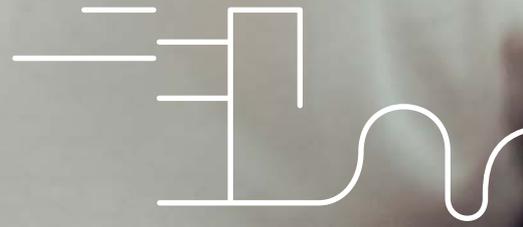


Performance responsable 2016

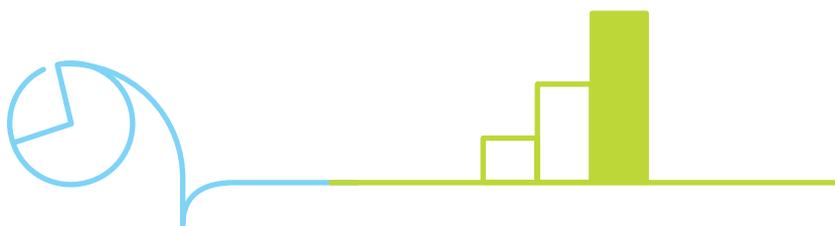




LA POSTE



LA BANQUE
POSTALE



- 2 Performant et responsable
- 4 Multi et uni
- 6 La gouvernance

8 Revue d'activités

- 10 Services-Courrier-Colis
- 12 GeoPost
- 14 La Banque Postale
- 16 Réseau La Poste
- 18 Numérique
- 20 Poste Immo

22 Revue de performances

- 24 Panorama financier
- 34 Panorama de développement responsable

En 2016, dans un contexte de baisse des volumes du courrier et de baisse des taux d'intérêt qui a particulièrement impacté La Banque Postale, Le Groupe La Poste réalise de bons résultats tout en accélérant sa transformation. Cette double performance prouve que le modèle multiactivité du Groupe La Poste peut résister à des pressions massives. Elle valide aussi la stratégie du Groupe coconstruite avec tous les postiers. La Poste change grâce aux postiers, les clients approuvent et les résultats sont là. Et si l'une des plus anciennes entreprises françaises s'affirmait comme l'une des postes européennes les plus solides et un groupe mondial de services de proximité ?

Performant et responsable

Le Groupe La Poste a placé la responsabilité sociétale au cœur de son plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » au bénéfice de tous. Chiffres clés 2016.

Engagé pour le climat et la qualité de l'air

100%

d'électricité d'origine renouvelable depuis le 1^{er} mai 2016 pour alimenter le parc immobilier géré par Poste Immo (plus de 11 000 immeubles).

7

métropoles françaises livrées via des logistiques à faibles émissions, sur les 15 prévues.

10 000

véhicules électriques utilitaires légers en 2020. 6 842 fin 2016.

Exemplaire, Le Village La Poste

Il réunit plus de 4 200 personnes issues des différents sièges du Groupe sur trois sites dont deux à Issy-les-Moulineaux (Lemnys, Crossing) et le troisième à Paris 14^e (Brune) et déploie un programme écoresponsable modèle :

- plan de mobilité nouvelle génération intégrant vélos à assistance électrique en libre-service et plate-forme de covoiturage en partenariat avec WayzUp ;
- tri des déchets : Recy'go pour le papier, récupération de bouteilles plastiques, canettes et gobelets, tri des cartons, des fournitures de bureau, des accessoires informatiques et des piles ;
- énergie : eau de pluie pour les toilettes et chauffe-eau solaire dans les cuisines.



Engagé pour l'avenir des postiers

19 M€

investis dans le programme «Boloco» pour la rénovation des locaux professionnels des postiers.

93%

des postiers formés et 20 000 parcours qualifiants engagés en deux ans.

5

accords nationaux signés et 7 grandes négociations engagées en 2016.



Près de
13 000

nouveaux collaborateurs recrutés par le Groupe La Poste en 2016.

