

Redécouvrir Le Groupe La Poste

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019



LE GROUPE LA POSTE



En 2019, la transformation du Groupe La Poste s'accélère, dans ses activités, dans ses offres, dans ses métiers, dans sa présence, pour toujours mieux servir des millions de personnes, tous les jours et partout. Avec une ambition : devenir la première entreprise de services de proximité humaine. Vous allez redécouvrir Le Groupe La Poste.



4 L'interview du Président

P. 8
Les postiers engagés

P. 10
Le comité exécutif

P. 12
La carte d'identité

P. 14
Le modèle d'affaires

16 Les avancées de la transformation

P. 18
Réussir la diversification de nos activités pour accompagner les évolutions de la société

P. 20
Quatre projets majeurs accélèrent la transformation

P. 22
Le grand pôle financier public pour accompagner les projets des territoires

P. 24
Un grand groupe de bancassurance européen

P. 26
Développement international Un levier de la diversification du Groupe

P. 28
Innovation et tiers de confiance Le numérique au cœur de la stratégie de diversification de La Poste

P. 30
Ma French Bank La banque digitale du Groupe La Poste

32 La solidité du modèle multiactivité

P. 34
Un modèle en mouvement Nouvelles offres, nouveaux services, nouvelles compétences

45 Les postiers au cœur de la transformation

P. 46
Responsable et inclusif L'emploi vu par Le Groupe La Poste

P. 48
Créateur d'opportunités Mobilité interne et formation, moteurs de l'emploi des postiers

P. 50
Qualité de vie au travail Une priorité pour le Groupe

52 Un groupe innovant aux côtés des territoires

P. 54
Expérimenter de nouvelles solutions de proximité

P. 56
Soutenir la dynamique économique des territoires

P. 58
Accompagner les politiques et programmes publics

60 Un groupe engagé au service de la société

P. 62
Neutralité carbone Un engagement de long terme et des actions concrètes

P. 64
Inclusion Lutter contre toutes les formes d'exclusion

P. 65
Femmes et numérique Favoriser la mixité

P. 66
Engagements et solidarité

P. 68
Le Musée de La Poste fait peau neuve!

Redécouvrir Le Groupe La Poste

70 Le Groupe La Poste en chiffres

Interview

Philippe Wahl

Président-directeur général
du Groupe La Poste

L'année 2019 s'est terminée sur de bons résultats pour Le Groupe La Poste. Comment les analysez-vous ?

Le chiffre d'affaires du Groupe est en croissance de 5,2% et les revenus de l'ensemble des activités ont augmenté. Ces résultats sont satisfaisants car ils interviennent dans une conjoncture économique difficile, marquée par une accélération du recul des volumes du courrier, des taux d'intérêt durablement bas, une baisse de fréquentation des bureaux de poste et les pressions sur les marges du colis, partout en Europe. Cette performance démontre la solidité de notre modèle multiactivité et nous permet de poursuivre nos investissements. Ils ont atteint 2,4 milliards d'euros en 2019 et ont permis d'accélérer la modernisation de l'outil industriel, la diversification des activités, le déploiement à l'international et la formation des collaborateurs. La transformation du Groupe a continué à progresser avec l'ambition de devenir la première entreprise de services de proximité humaine.

Si vous deviez résumer l'année 2019 en un mot, lequel choisiriez-vous ?

Fondatrice, car 2019 a été une année fondatrice pour l'avenir du Groupe La Poste. Nous avons franchi des étapes décisives dans la concrétisation de projets au long cours. Tout d'abord, le rapprochement de La Poste avec la Caisse des dépôts (CDC) et celui de La Banque Postale avec CNP Assurances. Intervenu le 4 mars 2020, il va nous permettre de poursuivre la diversification de notre modèle

stratégique et à La Banque Postale de compléter son modèle de bancassurance universel. Nous écrivons ainsi une nouvelle page de notre histoire en prenant part à la création d'un grand pôle financier public. Et nous restons fidèles, auprès de la CDC et de l'État, à notre mission : servir l'intérêt général. Ensuite, début 2020, l'acquisition de BRT, le leader du colis en Italie, est aussi une avancée structurante pour le Groupe. Cette acquisition par GeoPost, la filiale colis-express du Groupe, marque la maturité de notre réseau de livraison européen. Au-delà de l'Europe, l'expansion de nos services s'est intensifiée en Asie. En vingt ans d'existence, GeoPost est passée de 1 milliard d'euros à 7,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Une superbe aventure d'entreprise. L'international représente désormais plus de 30% du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

Ces développements sont des piliers de la politique de diversification et de désensibilisation au courrier traditionnel menée par le Groupe. Quels en sont les autres marqueurs ?

Une précision me semble importante : il ne s'agit pas de se diversifier pour se diversifier. Le Groupe La Poste a pour but d'être utile à la société tout entière, d'apporter des réponses aux besoins quotidiens de nos clients. Un des marqueurs, par exemple, face à l'enjeu sociétal du vieillissement de la population, est le développement de nos services de proximité. Ils ont représenté, en 2019, 495 millions d'euros de chiffre d'affaires en année pleine. Autre activité capitale



« Nous écrivons ainsi une nouvelle page de notre histoire en prenant part à la création d'un grand pôle financier public. »

au cœur des échanges et des usages, le numérique. La Poste est devenue le premier fournisseur d'identité numérique à être certifié par l'ANSSI, confortant ainsi son positionnement de tiers de confiance. Avec l'acquisition de Softeam Group, La Poste propose aujourd'hui une offre complète d'accompagnement de la transformation digitale à ses clients, entreprises privées et secteur public. Grâce à ces développements, le poids du courrier traditionnel recule, il représentait encore plus de la moitié de notre chiffre d'affaires il y a dix ans. Il devrait passer sous la barre des 20% en 2020.

Aujourd'hui, face aux enjeux environnementaux, il est indispensable d'agir avec une vision durable et à long terme. Comment La Poste intègre-t-elle cette dimension dans ses activités ?

Dans l'ensemble de ses activités, La Poste agit en acteur responsable. La Poste a été pionnière avec les voitures électriques. La Poste est neutre en carbone depuis 2012. Nous souhaitons accélérer encore la baisse de nos émissions. Nous travaillons, par exemple, en matière de logistique urbaine, avec 19 métropoles françaises pour décarboner la livraison de demain dans les centres-villes. En 2019, l'acquisition de la société Économie d'énergie a renforcé notre action pour accompagner la rénovation énergétique des logements des particuliers. Et, en matière de finance, La Banque Postale s'est engagée à gérer 100% de ses encours en ISR à fin 2020.

Diriez-vous que cette exemplarité constitue le socle de la confiance qui lie La Poste à l'ensemble de ses clients ?

Bien sûr, pour créer la confiance, il faut toujours apporter les preuves de nos engagements. Avant tout, la confiance vient des postiers. Les femmes et les

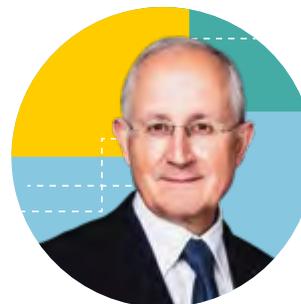
hommes du Groupe l'incarnent, ils la font vivre au quotidien sur tout le territoire. Quand un client pousse la porte d'un bureau de poste, quand une entreprise fait appel à nos experts numériques, quand une collectivité se tourne vers nous pour trouver un financement adapté à ses projets ou quand la CDC devient notre actionnaire principal, ils le font tous car ils sont convaincus de l'engagement et du professionnalisme des postiers. Et je tiens à remercier chacune et chacun d'entre eux car les postiers sont les premiers acteurs de la transformation du Groupe.

Comment abordez-vous l'année 2020 ?

Comment aborder l'année 2020 sans parler de la pandémie qui a frappé le monde et qui met à mal nos certitudes. Je veux d'abord rendre hommage aux postières et aux postiers qui ont, par leur engagement, leur mobilisation sur le terrain, participé à l'effort de la Nation. Cette crise montre, plus que jamais, que La Poste est utile. Utile à nos clients, notamment les plus fragiles ou les plus éloignés sur le territoire ; utile aux entreprises et à tous les professionnels. Ce besoin de poste, qui s'est exprimé avec force pendant cette crise, c'est le besoin de proximité humaine. Cette exigence est forte et nous nous devons d'être à la hauteur. Elle sera au cœur des réflexions qui vont guider La Poste dans la construction de son nouveau plan stratégique. C'est en effet la dernière année du plan « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » et celle de l'élaboration de notre nouveau plan à l'horizon 2030. Celui-ci sera construit avec l'ensemble de nos parties prenantes, à la fois les postiers, nos clients, les élus, nos fournisseurs... Parce que La Poste est au cœur de la vie des Français, nous voulons savoir ce que chacun attend de nous et comprendre les évolutions de la société pour construire l'avenir du Groupe La Poste.

« En 2019, la transformation du Groupe a continué à progresser avec l'ambition de devenir la première entreprise de services de proximité humaine. »

Philippe Wahl





Merci
 aux 100 000 postières
 et postiers qui se sont
 mobilisés pendant la crise
 sanitaire pour assurer
 leurs missions essentielles
 auprès de la population.
 Ils ont continué à
 transporter, à distribuer,
 à informer, à accueillir en
 bureaux de poste, à visiter
 les personnes âgées
 et isolées, pour maintenir
 le lien partout sur le
 territoire. Ils ont participé,
 par leur engagement
 et leur courage, à l'effort
 de la Nation. Ils incarnent,
 chaque jour sur le territoire,
 la proximité humaine.

Le comité exécutif



Philippe Wahl
Président-directeur général
du Groupe La Poste



Philippe Bajou
Directeur général
adjoint, secrétaire général,
président de Poste Immo



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



Anne-Laure Bourn
Directrice générale
adjointe, en charge
du Réseau La Poste



Paul-Marie Chavanne⁽¹⁾
Directeur général adjoint,
président de GeoPost/
DPDgroup

(1) Paul-Marie Chavanne ayant fait valoir ses droits à la retraite, Boris Winkelmann le remplace en tant que directeur général adjoint du Groupe La Poste et président de GeoPost/DPDgroup à compter du 26 juin 2020.



Nathalie Collin
Directrice générale
adjointe, en charge
de la branche Numérique
et de la communication



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



Rémy Weber
Directeur général adjoint,
président du directoire
de La Banque Postale



Valérie Decaux
Directrice générale
adjointe, en charge
des ressources humaines



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

La carte d'identité

Un groupe en transformation

La Poste est une société anonyme à capitaux 100% publics, organisée en cinq branches d'activité.

Services-Courrier-Colis

La branche s'appuie sur près de 70000 facteurs pour assurer l'acheminement de 19 milliards de courriers et 363 millions de Colissimo par an en France et à l'international. Elle accompagne la croissance de l'e-commerce et développe de nouveaux services de proximité pour les entreprises, les collectivités et les particuliers ; notamment dans les domaines de la silver économie, de la santé à domicile et de la transition énergétique.

La Banque Postale

Particuliers, entreprises, professionnels, acteurs du secteur public local et de l'économie sociale : avec plus de 10,5 millions de clients actifs, La Banque Postale poursuit sa diversification et sa digitalisation. Elle

propose une gamme complète de produits et services de banque et d'assurance simple, utile et transparente, à un tarif raisonnable.

GeoPost/DPDgroup

GeoPost, spécialiste de la livraison rapide/express de colis de moins de 30 kg dans le monde, n° 2 en Europe, rassemble ses filiales sous la marque ombrelle internationale DPDgroup (DPD, Chronopost, SEUR et BRT). GeoPost/DPDgroup est présent dans 47 pays dans le monde et a livré 1,3 milliard de colis dans le monde en 2019.

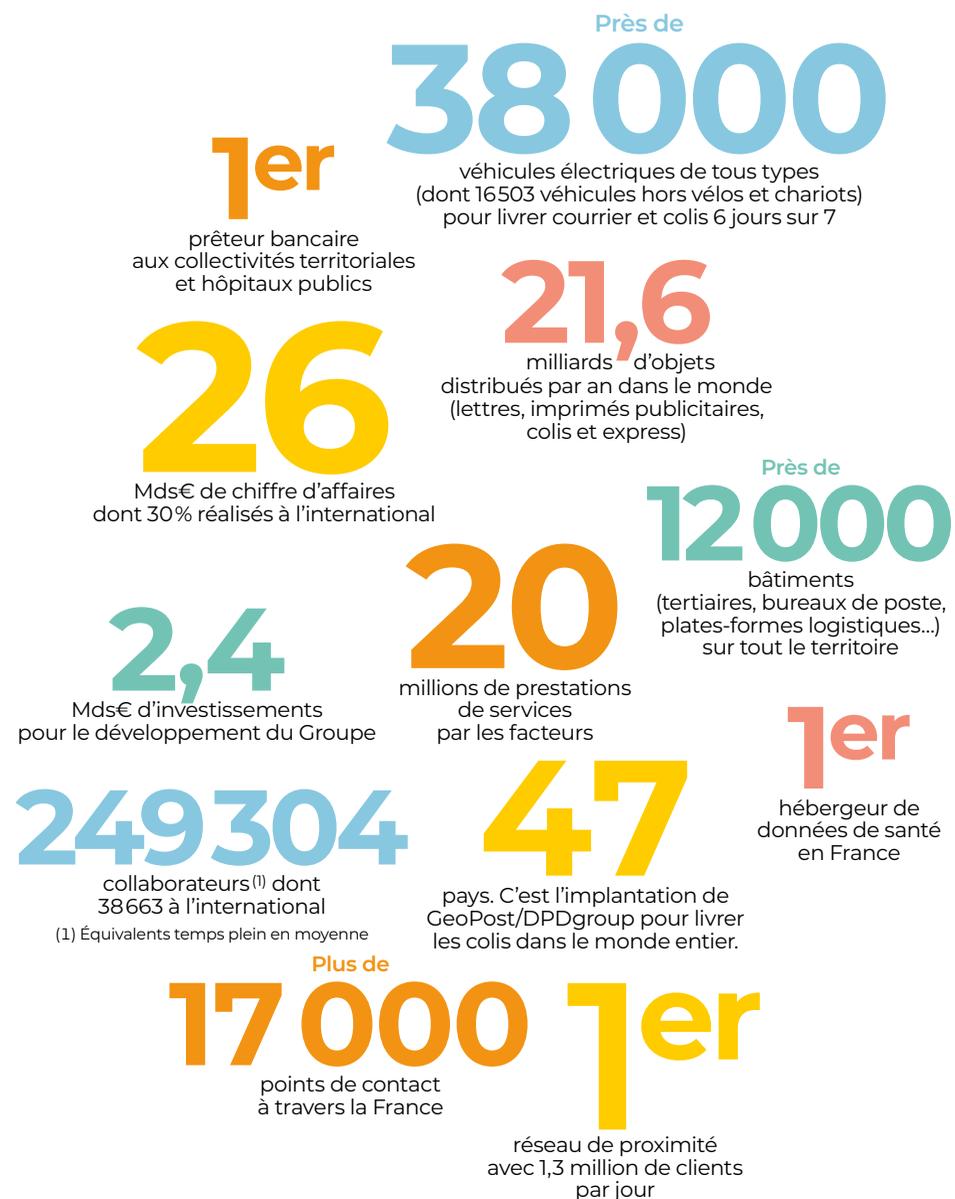
Réseau La Poste

Avec plus de 17000 points de contact, le Réseau La Poste est le premier réseau de proximité humaine en France. Lieu de proposition des offres et services du Groupe,

en particulier de ceux de La Banque Postale, il est ancré dans le quotidien et les projets de tous ses clients, et dans le développement économique des territoires.

