue durée et une certification externe, visant à combler un écart de compétences significatif avec le poste visé; et « l'itinéraire balisé » permet, quand cet écart est moindre, d'alterner temps de formation et périodes d'immersion dans le poste, avec une validation en interne ou en externe des compétences.

## « NOTRE GROUPE SE TRANSFORME, SES MÉTIERS AUSSI. TOUT L'ENJEU DE LA POSTE, EMPLOYEUR RESPONSABLE ET INCLUSIF, EST D'ACCOMPAGNER CES TRANSFORMATIONS,

au plus près des postiers, au service du développement des activités du groupe. »

Valérie Decaux, directrice générale adjointe du groupe La Poste, en charge des ressources humaines



### DU CONCRET POUR LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

La qualité de vie au travail est à la fois une responsabilité majeure pour le groupe en tant qu'employeur, un moteur d'engagement pour les postiers et un levier de performance pour l'entreprise. **La Poste déploie, notamment, la démarche « Les Essentiels QVT »**, qui vient apporter des réponses concrètes aux situations professionnelles dans lesquelles les collaborateurs peuvent ressentir du stress et des difficultés. Conçue avec l'Agence nationale pour l'amélioration des conditions de travail (Anact), cette démarche a déjà été mise en place dans 50% des entités de La Poste en 2021.

La Poste s'attache à maintenir un bon équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle : le 4 novembre 2021, elle a ainsi signé avec les organisations syndicales un avenant à l'accord social relatif au télétravail qui élargit le champ des bénéficiaires et améliore les conditions du travail hybride. Fin 2021, 7 632 collaborateurs bénéficiaient du dispositif de télétravail.

### PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DES POSTIERS

Les actions en matière de prévention des risques professionnels et des accidents du travail se sont poursuivies en 2021, avec notamment l'expérimentation d'équipements de travail innovants – objets connectés, aides à la manutention ou exosquelettes – pour prévenir les troubles musculosquelettiques auprès des 80% de collaborateurs qui exercent des métiers de terrain.

En 2021, le groupe est resté mobilisé pour accompagner les postiers face aux conséquences de la crise sanitaire. **La Poste a notamment assuré le maintien à 100% du salaire net des postiers éloignés du service** pour des raisons de santé ou de garde d'enfants et ne pouvant pas télétravailler. Elle a aussi favorisé les actions de prévention comme la vaccination sur le lieu de travail.

## « APRÈS AVOIR ÉTÉ CONSEILLÈRE EN CRÉDIT IMMOBILIER PENDANT DIX ANS, J'AI BÉNÉFICIÉ D'UN "ITINÉRAIRE BALISÉ".

Ce nouveau dispositif de mobilité interne m'a permis d'évoluer et de devenir acheteuse en prestations RH. Ce n'est pas dans toutes les entreprises qu'on peut accéder à six mois de formation pour changer de métier. »

Marion, acheteuse en prestations RH



# 18

accords sociaux signés en 2021 au sein de La Poste SA.



# AGIR EN EMPLOYEUR RESPONSABLE ET INCLUSIF

**Le groupe La Poste est aujourd'hui l'un des premiers recruteurs en France. Fort de ses 245 000 collaborateurs, employeur responsable, le groupe agit en faveur d'un emploi de qualité et mène une politique sociale volontariste tournée vers l'insertion, l'inclusion et la diversité, qui participent à l'attractivité de l'entreprise, notamment auprès des jeunes.**

## ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES-HOMMES : DES ENGAGEMENTS ET DES ACTES

En 2021, La Poste a obtenu pour la troisième année consécutive la note de 94/100 à l'index égalité femmes-hommes, témoignant de sa politique active dans ce domaine. Porté par des ambassadeurs et ambassadrices dans toutes les branches d'activité, le réseau Un.e a par exemple été créé pour promouvoir la parité à tous les niveaux de fonction. Fin 2021, **les femmes représentaient 52,7% des effectifs du groupe et 35,1% de ses cadres dirigeants**, un chiffre que La Poste s'est engagée à porter à 40% en 2025. À signaler également en 2021, le lancement d'un dispositif complet de prévention et de lutte contre le sexisme.

## HANDICAP : UNE POLITIQUE DÉTERMINÉE D'ACCUEIL ET D'INSERTION

Avec plus de 14 000 postiers en situation de handicap, **La Poste est le premier employeur de personnes handicapées en France**. En 2021, le taux de bénéficiaires de l'obligation d'emploi (BOE) de La Poste SA a continué à progresser, passant de 7,74% à 8,66%. En parallèle d'une politique active de maintien dans l'emploi, le groupe mène de nombreuses initiatives de sensibilisation. Dans le cadre de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées, La Poste a notamment participé pour la troisième fois au Duoday, en permettant à des personnes en situation de handicap de découvrir ses métiers en duo avec des postiers volontaires. Elle a proposé 133 offres de stage découverte à des personnes en situation de handicap.

## SOUTENIR L'EMPLOI DES JEUNES

Engagée depuis de nombreuses années dans une politique de formation et d'insertion des jeunes, **le groupe La Poste est en 2021 le premier recruteur d'alternants en France** avec 5 708 nouveaux contrats d'apprentissage et de professionnalisation. Elle a aussi accueilli 4 300 stagiaires, dont 11% issus des quartiers prioritaires de la ville. Le groupe s'est par ailleurs mobilisé, aux côtés des pouvoirs publics, pour accompagner les 16-25 ans dans le cadre du plan « 1 jeune, 1 solution » : en 2021, il a ainsi proposé à ces jeunes 8 000 solutions, à travers des recrutements en alternance, en CDD ou en CDI.

# 10 609

**recrutements en CDI au sein du groupe en France, dont 25% ont moins de 25 ans (données 2021).**

# 94/100

**Index égalité femmes-hommes à La Poste.**

# 14 000

**personnes en situation de handicap**

**et 3,7 M€ consacrés à la politique handicap dont plus de 60% consacrés à des actions de maintien dans l'emploi (données 2021).**

## Lutter contre toutes les formes de discrimination

- Dispositif renforcé de prévention des situations de harcèlement.
- Signature de la Charte de la parentalité de l'Observatoire de la qualité de vie au travail, qui promeut notamment la non-discrimination dans l'évolution professionnelle des salariés parents.
- Nouvelle campagne de communication pour lutter contre les stéréotypes liés au genre, à la sexualité, à l'origine et au handicap.



## UNE ANNÉE D'ACCÉLÉRATION

Avec son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », La Poste s'est donné une feuille de route pour les dix ans à venir. Elle a adapté son organisation au regard de son premier objectif : mieux servir ses clients et leur simplifier la vie, en créant la branche Grand Public et Numérique. Ses quatre branches d'activité œuvrent ensemble pour déployer la stratégie du groupe et accélérer son développement, notamment dans l'e-commerce, la bancassurance, les services de proximité et les solutions de confiance numérique, ses relais de la croissance de demain.

# ACCÉLÉRATION

# 4 BRANCHES EN SYNERGIE

## SERVICES-COURRIER-COLIS

65 000 facteurs sillonnent les routes de France, 6 jours sur 7, pour aller à la rencontre des Français et leur garantir bien plus que la distribution du courrier, de la presse et des colis : des services utiles et une proximité humaine.

## GEOPOST/DPDGROUP

Spécialiste de la livraison de colis de moins de 30 kg, présent dans 49 pays, GeoPost/DPDgroup fait du groupe La Poste le numéro un du colis en Europe et incarne la branche postale à la conquête du monde.

## LA BANQUE POSTALE

Citoyenne et utile, ambitieuse et diversifiée, en France et à l'international, La Banque Postale est un bancassureur qui accompagne ses clients dans tous leurs moments de vie et dans tous leurs projets.

## GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE

Créée en 2021, la branche Grand Public et Numérique réunit 50 000 collaborateurs issus du réseau La Poste, des entités numériques du groupe (dont la filiale Docaposte) et des activités grand public de la branche Services-Courrier-Colis. Objectif : devenir la vitrine de La Poste pour le grand public, en alliant proximité humaine et numérique.

### Ambition 2030

Devenir le premier opérateur de services humains de proximité et des services à l'e-commerce centré sur la satisfaction et l'expérience client :

- développer un Courrier plus fiable, plus digital, plus vert et plus rentable;
- doubler les volumes de Colissimo;
- devenir leader des services de silver économie et santé autour du domicile;
- changer de dimension dans les services liés à la transition écologique et ceux liés à la connaissance et au développement des territoires.

### Dès demain

Poursuivre la modernisation de son outil industriel, développer la livraison en J+1 des colis et l'interactivité avec le client.



**505 M**

de Colissimo livrés dans le monde en 2021



**10 620 M€**

de chiffre d'affaires en 2021

### Ambition 2030

Devenir la référence internationale en matière de livraison durable et le catalyseur de l'accélération de l'e-commerce via trois leviers :

- renforcement de sa position en BtoB et expansion du transfrontalier intra-Union européenne;
- accélération sur le XtoC<sup>(2)</sup>, l'alimentaire, la santé, la logistique urbaine;
- développement des marchés et des flux internationaux, ainsi que des segments de marché innovants de l'e-commerce.

### Dès demain

D'ici à 2025, livrer 350 villes européennes, soit 25% des habitants, avec des modes de livraison à faibles émissions.



**2,1 Mds**

de colis distribués par GeoPost/DPDgroup dans le monde en 2021



**14 701 M€**

de chiffre d'affaires en 2021 (dont 2 200 M€ pour Asendia)

(2) Accompagnement de l'expansion de la livraison aux particuliers.

### Ambition 2030

Devenir la banque préférée des Français, qu'ils soient clients, citoyens ou collaborateurs :

- être un leader de l'expérience client, en intégrant le top 3 des banques françaises de la satisfaction client;
- réaffirmer l'ambition citoyenne au service de la transition juste;
- placer l'expérience collaborateur au cœur du projet stratégique.

### Dès demain

Proposer 100% des produits et services du quotidien en accès digitalisé dès 2022.



**1<sup>re</sup>**

banque mondiale en matière de RSE<sup>(1)</sup>



**8 017 M€**

de chiffre d'affaires en 2021

(1) Classement Moody's ESG Solutions (ex-Vigeo Eiris), juin 2021. RSE : responsabilité sociétale des entreprises.

### Ambition 2030

Faire de La Poste la première plateforme humaine et digitale en France, en relevant trois défis :

- le défi de l'expérience clients, avec une attention réciproque pour les clients et pour les postiers;
- le défi du modèle économique, en faisant notamment du numérique et des services de proximité de puissants relais de croissance;
- le défi de la présence, en construisant une plateforme de services physique et digitale.

### Dès demain

Distribuer 100% des offres et services de La Poste 24 heures sur 24 sur laposte.fr et sur la nouvelle application mobile La Poste.



**1,1 Md**

de visites sur le site internet laposte.fr en 2021



**6 723 M€**

de chiffre d'affaires en 2021

# BRANCHE SERVICES-COURRIER-COLIS, LA PROXIMITÉ RÉINVENTÉE

**Avec plus de 114 000 collaborateurs, 505 millions de Colissimo traités et un chiffre d'affaires de plus de 10 milliards d'euros en 2021, la branche Services-Courrier-Colis est le premier réseau de proximité humaine de France. Son ambition pour 2030 : devenir le premier opérateur des services humains de proximité et des services à l'e-commerce.**

Pour mettre en œuvre cette ambition, la branche mise sur le développement d'une culture toujours plus centrée sur la qualité et la satisfaction client, avec trois prérequis : une présence maintenue pour tous et dans tous les territoires, des facteurs toujours disponibles 6 jours sur 7 et des services accessibles en permanence grâce à la digitalisation des offres.