Engagé pour le développement économique local

22,1 M€

d'achats à l'économie sociale et solidaire en 2016 sur tout le territoire.

Engagé pour une société plus solidaire

+ 500

postiers bénévoles pour accompagner les jeunes vers la réussite scolaire et mobilisés pour l'accès à l'emploi.

42,5 M€

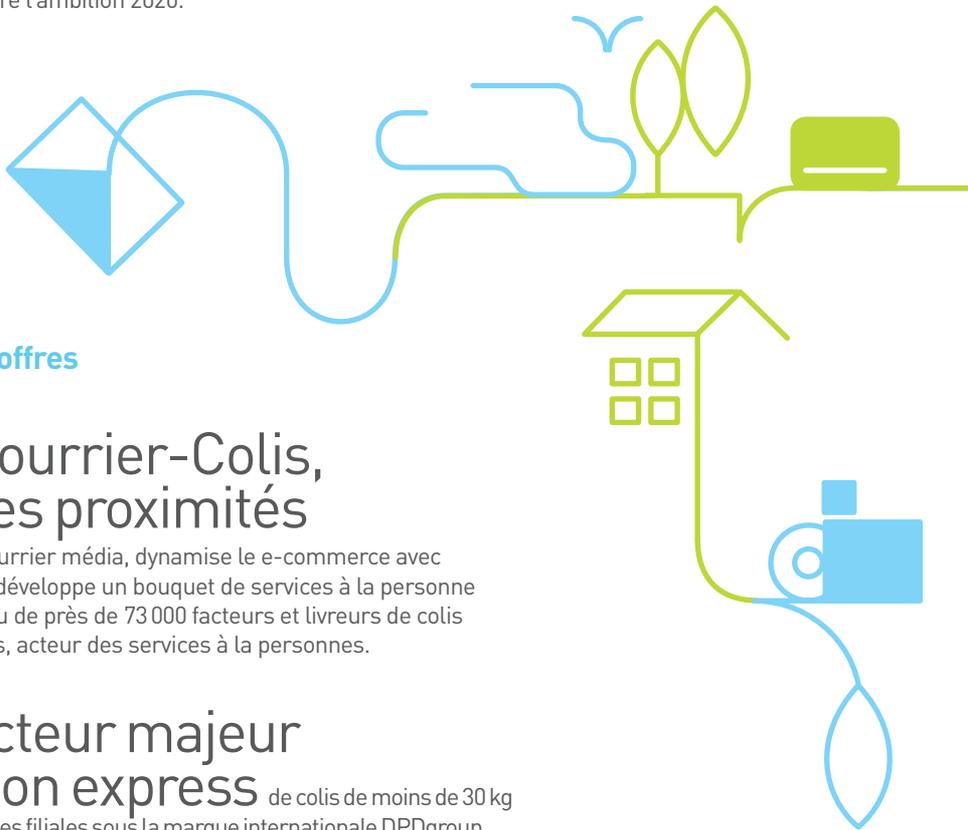
de chiffre d'affaires consolidé dans les nouveaux services pour des territoires durables (dont Bemobi, Recy'go, Action Habitat, services de proximité, code de la route).

100%

de réussite au baccalauréat pour les 44 élèves de L'Envol, le campus de La Banque Postale.

Multi et uni

Les trois branches métiers – courrier, colis, banque – développent leurs offres spécifiques. Le Réseau, le Numérique et Poste Immo leur apportent leur expertise et accompagnent leur transformation. Toutes multiplient les synergies pour innover plus vite ou partager les coûts et atteindre l'ambition 2020.