La branche Numérique

La branche a une double activité. D'une part, une activité commerciale autour de services en ligne et d'offres numériques pour les entreprises, le secteur public local et les particuliers. Elle opère à travers ses filiales Docaposte et Mediapost Communication ainsi que son site e-commerce laposte.fr. D'autre part, elle conduit une activité de modernisation et de transformation numérique du Groupe et développe de nouveaux services pour le compte des autres branches.



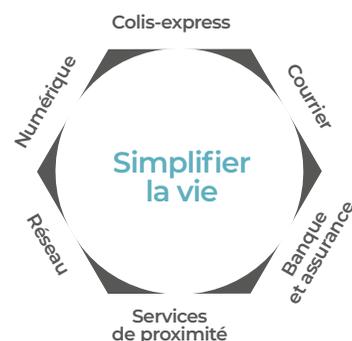
Le modèle d'affaires du Groupe La Poste

Pour simplifier la vie de tous et proposer ses services au plus grand nombre, Le Groupe La Poste s'appuie sur un modèle multiactivité. Acteur de référence sur le territoire, le Groupe est particulièrement vigilant concernant son impact et sa contribution auprès de l'ensemble de ses parties prenantes.

Nos ressources

- **Capital humain**
 - 249 304 collaborateurs dont 38 663 à l'international
- **Capital industriel**
 - 11 778 bâtiments
 - 91 435 véhicules
 - Environ 700 000 équipements informatiques
 - 45 plates-formes logistiques
 - Infrastructures numériques
- **Capital sociétal et relationnel**
 - 17 033 points de présence postale
 - 43 000 points relais en Europe
- **Capital financier**
 - 100 % capitaux publics
 - 12,6 Mds€ de capitaux propres
 - 26,0 Mds€ de chiffre d'affaires dont 30 % à l'international
- **Capital naturel**
 - Électricité 100 % renouvelable
 - Une des premières flottes mondiales de véhicules électriques (16 503 véhicules électriques, 24 % de la flotte hors vélos et chariots)
- **Capital intellectuel**
 - Image de confiance
 - Innovation

Un modèle multiactivité



4 missions de service public

- Service universel postal
- Transport et distribution de la presse
- Aménagement du territoire
- Accessibilité bancaire

Un développement à l'international

- 15,5 % des collaborateurs à l'international
- 30 % du chiffre d'affaires à l'international

Des leviers de croissance

- E-commerce
- Logistique urbaine
- Modernisation de l'action publique
- Partenaire numérique de confiance
- Silver économie et santé
- Transition énergétique

La stratégie : « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir »

- Accélérer le développement des activités et conquérir de nouveaux marchés
- Améliorer la compétitivité en préservant le pacte social
- 5 programmes prioritaires communs renforçant les synergies des branches

L'engagement sociétal du Groupe en 3 axes

- Cohésion sociale et territoriale
- Transitions écologiques
- Numérique éthique et responsable

Nos impacts

- **Pour la planète**
 - Émission de GES : - 21,8 %
 - Offre de produits et services 100 % compensée carbone
 - Recyclage des déchets et réemploi : 116 182 tonnes
- **Pour les territoires**
 - Plus de 12,3 millions de foyers visités/jour
 - 95,6 % de la population à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture d'un point de contact
- **Pour nos clients**
 - Fidèles et satisfaits⁽¹⁾
 - 1,7 milliard de colis livrés
 - 51 % des livrets A ont un encours inférieur à 150 €
- **Pour nos collaborateurs**
 - 92 % de contrats permanents
 - 51 % des cadres sont des femmes
 - 80 % des collaborateurs formés (2019)
 - 12 accords sociaux nationaux et avenants en 2019
- **Pour nos fournisseurs**
 - 81 % des fournisseurs sont des PME
- **Pour nos actionnaires et investisseurs**
 - A/A-1 perspective positive (S&P)
 - A+/F1+ perspective stable (Fitch Ratings)

(1) Net Promoter Score.

En dix ans, les volumes du courrier ont baissé de 50% avec la révolution numérique, ceux du colis ont fortement progressé avec l'essor de l'e-commerce. Pour continuer à se développer, Le Groupe La Poste a engagé sa transformation en diversifiant ses activités et en investissant de nouveaux métiers.



Les avancées de la transformation



Réussir la diversification

DE NOS ACTIVITÉS POUR ACCOMPAGNER
LES ÉVOLUTIONS DE LA SOCIÉTÉ

Face à la révolution numérique, le Groupe a mené une transformation profonde de son modèle. Elle se fonde sur les transitions et les évolutions majeures qui traversent la société et se traduit par la diversification des services proposés par La Poste.

La transition numérique a bouleversé les habitudes quotidiennes de chacun. Le volume du courrier traditionnel baisse et de nouveaux services se développent. Expert de la logistique, Le Groupe La Poste a su accompagner l'essor de l'e-commerce et la forte hausse des volumes de colis qu'elle engendre en investissant dans son outil industriel et logistique. Le Groupe déploie aussi une offre numérique pour les particuliers, les entreprises et le secteur public.

L'évolution démographique constitue un enjeu majeur. En 2030, plus de 16 millions de personnes seront âgées de plus de 65 ans en France. Fort de son implantation dans les territoires, le Groupe développe de nouveaux services pour répondre à cette évolution comme le portage de repas ou le service de visites à domicile par le facteur avec « Veiller sur mes parents ». La Poste se positionne comme un acteur clé de la silver économie et de la santé pour favoriser le maintien à domicile et répondre aux besoins de proximité.

Les mutations territoriales engendrent un besoin accru de proximité humaine sur tout le territoire. Le réseau de La Poste évolue pour simplifier la vie de ses clients et garantir l'accessibilité des services sur l'ensemble du territoire, urbain et rural. La Poste contribue également au dynamisme du commerce local et accompagne les projets des collectivités territoriales avec La Banque Postale, qui est leur premier partenaire financier.

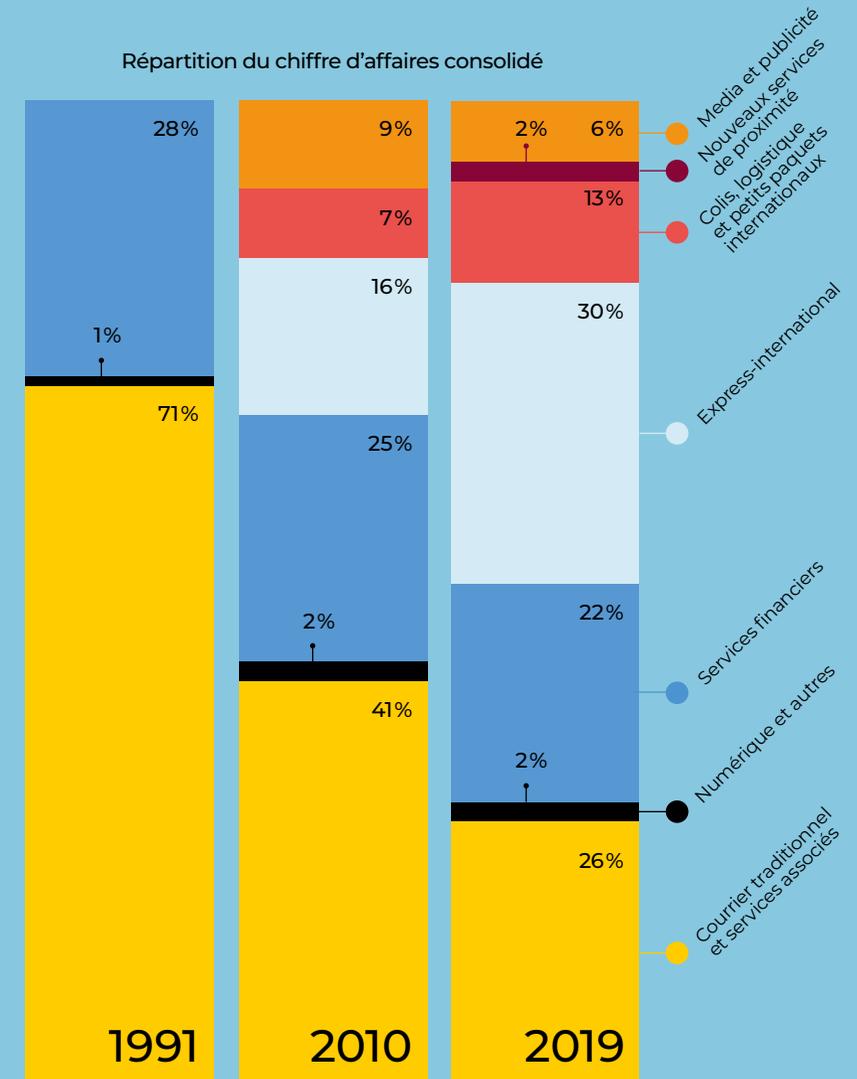
La transition écologique irrigue toutes les actions du Groupe, qu'il s'agisse de ses pratiques internes (avec la mesure, la réduction et la compensation de ses émissions de GES) ou des services qu'il propose en matière d'optimisation énergétique, de recyclage ou de logistique urbaine durable. La Poste a été pionnière dans ce domaine avec l'une des plus importantes flottes de véhicules électriques du monde.

Transformation ou diversification ?

Les deux sont indissociables. La Poste doit se transformer pour répondre à de nouveaux défis. Elle le fait en diversifiant ses activités, en créant de nouveaux services, en acquérant de nouvelles entreprises et expertises. Cette diversification permet au Groupe d'identifier et de tester de nouvelles solutions afin de les proposer ensuite au plus grand nombre.

Évolution de la diversification des activités du Groupe La Poste entre 1991 et 2019

Répartition du chiffre d'affaires consolidé



QUATRE PROJETS MAJEURS ACCÉLÈRENT LA TRANSFORMATION

2019 restera comme une année fondatrice au cours de laquelle plusieurs projets stratégiques ont accéléré la transformation du Groupe.

100%

La Poste reste une société à capitaux 100% public, détenus par les deux mêmes actionnaires.

1 Rapprochement de la Caisse des dépôts et de La Poste : la création d'un grand pôle financier public

Annoncé en août 2018 par Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, le projet de rapprochement entre Le Groupe La Poste et la Caisse des dépôts a franchi de nombreuses étapes en 2019 pour aboutir, en mars 2020, à la création d'un grand pôle financier public. Une étape historique pour le Groupe.

2 L'accélération de l'internationalisation

Le développement international s'accélère. Début 2020, GeoPost/DPDgroup a pris une participation majoritaire dans BRT, le leader italien du colis. Une opération de grande envergure qui consolide le maillage européen du Groupe dans la livraison express de colis. En Asie, le développement s'intensifie avec la prise de participation majoritaire dans Lenton, à Hong Kong, le déploiement de la franchise DPD en Chine et le développement de Ninja Van en Asie du Sud-Est.

30%

du chiffre d'affaires du Groupe sont aujourd'hui réalisés à l'international.



189

millions d'euros, c'est le montant de l'investissement réalisé pour la modernisation de l'outil logistique du Groupe en 2019.

3 Un investissement fort dans l'outil logistique et industriel

Le volume croissant de colis et le développement des nouveaux services ont conduit La Poste à revoir en profondeur son outil logistique. Deux nouvelles plates-formes de tri Colissimo, dans les Hauts-de-France et dans les Alpes, ainsi que le hub de Viapost en Nouvelle-Aquitaine ont vu le jour en 2019, et 18 plates-formes de distribution ont été transformées pour préparer et distribuer à la fois des flux de courrier et de colis.

4

Des avancées déterminantes dans le digital

L'année a été marquée par le lancement de Ma French Bank, la banque 100% digitale de La Banque Postale. Le Groupe La Poste a transformé son site e-commerce pour proposer une nouvelle approche plus simple et plus pratique des services postaux en ligne. La Poste a noué un partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale pour l'archivage à vie et automatique des attestations de diplôme dans Digiposte, sa boîte aux lettres numérique, intelligente et sécurisée. Dicaposte a fait l'acquisition d'Icanopée dans le domaine de l'e-santé et de Softeam Group, société experte en conseils et services pour les secteurs de la banque, de la finance et de l'assurance.

+ 6%

C'est la croissance du chiffre d'affaires de la branche Numérique du Groupe.

Le grand pôle financier public

POUR ACCOMPAGNER
LES PROJETS DES TERRITOIRES

Le rapprochement entre la Caisse des dépôts et La Poste donne naissance à un grand pôle financier public. Trois questions pour saisir les enjeux d'un projet qui marque une étape historique dans la transformation et le développement du Groupe.

Pourquoi ce rapprochement ?

La Poste et la Caisse des dépôts ont toujours partagé une culture : celle de l'intérêt général, de l'engagement de terrain au service de tous. Opérateurs de proximité au service des citoyens, des entreprises et des territoires, Le Groupe La Poste et la Caisse des dépôts vont unir leurs forces et travailler de concert autour de cinq enjeux sociétaux majeurs : la lutte contre les fractures territoriales, la logistique urbaine, la transformation numérique des territoires, la transition énergétique et écologique, les services à la personne et la silver économie.

Comment se concrétise-t-il ?