L'activité Services-Courrier-Colis compte agir sur trois leviers stratégiques :  
– **conforter l'avenir de ses métiers historiques liés au courrier.** Avec une estimation de 3,3 milliards de colis distribués en 2030, le courrier restera utile mais devra

aussi être plus digital, plus vert et plus rentable. Pour pérenniser la mission de service public de service universel postal, l'État a accordé à La Poste une dotation annuelle de 520 millions d'euros. La branche continuera son développement pour maintenir sa position de leader sur le marché du marketing relationnel;

– **donner toute leur puissance aux services de l'e-commerce.** D'ici à 2030, la branche prévoit de doubler l'activité de Colissimo, tout en étant le leader de la livraison responsable. Pour y parvenir, elle poursuivra dès 2022 la modernisation de son outil industriel et la décarbonation de ses activités. La branche prévoit par ailleurs de tripler son chiffre d'affaires sur les nouveaux services de logistique de proximité comme Log'issimo;

– **changer de dimension sur les nouveaux services de proximité.** La diversification amorcée il y a plus de cinq ans s'étant révélée gagnante, la branche se fixe pour objectif de devenir le leader des services de silver économie et santé d'ici à 2030, en s'appuyant sur ses filiales de santé à domicile (Asten Santé, Diadom...). Même ambition sur les marchés de l'efficacité énergétique des logements, de l'économie circulaire et de la connaissance des territoires, où elle compte doubler son chiffre d'affaires d'ici à 2025.

**1 MD**  
**de Colissimo distribués d'ici à 2030,**  
soit +50% par rapport à 2021.



**608 M€**  
**de chiffre d'affaires sur les nouveaux services de proximité,**  
soit +27% par rapport à 2020.

## 2021, UNE NOUVELLE ÉTAPE DANS LA MODERNISATION DE L'OUTIL INDUSTRIEL

Après un premier volet de 450 millions d'euros en 2018, la branche Services-Courrier-Colis investit à nouveau 450 millions d'euros sur quatre ans dans son outil industriel. Lancé en 2021, ce plan permettra de financer plus de 100 projets de modernisation et la création de nouveaux sites partout en France, avec à la clé des centaines d'emplois directs et indirects, et contribuera au maintien de milliers d'emplois de facteurs. En 2021, la branche a ouvert sa 5<sup>e</sup> plateforme de tri « nouvelle génération » à Montereau-sur-le-Jard, en



**« EN CONFORTANT SES MÉTIERS HISTORIQUES ET EN DÉVELOPPANT LES NOUVEAUX SERVICES, LA BRANCHE SERVICES-COURRIER-COLIS AMBITIONNE DE DEVENIR LE PREMIER OPÉRATEUR DE SERVICES HUMAINS DE PROXIMITÉ ET DES SERVICES À L'E-COMMERCE. »**

Philippe Dorge, directeur général adjoint du groupe La Poste, en charge de la branche Services-Courrier-Colis

Seine-et-Marne. S'étendant sur 23 000 m<sup>2</sup> environ, elle est à ce jour la plus grande plateforme de tri Colissimo et peut traiter plus de 37 000 colis par heure.

## LOG'ISSIMO, UNE NOUVELLE GAMME ÉTENDUE DE SERVICES LOGISTIQUES DE PROXIMITÉ

Avec plus de 100 000 clients et un réseau de 13 000 courses quotidiennes, La Poste est aujourd'hui le leader des services logistiques de proximité. Pour aller plus loin, elle a lancé Log'issimo, une nouvelle marque pour accompagner les entreprises et les collectivités face aux défis de la logistique du premier et du dernier kilomètre. Répondant à une forte demande, celle-ci inclut des solutions diversifiées neutres en carbone portant sur la collecte, la préparation de commandes, le stockage de marchandise en proximité des zones de consommation, ou encore la livraison sur mesure.

# GEOPOST/DPDGROUP, LE CAP INTERNATIONAL

**Avec 120 000 employés et collaborateurs présents dans 49 pays, GeoPost/DPDgroup a pour ambition de devenir d'ici à 2030 le leader international de la livraison durable et un catalyseur de l'accélération de l'e-commerce. En 2021, la branche maintient un rythme de croissance soutenu et déploie son nouveau plan stratégique.**

Pour devenir la référence internationale en matière de livraison durable et un acteur majeur de l'accélération de l'e-commerce, GeoPost/DPDgroup s'appuie sur son nouveau plan stratégique « Together & Beyond ». Celui-ci s'articule autour de trois priorités :  
– **développer le cœur de métier de l'entreprise en Europe.** Dans un contexte de concurrence accrue, GeoPost/DPDgroup entend rester le leader des flux entre entreprises en Europe. Le groupe veut aussi continuer à accélérer sur les marchés dynamiques des livraisons aux particuliers, de l'envoi entre particuliers et de

**562 M€**  
**en 2021 pour**  
**accroître**  
**les capacités**  
**de livraison**  
**de GeoPost/**  
**DPDgroup.**

**Situé au Royaume-Uni et capable de trier 72 000 colis par heure, le nouveau « hub 5 » de DPD UK est le plus grand site de traitement de colis entièrement automatisé d'Europe.**



la livraison hors domicile. Il compte développer son réseau de livraison et proposer à terme 100 000 points de contact;

– **accélérer les relais de croissance.** GeoPost/DPDgroup prévoit de capitaliser sur les services de livraison dans les domaines de la santé et de l'alimentaire, qui ont connu une croissance exponentielle avec la crise sanitaire. L'entreprise prévoit aussi de déployer toujours plus de services innovants en matière de logistique urbaine, en se positionnant en leader du secteur;

– **conquérir de nouveaux marchés internationaux.** GeoPost/DPDgroup a pour ambition de doubler d'ici à 2025 la part de son chiffre d'affaires réalisé à l'international. Pour y parvenir, le groupe sou-

haite renforcer sa présence dans les zones géographiques les plus dynamiques comme l'Asie du Sud-Est, le Moyen-Orient, l'Afrique et l'Amérique du Sud, qui concentreront 80% de la croissance des livraisons de colis dans les années à venir.

Pour mettre en œuvre ces trois priorités, GeoPost/DPDgroup agit en pionnier de la livraison durable : un plan innovant de livraisons à faible taux d'émissions lui permettra d'ici à 2025 de réduire ses émissions annuelles de CO<sub>2</sub> de 83% par rapport à 2021 dans 350 grandes villes européennes.

### DES AVANCÉES STRATÉGIQUES SIGNIFICATIVES

En 2021, GeoPost/DPDgroup a maintenu la forte dynamique de l'année précédente, avec un chiffre d'affaires en hausse de 60% en deux ans. L'activité colis international du groupe avait ainsi toutes les cartes en main pour commencer à déployer son nouveau plan stratégique à 2030, en accélérant son développement à l'international. Elle détient désormais 43,3% du capital de Ninja Van, société de livraison de colis présente en Asie du Sud-Est. Elle a acquis 24,9% du capital d'Aramex, opérateur logistique au Moyen-Orient, en Asie et en Océanie. Asendia<sup>(1)</sup> a par ailleurs porté à 100% sa participation dans d'eShopWorld, un leader de l'e-commerce transfrontalier de bout en bout.

Même accélération sur des segments de marché stratégiques comme la santé : GeoPost/DPDgroup a, par exemple, fait l'acquisition de BK Pharma Logistics, société néerlandaise spécialiste du transport en température contrôlée. Sur le marché de l'alimentaire, GeoPost/DPDgroup a acquis 87,5% du capital de la start-up française Epicery, qui a développé une application de commande de produits frais auprès des commerçants de quartier. En Belgique, le service de livraison express de produits secs, frais et surgelés DPD fresh a conclu un partenariat avec Season, fournisseur de plats cuisinés. Enfin, le groupe a aussi marqué des points dans le domaine de la livraison hors domicile, en prenant une participation de 25% dans Pudo, le plus grand réseau indépendant de consignes en Espagne, également présent au Portugal. En Italie, le leader du colis BRT – qui fait partie de GeoPost/DPDgroup – s'est associé à Fermopoint, un réseau de relais comptant plus de 3 700 magasins.

(1) Coentreprise de La Poste et Swiss Post.

**43,3%**  
**C'est le nouveau niveau de participation de GeoPost/DPDgroup dans Ninja Van,**  
**qui confirme son ambition de croissance en Asie du Sud-Est.**



**« GRÂCE À NOTRE ADN, QUI PUISE SA FORCE DANS NOS COLLABORATEURS, NOTRE MODÈLE RESPONSABLE ET NOTRE ESPRIT D'ENTREPRISE, NOUS SOMMES PRÊTS À AMPLIFIER NOTRE DÉVELOPPEMENT ET À ACCÉLÉRER LA MISE EN ŒUVRE DE NOTRE PLAN STRATÉGIQUE. »**

Yves Delmas, directeur général adjoint du groupe La Poste et administrateur directeur général de GeoPost/DPDgroup. Il a succédé à Boris Winkelmann.

# LA BANQUE POSTALE : LA TRANSITION JUSTE EN ACTION(S)

**100% ISR**  
La Banque Postale  
Asset Management  
se positionne  
comme leader  
de la finance  
durable.

**11<sup>e</sup> banque<sup>(1)</sup> de la zone euro  
après seulement 16 ans  
d'existence, La Banque Postale  
affiche une ambition claire :  
devenir la banque préférée  
des Français à travers une  
expérience client exemplaire  
et son leadership dans la finance  
à impact. Pour y parvenir, elle  
lance en 2021 son nouveau plan  
stratégique 2030.**



**« EN ADOPTANT LE STATUT  
D'ENTREPRISE À MISSION  
AU SERVICE DE LA TRANSITION  
JUSTE, LA BANQUE POSTALE FAIT  
DE L'IMPACT POSITIF UN LEVIER  
CLÉ DE PERFORMANCE. »**

**Philippe Heim**, directeur général adjoint du groupe La Poste  
et président du directoire de La Banque Postale

Pour atteindre son ambition, La Banque Postale a bâti son nouveau plan stratégique autour de trois grands enjeux :

- **se positionner dans le top 3 des leaders de l'expérience client** dès 2023 pour les services à distance et d'ici à 2025 pour tous les services. Pour y parvenir, elle s'appuiera sur ses trois marques commerciales : La Banque Postale, la banque au quotidien ; Ma French Bank, la banque 100% mobile ; et Louvre Banque Privée<sup>(2)</sup>, la banque privée ;
- **réaffirmer son ambition citoyenne au service d'une transition juste**, répondant aux enjeux environnementaux, sociétaux, territoriaux et numériques ;
- **placer l'expérience collaborateur au cœur de son projet stratégique**, avec trois priorités : renouveler les méthodes de travail, favoriser davantage la responsabilisation, la prise d'initiative et la performance collective, et développer les compétences de chacun.