Des métiers et des offres

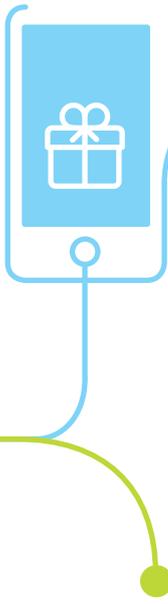
Services-Courrier-Colis, les nouvelles proximités

La branche réinvente le courrier média, dynamise le e-commerce avec les solutions Colissimo et développe un bouquet de services à la personne en s'appuyant sur le réseau de près de 73 000 facteurs et livreurs de colis et sur celui d'Axeo Services, acteur des services à la personnes.

GeoPost, acteur majeur de la livraison express de colis de moins de 30 kg dans le monde, rassemble ses filiales sous la marque internationale DPDgroup.

La Banque Postale, la banque de tous

Particuliers, entreprises, professionnels, acteurs de l'économie sociale et du secteur public local : La Banque Postale propose une offre complète de produits et services de banque et d'assurance simple, utile et transparente, à un tarif raisonnable.



Au service de l'ensemble du Groupe

Réseau La Poste, réseau de proximité à priorité bancaire

Lieu de distribution multiactivité du Groupe, le Réseau ancre La Poste dans le quotidien des clients, grand public et professionnels, et dans l'économie des territoires à travers 17 159 points de contact physiques.

La branche Numérique, pilote de la transformation numérique du Groupe

Du site laposte.fr au Hub numérique et à l'Internet des objets, la branche Numérique assure le développement de l'activité numérique et construit l'infrastructure de la connaissance client pour faire passer le Groupe à l'ère 3.0.

Poste Immo, l'opérateur immobilier du Groupe La Poste

Poste Immo gère, entretient, développe et valorise un parc de plus de 11 000 immeubles à travers la France, expérimente les solutions de logistique urbaine du futur et pilote la transition énergétique pour le parc du Groupe.

Des synergies nouvelles

La transformation du Groupe se lit aussi dans les nouvelles façons de travailler ensemble. Par exemple, la distribution des petits paquets, associe le réseau des facteurs de la branche Services-Courrier-Colis et l'offre Chronopost de la branche GeoPost. En deux ans, cela représente plus de 1,6 million de colis distribués et plus de 3 millions d'euros de marge générée ensemble.

La Banque Postale a délégué sa signature de crédit à 1 600 directeurs de secteur du Réseau après onze semaines de formation à l'École de la Banque et du Réseau. Le partenariat entre le Réseau et La Banque Postale illustre la transformation culturelle, organisationnelle et stratégique du Groupe La Poste.

La gouvernance



Le conseil d'administration

Ses principales attributions :

la définition des orientations stratégiques du Groupe ; l'autorisation d'opérations de croissance externe et de cession, des programmes d'investissements majeurs, les conditions de l'intéressement du personnel ; l'arrêté des comptes annuels et semestriels du Groupe...

En 2016, le Conseil d'administration s'est réuni à 12 reprises et 2 séminaires de réflexion stratégique ont eu lieu.

Sa composition

Philippe Wahl, Président-directeur général du Groupe La Poste

Représentants de l'État

Martin Ajdari, Directeur général des Médias et des Industries culturelles – ministère de la Culture et de la Communication

Marie-Pierre de Baillencourt, Directrice générale adjointe Développement – DCNS Group

Marie-Caroline Bonnet-Galzy, Conseillère d'État en service extraordinaire

Corinne Lejbowicz, Présidente-directrice générale de PrestaShop

Philippe Lemoine, Président du Forum d'Action modernités et Président de la Fondation Internet Nouvelle Génération

Françoise Malrieu, administratrice de société

Sophie Mantel, Chef de service, adjointe du directeur à la Direction du Budget – ministère des Finances et des Comptes publics

Bertrand Walckenaer, Directeur de participations Services & Finances à l'Agence des participations de l'État

Représentants de la Caisse des Dépôts

Nathalie Gilly, Directrice de l'Audit

Pierre-René Lemas, Directeur général

Franck Silvent, Directeur du pôle Finances, stratégie et participations

Administrateurs nommés par décret (représentant des usagers ; représentant des communes et de leurs groupements)