D'une part, la Caisse des dépôts et l'État apportent à La Poste – qui transmet à La Banque Postale – les participations respectives de 40,9% et 1,1% qu'ils détiennent dans le capital de CNP Assurances. Par cette opération, La Banque Postale détient désormais 62,1% du capital de CNP Assurances, leader de l'assurance-vie en France. D'autre part, l'État transfère 40% du capital du Groupe La Poste à la Caisse des dépôts, qui augmente ainsi sa participation de 26% à 66% au capital du Groupe. La Caisse des dépôts devient l'actionnaire majoritaire de La Poste, l'État conserve 34%.

Quels en sont les bénéfices ?

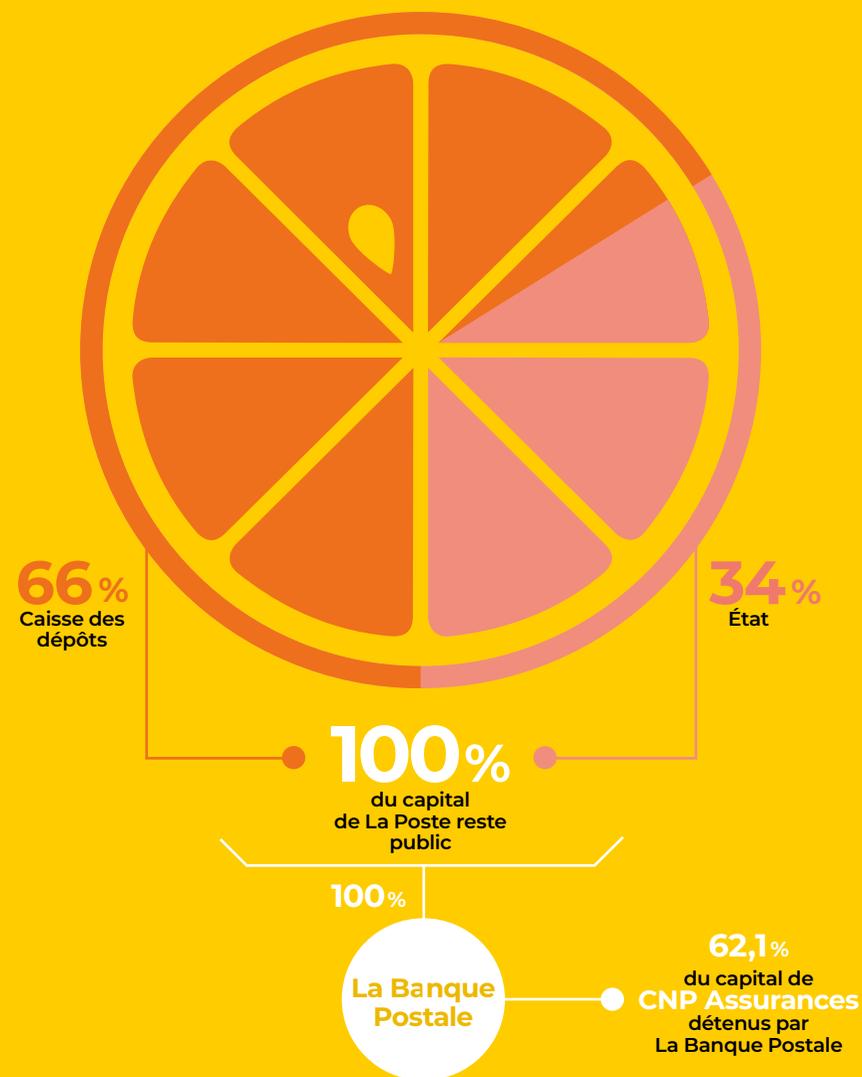
Avec cette opération, La Poste est confortée dans sa stratégie de transformation et de désensibilisation à la baisse des volumes du courrier. Le nouvel ensemble va mobiliser sa capacité d'action sur le terrain pour accompagner les politiques publiques de l'État et des collectivités locales, accompagner le développement et l'aménagement des territoires. Il s'agira également d'optimiser conjointement la qualité de l'offre de financement faite aux collectivités territoriales pour mener à bien leurs projets de transformation.

« La Poste et la Caisse des dépôts constituent deux leviers très puissants dont le rapprochement permettra de conserver et développer un maillage serré de services publics dans nos territoires. »

● Bruno Le Maire,
ministre de l'Économie
et des Finances.

Actionnariat du Groupe La Poste : un nouvel équilibre

La Caisse des dépôts devient l'actionnaire principal de La Poste, qui reste un groupe 100% public.



Le rapprochement a reçu le nom d'opération Mandarine. Il vient des couleurs des logos de La Poste (jaune) et de la Caisse des dépôts (rouge). Le mélange des deux donne une teinte... mandarine.

UN GRAND GROUPE DE BANCASSURANCE EUROPÉEN

62,1%

du capital de
CNP Assurances détenu
par La Banque Postale,
qui devient actionnaire
majoritaire

Le rapprochement avec CNP Assurances donne une nouvelle dimension à La Banque Postale, qui devient un groupe de bancassurance d'envergure européenne doté de moyens financiers accrus.

La Banque Postale est un partenaire distributeur historique des produits de CNP Assurances en France et l'un de ses actionnaires clés. Cette opération rapproche les deux entreprises et fait de La Banque Postale l'actionnaire principal de CNP Assurances à 62,1%. De son côté, CNP Assurances augmente sa visibilité et sa présence sur le terrain, grâce au réseau de La Poste sur l'ensemble du territoire français, tout en préservant son modèle ouvert et multipartenarial.

Ce rapprochement permettra à La Banque Postale et à CNP Assurances de développer une approche globale du client pour répondre à l'ensemble de ses besoins de protection à toutes les étapes de sa vie. Une nouvelle étape qui accélérera le développement dans les métiers de la banque, de l'assurance et des services financiers en France et à l'étranger. Le groupe La Banque Postale portera les engagements du groupe de bancassurance public face aux grands enjeux de société, en particulier l'exclusion bancaire et numérique et l'urgence climatique.



« Ce rapprochement n'est pas une opération financière, c'est une opération industrielle à destination des territoires et au service des Français. »

● **Éric Lombard**,
Directeur général
de la CDC.

« Cette opération est essentielle pour l'avenir du Groupe La Poste et nous permet de poursuivre la transformation de La Poste. Elle traduit aussi la confiance de nos actionnaires, l'État et La Caisse des dépôts. »

● **Philippe Wahl**,
Président-directeur général
du Groupe La Poste.

Les étapes clés de la constitution du grand pôle financier public



Développement international

UN LEVIER DE LA DIVERSIFICATION
DU GROUPE

La dimension internationale du Groupe La Poste, via le développement de son activité colis-express GeoPost/DPDgroup, ne cesse de se renforcer.

2019, une date symbolique

En 2019, GeoPost a célébré ses 20 ans. En créant cette branche, en 1999, La Poste a démontré sa capacité à identifier très tôt le potentiel de croissance de l'e-commerce à l'international pour en faire un axe fort de développement. Une décision qui a donné naissance à une aventure unique de croissance internationale et à un leader européen de la logistique qui réalise aujourd'hui 7,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Un modèle unique d'intégration

Le développement du Groupe sur le secteur de la livraison colis-express en Europe arrive à maturité grâce à une avancée majeure. Le 8 janvier 2020, la prise de participation majoritaire dans le capital de Bartolini (BRT), le leader italien dans le marché du colis, conforte la place du Groupe parmi les leaders européens du colis. Le marché européen représente désormais 90% du chiffre d'affaires de GeoPost/DPDgroup. L'expansion en Asie se poursuit également à Hong Kong, en Chine et en Asie du Sud-Est.

Un double défi : gérer les volumes de manière durable

Pour garantir l'excellence opérationnelle et la qualité de service face à des volumes croissants, le Groupe développe son outil industriel, articulé autour de plus de 900 hubs et dépôts dans le monde. L'essor de l'e-commerce pose la question des modes de livraison durables. DPDgroup a créé 110 dépôts urbains dans 13 pays européens et mis en service 900 véhicules à faibles émissions avec une ambition de 5000 véhicules d'ici à 2025. Sa filiale Chronopost livre déjà tout Paris en électrique depuis fin 2019 et a pour objectif de livrer à terme la plus grande partie du territoire français en véhicule décarboné.

2^e

plus grand réseau
de distribution
de colis en Europe

Carte des implantations GeoPost/DPDgroup



47

pays dans le monde

Asendia, partenaire de l'e-commerce transfrontière

Le Groupe La Poste est également présent sur le marché de l'e-commerce transfrontière via sa filiale Asendia. Spécialiste des envois de petits paquets à l'international et des services technologiques, elle opère dans 17 pays sur trois grandes zones (Europe, Amérique, Asie

et Océanie). Avec des clients de plus en plus nombreux à commander en ligne sur des sites étrangers et en attente d'une expérience client équivalente à celle d'un service domestique, Asendia est portée par l'essor de ce marché en croissance de 25% par an.

Innovation et tiers de confiance

LE NUMÉRIQUE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DE DIVERSIFICATION DE LA POSTE

La Poste est au cœur des échanges physiques et numériques. Elle développe une offre de services numériques sécurisés qui s'adressent au plus grand nombre. Ces services reposent sur un écosystème digital dans lequel le client a le choix et décide de l'utilisation de ses données personnelles.

Être un tiers de confiance et favoriser l'inclusion numérique

La Poste se positionne comme tiers de confiance numérique, c'est-à-dire qu'elle garantit la confidentialité des données numériques comme elle le fait avec le courrier pour ses clients. Le modèle économique de ses solutions numériques ne s'appuie pas sur l'exploitation des données des utilisateurs mais sur un service payant pour les entreprises et gratuit pour les particuliers. C'est le cas par exemple de Digiposte, la boîte aux lettres numérique, intelligente et sécurisée pour stocker et gérer les documents importants ; de l'Identité Numérique, seule identité électronique, à la fois preuve d'identité et clé universelle sécurisée pour accéder à plus

de 700 services ; ou de la signature électronique.

La confiance repose aussi sur le choix de technologies robustes permettant d'assurer la sécurité et l'intégrité des données dans la durée. Ces données sont hébergées et opérées dans des datacenters en Europe.

Face aux 13 millions de Français en difficulté avec le numérique, le Groupe s'engage à favoriser l'inclusion numérique dans les territoires. Il aide ses clients à s'approprier les outils digitaux, grâce à l'action de médiateurs dans 400 bureaux de poste qui les orientent vers des formations en fonction de leurs besoins.

Un acteur majeur de l'e-santé

La Poste est le 1^{er} hébergeur de données de santé en France avec sa filiale Docaposte. Elle développe, en association avec des établissements de santé, des applications pour accompagner les patients dans leur parcours de soins, depuis le diagnostic, l'hospitalisation, jusqu'au retour au domicile. Ces applications permettent, avec le consentement du patient, de collecter et partager des données avec le corps médical.

Simplifier le quotidien des particuliers et des entreprises

Mon compte permet à 16 millions de personnes de se connecter à tous les services numériques du Groupe et d'avoir une relation personnalisée et identifiée avec le facteur ou en bureau de poste et avec les services clients.

Après sa refonte, le site laposte.fr donne un accès simple à tous les services de La Poste via des innovations comme l'assistant d'envoi ou encore le chatbot relationnel.

Docaposte, la filiale des solutions numériques du Groupe, accompagne déjà près de 23 000 entreprises, dont un grand nombre de collectivités locales, dans la dématérialisation de leurs process et dans la mise en place de plates-formes de services digitaux de pointe.

Stimuler l'innovation avec l'intelligence artificielle et la data

Chaque jour, les 150 millions d'informations clients anonymisées sont recueillies par les équipes de La Poste dans un dataLake et l'intelligence artificielle (IA) vient y puiser les informations utiles pour identifier les tendances, anticiper les services de demain et proposer de nouvelles offres. ProbaYes, spécialiste de l'analyse prédictive, de l'optimisation des process industriels et de la reconnaissance d'image, développe la performance

des entreprises par l'IA et renforce l'expertise du Groupe (détection des flux logistiques...). Docaposte utilise l'IA dans son activité de traitement des documents (lecture ou reconnaissance automatisée...).

La Poste propose aussi à ses clients des offres de services simplifiées autour de la data via les filiales de Mediapost Communication (Marketshot, Oxeva, Adverline et Optelo).

Ma French Bank

LA BANQUE DIGITALE
DU GROUPE LA POSTE

L'année 2019 aura vu le lancement de Ma French Bank, banque 100% digitale. Un défi stratégique et opérationnel.

Donner naissance à un nouvel acteur bancaire... Le défi était de taille et il a été relevé. En cinq mois d'activité, Ma French Bank, filiale à 100% de La Banque Postale, a dépassé le cap des 120 000 clients. Preuve que son offre digitale a su répondre aux attentes de son public cible, les 18-35 ans. Aujourd'hui, 60% des clients de la nouvelle banque ont moins de 38 ans. Ma French Bank entend également séduire les clients soucieux de maîtriser leur budget et ceux déjà titulaires de comptes mais à la recherche de services souples, réactifs et digitaux.

Concilier digital et proximité

Ma French Bank s'inscrit parfaitement dans la stratégie de transformation de La Poste et dans les valeurs qui ont façonné son histoire : elle est ainsi accessible à tous sans condition de ressources. Elle allie le numérique et le physique puisque l'ouverture de compte peut se faire en ligne ou dans 2 000 bureaux de poste en France. Ma French Bank propose dès son lancement, une offre riche avec des services d'épargne et de crédit.

« Fin 2019,
Ma French Bank
avait déjà conquis
120 000 clients. »

Accessibilité

Un tarif de 2 euros par mois tout compris pour accéder à tous les services essentiels.

Ambition

Ma French Bank vise 1 million de clients d'ici à cinq ans.

Complémentarité

entre le numérique et le réseau : 70% des souscriptions de Ma French Bank sont initiées en bureaux de poste.

Lancement réussi

Le cap des 120 000 clients a été franchi fin 2019. 60% des clients Ma French Bank ont entre 18 et 38 ans. De bons résultats sur un marché prometteur : seuls 6,5% des Français possèdent un compte dans une banque en ligne ou néo-banque.





La solidité du modèle multiactivité



Les différentes branches d'activité du Groupe La Poste assurent sa solidité et sa performance grâce à leurs offres et services en constante adaptation aux évolutions de la société. Retour sur les actions qui ont marqué 2019, dans chaque métier.

modèle

Un modèle en mouvement

NOUVELLES OFFRES, NOUVEAUX SERVICES, NOUVELLES COMPÉTENCES

En 2019, chacune des branches d'activité du Groupe La Poste a innové pour renforcer le lien de proximité et de confiance tissé avec l'ensemble des clients.