## DES CONCRÉTISATIONS RAPIDES

En 2021, La Banque Postale concrétise son ambition d'être une banque citoyenne au service d'une transition juste. **Elle s'engage à ne plus financer les secteurs des énergies fossiles (charbon, pétrole et gaz) à l'horizon 2030**, à l'exception des entreprises qui auraient adopté d'ici à 2030 un plan de sortie de ces secteurs d'ici à 2040. En novembre, **elle annonce la création de sa nouvelle banque de financement et d'investissement**, avec l'ambition d'en faire un moteur de croissance et de diversification auprès des entreprises et des investisseurs institutionnels, en France et en Europe. La Banque Postale Financement devient, quant à elle, La Banque Postale Consumer

Finance : ce nouveau nom fait écho à l'ambition de La Banque Postale d'élargir son modèle de crédit à la consommation à de nouvelles offres et de nouveaux distributeurs, en France et à l'international. Dans cette perspective, elle lance aussi son offre de crédit à la consommation à impact – une première sur le marché – favorisant de nouveaux modes de consommation plus responsables. Autre initiative : le lancement par Ma French Bank d'une solution premium et engagée, « Le Compte Idéal ». Intégrant une offre de services étoffée, elle permet aux clients de soutenir Break Poverty et GoodPlanet, deux fondations mobilisées sur les enjeux sociétaux et environnementaux.

(1) Sur la base des données publiées en 2020.  
(2) Anciennement BPE.

## UN RAPPROCHEMENT ACCÉLÉRÉ AVEC CNP ASSURANCES

Grâce au soutien de ses actionnaires, la Caisse des Dépôts et l'État, le groupe change de dimension et La Banque Postale devient un bancassureur de premier plan. L'année 2021 a ainsi vu la poursuite du rapprochement avec CNP Assurances. La Banque Postale a fait l'acquisition des 16,1% du capital de CNP Assurances détenus par le groupe BPCE et a annoncé une offre publique d'achat simplifiée des 21,1% du capital non détenu. C'est le franchissement d'une nouvelle étape dans la construction du grand pôle financier public visant à renforcer la cohésion des territoires et à lutter contre la fracture territoriale.

## DES ACQUISITIONS ET PARTENARIATS STRUCTURANTS

En 2021, La Banque Postale Assurances IARD, filiale assurance dommages de la Banque, noue un partenariat avec Shift Technology. Désormais, les assurés peuvent déclarer leurs sinistres 100% en ligne, et bénéficient d'un suivi en temps réel du traitement de leur dossier et de leur indemnisation.

La Banque Postale Leasing & Factoring, dédiée aux financements spécialisés aux personnes morales, s'associe, pour sa part, à la fintech NovaLend : ce partenariat lui permet de proposer une solution de crédit-bail digitalisée, avec un parcours client et fournisseur plus fluide et plus simple de bout en bout.

Filiale de La Banque Postale, le groupe KissKissBankBank & Co fait quant à lui l'acquisition du média et organisme de formation Youmatter, producteur de contenus spécialisés dans le décryptage des grands enjeux sociaux et environnementaux.

## Le rapprochement avec CNP Assurances renforce l'empreinte internationale de La Banque Postale.



# BRANCHE GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE, L'EXPÉRIENCE OMNICANALE



**35 000**  
points d'accès à  
un service postal  
en France,

soit 17 000 points de contact  
(bureaux de poste, partenariats  
avec les mairies et les  
commerçants) et 18 000 points  
d'accès à un service postal  
(espaces Pros, réseau Pickup...).

Le réseau multiactivité  
à priorité bancaire  
de La Poste accueille  
près de 1 million  
de visites par jour  
en bureau de poste.

**1<sup>er</sup> juillet 2021 : le groupe La Poste  
créé la branche Grand Public  
et Numérique, avec pour objectif  
de placer la qualité de service  
rendu à ses clients particuliers,  
professionnels et collectivités locales  
au cœur de sa transformation.**

Issue du plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », la nouvelle branche rassemble 50 000 postiers et réunit les principaux acteurs du groupe La Poste en contact direct avec le client grand public : réseau physique, digital et centres de relations clients. Sa mission : développer le marché des particuliers, des professionnels et des collectivités locales, en coordonnant la présence territoriale de l'ensemble des points de contact et d'accès aux services postaux en France. Son défi est aussi de poursuivre la transformation numérique du groupe et le développement des services de confiance numérique comme relais de croissance, au travers notamment de sa filiale Docaposte.

La digitalisation au service du développement : plus de 500 000 Identités Numériques La Poste ont été créées.



## UNE STRATÉGIE AU SERVICE DE LA SIMPLICITÉ ET DE LA PROXIMITÉ

Avec son projet stratégique « Engagée pour vous, avec vous », la branche Grand Public et Numérique ambitionne de devenir la première plateforme humaine et digitale en France. Pour y parvenir, elle relève trois défis :

– **l'expérience client** : améliorer l'expérience client en répondant aux nouveaux usages et exigences des clients, c'est la raison même pour laquelle a été créée la branche Grand Public et Numérique. Pour cela, il s'agit aussi d'améliorer l'expérience des collaborateurs car ce sont les équipes au contact des clients qui construisent au quotidien la relation avec eux;

– **le modèle économique** : se développer en investissant dans les réseaux physiques et numériques, en séduisant de nouvelles clientèles à travers la transformation et la diversification de ses offres et en s'appuyant sur deux relais de croissance : les services de proximité humaine et les services de confiance numérique;

– **la présence** : construire la première plateforme physique et digitale de services du groupe La Poste en affirmant sa présence physique sur l'ensemble du territoire, grâce à un modèle partenarial plus ouvert, augmentée par la puissance du digital.

**735 M€**  
de chiffre d'affaires pour Docaposte,

filiale de la branche Grand Public et Numérique. La période post-Covid-19 a accéléré les usages numériques et l'utilisation des solutions de confiance de Docaposte : le vote et la signature électroniques, ou encore le numérique éducatif avec Pronote.

## DES AVANCÉES SIGNIFICATIVES EN 2021

En 2021, la branche Grand Public et Numérique a continué à renforcer son écosystème unique d'innovations et d'infrastructures de confiance numérique. En octobre, elle a lancé sa boîte aux lettres numérique, intelligente et sécurisée, Digiposte Pro, dédiée aux professionnels, pour simplifier leur gestion administrative. À la fin de l'année, plus de 500 000 Français avaient déjà souscrit à L'Identité Numérique La Poste. L'adresse e-mail @laposte.net compte, de son côté, 3 millions de messageries actives.

En 2021, La Poste a par ailleurs conclu un partenariat de trois ans avec l'Institut national de recherche en informatique et en automatique (Inria) : cet accord permettra de soutenir les travaux de recherche de l'Inria tout en renforçant la capacité d'innovation de La Poste dans les domaines de la confiance numérique, de l'intelligence artificielle et de l'e-santé.

La branche Grand Public et Numérique a également renforcé son expertise numérique à travers trois acquisitions significatives :

- Boxtal, un comparateur de solutions d'envoi de colis en ligne;
- Openvalue, un cabinet spécialisé en big data et en intelligence artificielle (80 %);
- les activités de signature électronique et de coffre-fort numérique d'Idemia, leader de l'identité augmentée. Cette acquisition, début janvier 2022, a permis à Docaposte de devenir le leader français de la signature électronique et d'amorcer son développement en Europe.



**« RASSEMBLER DES EXPERTISES HUMAINES ET DIGITALES AU SEIN D'UNE MÊME ENTITÉ NOUS DONNE LA FORCE DE DEVENIR UN PUISSANT DISTRIBUTEUR PRÉSENT SUR LES CANAUX PHYSIQUES ET NUMÉRIQUES, SUR TOUT LE TERRITOIRE. »**

Nathalie Collin, directrice adjointe du groupe La Poste, en charge de la branche Grand Public et Numérique



# PROXIMITÉ

## LA PROXIMITÉ EN ACTION

La proximité, c'est le sens même de l'action du groupe La Poste et le dénominateur commun de tous ses métiers. Elle est au cœur de sa raison d'être et s'incarne au quotidien dans les missions des postières et des postiers. Pour La Poste, la proximité aujourd'hui, c'est aussi mieux connaître ses clients pour leur apporter des services utiles là où ils en ont besoin et au bon moment. C'est accompagner les acteurs locaux pour contribuer au développement et à la cohésion des territoires. C'est également favoriser l'inclusion sociale et accélérer la transition écologique pour tous.

# POUR LES CLIENTS, AU PLUS PRÈS DES BESOINS

En 2021, La Poste a continué d'innover dans tous ses métiers pour satisfaire ses clients. À travers ses nouveaux services : livraison de médicaments à domicile, Identité Numérique qui simplifie les démarches en ligne, boîtes à colis connectées... La Poste simplifie la vie de ses clients et leur fait gagner du temps en accompagnant les nouveaux usages et en accélérant la digitalisation de ses services. Elle aide aussi les entreprises et les collectivités à répondre à leurs enjeux d'avenir, dans des environnements en mutation.



## COLISSIMO : UNE SECONDE PRÉSENTATION SYSTÉMATIQUE

En 2021, La Poste a généralisé la seconde présentation des Colissimo lorsque le client est absent au premier passage. Celle-ci s'intègre dans un parcours flexible et interactif avec, en amont de chaque présentation, une notification par e-mail et la possibilité pour le client de modifier la date ou le lieu de livraison. Objectif : améliorer la satisfaction client, un enjeu crucial sur un marché de l'e-commerce en forte croissance et très concurrentiel.



## 48 H C'est le délai maximal sous lequel La Poste recontacte les clients

déposant une réclamation courrier-colis en bureau de poste.



## NOUVELLE APPLICATION LA POSTE : PLUS SIMPLE, PLUS PRATIQUE, PLUS UTILE

La nouvelle app propose une expérience plus simple et plus fluide pour l'envoi et le suivi de colis, avec deux nouveautés exclusives : une page d'accueil personnalisée permettant à chacun d'accéder directement à ses services et ses actualités et un outil pour mesurer, en réalité augmentée, tous ses objets à envoyer.



## LA BANQUE POSTALE, CHAMPIONNE DES PRÊTS PARTICIPATIFS RELANCE

Mis à disposition des PME et des ETI dans le cadre du plan France Relance, les prêts participatifs Relance (PPR) leur permettent de financer des projets d'investissements sans avoir à ouvrir leur capital. En 2021, 16% de ces PPR ont été distribués par La Banque Postale, un chiffre supérieur à sa part de marché auprès des entreprises. Plus que jamais pendant la crise sanitaire, La Banque Postale a accompagné les entreprises en mettant à leur disposition des solutions de financement adaptées et en déployant les dispositifs de l'État (moratoires, prêts garantis, etc.).



## 1 060 673 personnes ont passé l'épreuve du Code de la route

dans l'un des 750 sites postaux équipés. Une solution particulièrement utile en milieu rural, où l'accès à cette épreuve est parfois compliqué.



## DES BOÎTES À COLIS CONNECTÉES POUR LES PARTICULIERS

Opérateur de solutions d'hyperproximité depuis plus de vingt ans, la filiale Pickup du groupe La Poste propose désormais l'installation de boîtes à colis connectées dans les maisons individuelles et les immeubles collectifs. Quel que soit l'opérateur de livraison, les résidents peuvent ainsi réceptionner plus de colis 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, même quand ils sont absents.