SERVICES-COURRIER-COLIS



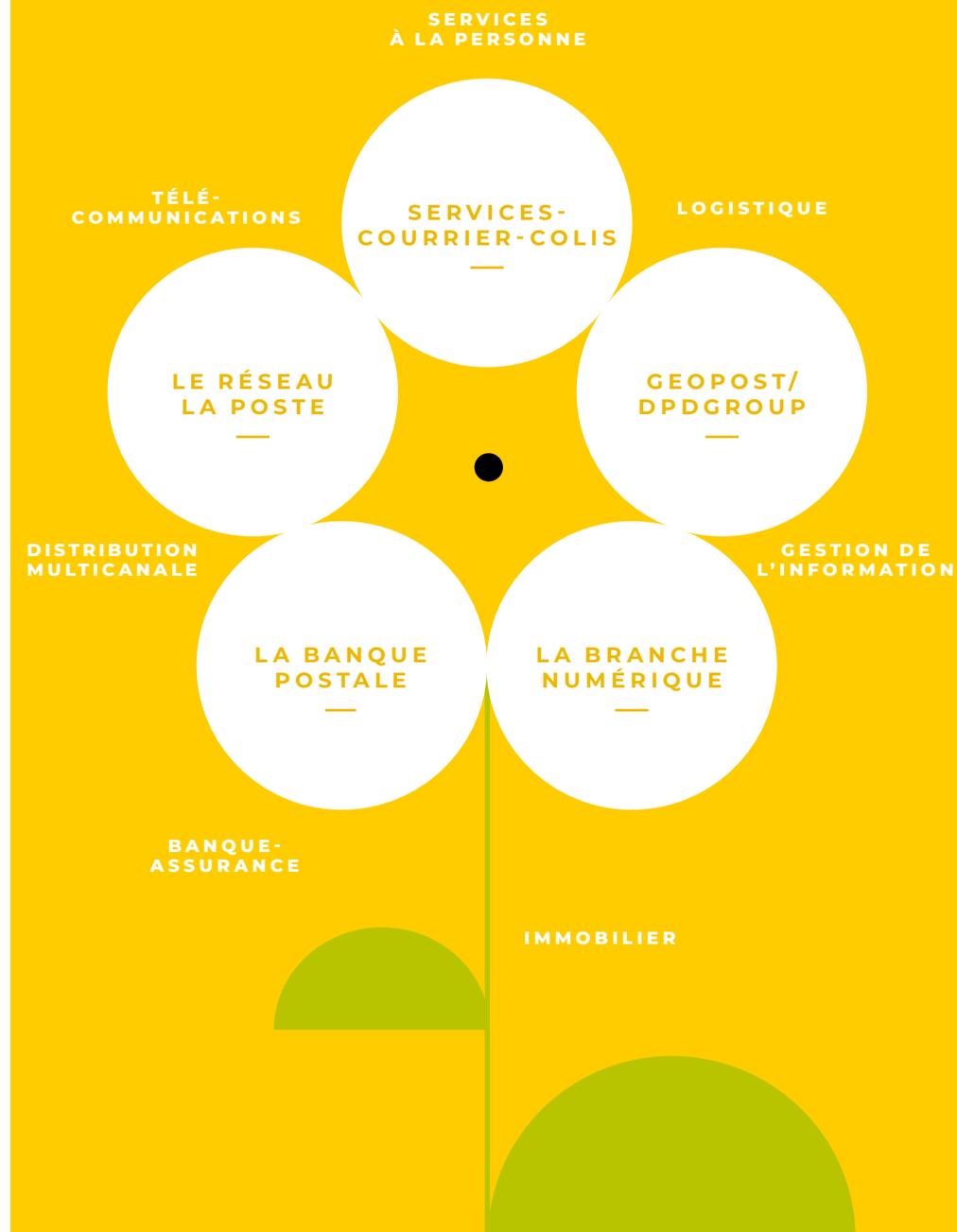
Des expertises renforcées

En 2019, la branche spécialisée dans la distribution du courrier, la livraison des colis et les services de proximité de La Poste a enregistré un chiffre d'affaires de 12,4 milliards d'euros. Le volume du courrier adressé a représenté 9 milliards de plis (en baisse de 7,8% à jours ouvrés équivalents par rapport à 2018). Le volume de colis bat un nouveau record à 363 millions de Colissimo (en progression de 8,7% par rapport à 2018). Le chiffre d'affaires d'Asendia, partenaire des entreprises pour l'envoi de courriers et de petits paquets à l'international, a atteint 1,12 milliard d'euros. Ces performances s'appuient notamment sur un effort d'investissement pour moderniser l'outil industriel et adapter son organisation en territoire. En 2019, deux nouvelles plates-formes de tri Colissimo automatisées et le hub logistique de Viapost ont vu le jour tandis que 18 plates-formes de distribution ont été transformées pour devenir multiflux courrier-colis.

Des services de proximité porteurs de croissance

La branche se développe activement sur le marché des services de proximité, notamment aux personnes âgées (silver économie) avec le portage de repas (120 000 en 2019) et de médicaments; les visites à domicile et la téléassistance avec « Veiller sur mes parents »; ou l'installation de la tablette Ardoiz, dédiée aux seniors. En Île-de-France, La Poste a équipé les lycéens de 37 000 ordinateurs et 160 000 tablettes déployées entre septembre et novembre 2019. Cette offre

Branches et domaines d'activité du Groupe La Poste



inclut le service après-vente et le recyclage des tablettes. Elle a lancé, avec Île-de-France Mobilités, Véligo Location, service de location longue durée de vélos électriques pour les Franciliens disponible dans 270 points dont des bureaux de poste. 6000 contrats ont été signés en six mois. La Poste a renforcé sa présence sur le marché de la rénovation énergétique des maisons individuelles avec le rachat de la société Économie d'énergie. Dans les sites postaux, 1 million de personnes ont passé l'examen du code de la route en 2019, soit un total de 3 millions depuis 2016.

4000 facteurs
recrutés en 2019

20 millions
de prestations
de services
facteurs

Pour accompagner le développement des services rendus par les facteurs, La Poste a créé 174 nouveaux îlots en 2019, ce qui porte leur nombre total à plus de 400. Ces structures, exclusivement dédiées à la distribution des courriers et colis et aux services de proximité, permettent de rapprocher les facteurs du premier point de leur tournée, de réduire leur parcours et de leur libérer du temps pour assurer les services de proximité ou encore la collecte de papiers à recycler auprès des entreprises (Recygo).

Dans les services de santé à domicile, les filiales Asten Santé et Diadom, spécialistes de la livraison de matériel médical et du suivi des patients à domicile, ont poursuivi leur croissance. 1000 salariés accompagnent chaque année 100000 patients malades chroniques ou en sortie d'hôpital.



LA BRANCHE NUMÉRIQUE

Des solutions innovantes utiles pour tous

La branche Numérique a une double activité : une activité commerciale au service des particuliers, des entreprises et du secteur public (via ses filiales Docaposte et Mediapost Communication et le site laposte.fr) et une activité de transformation numérique interne du Groupe. Elle a généré un chiffre d'affaires de 698 millions d'euros en 2019 (+6% par rapport à 2018).



4 millions de boîtes aux lettres électroniques Digiposte ouvertes fin 2019.

Docaposte, avec un chiffre d'affaires de 550 millions d'euros en 2019 (+6% par rapport à 2018), a poursuivi le développement de solutions et plates-formes numériques pour les entreprises et le secteur public, tout en menant une stratégie de croissance externe dynamique. Le rachat de Softeam Group permet à Docaposte d'enrichir son expertise dans le conseil métier, les technologies de l'information et la stratégie digitale, et de se renforcer sur le marché prioritaire de la banque-finance-assurance.

Avec l'acquisition de CDC Arkhinéo, Docaposte conforte sa position de leader de l'archivage de données numériques à valeur probatoire en France et sa stratégie de développement dans l'activité de tiers de confiance numérique. En 2019, Docaposte a également renforcé son activité e-santé avec le rachat d'Icanopée, expert de l'édition de logiciels d'accès au dossier médical partagé et une prise de participation dans Tactio, leader mondial en solutions de santé mobile et connectée.

1^{er} fournisseur d'identité électronique attestée conforme au niveau de garantie substantiel par ANSSI.

Mediapost Communication continue quant à elle de recentrer son activité sur l'IA avec ProbaYes, l'hébergement de données avec Oxeva et la régie publicitaire sur Internet avec Adverline. En 2019, la filiale du Groupe a intégré Marketshot, société éditrice du comparateur Choisir.com, spécialiste du marketing digital et des campagnes ciblées grâce à la data.



Plus de **120 data** scientists au sein du Groupe La Poste.

Le site **laposte.fr**, avec plus de 20 millions de visiteurs uniques chaque mois, affiche une croissance de ses ventes de +7% par rapport à 2018 et continue d'améliorer la qualité de ses parcours clients et d'enrichir son offre.

La branche Numérique poursuit l'enrichissement de ses infrastructures techniques, à l'exemple de son Hub numérique. Les expertises de la branche permettent d'accélérer **la transformation numérique** du Groupe et d'enrichir ses offres. Avec Digiposte, le Groupe a numérisé les bulletins de paie des postiers et de nombreuses entreprises en France mais aussi, dans le cadre d'un partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale, permis de sauvegarder à vie plus de 23 millions d'attestations de diplôme. Ma French Bank s'est appuyée sur l'expertise de Docaposte en matière de signature électronique.

LA BANQUE POSTALE



10,5 millions de clients particuliers actifs à La Banque Postale.

Solide, innovante et accessible Une banque solide...

En 2019, La Banque Postale a réalisé, avec ses trois activités de banque de détail, de gestion d'actifs et d'assurance, 5,7 milliards d'euros de produit net bancaire. Elle a poursuivi sa diversification et renforcé ses positions dans le crédit à la consommation, l'assurance non-vie et sur les marchés de l'entreprise et des collectivités locales. Elle a également lancé dans *l'asset management* un projet de création d'un acteur de premier plan de la gestion assurantielle en Europe avec le Groupe BPCE. Actionnaire majoritaire de CNP Assurances, La Banque Postale prépare son futur sur le modèle d'un bancassureur d'envergure européenne.

... et accessible à tous

La Banque Postale est accessible à tous les publics : familles, jeunes, seniors, clientèles patrimoniales, entreprises, collectivités territoriales. Elle est même, depuis 2015, le premier prêteur bancaire du secteur public local avec 10,2 milliards d'euros d'encours de crédit.

Une banque digitale...

Sur 10,5 millions de clients particuliers actifs, 7 millions de clients se connectent via les applications ou le site Internet, qui enregistre 120 millions de consultations mensuelles. Et en quelques mois, Ma French Bank, lancée en juillet 2019, a déjà franchi le cap des 120 000 clients fin 2019.



1^{er} financeur de projets pour les collectivités locales : 5 milliards d'euros de crédits accordés (+61% par rapport à 2018).

1^{re} banque française à annoncer la neutralité carbone sur l'ensemble de son périmètre opérationnel.

... et citoyenne et durable

La Banque Postale assume ses responsabilités envers ses 1,6 million de clients financièrement fragiles sur les 3,3 millions identifiés par la Banque de France. Elle leur propose un dispositif d'accompagnement complet. Assurant la mission de service public d'accessibilité bancaire, elle garantit l'accès universel et gratuit à des services bancaires essentiels à plus d'1,5 million de personnes.

Au-delà de ses engagements en faveur de la cohésion sociale et de la proximité territoriale, La Banque Postale se mobilise pour la transition écologique. Elle a lancé des prêts verts spécifiques aux collectivités locales pour financer des projets de mobilité propre, d'eau et d'assainissement, de valorisation des déchets, de rénovation énergétique des bâtiments et d'énergie renouvelable. En 2019, La Banque Postale a émis avec succès sa première obligation verte (green bond) de 750 millions d'euros. Sa filiale d'Asset Management (LBPAM) poursuit son engagement en faveur de la finance verte avec 100% de ses encours en Investissement Responsable d'ici fin 2020.



LE RÉSEAU LA POSTE

Évoluer pour simplifier la vie de ses clients

Le Réseau La Poste compte plus de 17 000 points de contact : les bureaux de poste et les points de contact partenaires chez les commerçants (La Poste relais) et dans les mairies (La Poste agences communales). Le Réseau commercialise les offres et services de La Banque Postale, de la branche Services-Courrier-Colis, de Chronopost et de La Poste Mobile, filiale de téléphonie du Groupe. Réseau à priorité bancaire, il a généré 70% des ouvertures de comptes Ma French Bank depuis son lancement, en juillet 2019. Le chiffre d'affaires avec les clients professionnels a augmenté de 4,6% en 2019.

Moderniser ses formes de présence

Pour accroître la satisfaction de ses clients, le Réseau investit en continu dans la rénovation et la modernisation de ses lieux et dans le développement d'outils performants



70% des ouvertures de comptes Ma French Bank réalisés dans les bureaux de poste.

398 bureaux de poste modernisés en 2019.

Plus de 50% des points de contact sont des partenariats avec des commerçants ou des mairies.

(398 bureaux de poste rénovés en 2019). Avec plus de 17 000 points de contact, le Réseau La Poste est au cœur d'une relation client dont les canaux se multiplient : téléphone, Internet, automates, applications mobiles... Pour satisfaire l'ensemble des besoins spécifiques des clients et répondre à tous les rythmes de vie en tout lieu du territoire, le Réseau adapte ses modalités de présence et de service.

En zone rurale

La Poste a consolidé sa présence avec 985 facteurs-guichetiers (922 en 2018) qui partagent leur temps entre les services du facteur et ceux du guichet d'un bureau de poste. En zone à faible densité, sur les 501 Maisons de services au public (MSAP) qui mutualisent les services des principaux opérateurs publics, 42 ont déjà été labellisées « Maison France Services » au 1^{er} janvier 2020, selon des critères fixés par l'État en 2019. À fin 2019, le Réseau compte 6 459 La Poste agences communales dans les mairies et 2 807 points de contact La Poste relais, dont 1 708 en zone rurale.

En zone urbaine

La Poste se développe en zone urbaine. L'offre de services postaux avec des horaires élargis s'est accrue avec 1 099 La Poste relais chez des commerçants. La Poste se tourne également vers des partenaires de l'économie sociale et solidaire (associations ou fondations), au nombre de 20 à fin 2019. C'est le cas d'établissements et services d'aide par le travail, où des salariés en situation de handicap assurent la vente de timbres, l'envoi et la remise de courriers et de colis.



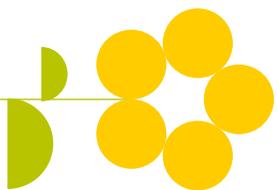
Un nouveau contrat de présence postale territoriale

Enfin, La Poste a signé le 5^e contrat de présence postale territoriale 2020-2022 avec l'État et l'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité. Ce contrat fixe les règles qui permettent à La Poste de contribuer à sa mission d'aménagement du territoire et d'adapter sa présence, en concertation étroite avec les collectivités.

Agir en faveur de l'inclusion sociale, numérique et bancaire

Dans près de 300 bureaux de poste sur tout le territoire, La Poste propose à ses clients un diagnostic pour établir leur niveau d'aisance avec le numérique. En fonction du résultat, les clients qui le souhaitent peuvent bénéficier d'un accompagnement personnalisé et être orientés vers des associations partenaires de La Banque Postale qui dispensent des formations aux usages numériques bancaires.





GEOPOST/ DPDGROUP



Livrer plus, mieux et partout

Dans un contexte marqué par une forte concurrence, GeoPost/DPDgroup a montré sa solidité en 2019 sur un marché ultraconcurrentiel, avec un chiffre d'affaires de 7,8 milliards d'euros.

Une croissance continue

En Europe, GeoPost/DPDgroup a multiplié les acquisitions avec une opération majeure en janvier 2020 : la prise de participation majoritaire au sein de BRT, le n° 1 du colis italien. Autres rapprochements avec Geis Parcel, acteur du « dernier kilomètre » en République tchèque et en Slovaquie, avec Tipsa (transport urgent) en Espagne. En Asie, GeoPost/DPDgroup a lancé la franchise DPD Chine en 2019 et a pris une participation majoritaire dans Lenton, spécialiste du transport transfrontalier, basée à Hong Kong.

Une innovation soutenue

GeoPost/DPDgroup continue de développer des solutions innovantes sur le « dernier kilomètre » pour simplifier la vie de ses clients et leur offrir davantage de souplesse et de rapidité. Parmi les options : la livraison interactive (service Predict), la livraison le samedi (Allemagne), le dimanche (Royaume-Uni, Espagne et France) ou encore la livraison sur rendez-vous.

La filiale investit dans les nouveaux segments porteurs du marché tels que le marché de la logistique fresh/food/santé avec Biocair, BioLogistic, les sociétés du Groupe ALP (Delifresh, Freshlog et 360 Degrés Services) et le réseau de 270 agences et 12 hubs de Tipsa en Espagne.

DPD France teste la livraison par drone. Une seconde ligne commerciale régulière a été inaugurée en novembre 2019, en Isère, entre Fontanil-Cornillon et le village de Mont-Saint-Martin. Dans cette zone de montagne, le drone ne met que 8 minutes pour parcourir 3 km au lieu des 30 minutes qui sont nécessaires pour couvrir les 20 km du trajet par la route.

1,3 milliard
de colis livrés en
2019, avec un pic
de 9,3 millions
de colis livrés
en Europe le
2 décembre 2019
(Cyber Monday).

Plus de
900 hubs
et dépôts dans
le monde.

77000 experts
de la livraison
dans le monde.

Plus de
46000 points
Pickup (relais
et consignes)
dans le monde.



Le hub d'Eindhoven, le plus grand centre de tri européen

Le plus grand centre international européen de tri et distribution de colis a été inauguré, en avril 2019, à Eindhoven, aux Pays-Bas. Ce hub s'étend sur plus de 88000 m² et comprend un dispositif de tri de plus de 2,1 km de long, grâce auquel DPD Netherlands pourra absorber la croissance à venir du marché. Une seconde phase prévoit un agrandissement du site de 36000 m².



Formation, parcours de carrière, évolution des métiers... Le Groupe fait de chaque postier un acteur de la transformation grâce à une vision responsable de l'emploi.



Les postiers au cœur de la transformation

Responsable et inclusif

L'EMPLOI VU PAR LE GROUPE LA POSTE

Favoriser l'emploi de qualité

La Poste met en œuvre une politique d'emploi responsable et privilégie le CDI. En 2019, 7799 collaborateurs ont été embauchés en CDI : 3268 collaborateurs avaient préalablement exercé en CDD et 1483 étaient en alternance au sein de l'entreprise.

Renforcer l'insertion des jeunes

En 2019, La Poste a recruté 4739 jeunes en contrat d'alternance (2338 contrats d'apprentissage et 2401 contrats de professionnalisation) dont 22% d'alternants demandeurs d'emploi de plus de 30 ans et un alternant sur deux de niveau CAP (facteur ou agent de production colis) ou BTS (chargé de clientèle ou chargé de développement). Elle s'appuie en particulier sur ses 3 Centres de Formation en Alternance (CFA) d'entreprise (Formaposte) pour former environ la moitié des apprentis et un tiers des jeunes en contrat de professionnalisation accueillis au sein du Groupe. Présents aujourd'hui dans 4 régions (Île-de-France, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Occitanie et Nouvelle-Aquitaine), les CFA seront implantés dans 3 nouvelles zones (Auvergne-Rhône-Alpes, Hauts-de-France et Pays de la Loire) dès 2020. Du CAP au master, La Poste forme ainsi à de nombreux métiers sur des domaines variés : facteur, métiers de la banque ou de la logistique, management, relation client...

Promouvoir l'égalité professionnelle

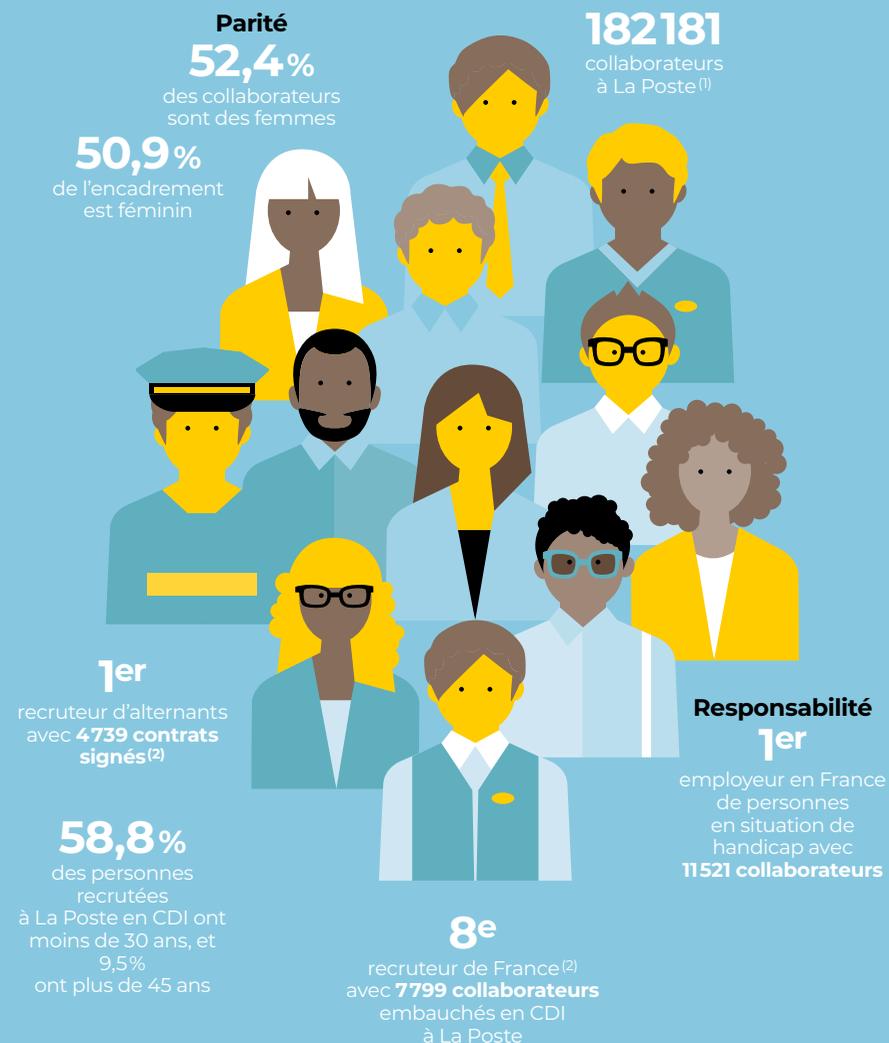
La Poste s'engage également pour l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du Groupe. Elle encourage l'emploi des femmes, en particulier dans les fonctions d'encadrement, et veille à l'égalité des rémunérations (écart de 0,1%). Grâce à cette politique volontariste, La Poste a atteint un résultat de 94/100 à l'index de l'égalité femmes-hommes en 2019, la moyenne des entreprises françaises se situant à 83/100.

Intégrer les personnes en situation de handicap

Avec un taux d'emploi de 7% des bénéficiaires de l'obligation d'emploi (BOE) en 2019, La Poste dépasse le taux légal de 6%. Elle compte aujourd'hui 11521 collaborateurs reconnus travailleurs handicapés dans ses équipes. Le nouvel accord signé par le Groupe en 2019 (lire p. 50-51) prévoit le recrutement de 650 personnes en situation de handicap en quatre ans, dont 260 en CDI.

L'emploi à La Poste en 2019

249304 collaborateurs au sein du Groupe La Poste (en équivalents temps plein)



(1) Périmètre : La Poste maison mère.

(2) Selon le palmarès *Le Figaro* / *Cadre emploi* 2019.

Créateur d'opportunités

MOBILITÉ INTERNE ET FORMATION,
MOTEURS DE L'EMPLOI DES POSTIERS

Parce que La Poste de demain se fait avec les postiers d'aujourd'hui, l'entreprise propose des évolutions professionnelles vers des domaines clés de son développement : la relation client, le numérique ou encore la logistique. Elle le fait en développant la mobilité et l'employabilité des postiers à travers la gestion prévisionnelle de l'emploi des compétences. 11% des collaborateurs de La Poste ont évolué en 2019, soit 20191 personnes. Ces mobilités se sont effectuées à tous les niveaux de l'entreprise, entre la maison mère, les branches et les filiales du Groupe et réciproquement. 441 facteurs sont devenus chargés de clientèle en bureau de poste, 154 chargés de clientèle sont devenus conseillers financiers La Banque Postale, 295 conseillers financiers sont devenus conseillers clientèle et 104 conseillers clientèle sont devenus conseillers spécialisés La Banque Postale. Par ailleurs, en 2019, 17595 collaborateurs ont bénéficié d'une promotion, soit un taux de promotion de 9,5%. Des opportunités rendues possibles par une politique active de formation.

Se former tout au long du parcours professionnel

En 2019, 80,3% des postiers ont suivi une formation. Le développement des compétences à toutes les étapes du parcours professionnel est un investissement prioritaire pour La Poste. Il peut même débiter avant l'embauche dans les 3 CFA Formaposte. Ces centres accompagnent aujourd'hui 40% des alternants de La Poste. Plus d'un tiers d'entre eux ont transformé cette expérience en CDI à La Poste. Pour favoriser les projets professionnels des postiers, La Poste a déployé, depuis 2015, un programme de 50 000 parcours qualifiants. À fin 2019, 43 600 ont été engagés.

Se former au digital

La réussite de la transformation numérique du Groupe nécessite d'engager tous les postiers dans une dynamique commune où chacun trouve sa place dans la « digitalisation » des métiers, services et activités. Le développement des compétences digitales passe par une offre de formation en libre-service, accessible à tous. Près de 25 000 postiers ont suivi plus de 50 000 e-formations en 2019. L'École de la Banque et du Réseau a lancé le dispositif de formation « Vers un réseau digital et humain » et des ateliers dédiés pour le lancement de Ma French Bank afin de mieux servir les clients.

Parcours de postiers

De factrice
...



...
à chargée
de clientèle

« J'ai travaillé comme factrice pendant dix-huit ans, et j'étais à la recherche d'une nouvelle orientation. Ma conseillère en évolution professionnelle m'a présenté les possibilités, m'a fait rencontrer des postiers qui avaient déjà changé de métier. Une immersion de trois semaines en bureau de poste m'a permis de juger si la fonction de chargée de clientèle me convenait. Il faut prendre le temps avec chaque client, être attentif à toutes les demandes de la même manière. C'est un nouveau challenge. »

● Christine M. (Épernay)

De technicien
de maintenance
...



...
à formateur

« J'ai trouvé cette opportunité en consultant le portail dédié à l'évolution professionnelle. Après huit ans comme technicien de maintenance, j'ai suivi de nombreuses formations et cela m'a donné envie de dispenser des formations à mon tour. Mon profil a été sélectionné et j'ai débuté un programme en alternance de six mois. »

● Gaétan D. (Chartres)

Qualité de vie au travail

UNE PRIORITÉ POUR LE GROUPE

Faire en sorte que chaque postier se sente bien dans l'exercice de son activité professionnelle est un autre enjeu des politiques RH du Groupe La Poste. Sa priorité est d'assurer la sécurité et la santé de tous ses collaborateurs en mobilisant son organisation et ses moyens pour identifier et prévenir les risques auxquels ils sont exposés.

En 2019, le déploiement des ateliers mensuels ParlonZen s'est poursuivi. Ils permettent l'échange entre l'équipe et son manager sur les difficultés rencontrées et les solutions à y apporter. Autre initiative favorisant la qualité de vie des postiers, le télétravail bénéficiait à 4350 d'entre eux à fin 2019.

Suite à l'accord social signé en 2018, les postiers aidants bénéficient d'un dispositif spécifique afin de mieux concilier vie personnelle et vie professionnelle. Il permet notamment le don de jours par un fonds de solidarité dédié aux aidants alimenté par La Poste à hauteur de 1000 jours par an, et par les postiers qui le souhaitent. La Poste facilite également l'organisation de leur travail et les accompagne dans leur évolution professionnelle en cas de mobilité géographique.

Une politique active d'offres sociales contribue à la qualité de vie au travail et permet une meilleure conciliation entre vie privée et vie professionnelle. Le budget social pour l'année 2019 s'est élevé à 203,8 millions d'euros alloués à la restauration, à la parentalité, aux vacances et loisirs, et à la solidarité.

La diversité des aides au logement apporte des avantages très appréciés par les postiers. La Poste y consacre près de 42 millions d'euros chaque année et ce sont au total 11302 postiers qui ont pu bénéficier des prestations et solutions logement en 2019.