## « MES MÉDICAMENTS CHEZ MOI » ACCESSIBLE PARTOUT EN FRANCE

Avec « Mes médicaments chez moi », les patients isolés, fragilisés ou simplement dans l'incapacité de se déplacer peuvent prendre rendez-vous avec leur pharmacien ou se faire livrer leurs médicaments. Simple à utiliser, cette plateforme digitale développée par le groupe La Poste permet à chacun d'être acteur de son parcours de santé. En 2022, elle sera déployée partout en France, les livraisons étant assurées par des coursiers et par les facteurs.

## 3 600 appels facteurs en moyenne chaque semaine

Dans le cadre du service Direct Facteur, déployé en 2021, les clients peuvent demander à leur facteur de leur livrer des timbres ou des Prêt-à-Poster.

## L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE ACCESSIBLE À TOUS

Désormais, les clients qui le souhaitent peuvent être accompagnés par un chargé de clientèle pour créer leur Identité Numérique. Il leur suffit de se rendre en bureau de poste et, en moins de 5 minutes, ils bénéficient de cette solution gratuite et sécurisée leur permettant de se connecter à plus de 900 services en ligne avec un seul identifiant. La Poste souhaite ainsi démocratiser l'usage de L'Identité Numérique, une innovation qui simplifie les démarches en ligne et protège contre les risques d'usurpation d'identité.

« AVEC L'ACCÉLÉRATION DE LA DIGITALISATION DE LA SOCIÉTÉ, IL Y A AUJOURD'HUI UN RÉEL BESOIN DE CONFIANCE NUMÉRIQUE AUQUEL LA POSTE EST CAPABLE DE RÉPONDRE. »

Alban, chargé de clientèle





### UNE CONSULTATION CITOYENNE POUR CONSTRUIRE LA BANQUE POSTALE DE DEMAIN

Quand on veut devenir la banque préférée des Français, on se doit de répondre à leurs vraies priorités. Dans cet objectif, La Banque Postale a lancé en juin 2021 une consultation ouverte à tous sur la plateforme [parlonscitoyens.fr](https://parlonscitoyens.fr), qui a attiré plus de 260 000 visiteurs uniques. Parmi les initiatives déployées en réponse aux attentes exprimées : la création d'un comité participatif clients. Partenaire du comité exécutif de La Banque Postale, celui-ci exprimera chaque trimestre l'avis des clients sur les décisions stratégiques ou les projets destinés à améliorer l'offre, la qualité de service ou l'expérience client.



**7 MILLIONS** de Digiposte, boîtes aux lettres numériques et sécurisées, pour simplifier la vie des clients.



### EPICERY, VITRINE DIGITALE AU SERVICE DES COMMERÇANTS DE PROXIMITÉ

Créée en 2016, Epicery est une place de marché digitalisée à l'échelle d'un quartier. Les commerçants de bouche (bouchers, poissonniers...) et les fleuristes créent leur boutique sur Epicery et proposent leurs produits en livraison à domicile ou en click and collect. Implantée à Paris, Lyon, Bordeaux, Lille et Toulouse, Epicery compte plus de 1000 commerçants partenaires. Avec l'acquisition de cette start-up française, GeoPost/DPDgroup poursuit son développement dans le secteur alimentaire.



**« LE PARTENARIAT INNOVANT NOUÉ AVEC LA START-UP EBURY PERMET À NOS CLIENTS D'AVOIR ACCÈS À DES SERVICES DE TRANSACTION À L'INTERNATIONAL**

**– compte en devises, opérations de change dans 140 devises, virements internationaux – à partir d'une plateforme sécurisée et dédiée, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Cette initiative illustre l'ambition de La Banque Postale d'être un partenaire bancaire de référence des entreprises françaises d'ici à 2025. »**

**Serge Bayard**, directeur général adjoint de la banque de financement et d'investissement de La Banque Postale.

# POUR LES TERRI- TOIRES, LA PRÉSENCE UTILE

En combinant proximité humaine et maturité technologique, La Poste contribue à lutter contre les fractures territoriales tout en favorisant le dynamisme local. Elle s'engage notamment à :

- adapter ses formats de présence aux besoins des territoires;
- accompagner les collectivités locales dans leurs transitions;
- accompagner les acteurs économiques locaux dans leur développement;
- développer une politique d'achats responsables;
- innover au service des écosystèmes territoriaux.



## TOULOUSE LOGISTIQUE URBAINE : UNE NOUVELLE PLATEFORME XXL

À Toulouse, une nouvelle plateforme logistique dédiée au « dernier kilomètre » a été inaugurée à 4 km de l'hypercentre, face au marché d'intérêt national (MIN). Avec 19 500 m<sup>2</sup>, deux bâtiments et un parking poids lourds de 144 places, l'ensemble architectural, inédit par son ampleur dans une métropole régionale, permet une mutualisation des transports de marchandises. Le projet d'aménagement a été réalisé par Toulouse Logistique Urbaine, filiale du groupement Lumin'Toulouse, dont La Poste Immobilier fait partie. La plateforme accueille des professionnels de la logistique urbaine – dont La Poste, Urby et UPS – qui desservent le centre-ville en mode doux.

## 1er prêteur bancaire des collectivités locales et hôpitaux publics depuis 2015

Plus de la moitié des prêts souscrits à La Banque Postale profitent aux communes de moins de 5 000 habitants.



## MAVILLEMONSHOPPING.FR PASSE LE CAP DES 18 000 COMMERÇANTS

Présent dans 3 200 villes en France, MaVilleMonShopping.fr est une plateforme de commerce local et citoyen filiale du groupe La Poste. Elle permet aux commerçants d'accroître la visibilité de leurs produits en créant leur boutique en ligne en 5 minutes. Côté clients, c'est le moyen de consommer local et engagé en soutenant ses commerçants. MaVilleMonShopping.fr a généré un chiffre d'affaires de 1,4 million d'euros en 2021.

## « LES PETITS PLATS PORTÉS » : UN SERVICE EN PLEIN DÉVELOPPEMENT

« Les petits plats portés », ce sont des repas livrés par le facteur chez les seniors jusqu'à 6 jours sur 7. Favorisant le lien social, une alimentation adaptée et le maintien à domicile, cette solution suscite un intérêt croissant : 1,5 million de repas ont ainsi été distribués en 2021 à 5 000 convives. L'offre s'adresse aux collectivités locales – 150 communes sont déjà clientes – ainsi qu'à tout établissement public ou privé doté d'une cuisine permettant de fabriquer des repas à destination des seniors.



## LA POSTE DU LOUVRE RÉOUVRE APRÈS CINQ ANS DE CHANTIER

Symbole de la transformation du groupe La Poste, la poste du Louvre offre désormais un concentré de ville, de vie et de services accessibles à tous les publics. Sur 32 000 m<sup>2</sup> au sol, le site propose une véritable mixité des usages, avec une large palette d'activités et de services : un bureau de poste, un hôtel, des bureaux, des commerces, de la logistique urbaine et des logements sociaux, des restaurants, un commissariat et une halte-garderie.

# « À LYON FOCH, NOUS EXPÉRIMENTONS UN NOUVEAU CONCEPT DE BUREAU DE POSTE, AVEC UN ACCUEIL PRIVILÉGIÉ ET DES OFFRES DÉDIÉES AUX PROS. »

Dans un espace ultramoderne et connecté, les pros retrouvent notamment une borne digitale multiservice qui leur est réservée et une équipe experte pour mieux les accompagner. »

Michaël Merlin, directeur de secteur à Lyon



## 1280 facteurs-guichetiers à fin 2021

Acteurs de la présence postale en territoires, ils réalisent les prestations du facteur (distribution du courrier, services de proximité) et du chargé de clientèle.



## DU NOUVEAU SUR LAPOSTE.FR

Avec 1,1 milliard de visites en 2021, la poste.fr demeure l'un des sites Web les plus fréquentés en France. Complémentaire des points d'accès aux services postaux, il continue à s'enrichir pour simplifier la vie des professionnels et des particuliers. Un nouveau localisateur des bureaux de poste et points partenaires informe en quasi-temps réel des horaires d'ouverture et de l'offre de services proposée. Sur une marketplace, chacun peut désormais commander plus de 300 000 produits dédiés à l'envoi en même temps que son affranchissement.

## UN PREMIER PRÊT VERT À L'ÎLE DE LA RÉUNION

La Banque Postale a accordé un prêt vert de 40 millions d'euros au syndicat mixte réunionnais Ileva afin de financer un outil multifilière de tri, traitement et valorisation énergétique des déchets. Plus de 200 000 tonnes de déchets supplémentaires seront ainsi valorisées chaque année au lieu d'être enfouies, plus de 33 000 tonnes de déchets pourront être recyclées et 60 000 Réunionnais seront alimentés en électricité grâce à la valorisation énergétique des déchets non recyclables.



## DES ADRESSES FIABILISÉES POUR DE MEILLEURS SERVICES

La Poste propose aux communes un service d'aide à la dénomination et à la numérotation des voies (ADN) afin d'améliorer la qualité des adresses, d'optimiser l'intervention des secours, les livraisons ou encore l'installation de la fibre. La commune d'Herbault (Loir-et-Cher) y a souscrit : 23 panneaux de rue et 84 plaques de numéro ont été distribués par les facteurs aux habitants.

## LA BANQUE POSTALE SOUTIEN LE CHU DE LILLE DANS SES PROJETS D'INVESTISSEMENT

La Banque Postale accompagne plus que jamais les projets des acteurs de la santé pour développer l'offre de soins dans les territoires. En 2021, elle a accordé un prêt de 23 millions d'euros au CHU de Lille, finançant pour partie l'extension pédiatrique et la rénovation d'un hôpital mère-enfant, la modernisation du plus grand hôpital « neurosciences » des CHU français et la reconstruction de la pharmacie hospitalo-universitaire.



## DES RÉSIDENCES SERVICES SENIORS SUR D'ANCIENS SITES DE LA POSTE

La Poste Immobilier, la Banque des Territoires et 123 Investment Managers ont créé la société civile immobilière Résidences seniors La Poste pour accompagner la transformation d'anciens sites de La Poste en résidences services seniors. Situées en plein centre-ville (à Amiens, Auch, Brest, Châteauroux, Metz, Perpignan, Saint-Étienne, Villefranche-de-Rouergue, Strasbourg, etc.), elles apporteront aux résidents de nombreux services, dont certains seront fournis par La Poste.



## DOCAPOSTE LANCE PRONOTE PRIMAIRE

En matière d'éducation, La Poste accompagne les collectivités. En 2021, avec le lancement de Pronote Primaire, solution coconstruite avec 60 établissements, Docaposte assure la continuité pédagogique de la maternelle à la terminale, en proposant des solutions de vie scolaire à plus de 17 millions d'utilisateurs. Grâce à sa filiale Index Éducation, Docaposte devient ainsi le premier créateur d'usage numérique scolaire et le premier hébergeur de données scolaires.

## 100 000 patients pris en charge par Asten Santé sur tout le territoire

La filiale du groupe La Poste est spécialisée dans l'installation et la maintenance de dispositifs médicaux à domicile dans le cadre de traitements de maladies chroniques.

## « DANS LE CADRE DE LA DIVERSIFICATION DE NOS ACTIVITÉS, NOUS AVONS DÉCIDÉ D'OUVRIR UN RELAIS PICKUP AU CŒUR DU DOMAINE. »

C'est assez innovant pour un domaine viticole et c'est vraiment bénéfique pour nos clients, qui gagnent du temps en limitant leurs déplacements pour retirer ou déposer leurs colis. Nous attirons aussi une clientèle locale qui ne venait pas encore nous voir et nous pouvons mieux satisfaire les touristes. »

Matthieu Chopin, responsable du Domaine Jacques Chopin, dans le vignoble champenois.



Près de 16 000 relais et 500 consignes proposés partout en France par Pickup, filiale de GeoPost/DPDgroup. Les relais Pickup sont livrés quotidiennement par les transporteurs Colissimo, Chronopost et DPD France.

# POUR UN MONDE DURABLE, UNE POSTE ENGAGÉE

Pionnière de la transition écologique, neutre en carbone depuis 2012, La Poste poursuit ardemment ses efforts en faveur de l'environnement et vise désormais le « zéro émission ». Le groupe s'engage en tant qu'entreprise leader de la transformation écologique et pour la rendre accessible à tous. C'est l'une des priorités de son plan stratégique d'ici à 2030.

**Près de 35 000 véhicules électriques utilisés par La Poste en France,** soit l'une des plus grandes flottes de ce type au monde et la première en Europe.



## DES LIVRAISONS PLUS RESPONSABLES PARTOUT EN EUROPE

Pour tenir son engagement de livrer 350 villes européennes avec des véhicules à faibles émissions d'ici à 2025, GeoPost/DPDgroup se mobilise dès maintenant. Le déploiement de ces véhicules a commencé dans 176 villes et ils composent 100 % de la flotte de livraison utilisée dans 51 d'entre elles. Au total, GeoPost/DPDgroup compte plus de 4 800 véhicules alternatifs (véhicules électriques, alimentés au gaz naturel ou vélos-cargos) à fin 2021.

**1er rang mondial en RSE**

L'agence VE<sup>(1)</sup> a attribué au groupe La Poste pour la 3<sup>e</sup> année consécutive le 1<sup>er</sup> rang mondial tous secteurs confondus avec une note de 77/100.



## « PUISSANCE 10 000 » POUR RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES DU PARC IMMOBILIER POSTAL

Le groupe La Poste, avec sa filiale La Poste Immobilier, a lancé le projet « Puissance 10 000 », dont l'objectif est de diminuer les consommations énergétiques des 10 000 bâtiments postaux grâce à un dispositif de management de l'énergie à grande échelle. Ce projet, piloté par La Poste Immobilier et sa filiale Sobre Energie, commune avec la Caisse des Dépôts, mobilise les branches du groupe et embarque également les occupants des bâtiments concernés.



## VALIDATION DE LA TRAJECTOIRE DE DÉCARBONATION DE LA BANQUE POSTALE PAR LA SBTi

C'est une première pour une banque européenne : la trajectoire de décarbonation de La Banque Postale à l'horizon 2030 a été validée par la Science-Based Targets initiative (SBTi). Cet organisme international indépendant de référence s'assure que les engagements pris par les entreprises sont compatibles avec l'accord de Paris. Pour respecter cette trajectoire, La Banque Postale a annoncé son ambition de sortir des énergies fossiles (charbon, pétrole et gaz) d'ici à 2030, qui s'inscrit dans son objectif d'atteindre zéro émission nette pour l'ensemble de ses activités bancaires d'ici à 2040. Par ailleurs, La Banque Postale est aussi la seule banque française et l'une des 14 institutions financières au niveau mondial à avoir obtenu la notation A du CDP<sup>(2)</sup> pour sa stratégie de lutte contre le changement climatique.

(1) Classement Moody's ESG Solutions (ex-Vigeo Eiris), juin 2021.  
(2) Organisation internationale de référence en matière d'évaluation des stratégies climat des entreprises.

## « AVEC LE PROGRAMME CARRETA, NOUS EXPÉRIMENTONS AVEC MONTPELLIER METROPOLE, DES CAS D'USAGES LOGISTIQUES DU VÉHICULE ÉLECTRIQUE AUTONOME. »

Il vient apporter une aide matérielle et logistique aux postiers et permet de livrer les centres-villes en mode doux. »

Jean-Louis Carrasco, directeur de la logistique urbaine à la branche Services-Courrier-Colis



### LA BANQUE POSTALE INTÈGRE LA NET ZERO BANKING ALLIANCE

En avril 2021, La Banque Postale a intégré l'Alliance bancaire zéro émission nette, une initiative internationale portée par la United Nations Environment Programme Finance Initiative (Unep FI), qui vise à atteindre zéro émission nette dans le secteur bancaire au plus tard en 2050. La Banque Postale est la seule banque française à siéger au comité de pilotage, où elle représente les banques européennes.

## 24 nouvelles villes françaises livrées par Chronopost en véhicules à faibles émissions

en 2021, soit 41 villes au total.



### CHRONOPOST ACCÉLÈRE SUR LA LIVRAISON RESPONSABLE

En seulement deux ans, Chronopost est passé de 0% à 20% de colis livrés en véhicules à faibles émissions et vise 1 colis sur 2 en 2025. En France, après le Grand Paris en 2019 puis 16 métropoles françaises en 2020, 24 nouvelles villes bénéficient d'une livraison assurée à 100% avec des véhicules à faibles émissions. Chronopost, filiale de GeoPost/DPDgroup, est le leader français de la livraison express de colis de moins de 30 kg et livre environ 1 million de colis par jour.



## MESURER LA QUALITE DE L'AIR DANS LES GRANDES VILLES

**En France**, avec sa filiale Geoptis, La Poste installe des capteurs dédiés sur ses véhicules et ses bâtiments pour surveiller en temps réel la qualité de l'air des villes. Un test de ce type est par exemple mené dans l'agglomération lyonnaise, avec pour objectif de faire changer les comportements et de réduire les émissions de polluants. En Île-de-France, des mesures de même nature sont réalisées pour Airparif. Elles seront complétées par 2500 enquêtes de perception réalisées par les facteurs à domicile ou en bureau de poste, afin d'évaluer le ressenti des Franciliens sur l'air qu'ils respirent.

**En Europe**, depuis 2019, GeoPost/DPDgroup déploie des capteurs sur sa flotte de livraison, ainsi que dans ses dépôts urbains et ses points Pickup. Objectif : mesurer en temps réel les niveaux de pollution de l'air par les particules fines PM 2,5. Et partager ces informations avec les autorités urbaines et les citoyens via l'interface en ligne Air Diag, pour contribuer à améliorer la qualité de vie et la santé dans les villes. En 2021, 9 nouvelles villes ont rejoint le programme pour un total de 14 villes équipées.



## 115 000 tonnes de matières collectées en 2021

par Recygo (coentreprise de La Poste et Suez) et Nouvelle Attitude, pour le tri, la collecte et le recyclage des déchets de bureau. Recygo a aussi développé avec Versoo une solution qui a permis de recycler 5 millions de masques jetables en 2021.

## + de 2 Md€<sup>(1)</sup> de prêts verts octroyés par La Banque Postale à des collectivités territoriales

ont contribué à financer des projets à fort impact environnemental depuis leur lancement, en 2019.

(1) Au 1<sup>er</sup> janvier 2022.



## DE NOUVELLES SOLUTIONS DE VÉLOPARTAGE

En 2021, La Poste s'est associée à Green On, société spécialisée dans les solutions vélo pour les entreprises et les collectivités. De ce partenariat est née l'offre Bemobi Vélopartage, une solution de location tout inclus de vélos à assistance électrique (VAE) proposés aux collaborateurs pour leurs déplacements professionnels, privés ou domicile-travail. Le conseil départemental du Puy-de-Dôme est le premier en France à avoir loué 15 vélos de ce type en vélopartage pour ses collaborateurs. À noter : en Île-de-France, le groupe La Poste est aussi opérateur du déploiement de Véligo, une solution intégrant 20 000 VAE en location longue durée à destination des Franciliens.



## + de 300 000 particuliers et plus de 80 bailleurs sociaux accompagnés par EDE

Filiale de La Poste, Économie d'Énergie (EDE) facilite le recueil des aides au financement des travaux de rénovation énergétique des logements.

## 76/100 C'est la note attribuée à Docaposte par EcoVadis,

agence indépendante qui évalue les performances RSE des entreprises partout dans le monde. Docaposte atteint ainsi le niveau d'engagement « Platinum » – le plus élevé – et se classe première des entreprises les mieux notées de sa catégorie.

# POUR UNE SOCIÉTÉ PLUS INCLUSIVE, AVOIR DE L'IMPACT

L'action du groupe La Poste a toujours été guidée par la prise en compte de l'intérêt général. Ses quatre missions de service public et ses engagements sociétaux ont, depuis des années, un impact positif pour la société. Un rôle indispensable incarné par les postières et les postiers, qui agissent au quotidien contre les fractures démographique, numérique ou sociale.



## LE NUMÉRIQUE POUR TOUS

La Poste continue à s'engager aux côtés de 13 millions de Français en difficulté avec le numérique. En 2021, elle a, par exemple, ouvert avec la Banque des Territoires, les premiers sites de « L'Étape numérique » à Agen, Perpignan, Strasbourg, Thiers et Toulouse. Installés dans des bureaux de poste ou dans des locaux attenants, ces lieux innovants ouverts à tous les publics proposent des ateliers et des formations pour se familiariser avec le monde digital. Chaque département disposera d'un espace L'Étape numérique d'ici à fin 2022. Les personnes éloignées du numérique bénéficient par ailleurs du soutien d'un médiateur dans plus de 500 bureaux de poste et peuvent être accompagnées dans leurs démarches administratives en ligne au sein des 370 bureaux de poste labellisés France services. La Poste s'est, par ailleurs, engagée à déployer 100 conseillers numériques France services dans 57 départements pour aider les Français les plus éloignés du numérique.

**29,7 M€**  
**d'achats auprès**  
**des secteurs**  
**protégés et adaptés.**

## UNE ACCESSIBILITÉ ACCRUE POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

En 2021, la mise en accessibilité des guichets automatiques bancaires et des terminaux libre-service de La Banque Postale pour les personnes aveugles ou malvoyantes a progressé de 2,9 points, passant à 93,7%. 86,3% des collaborateurs du réseau en contact avec les clients ont par ailleurs suivi la formation e-learning « Accueil des clientèles en situation de handicap », contre 78,8% en 2020.



## UNE BANQUE POUR TOUS

La Banque Postale répond aux besoins de tous, y compris les clients les plus fragiles. En 2021, elle comptait ainsi 1,6 million de clients financièrement fragiles et près de 50% des livrets A qu'elle gérait avaient un encours inférieur à 150 euros. 1,4 million de clients étaient par ailleurs bénéficiaires de sa mission d'accessibilité bancaire, garantissant aux personnes exclues du système classique un accès universel à des services bancaires gratuits, simples et indispensables. Pour aider chacun à gérer son budget au quotidien, La Banque Postale a lancé deux applications : Pilote Budget et Pilote Dépenses, conçues pour suivre son budget au quotidien.

**135**   
**personnes**  
**accompagnées**  
**dans l'insertion**  
**professionnelle**

en 2021 par Nouvelle Attitude, entreprise d'insertion professionnelle et filiale du groupe La Poste au service de l'environnement et partenaire de Recygo dans le domaine de la collecte et du recyclage de déchets.