12 accords sociaux nationaux et avenants ont été signés en 2019 dont :

Signature du 4^e accord sur **l'égalité professionnelle femmes-hommes** et lancement du 1^{er} **réseau de promotion de la parité** au sein du Groupe. La Poste s'engage à atteindre, en 2022, 45% de femmes parmi les cadres supérieurs et 40% parmi les cadres stratégiques et dirigeants. **Elle souhaite aussi renforcer la lutte contre le sexisme et les violences.**

Le 7^e accord en faveur de **l'emploi des personnes en situation de handicap** : La Poste s'engage à recruter 650 personnes dont 260 en CDI en quatre ans.

L'accord sur l'insertion des jeunes et l'emploi des seniors : l'année 2019 a été marquée par une politique active en faveur de **l'insertion des jeunes dans l'emploi à travers ses recrutements en CDI** comme dans sa contribution à la formation en alternance des jeunes ou encore à leur accueil en stages conventionnés.

23 M€ consacrés à la politique handicap jusqu'en 2023, dont au moins 50% dédiés au maintien dans l'emploi des postiers en situation de handicap.

Plus de **700 accords** sociaux locaux ont également été signés en 2019.

Une concertation continue

UNE VOLONTÉ PERMANENTE
DE DIALOGUE SOCIAL



Un groupe innovant aux côtés



Présence sans cesse modernisée, nouveaux services, financement des collectivités, Le Groupe La Poste s'engage contre la fracture territoriale.

Expérimenter

DE NOUVELLES SOLUTIONS
DE PROXIMITÉ

Le Groupe expérimente de nouveaux services et des modes de présence innovants, renforçant ainsi sa place d'opérateur de confiance, présent et utile partout, pour tous, tous les jours.

La présence postale programmée pour 2020-2022

Pour adapter et moderniser sa présence dans les territoires, La Poste a signé avec l'État et l'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité le contrat de présence postale 2020-2022. Prévoyant 177 millions d'euros de financement par an, ce texte est le fruit d'une démarche participative en trois temps (départementale, régionale et nationale) en tenant compte des propositions des élus. Ce cinquième contrat capitalise sur les quatre contrats précédents. Depuis le premier, en 2008, 2 milliards d'euros ont ainsi été investis pour optimiser la présence de La Poste dans les territoires.

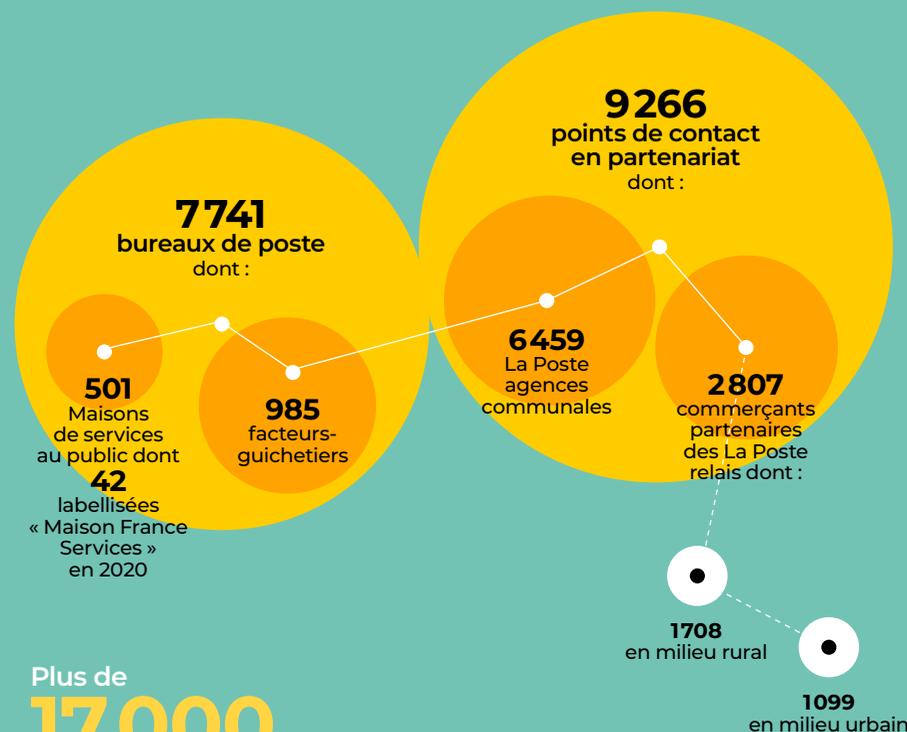
Des bureaux innovants

En 2019, près de 400 bureaux de poste ont été modernisés et La Poste compte 9 266 points de contact gérés en partenariat dans les commerces de proximité ou les mairies. De nouvelles formes de présence ont vu le jour pour adapter les services à des clientèles spécifiques. Des offres destinées aux voyageurs des aéroports de Paris et à leurs salariés; aux touristes avec, par exemple, le premier bureau de poste qui accueille un office du tourisme ouvert au mont Saint-Michel; ou encore destinées aux jeunes dans les villes universitaires comme Rennes ou Nancy. Chaque forme de présence est pensée pour personnaliser la prise en charge des clients afin de gagner en proximité et d'enrichir la relation.

Des services rassemblés et accessibles à tous

En 2019, parmi les 501 MSAP ouvertes par La Poste depuis 2015, 42 ont été labellisées « Maison France Services » par l'État au 1^{er} janvier 2020. Le label « Maison France Services » distingue les MSAP qui répondent à des critères spécifiques dont l'offre d'accès à neuf opérateurs de services dans les cantons ruraux et les quartiers prioritaires de la politique de la ville où les besoins sont plus forts.

Un réseau qui évolue et s'adapte aux attentes des territoires



Plus de
17 000
points de contact
dont plus de 50%
sont gérés
en partenariat

95,6%
des Français sont
à moins de 5 km
d'un point de
contact La Poste

Les conditions de la labellisation « Maison France services » :

- être ouvert cinq jours par semaine ;
- avoir au moins deux personnes à l'accueil ;
- être accessible en moins de 30 minutes en voiture pour les bénéficiaires ;
- proposer un bouquet de services regroupant 9 partenaires : La Poste, le ministère de l'Intérieur, la Direction générale des finances publiques, le ministère de la Justice, la Caisse nationale des allocations familiales, la Caisse nationale d'assurance vieillesse, la Caisse nationale d'assurance maladie de travailleurs salariés, la Mutuelle sociale agricole et Pôle emploi.

Soutenir

LA DYNAMIQUE ÉCONOMIQUE DES TERRITOIRES

Au cœur de la dynamique de l'emploi

En tant qu'employeur et acheteur, Le Groupe La Poste a permis de soutenir plus de 460000 emplois directs et indirects en France. En 2019, les achats du Groupe ont généré 5,2 milliards d'euros de PIB et soutenu près de 100000 emplois indirects⁽²⁾ en France, 81% des fournisseurs du Groupe étant des PME-TPE-ETI.

Le Groupe La Poste s'engage aux côtés des territoires en faveur du développement durable. Livraison et financement verts, le point sur les actions 2019.

Décarboner la logistique urbaine

Le trafic de marchandises en ville représente 40% des embouteillages et 30% des émissions polluantes, et les prévisions de croissance de l'e-commerce laissent présager une dégradation de ces indicateurs. Face à cet enjeu, le Groupe travaille avec 19 métropoles pour décarboner la livraison de demain en centre-ville et propose Urby⁽¹⁾, une solution de logistique urbaine durable en partenariat avec les acteurs locaux.

Réseau de sites logistiques de proximité, Urby concentre les marchandises et mutualise les flux en ville en véhicules à faibles émissions. Urby propose des services, notamment aux commerçants et artisans du centre-ville : livraison chez les clients, gestion des flux retours, collecte de recyclables, etc. Déjà déployé dans 11 villes (à Bordeaux, Paris, Nice, Nantes, Marseille en 2019), Urby vise 22 métropoles en 2020. Poste Immo, foncière du Groupe La Poste, investit par ailleurs dans des projets immobiliers afin d'offrir au Groupe des volumes pour la logistique de proximité dans les grandes métropoles comme Paris, Toulouse et Lyon.

Financer les projets écologiques

En 2019, La Banque Postale a lancé les prêts verts dédiés aux collectivités locales et leur a accordé 300 millions d'euros de prêts pour financer des projets 100% durables. Ces financements concernent les énergies renouvelables, la valorisation des déchets comme le Sitcom Côte sud des Landes, la mobilité écologique avec la troisième ligne de tramway à Saint-Étienne, ou encore la rénovation du réseau d'eau et d'assainissement en Ardèche (communauté de communes de Val'Eyrieux).

(1) Filiale de GeoPost/DPDgroup.

(2) Étude 2018 réalisée par La Poste, visant à quantifier de manière objective et indépendante, avec l'outil Local Footprint®, son empreinte emploi annuelle dans l'économie française par ses achats.

Immobilier, logement... Une approche constructive

S'adapter

Afin d'adapter certains de ses immeubles, dotés d'une empreinte architecturale forte, aux nouveaux usages de la ville, Poste Immo a lancé fin 2018 un appel à projets « Années 70 ». En novembre 2019 pour Cergy et mars 2020 pour Grenoble, les jurys, composés d'élus locaux, d'architectes indépendants et de Poste Immo, ont choisi des projets ambitieux qui proposent une nouvelle lecture du centre-ville tout en respectant l'architecture initiale du bâtiment.

10 094 immeubles, soit 6,2 millions de m², c'est ce que représente le patrimoine immobilier du Groupe en France.

Financer

La Banque Postale est le premier prêteur bancaire des collectivités territoriales et a octroyé, en 2019, 13,4 milliards d'euros de financement à plus de 3287 acteurs du secteur public local. Engagée dans le financement de la transition écologique, elle accompagne, par exemple, le projet de village Alzheimer de la ville de Dax par un prêt vert de 75 millions d'euros, et le projet de l'unité de valorisation énergétique du Syctom d'Île-de-France à Ivry-sur-Seine.

90% du parc de logement social en France sont gérés par des bailleurs sociaux clients de La Banque Postale.

50% des crédits aux collectivités accordés par La Banque Postale ont été octroyés aux communes de moins de 5000 habitants.

Reconvertir

Poste Immo a également lancé un programme pour reconvertir plusieurs de ses anciens hôtels des postes, situés en centre-ville, en résidences services seniors. Les immeubles transformés apporteront de nouveaux services en facilitant la vie des résidents dans les cœurs de ville.

11 bâtiments situés dans des villes moyennes en régions (Perpignan, Metz, Brest, Saint-Étienne ou encore Châteauroux...) font actuellement partie du programme.



Contribuer à l'attractivité du territoire

La Poste contribue à la dynamique des territoires par la combinaison de canaux physiques et numériques. Son réseau de plus de 17000 points de contact participe à la vitalité du lien social et de la vie locale. Il en est de même pour celle des 70000 facteurs présents 6 jours sur 7 au domicile de tous les habitants et auprès des entreprises, par des services de proximité. Partenaire du plan national « Action cœur de ville », La Poste apporte des solutions de proximité pour renforcer l'attractivité des centres-villes. Par exemple, la plate-forme de vente en ligne « Ma ville mon shopping », pour les artisans et commerçants, favorise le commerce local. En 2019, 15 villes l'ont déjà mise en œuvre. Enfin, le site Internet laposte.fr permet d'accéder en tout point du territoire à la plupart des offres et services du Groupe (20 millions de visiteurs par mois).

Accompagner

LES POLITIQUES
ET PROGRAMMES PUBLICS

La Poste, partenaire...

... de la silver économie et de la santé

Le vieillissement de la population reste un défi majeur pour les territoires. Pour les aider, La Poste a développé des services de proximité et d'aide à l'autonomie comme le portage de repas, de médicaments et de courses ou les visites à domicile « Veiller sur mes parents ». Elle a créé un pôle de prestations de santé à domicile avec ses filiales Asten Santé et Diadom. Avec le programme « Territoires de santé de demain », en partenariat avec l'Eurométropole de Strasbourg, La Poste, via sa filiale Docaposte, participe au développement de services d'e-santé à grande échelle, comme le suivi au domicile du diabète ou de l'insuffisance cardiaque. Côté financement, La Banque Postale compte un quart des hôpitaux publics parmi ses clients. Elle finance aussi de plus en plus d'établissements d'accueil de personnes âgées.

... de la transition écologique des collectivités

La Poste accompagne les collectivités afin d'agir pour la mobilité durable, l'économie circulaire et la rénovation énergétique. Ainsi, en 2019, La Poste a lancé, pour le compte d'Île-de-France Mobilités, Véligo Location, une offre de location longue durée de vélos à assistance électrique pour les Franciliens. L'objectif : 10 000 vélos sur 270 points de location, dont 170 points postaux. En 2019, les facteurs ont collecté 25 000 tonnes de papiers et emballages carton pour Recygo, la filiale commune La Poste-Suez spécialisée dans le tri et la valorisation de déchets de bureau. Pour accélérer la rénovation thermique des logements, La Poste propose aux collectivités des solutions pour sensibiliser les particuliers à la réalisation de travaux, avec par exemple, Action Habitat. En 2019, près de 200 000 prestations ont été réalisées par les facteurs.

Aider les territoires à relever leurs défis



Maintien à domicile

120 000

portages de repas
par les facteurs
en 2019



Transition écologique

**+ de
629 000**

utilisateurs de l'offre
de recyclage des déchets
de bureau Recygo



Transformation numérique

1re

identité numérique
française à obtenir,
début 2020, l'attestation
du niveau de sécurité
substantiel de l'ANSSI⁽¹⁾

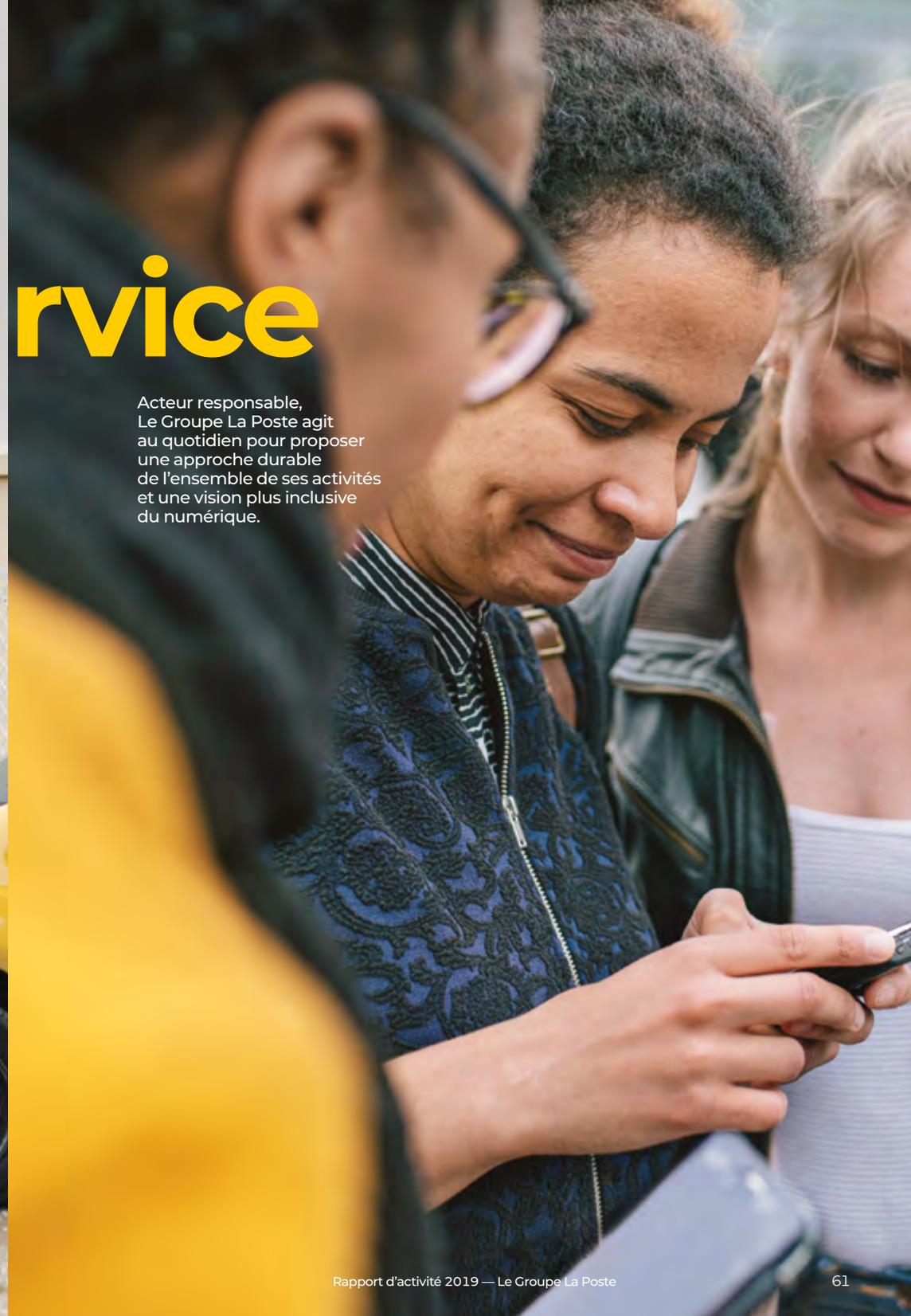
La Poste travaille en concertation avec
les collectivités afin de garantir
l'adéquation de ses initiatives aux besoins
de la population des territoires.

(1) Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information.

... de la transformation numérique des collectivités

La Poste, avec sa filiale Docaposte, propose aux collectivités, d'une part, des solutions de dématérialisation des échanges internes mais aussi entre collectivités et administrations; et, d'autre part, la Plate-forme Citoyens, pour faciliter l'accès des citoyens aux services de leur mairie, et l'Identité Numérique La Poste, pour simplifier et sécuriser les échanges entre citoyens et administrations. La Poste est également partenaire des territoires en matière d'e-éducation et a équipé, en 2019, 330 lycées franciliens de la tablette Sqool, conçue avec le constructeur français Onowhy.

Un Groupe engagé au service de la société



Acteur responsable,
Le Groupe La Poste agit
au quotidien pour proposer
une approche durable
de l'ensemble de ses activités
et une vision plus inclusive
du numérique.

Neutralité carbone

UN ENGAGEMENT DE LONG TERME
ET DES ACTIONS CONCRÈTES

Depuis 2012, les offres courrier, colis, express et numérique sont neutres en carbone et, depuis 2019, l'ensemble du Groupe est neutre en carbone. Un résultat issu d'un engagement de long terme pour maîtriser l'empreinte environnementale des activités du Groupe. La Poste s'est engagée à réduire de 30% ses émissions de CO₂ d'ici à 2025 par rapport à 2013. Sciences-Based Targets, l'initiative de l'ONU, a validé cet objectif et l'a déclaré scientifiquement conforme à l'accord de Paris. Seules 33 entreprises ont obtenu cette validation en France.

Livraison durable et compensation

Cette volonté clairement affichée se traduit en actions sur le terrain. La Poste a fait le choix d'une livraison durable en se dotant de l'une des plus importantes flottes de véhicules à faibles émissions (véhicules électriques, GNV...) depuis plus de quinze ans. Chronopost a annoncé, en 2019, la livraison en véhicule propre de l'ensemble de Paris et lance aussi ChronoCity, un concept de site urbain réunissant dépôts et services. Dans son fonctionnement quotidien, le Groupe se veut exemplaire : 100% de l'électricité utilisée dans ses bâtiments est d'origine renouvelable. La Poste est un des leaders européens sur le marché de la compensation volontaire. Elle a contribué à la définition du Label bas carbone, une démarche de compensation locale reconnue par l'État. Le premier projet à être labellisé (une reforestation au Pays basque) a été mis en œuvre à l'occasion du G7 à Biarritz, dont La Poste était partenaire. Depuis, cinq autres projets ont également été labellisés en 2019, comme celui d'Ancy, dans le Rhône. En septembre 2019, La Poste a également participé à la première édition du Green Postal Day, un événement conçu pour partager les expériences des acteurs du secteur.

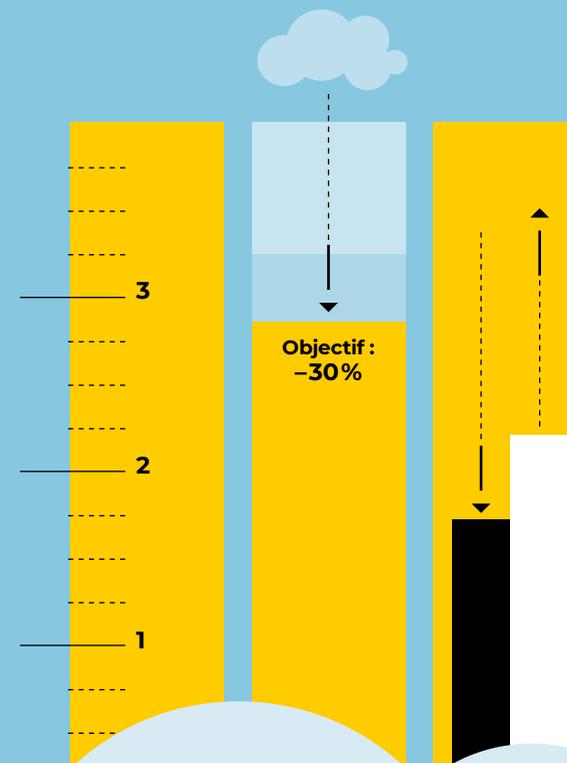
Une approche responsable de la finance

En 2018, le Groupe avait émis un *green bond* de 500 millions d'euros sur cinq ans pour financer sa transition énergétique. Un an plus tard, La Banque Postale a émis à son tour un *green bond* et levé 750 millions d'euros pour financer des projets du secteur des énergies renouvelables. La Banque Postale Asset management (LBPAM) s'est engagée à passer 100% de ses encours en investissements responsables. Fin 2019, plus de 50 fonds ont déjà été labellisés ISR⁽¹⁾. Sa banque de financement et d'investissement exclut tout financement de projet dans les secteurs du charbon et des énergies fossiles.

(1) Investissements socialement responsables.

Une stratégie carbone en trois temps

Depuis 2012, les offres courrier, colis, express et numérique sont neutres en carbone. Depuis 2019, La Poste est le premier opérateur postal au monde intégralement neutre en carbone. Un résultat issu d'un engagement de long terme pour maîtriser l'empreinte environnementale de l'ensemble de ses activités.



Mesurer

100% des émissions mesurées.

Réduire

Objectif : -30% de gaz à effet de serre émis par La Poste à l'horizon 2025, par rapport à 2013.

À la fin de l'année 2019, La Poste avait déjà réduit ses émissions de 21,8% par rapport à 2013.

Compenser

Leader européen sur le marché de la compensation volontaire avec une part de 7% des crédits carbone achetés en Europe.

Inclusion

LUTTER CONTRE TOUTES
LES FORMES D'EXCLUSION

13 millions de Français sont en difficulté avec le numérique. 7 millions d'entre eux n'ont aucun accès à Internet. Dans le cadre de ses missions de service public d'aménagement du territoire et d'accessibilité bancaire, le Réseau La Poste, en partenariat avec La Banque Postale, a déployé en 2019 un ambitieux programme d'inclusion sociale et numérique.

Veiller à l'accessibilité numérique pour tous

Près de 28000 tests ont déjà été réalisés en bureaux et 817 sites (dont la totalité des MSAP) sont engagés dans ce projet. L'évaluation du niveau d'autonomie des clients est réalisée à l'aide de tablettes par les médiateurs ou les chargés de clientèle et, en fonction du diagnostic établi, des accompagnements sont proposés. Selon les résultats, les clients peuvent bénéficier d'un accompagnement pour mieux maîtriser les automates et les applications ou pour être orientés vers une formation au numérique organisée par des associations partenaires (Emmaüs, Pimms...). En avril 2019, La Banque Postale a lancé un programme d'inclusion sociale et numérique dans près de 300 bureaux de poste. Le Groupe lutte également contre la fracture digitale avec la tablette Ardoiz, spécialement conçue pour les seniors. Elle est installée à domicile par le facteur. En 2019, on recense plus de 50 000 utilisateurs.

Lutter contre les fragilités financières

Selon l'Observatoire de l'inclusion bancaire, 3,4 millions de clients sont financièrement fragiles en 2019. La Banque Postale en accueille 1,6 million. Elle leur permet d'accéder gratuitement et sans condition de ressources à des services bancaires essentiels : carte de retrait, relevé d'identité bancaire, dépôt et retrait d'espèces. L'offre de La Banque Postale comprend également des possibilités de microcrédit et les conseils budgétaires de la plate-forme L'Appui.

Plus de

170 000

clients de La Banque Postale en situation de budget contraint accompagnés par la plate-forme L'Appui depuis 2013

Le contexte

Seulement **33%** des salariés du secteur du numérique sont des femmes.

9% des start-up sont dirigées par des femmes. La Poste s'engage pour développer la mixité digitale.

Les actions

Déjà partenaire de la fondation Femmes@Numérique et du prix Business with attitude (récompensant une créatrice d'entreprise innovante), le Groupe a initié des actions et engagements complémentaires en 2019 :

Le coup de cœur #FemmesduNumérique avec la plate-forme de financement participatif KissKissBankBank, filiale de La Banque Postale, permet au Groupe de soutenir des projets portés par des femmes et déposés sur la plate-forme en finançant 50% des projets choisis par le vote du public sur Internet et sur le stand La Poste lors des grands salons du numérique (CES à Las Vegas, VivaTech à Paris ou le Lab postal).

L'engagement de compter 50% de femmes parmi les équipes dirigeantes des start-up lauréates du prochain concours French IoT.

Femmes et numérique

FAVORISER LA MIXITÉ

Engagements et solidarité

Tous arbitres!

La Poste est engagée aux côtés des arbitres depuis 13 ans parce qu'ils sont, comme les postiers, des acteurs de terrain et de confiance, investis d'une mission de service public, partout en France. La Poste organise, chaque année, les Journées de l'arbitrage pour valoriser les arbitres élite comme amateurs ou encore les jeunes en cours de formation. En 2019, cette opération a été déclinée dans 26 000 clubs amateurs et dans les collèges de France afin de mettre en avant la notion d'autorité positive.

30 ans de Pièces jaunes!

En 2019, l'opération Pièces jaunes a fêté ses 30 ans et, pour célébrer cet anniversaire, le TGV Pièces jaunes, circulant entre Nice et Paris, a effectué son grand retour! La Poste, partenaire depuis la première édition, a mis en place 800 000 tirelires dans ses bureaux et 1 million de cartes de remerciement ont été remises aux enfants par les postiers. L'édition 2019 a permis de récolter 2 millions d'euros, dont 94 % remontés via les bureaux de poste!

Un élan pour le Téléthon

Partenaire fondateur du Téléthon, Le Groupe La Poste a rassemblé plus de 502 000 euros en 2019 via les promesses de dons acheminées par les postiers. 16 600 euros proviennent de l'édition spéciale d'un timbre Téléthon.

Plus d'un million d'euros pour la Croix-Rouge

Pour l'année 2019, La Poste a réuni 1 139 600 euros dans le cadre de son partenariat historique avec la Croix-Rouge française à travers la vente de carnets et blocs de timbres édités spécialement.

La Fondation La Poste au Louvre

La Fondation s'est engagée auprès du musée du Louvre sur l'exposition « Figure d'artiste », qui a rassemblé plus de 40 œuvres originales et de grands textes littéraires. Elle a notamment proposé des programmes d'accès à la culture pour les jeunes (ateliers d'écriture, visites théâtralisées...).



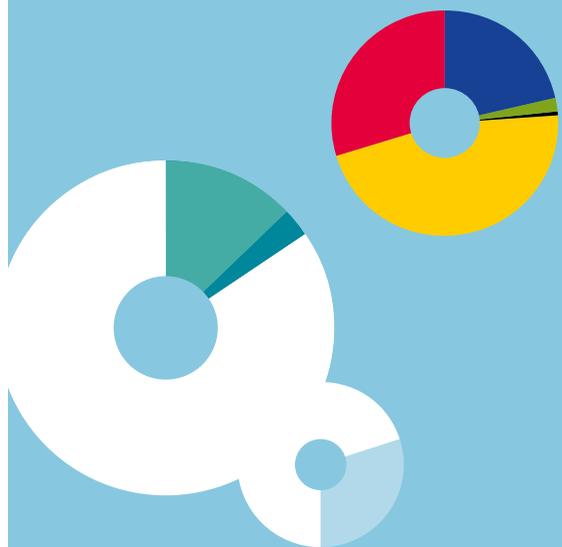
Le Musée de La Poste fait peau neuve !