## UNE OFFRE ENRICHIE POUR BIEN VIEILLIR À DOMICILE

Avec son offre « Veiller sur mes parents », La Poste contribue au maintien des personnes âgées à domicile en proposant la visite d'un facteur pour s'assurer que la personne est en bonne santé. 200 000 prestations de ce type ont ainsi été réalisées en 2021 et, à travers elles, deux personnes en situation de grande fragilité ont été transportées à l'hôpital chaque jour. L'offre s'est par ailleurs enrichie d'une solution de téléassistance disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

## 33<sup>e</sup> ÉDITION DE L'OPÉRATION PIÈCES JAUNES

Aux côtés de la Fondation des Hôpitaux, le groupe La Poste est depuis trente-trois ans partenaire de l'opération Pièces jaunes, en faveur des enfants et des adolescents hospitalisés. Comme en 2020, l'édition 2021 s'est tenue en 100% digital en raison du contexte sanitaire. La Poste et La Banque Postale ont activement relayé la campagne en bureaux de poste, sur leurs réseaux sociaux et sites Internet.



## DE NOUVEAUX DÉFIS POUR LE TÉLÉTHON

Le groupe La Poste soutient l'AFM-Téléthon depuis sa création, en 1987. En 2021, un chèque de 698 233 euros a été remis à l'association pour la recherche contre les maladies génétiques. Parmi les nombreuses initiatives du groupe, une opération significative de collecte sur le site de La Banque Postale, un clip diffusé dans 1 600 bureaux de poste, un relais des appels aux dons sur les canaux digitaux de La Poste ou encore le défi sportif connecté de 2 000 postiers sur tout le territoire qui ont parcouru 150 000 km. À Paris, 200 postiers ont gravi en relais les marches de la butte Montmartre.



## « AU PLUS PROCHE DE VOUS, AU PLUS PROCHE DU SPORT »

C'était la thématique de la 20<sup>e</sup> édition des Journées nationales de l'arbitrage La Poste, organisées en octobre 2021. Cet événement constitue chaque année un temps fort du programme « Tous arbitres », dans lequel La Poste est engagée depuis 2007 pour accompagner et valoriser les 58 000 arbitres élites et amateurs de football, rugby, handball et basket-ball. Ils sont les garants d'une pratique sportive intègre, des créateurs de lien social et des intermédiaires de confiance.

## LE FOYER DE CACHAN ET LA POSTE ENGAGÉS AU SERVICE DE JEUNES EN DIFFICULTÉ

Fidèle à la vocation de solidarité portée par ses fondateurs postiers, depuis quatre-vingt-dix-neuf ans, le Foyer de Cachan accueille, accompagne, forme et insère des élèves « orphelins d'avenir ». Qu'ils soient en difficulté d'apprentissage, en décrochage ou en rupture avec les modes pédagogiques traditionnels l'établissement permet « la réussite au bout du parcours ». Ces chemins personnalisés conduisent à des taux de réussite aux examens très supérieurs à la moyenne nationale.



## DES TIMBRES AU PROFIT DE LA CROIX-ROUGE

Comme chaque année depuis 1914, La Poste a émis en 2021 un carnet de 10 timbres dont le produit de la vente est pour partie reversé à la Croix-Rouge. C'est l'artiste Benjamin Vautier, dit Ben, qui a signé cette série intitulée « On peut le faire grâce à vous ». Le groupe a ainsi remis une contribution de 1 359 146 euros correspondant à la vente des timbres et à la collecte de La Banque Postale via son site Internet.

**897** jeunes élèves talentueux issus de milieux modestes accompagnés



par des collaborateurs de La Banque Postale depuis 2012 dans le cadre de L'Envol, son programme de mécénat sociétal en faveur de l'éducation, de l'excellence et de l'égalité des chances.

# PROFIL DU GROUPE LA POSTE

Dans un environnement toujours marqué par la crise sanitaire, le groupe La Poste a franchi en 2021 des étapes stratégiques majeures inscrites dans son plan « La Poste 2030, engagée pour vous ». Accélération du développement international de GeoPost/DPDgroup, création de la branche Grand Public et Numérique, création d'une banque de financement et d'investissement, montée de La Banque Postale au capital de CNP Assurances, investissement massif dans l'outil industriel et logistique français... Retour en chiffres sur les performances financières et sociétales du groupe en 2021.

# PROFIL

# L'ESSENTIEL 2021

## LES 4 BRANCHES D'ACTIVITÉ

Un grand groupe de services  
multimétier

### SERVICES-COURRIER-COLIS

Distribution de courrier et de presse, livraison de colis, prestations de services de proximité, 6 jours sur 7, la branche Services-Courrier-Colis est le premier réseau de proximité humaine de France.

### GEOPOST/DPDGROUP

Acteur du marché de la distribution de colis légers se développant sur le marché alimentaire, la santé et la livraison hors domicile, GeoPost/DPDgroup est présent dans 49 pays notamment avec ses partenaires Ninja Van en Asie du Sud-Est ou Aramex au Moyen-Orient.

### LA BANQUE POSTALE

Elle est organisée autour de quatre métiers : la bancassurance en France, la bancassurance à l'international, la banque de financement et d'investissement, la banque patrimoniale et la gestion d'actifs. Les services de La Banque Postale ont vocation à répondre aux besoins de toutes personnes physiques et morales.

### GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE

Elle s'adresse aux particuliers, professionnels et collectivités locales dans le cadre d'une relation client omnicanale. Elle distribue les produits et services postaux, financiers, téléphoniques et les services de confiance numérique du groupe. Elle porte également la transformation numérique du groupe.

Une entreprise  
**100 %  
publique**

**66 %**  
par la Caisse  
des Dépôts



**34 %**  
par l'État

# L'ANNÉE 2021 EN CHIFFRES

**34,6 Md€**  
de chiffre d'affaires



**245 000**  
collaborateurs

**81,9 %**  
des collaborateurs  
formés

**2,7 Md€**  
d'investissements  
(y compris croissance externe,  
hors La Banque Postale)

**2,8 MILLIARDS**  
de colis livrés  
à travers le monde

**642 M€**  
de chiffre d'affaires  
dans les nouveaux  
services de  
proximité humaine

**38 %**  
de véhicules  
électriques  
(véhicules utilitaires légers, Staby,  
VAE, chariots, poids lourds)

**78,95 %**  
C'est la participation  
de La Banque  
Postale dans  
CNP Assurances

**7 MILLIONS**  
de boîtes aux lettres  
numériques,  
intelligentes et  
sécurisées Digiposte

# LE GROUPE LA POSTE À L'INTERNATIONAL

Dépasser les frontières géographiques en captant la croissance internationale. Le groupe La Poste souhaite doubler son chiffre d'affaires à l'international entre 2020 et 2030, en s'appuyant sur le développement de GeoPost/DPDgroup, et sur celui de La Banque Postale et CNP Assurances.

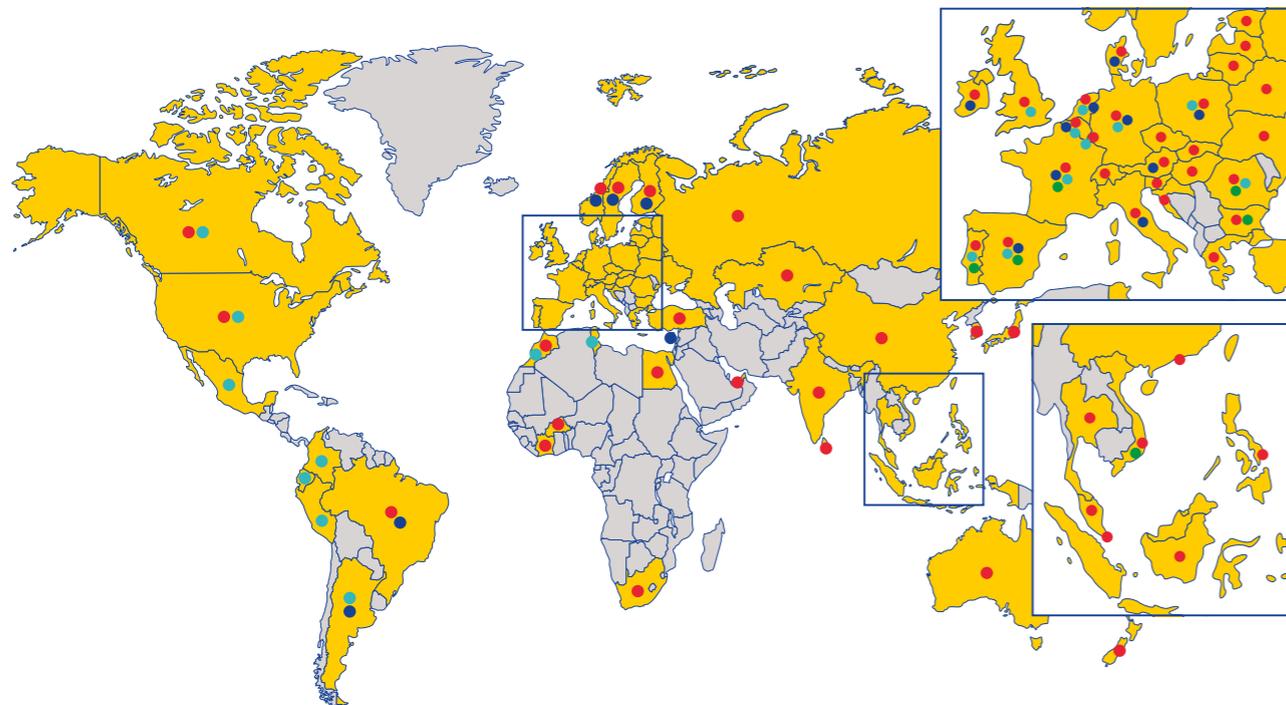
**41%**  
du chiffre d'affaires  
2021 du groupe  
La Poste

**14%**  
du chiffre d'affaires  
de La Banque Postale

**21,4%**  
des collaborateurs  
du groupe La Poste

**82%**  
du chiffre d'affaires  
de GeoPost/DPDgroup

## EMPREINTE GÉOGRAPHIQUE DU GROUPE LA POSTE AU 31 DÉCEMBRE 2021



■ Pays où le groupe La Poste est présent à fin 2021
 ● Branche Services-Courrier-Colis
 ● La Banque Postale
 ● GeoPost/DPDgroup
 ● Branche Grand Public et Numérique

## RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DU CHIFFRE D'AFFAIRES



# Le modèle d'affaires du groupe La Poste

Notre ambition : être la première plateforme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et au service de nos clients dans leurs projets et de la société tout entière dans ses transformations.