Le présent et l'avenir du Groupe se fondent sur une histoire riche en innovations et en services. Le Musée de La Poste, qui a ouvert ses portes en 2019 après cinq ans de rénovation, en témoigne. Plongée dans plus d'un siècle de proximité avec les Français.

C'est bien simple : seule la façade décorée des panneaux du sculpteur Robert Juvin est restée la même. À l'intérieur, tout a changé. Après les travaux pilotés par Poste Immo, lancés en 2015 et terminés en novembre 2019, les visiteurs (re)découvrent un nouveau musée, entièrement repensé et modernisé. L'espace propose désormais quatre niveaux d'exposition au lieu de seize. Trois d'entre eux sont consacrés à la présentation des collections par thèmes (« La conquête des territoires », « Des hommes et des métiers », « La Poste, l'art et le timbre ») et le dernier accueille les expositions thématiques. Organisées autour du « totem », un puits de lumière au cœur du bâtiment, toutes les salles sont facilement accessibles, notamment pour les personnes à mobilité réduite.

Le verre, le métal et le bois se conjuguent à la lumière pour rendre une atmosphère chaleureuse et moderne. Pour sa réouverture, le Musée de La Poste a consacré sa première exposition temporaire aux acquisitions réalisées ces vingt dernières années : l'unique dessin du facteur Cheval, la correspondance de Jean Cocteau à propos de son timbre *Marianne*, l'horloge de l'historique Poste du Louvre... autant de pièces qui donnent envie d'en découvrir plus. La Poste est une longue histoire. Ce nouveau Musée en est sa mémoire.





Le Groupe La Poste en chiffres

Le Groupe poursuit sa transformation et prépare l'avenir grâce à l'engagement des postières et des postiers au quotidien et au bénéfice de la société tout entière. Il adosse ses activités et sa stratégie sur un engagement sociétal ancré dans sa culture et son histoire.

Performance financière

UNE CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2019

2019 : une croissance des revenus de toutes les activités du Groupe grâce à la solidité du modèle multiactivité, des progrès dans la transformation et une priorité donnée à l'investissement et au développement du Groupe.

En 2019, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'est élevé à 26 milliards d'euros, en croissance de 5,2%, et toutes les activités ont progressé. Son résultat d'exploitation a atteint 889 millions d'euros, stable par rapport à 2018. Le résultat net part du Groupe croît quant à lui de 3% à 822 millions d'euros. Ces résultats ont permis de poursuivre ses investissements, la diversification de ses activités, son développement à l'international et la formation de ses collaborateurs afin de préparer l'avenir et la réussite de la transformation du Groupe.

Chiffre d'affaires

2019 **25 983** M€

2018 **24 699** M€

Résultat d'exploitation

Après quote-part du résultat net des sociétés sous contrôle conjoint

2019 **889** M€

2018 **892** M€

Résultat net part du Groupe

2019 **822** M€

2018 **798** M€

Capitaux propres part du Groupe

2019 **12 624** M€⁽¹⁾

2018 **12 014** M€

Dettes nettes

2019 **6 462** M€⁽¹⁾

2018 **3 442** M€

Dettes nettes/capitaux propres

2019 **0,51**⁽²⁾

2018 **0,29**

(1) Dont 2 469 millions d'euros impact IFRS 16 sur la dette nette d'ouverture).

(2) Dont 0,31 hors impact IFRS.

(3) Équivalents temps plein en moyenne.

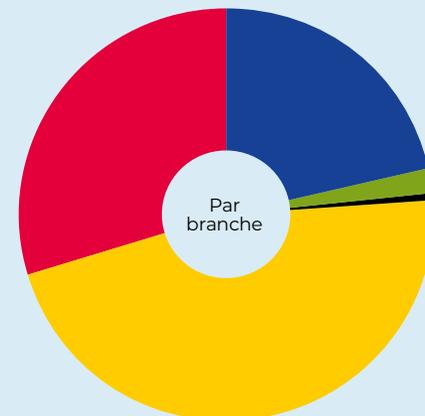
26 Mds€

de chiffre d'affaires

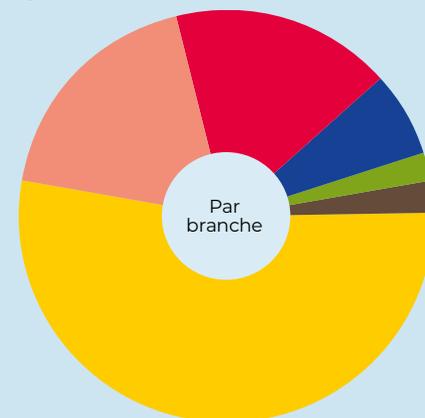
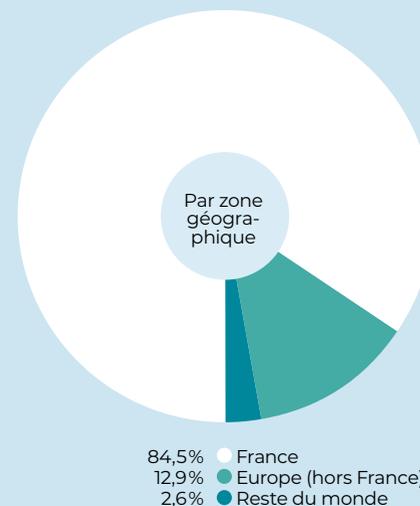


Répartition des **revenus** du Groupe

46,5% Services-Courrier-Colis
29,6% GeoPost/DPDgroup
21,6% La Banque Postale
2% Numérique
0,3% Autres



Répartition des **effectifs** du Groupe



52,8% Services-Courrier-Colis
18,6% Réseau La Poste
17,0% GeoPost/DPDgroup
6,8% La Banque Postale
2,2% Numérique
2,6% Tête de Groupe, immobilier et autres

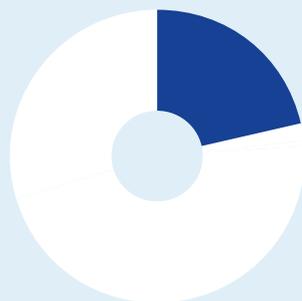
249 304

collaborateurs⁽³⁾

La branche Réseau La Poste réunit les activités de vente et de distribution auprès du grand public des produits et services du Groupe La Poste et son offre de téléphonie sous la marque La Poste Mobile. Son chiffre d'affaires représente la facturation interne des prestations réalisées par le Réseau La Poste pour le compte des autres branches.



Services-Courrier-Colis



La Banque Postale

Performance opérationnelle par activité



Chiffre d'affaires

2019 **12 376** M€
2018 11 699 M€

Résultat d'exploitation

2019 **410** M€
2018 490 M€

Poursuite de la conquête, développement des services de proximité, dynamique du colis notamment à l'international.

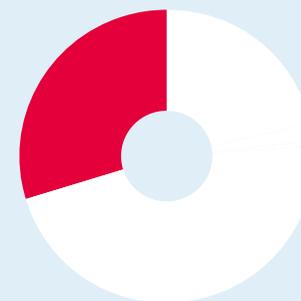
Produit net bancaire

2019 **5 647** M€
2018 5 570 M€

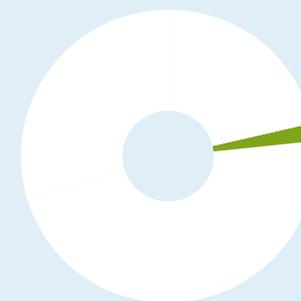
Résultat d'exploitation

2019 **820** M€
2018 813 M€

Dynamique commerciale et poursuite de sa stratégie de diversification et de digitalisation des services.



GeoPost/DPDgroup



Numérique

Chiffre d'affaires

2019 **7 768** M€
2018 7 278 M€

Résultat d'exploitation

2019 **379** M€
2018 344 M€

Acquisitions majeures en Europe et en Asie, croissance des volumes et développement des services, notamment de logistique urbaine durable.

Chiffre d'affaires

2019 **697** M€
2018 656 M€

Résultat d'exploitation

2019 **10** M€
2018 7 M€

Acquisitions majeures dans le domaine des services aux entreprises.

Performance sociale

L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL,
UN VECTEUR DE DÉVELOPPEMENT

Ses performances extrafinancières placent Le Groupe La Poste parmi les entreprises les mieux notées dans son secteur d'activité sur le plan international, toutes agences de notation confondues. Le niveau des notations obtenues témoigne du sérieux de la politique d'engagement sociétal du Groupe et de la qualité du pilotage mis en œuvre.

Transitions écologiques



21,8%

de réduction des émissions de GES des activités de La Poste depuis 2013.

62 M€

de chiffre d'affaires pour la transition énergétique, contre 46 M€ en 2018.

37 442

véhicules électriques toutes catégories (dont 16 503 hors vélos et chariots).

116 182

tonnes de matières collectées par Recygo et Nouvelle Attitude, envoyées en réemploi et recyclage.

196

sites La Poste certifiés ISO 50001, attestant de la qualité de leur système de management de l'énergie.

100%

d'électricité d'origine renouvelable pour alimenter le parc immobilier géré par Poste Immo.

22

métropoles engagées dans des processus de livraison en mode propre.

1,25 Md€

levés grâce à l'émission de deux *green bonds* par Le Groupe La Poste et La Banque Postale pour financer la transition écologique.

Cohésion sociale et territoriale



95,6%

de la population à moins de 5 km et à moins de 20 minutes en voiture d'un point de contact La Poste.

209 M€

de chiffre d'affaires consolidé dans les nouveaux services pour des territoires durables.

26 M€

d'achats auprès des secteurs adapté et protégé et de l'insertion (contre 22 M€ en 2018).

462 000

emplois soutenus directement et indirectement par La Poste et La Banque Postale en tant qu'employeurs et acheteurs implantés dans les territoires.

968 000

examens du code de la route passés à La Poste en 2019.

137 Mds€

d'encours sous gestion de LBPAM en investissements responsables.

Numérique éthique et responsable



501

MSAP⁽¹⁾ offrant l'accès gratuit au Wi-Fi et proposant un accompagnement pour l'accès aux services partenaires nationaux.

45 millions

de dossiers de santé hébergés par La Poste dans des datacenters uniquement en France.

4 millions

de boîtes aux lettres électroniques Digiposte ouvertes à fin 2019.

100%

des managers formés à la protection des données personnelles.

(1) Maisons de services au public.

Indicateurs sociaux⁽¹⁾



Agir en faveur du développement des compétences

2019 **80,35**%
2018 80,35%

Évolution de la part de personnes ayant suivi au moins une formation.

Améliorer la santé et la sécurité au travail

2019 **24,66**
2018 24,44

Évolution du taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt.

Favoriser l'insertion des jeunes dans la vie professionnelle

2019 **4 583**
2018 4 787

Évolution du nombre des moins de 30 ans dans les recrutements en CDI.

Promouvoir l'égalité professionnelle femmes-hommes

2019 **50,7**%
2018 50,1%

Évolution de la part des femmes dans l'encadrement.

Favoriser le maintien dans l'emploi des seniors

2019 **31,6**%
2018 30,9%

Évolution de la part des 55 ans et plus dans l'effectif permanent.

Agir en faveur de l'emploi des personnes handicapées

2019 **7**%
2018 6,75%

Évolution du taux de BOE.

La Poste, qui figure parmi les premiers employeurs de France, poursuit en 2019 ses engagements en matière d'emploi responsable et inclusif : développement des compétences des postiers, prévention de la santé, de la sécurité et de la qualité de vie au travail, promotion de l'égalité femmes-hommes, insertion des jeunes dans la vie professionnelle et maintien dans l'emploi des seniors, actions en faveur de l'emploi des personnes handicapées...

(1) Périmètre : La Poste maison mère.

Indicateurs qualité : engagements clients



Améliorer la qualité perçue par nos clients en bureau de poste

2019 **95**%
2018 95%

Satisfaction globale à l'issue de la visite en bureau.

Améliorer le traitement des réclamations clients (résultats consolidés annuels)

2019 **95,50**%
2018 98,50%

Évolution du taux de traitement des réclamations en moins de 15 jours ouvrés (dont 85,5% en moins de 5 jours en 2019).

Améliorer la distribution du courrier (résultats consolidés annuels)⁽¹⁾

2019 **91,50**%
2018 93,50%

Informar sur les conditions de la distribution du courrier et effectuer la tournée de distribution dès le lendemain en cas de dysfonctionnement.

Le traitement des réclamations courrier et colis en « boucle courte »

Depuis l'été 2019, La Poste expérimente la prise en charge des clients réclamants dans plus de 1000 bureaux de poste et Carrés pros avec rappel du client sous 24 heures. Une enquête effectuée par les services de La Poste en septembre-octobre 2019 dans les zones de test a montré que plus 72% des clients souhaitent sa généralisation du fait de la simplicité du dispositif (84%). De leur côté, les postiers sont 95% à être favorables à la généralisation en bureaux de poste. Ce dispositif facilite la prise en charge des clients et assure une réponse rapide. Selon les résultats de cette expérimentation, il sera déployé d'ici début 2021 sur tout le territoire.

(1) Attention, un changement de système d'information de la relation client est intervenu courant 2019 et a pu avoir un impact sur le calcul du résultat.

Pour retrouver l'ensemble des publications institutionnelles du Groupe La Poste, rendez-vous sur : www.groupelaposte.com/publications



Suivez-nous sur les réseaux sociaux



Conception et réalisation : **HAVAS PARIS**
Crédits photo : Denis Allard, Sophie Brändström/Signatures, Adrien Buchet, Alex Cretey Systemans, Romain Étienne/Item, Benjamin Genet, Stéphane Grangier, Pascaline Goret, Eric Huynh, Fatima Jellaoui, Letizia Le Fur, Pierre Le Tulzo, Pessina Massimo, Patrice Maurein, Christophe Pelletier, Natacha Raymond, Joël Saget/AFP, Jérémy Suyker; médiathèque La Poste; DPD UK; Getty Images; Adobe Stock; l'Œil du diaph, Thierry Débonnaire_Musée de La Poste.



La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus aux personnes handicapées motrices, 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, dans son intégralité, et ce, à partir de n'importe quel support numérique.



LE GROUPE LA POSTE

DIRECTION DE LA COMMUNICATION
9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA – 75757 PARIS CEDEX 15
Tél. : +33 (0)1 55 44 00 00
www.groupelaposte.com

La Poste – Société anonyme au capital de 5 364 851 364 euros – 356 000 000 RCS PARIS
Siège social : 9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA – 75015 PARIS