## LES MUTATIONS DE NOTRE SOCIÉTÉ

## LES MUTATIONS DE NOS MÉTIERS

Transition numérique

Transition écologique

Transition territoriale

Transition démographique

Taux d'intérêt durablement bas

Forte baisse des volumes de courrier

Croissance accélérée du colis

### NOS RESSOURCES

#### Capital humain

- 244 980 collaborateurs, dont 21,4 % à l'international dont 10 000 dans les métiers de l'IT (data/IA)

#### Capital industriel

- Plus de 3 400 centres de traitement, plateformes de distribution et dépôts
- Près de 93 000 véhicules, 38 % de véhicules électriques\*
- Plus de 11 000 bâtiments maillant le territoire national, alimentés à 85 % en électricité d'origine renouvelable
- Infrastructures numériques (hébergement, data lakes)

#### Capital sociétal et relationnel

- Plus de 17 000 points de présence postale
- Plus de 61 000 points relais en Europe
- Une politique d'achats responsable
- Identité numérique certifiée par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI)

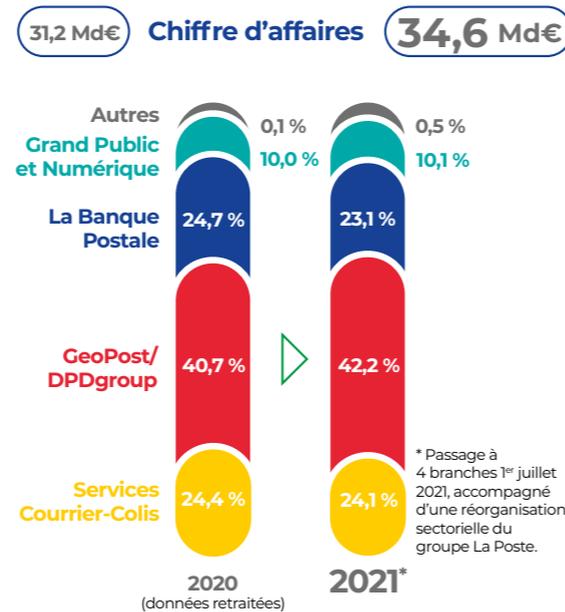
#### Capital financier

- Actionnariat stable et de long terme (100 % capitaux publics)
- 20,9 Md€ de capitaux propres

#### Capital intellectuel

- Image de confiance, proximité
- Portefeuille de marques
- Innovation (ex : La Poste Ventures)

### Un modèle multimétier



### L'international, un axe fort de développement

41 % du chiffre d'affaires 2021



### La Poste 2030, engagée pour vous

7 priorités au service d'un objectif : Être une entreprise en croissance rentable, qui a réussi sa transformation vers un modèle économique pérenne.



#### Client

Servir les clients au plus haut niveau de qualité et innover pour rester l'intermédiaire privilégié du client et conquérir de nouvelles clientèles (pros, jeunes...).



#### Présence

S'affirmer toujours plus présente, grâce à la puissance combinée de ses réseaux physiques, numériques et humains au service du développement.



#### Numérique

Accélérer la transformation digitale, développer les services de confiance numérique et l'inclusion numérique.



#### Vert

S'engager en tant qu'entreprise leader de la transformation écologique et la rendre accessible à tous.



#### Citoyen

S'affirmer dans son nouveau statut d'entreprise à mission. Donner les preuves de sa responsabilité citoyenne, sociale et sociétale.



#### International

Dépasser les frontières géographiques en captant la croissance internationale.



#### Pacte social et culture managériale

Renforcer la fierté et l'engagement des postiers, déployer l'accord social 2021-2023 « La Poste, engagée avec les postiers » et mettre en œuvre une organisation plus agile.

### NOTRE CRÉATION DE VALEUR

#### Pour la planète

- Stratégie climat conforme aux Accords de Paris
- Déploiement d'une logistique urbaine décarbonée
- Près de 115 000 tonnes de matières collectées pour recyclage et réemploi
- Encours sous gestion 100 % ISR

#### Pour les territoires

- En France, 97 % de la population à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture d'un point de contact
- 17 Md€ de financement accordé au secteur public local
- Financement du secteur public local

#### Pour nos clients

- Plus de 18 milliards d'objets livrés en 2021
- 1,1 milliard de visites par an sur laposte.fr, un des sites les plus visités en France
- 1,4 million de clients bénéficiaires de la mission d'accessibilité bancaire
- Suivi digital des colis et du courrier

#### Pour nos collaborateurs

- Index égalité femmes-hommes
- Formation au numérique, IA, Data
- Fort niveau d'engagement des postiers mesuré dans le baromètre annuel

#### Pour nos fournisseurs

- 87 % de TPE/PME/ETI parmi nos fournisseurs et sous-traitants

#### Pour nos actionnaires et investisseurs

- List A du CDP, Platinum selon EcoVadis et 1<sup>er</sup> au classement monde de Vigéo Eiris
- Notation financière A+/A+

### Un nouveau statut d'entreprise à mission, 4 engagements

- Contribuer au développement et à la cohésion territoriale
- Favoriser l'inclusion sociale
- Promouvoir un numérique éthique, inclusif et frugal
- Œuvrer à l'accélération de la transition écologique pour tous

### 4 missions de service public modernisées



Service universel postal\*



Transport et distribution de la presse



Aménagement du territoire



Accessibilité bancaire\*

\*Le soutien financier accordé par l'État en lien avec ces missions a été redimensionné en 2021

## PERFORMANCES FINANCIÈRES

# UNE CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2021

Le groupe La Poste affiche des résultats en redressement grâce à l'engagement et à l'efficacité des 245 000 postières et postiers et au soutien de ses actionnaires, la Caisse des Dépôts et l'État. Avec la croissance sans précédent de l'e-commerce et la digitalisation de la société, les activités de l'express et du colis ont connu des niveaux record (2,8 milliards de colis livrés en 2021, contre 1,1 milliard en 2013); tandis que les volumes du courrier ont continué de s'éroder (7,3 milliards de plis en 2021, contre 13,7 milliards en 2013) après une chute accélérée en 2020.

### CHIFFRE D'AFFAIRES

2021 **34 609 M€**

Soit +11,0%, et +9,6% à périmètre et change constants

2020 **31 185 M€**

### RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

2021 **2 069 M€**

Stable (-15 M€)

1 169 M€ hors effets de première comptabilisation des titres CNPA, hors dépréciation des actifs Courrier et hors dépréciation des impôts différés actifs, soit +1,5 Md€ par rapport à 2020

2020 **2 084 M€**

### RÉSULTAT D'EXPLOITATION

2021 **3 431 M€**

2020 **3 149 M€**

(après quote-part du résultat net des sociétés sous contrôle conjoint)

### CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE

2021 **20 932 M€**

2020 **18 390 M€**

### DETTE NETTE

2021 **10 233 M€**

2020 **8 802 M€**

(hors La Banque Postale, pour laquelle ce concept n'est pas pertinent)

### DETTE NETTE/EBITDA AJUSTÉ (1)

2021 **3,6**

2020 **7,1**

(1) Définition présentée dans le paragraphe « Indicateurs alternatifs de performance » en annexe du communiqué de presse résultats du groupe La Poste daté du 24/02/2021.

## RÉPARTITION DES REVENUS DU GROUPE

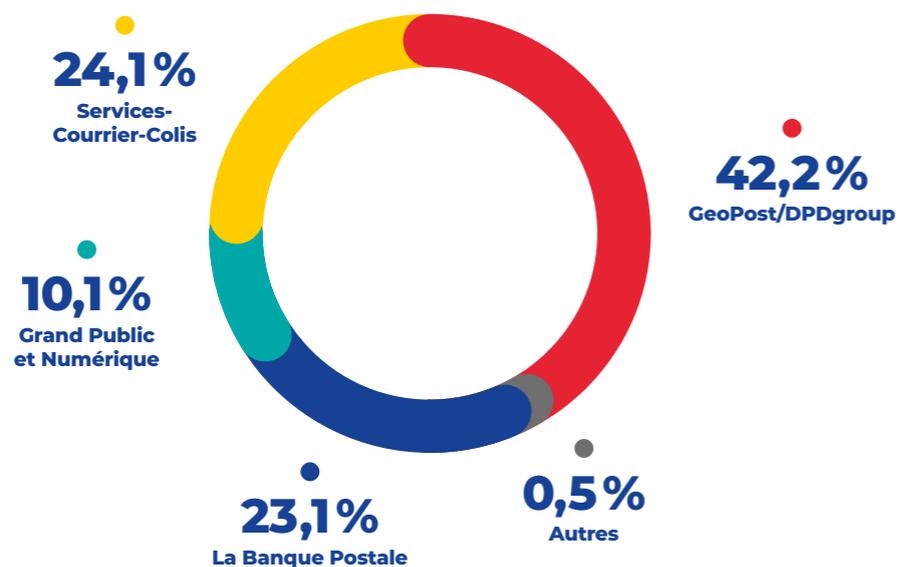
# 34,6 Md€

de chiffre d'affaires

### RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DU CHIFFRE D'AFFAIRES



### CONTRIBUTION DES BRANCHES AU CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ



## RÉPARTITION DES EFFECTIFS DU GROUPE PAR BRANCHES DANS LE MONDE

(en équivalent temps plein, en moyenne) <sup>(1)</sup>

# 244 980

collaborateurs

- Branche Services-Courrier-Colis
- Branche Grand Public et Numérique
- La Banque Postale
- GeoPost/DPDgroup
- Groupe

### DANS LE MONDE



### EN FRANCE : 192 649



### EN EUROPE (HORS FRANCE) : 43 929



### DANS LE RESTE DU MONDE : 8 402



(1) Fonctionnaires, CDI, CDD, dont contrats professionnels pour La Poste, hors contrats professionnels pour les filiales.

## PERFORMANCE OPÉRATIONNELLE PAR ACTIVITÉ

(données 2020 retraitées)

### BRANCHE SERVICES-COURRIER-COLIS

	CHIFFRE D'AFFAIRES		RÉSULTAT D'EXPLOITATION
2021	<b>10 620 M€</b>	2021	<b>1 246 M€</b>
2020	9 726 M€	2020	-1 034 M€

Recentrage de l'activité commerciale sur les offres aux entreprises et aux collectivités tout en gardant la responsabilité des opérations de logistique postale. Croissance des volumes de colis traités et lancement de nouvelles offres de logistique de proximité en s'appuyant sur les 65 000 facteurs.

### GEOPOST/DPDGROUP

	CHIFFRE D'AFFAIRES		RÉSULTAT D'EXPLOITATION
2021	<b>14 701 M€</b>	2021	<b>1 057 M€</b>
2020	12 800 M€	2020	848 M€

Gestion opérationnelle d'Asendia; accélération du développement, notamment à l'international : Asie du Sud-Est, Moyen-Orient, Afrique et Amérique du Sud; croissance sur les marchés de l'alimentaire, de la santé et de la livraison hors domicile.

### LA BANQUE POSTALE

	CHIFFRE D'AFFAIRES		RÉSULTAT D'EXPLOITATION
2021	<b>8 017 M€</b>	2021	<b>1 642 M€</b>
2020	7 724 M€	2020	4 457 M€

Montée au capital de sa filiale CNP Assurances, dont elle détient désormais 78,95%; croissance de ses activités de bancassurance France, bancassurance internationale, banque patrimoniale et gestion d'actifs et banque de financement et d'investissement.

### BRANCHE GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE

	CHIFFRE D'AFFAIRES		RÉSULTAT D'EXPLOITATION
2021	<b>6 723 M€</b>	2021	<b>155 M€</b>
2020	6 251 M€	2020	-244 M€

Création de la branche Grand Public et Numérique au 1<sup>er</sup> juillet 2021, alliant la puissance du réseau physique du groupe La Poste à son expertise des solutions et services numériques pour améliorer la satisfaction des clients, dans le cadre d'une relation client omnicanale.

## PERFORMANCES SOCIÉTALES

# UNE POLITIQUE D'ENGAGEMENT SOCIÉTAL FONDÉE SUR 4 AXES

Renforcé par sa raison d'être et sa qualité de société à mission, le groupe La Poste a inscrit dans son modèle d'affaires la responsabilité sociale, sociétale et environnementale. Il a fixé quatre objectifs de long terme : contribuer au développement et à la cohésion des territoires; favoriser l'inclusion sociale; promouvoir un numérique éthique, inclusif et frugal; œuvrer à l'accélération de la transition écologique pour tous. Pour chacun de ces objectifs, le groupe s'engage pour lui-même, mais aussi en accompagnant ses clients et la société tout entière dans leurs transitions.

# AXE 1 : ŒUVRER À L'ACCÉLÉRATION DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE POUR TOUS

**LISTE A**  
du CDP<sup>(3)</sup> pour  
le groupe La Poste et  
La Banque Postale.

(3) Organisation internationale de référence d'évaluation des entreprises en matière de stratégie climat.

**77/100**  
**1<sup>er</sup> rang mondial**

tous secteurs confondus attribué pour la 3<sup>e</sup> année consécutive par l'agence de notation extra-financière VE<sup>(1)</sup>.

(1) Classement Moody's ESG Solutions (ex-Vigeo Eiris), juin 2021.

**75/100**  
**Cette note correspond au niveau de reconnaissance le plus élevé**

parmi plus de 60 000 entreprises évaluées dans le monde en matière d'environnement, de social et de droits de l'homme, d'éthique et d'achats responsables. EcoVadis<sup>(2)</sup> a attribué une nouvelle fois la médaille Platinum au groupe La Poste.

(2) La notation EcoVadis s'intéresse aux thèmes suivants : l'environnement, le social et les droits de l'homme, l'éthique et les achats responsables.

**30 %**  
**de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>**  
des activités de La Poste entre 2013 et 2025. Cette trajectoire a été validée par la SBTi (Science-Based Targets initiative).

**ZÉRO**  
**émission nette de GES**  
C'est l'objectif que La Poste s'est fixé en 2030, conformément aux engagements du groupe qui a signé le pledge Business Ambition 1,5° de la SBTi.

**93 %**  
**des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) sont valorisés.**

**100 %**  
**Le groupe La Poste premier opérateur postal 100 % neutre en carbone<sup>(4)</sup>.**

(4) Neutralité carbone obtenue par la compensation de l'ensemble des émissions du groupe sur les scopes 1, 2 et 3 (sous-traitance transports) après réduction des émissions, dont l'intensité est compatible avec l'atteinte de l'objectif de l'accord de Paris.

**10 000**  
**bâtiments postaux gérés par La Poste Immobilier, alimentés à 100 % en électricité d'origine renouvelable et engagés dans un projet de performance énergétique mené par Sobre Energie.**

**38 %**  
**de véhicules électriques**  
(véhicules utilitaires légers, Staby, VAE, chariots, poids lourds).

**115 674 TONNES**  
**de matières collectées par Recygo et Nouvelle Attitude envoyées en réemploi et en recyclage.**

## AXE 2 : PROMOUVOIR UN NUMÉRIQUE ÉTHIQUE, INCLUSIF ET FRUGAL

**400 000**

personnes  
accompagnées  
par La Poste et ses  
partenaires dans  
l'usage du numérique.

**550**

bureaux de poste  
engagés dans  
le programme  
d'inclusion  
numérique.

**7 MILLIONS**

de boîtes aux lettres  
numériques,  
intelligentes et  
sécurisées Digiposte

ouvertes à la fin 2021.

**510 000**

Identités Numériques  
La Poste.

**76 000**

tablettes Ardoiz vendues depuis  
le lancement. Cette tablette, adaptée  
aux attentes des seniors, est installée  
à domicile par le facteur.

## AXE 3 : CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ET À LA COHÉSION DES TERRITOIRES

**17 Md€**

de crédits accordés  
aux collectivités  
locales et aux  
hôpitaux publics.

**97,1%**

de la population  
à moins de 5 km

ou à moins de 20 minutes en voiture  
d'un point de contact La Poste.

**100%**

de fonds éligibles  
labellisés ISR

chez La Banque Postale Asset Management  
(LBPAM).

**29,7 M€**

d'achats réalisés  
auprès des secteurs  
de l'insertion

par l'activité économique et le travail  
protégé et adapté (STPA).

**+ DE 530**

projets favorisant la  
transition écologique  
des collectivités  
territoriales

ont été financés par les prêts verts  
de La Banque Postale, depuis 2019.

**+ DE 1 MILLION**

d'examens du Code  
de la route passés  
dans 750 sites  
de La Poste en 2021.

## AXE 4 : FAVORISER L'INCLUSION SOCIALE

**8,66%**  
de bénéficiaires  
de l'obligation  
d'emploi (BOE).

La Poste, premier employeur de personnes en situation de handicap, soutient des entreprises du secteur adapté et protégé et de l'insertion.

**1,4 MILLION**  
de clients  
bénéficiaires  
de la mission  
d'accessibilité  
bancaire.

**1,6 MILLION**  
de clients bénéficient  
de services bancaires et  
d'un accompagnement  
adaptés par  
La Banque Postale.

**100%**  
des 2789 guichets  
automatiques  
de banque situés à l'intérieur des bureaux  
de poste sont accessibles aux personnes  
en situation de handicap.

**5708**  
alternants  
et 4300 stagiaires

ont été accueillis en 2021 par le groupe en France, dont plus de 10% issus des quartiers prioritaires de la ville.

**200 000**  
prestations « Veiller  
sur mes parents »  
sont réalisées  
par les facteurs  
chaque année.

## PERFORMANCES SOCIÉTALES INDICATEURS SOCIAUX

Le groupe La Poste est l'un des premiers acteurs du marché de l'emploi en France. Il mène une politique d'emploi responsable dans un environnement en forte évolution et fragilisé par la crise sanitaire mondiale. Fort de ses 245 000 collaborateurs, le groupe La Poste est engagé dans une politique sociale volontariste tournée vers l'insertion, l'inclusion, la diversité et la lutte contre toutes les discriminations.

### UNE POLITIQUE ACTIVE DE RECRUTEMENT

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE RECRUTEMENTS EN CDI <sup>(1)</sup>

2020	11 167	2021	<b>10 609</b>
------	--------	------	---------------

### AGIR EN FAVEUR DE L'EMPLOI DES JEUNES

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ALTERNANTS <sup>(1)</sup>

2020	5 891	2021	<b>5 708</b>
------	-------	------	--------------

### AGIR EN FAVEUR DE L'EMPLOI DES PERSONNES HANDICAPÉES

ÉVOLUTION DU TAUX DE BOE  
(BÉNÉFICIAIRES DE L'OBLIGATION D'EMPLOI) <sup>(2)</sup>

2020	7,74%	2021	<b>8,66%</b>
------	-------	------	--------------

LE PREMIER EMPLOYEUR DE FRANCE DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

<sup>(1)</sup> Périmètre groupe France  
<sup>(2)</sup> Périmètre La Poste SA

## FAVORISER LE MAINTIEN DANS L'EMPLOI DES SENIORS

ÉVOLUTION DE LA PART DES 55 ANS ET PLUS  
DANS L'EFFECTIF PERMANENT <sup>(1)</sup>

2020 29,66% 2021 **29,71%**

## PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES-HOMMES

ÉVOLUTION DE LA PART DES FEMMES  
DANS L'ENSEMBLE DE L'ENCADREMENT <sup>(2)</sup>

2020 51,50% 2021 **52%**

## AGIR EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

PART DES COLLABORATEURS AYANT SUIVI  
AU MOINS UNE FORMATION DANS L'ANNÉE <sup>(1)</sup>

2020 91,20% 2021 **92%**

## FAVORISER LA MOBILITÉ ET LES PARCOURS PROFESSIONNELS

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE COLLABORATEURS  
QUI ONT ÉVOLUÉ PROFESSIONNELLEMENT <sup>(2)</sup>

2020 15244 2021 **18 532**

## AMÉLIORER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

ÉVOLUTION DU TAUX DE FRÉQUENCE  
DES ACCIDENTS DU TRAVAIL AVEC ARRÊT <sup>(1)</sup>

2019 24,93% 2020 19,91% 2021 **21,20%**

<sup>(1)</sup> Périmètre groupe France  
<sup>(2)</sup> Périmètre La Poste SA

## INDICATEURS QUALITÉ

# ENGAGEMENTS CLIENTS

Le groupe La Poste a mis la satisfaction des clients au centre des priorités de son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ». En 2021, pour les clients de ses points de contact (bureaux de poste, La Poste agences communales et La Poste relais), La Poste a décidé de piloter désormais le taux de clients « très satisfaits » suite à leur visite dans les bureaux de poste, et non plus les clients « satisfaits ». Cette exigence est nécessaire pour réussir à offrir une expérience clients remarquable. Une empreinte relationnelle<sup>(1)</sup> a été définie pour faire évoluer les postures, en complément du pilotage de standards de qualité : ce sont les leviers qui permettront de répondre à l'exigence fixée. La Poste a également créé en 2021 une direction de la relation client à distance dédiée aux clients réclamants. Elle fédère toutes les compétences de La Poste dans ce domaine (hors La Banque Postale).

### LE DISPOSITIF « BOUCLE COURTE » GÉNÉRALISÉ

Sur l'ensemble du territoire, les clients peuvent désormais déposer leurs réclamations courrier et colis dans tous les bureaux de poste et Espaces Pro puis ils sont rappelés sous 48 heures pour leur assurer une réponse rapide et personnalisée. La Poste a généralisé ce dispositif « boucle courte » au printemps 2021 et la satisfaction du client réclamant a fortement progressé depuis sa mise en place.

## AMÉLIORER LE TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS CLIENTS (RÉSULTATS CONSOLIDÉS ANNUELS)

ÉVOLUTION DU TAUX DE TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS  
EN MOINS DE 15 JOURS OUVRÉS

2020 94,40% 2021 **94,70%**

<sup>(1)</sup> L'empreinte relationnelle est la trace émotionnelle positive que l'on souhaite que les clients conservent après chaque interaction avec La Poste (avec les services clients, en point de contact, avec le facteur ou via les interfaces digitales). En 2021, le groupe La Poste a défini une empreinte relationnelle unique : elle vise à ce que les clients se sentent toujours bienvenus, considérés, entre de bonnes mains, et sereins.

**POUR RETROUVER  
LES PUBLICATIONS INSTITUTIONNELLES  
DU GROUPE LA POSTE, RENDEZ-VOUS SUR :  
WWW.LAPOSTEGROUPE.COM**



**SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**



**Conception et réalisation : HAVAS PARIS**

**Crédits photo :** Letizia Le Fur; Romuald Meigneux; Julien Millet; Philippe Miran; Massimo Pessina; LM Influence; Getty Images; Adobe Stock; médiathèque du groupe La Poste.

La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus aux personnes handicapées moteurs, leur permettant de naviguer à travers ce PDF à l'aide de commandes clavier. Accessible aux personnes déficientes visuelles, il a été balisé de façon à être retranscrit vocalement par les lecteurs d'écran.

Impression Gutenberg Networks RCS Nanterre 403 179 781.  
Document imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement.



La Poste – SA au capital de 5364 851 364 euros – 356 000 000 RCS Paris  
Siège social : 9 rue du Colonel Pierre Avia – 75015 PARIS

**DIRECTION DE LA COMMUNICATION GROUPE**  
9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA – 75757 PARIS CEDEX 15  
Tél. : +33 (0)1 55 44 00 00  
[www.lapostegroupe.com](http://www.lapostegroupe.com)



**LA POSTE**  
GROUPE