Hélène Carnet, Vice-Présidente de Familles rurales, Présidente de la fédération de Basse-Normandie

Jacques Pelissard, Président d'honneur de l'Association des maires de France

Représentants des salariés, parrainés par

Alain Bard, CGT ; **Régis Blanchot**, SUD ;

Jacques Dumans, FO ; **Brigitte Jonon**, CGT ;

Jean-Yves Lautridou, CFDT ; **Yves Renaud**, CFDT ; **Annette Rivard**, SUD

Le comité exécutif

Organe de direction opérationnel du Groupe, le comité exécutif (Comex), met en œuvre la stratégie définie par le conseil d'administration de La Poste. Il réunit une fois par semaine les dirigeants des 5 branches et des directions centrales autour du président du Groupe. Le Comex se compose de 10 membres depuis février 2016.



Ses faits marquants

Le numérique, nouveau territoire de développement de La Poste

Le conseil d'administration a approuvé la charte Data de La Poste le 3 février 2016 et validé la stratégie numérique de La Poste le 10 novembre 2016. Les branches de La Poste sont engagées dans une transformation numérique interne, afin de proposer de nouveaux services (identité numérique, nouveaux services en matière d'aide à la personne, banque digitale) aux Français.

Montant des dividendes versés aux actionnaires

Le conseil d'administration a approuvé le 7 juin 2016 le montant des dividendes distribués à ses actionnaires (État et Caisse des Dépôts). Marquant leur soutien au développement de La Poste, ceux-ci ont aligné le montant des dividendes à verser au titre de l'exercice 2015 sur le montant des dividendes versés au titre de l'exercice 2014.

Transfert du siège social de La Poste

Le siège social de La Poste a été transféré par ses instances de gouvernance (conseil d'administration et assemblée générale des actionnaires) au 9, rue du Colonel Pierre Avia, Paris 15^e arrondissement, à compter du 1^{er} juillet 2016. Ce déménagement est au cœur du projet Village La Poste, destiné à regrouper les sièges des Branches du Groupe.

Les comités

Comité d'audit

Constitué de six membres du conseil d'administration, le comité s'est réuni à cinq reprises en 2016. Le comité a étudié les arrêtés comptables, le contrôle interne et la cartographie des risques des branches du Groupe, ainsi que l'évolution des règles d'achat de La Poste et les impacts des évolutions des normes comptables.

Président : **M. Silvent.**

Membres : **Mme Gilly, Mme Jonon, M. Lautridou, Mme Mantel et M. Walckenaer.**

Comité stratégique et des investissements

Constitué de neuf membres du conseil d'administration, le comité s'est réuni à neuf reprises en 2016. Le comité a examiné les acquisitions et les investissements internes du Groupe.

Présidente : **Mme Malrieu.**

Membres : **M. Bard, M. Blanchot, M. Dumans, Mme Gilly, Mme Lejbowicz, M. Renaud, M. Silvent et M. Walckenaer.**

Comité qualité et développement durable

Constitué de sept membres du conseil d'administration, le comité s'est réuni à deux reprises en 2016. Le comité a focalisé ses travaux sur l'expérience des clients de La Poste (indicateurs de qualité perçue, réclamations et plans d'action des branches).

Présidente : **Mme de Bailliencourt.**

Membres : **M. Ajdari, Mme Carnet, Mme Gilly, Mme Jonon, M. Lemoine et Mme Rivard.**

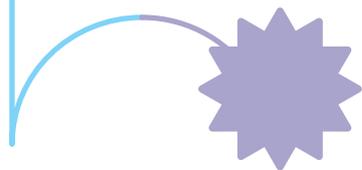
Comité des rémunérations et de la gouvernance

Constitué de cinq membres du conseil d'administration, le comité s'est réuni à deux reprises en 2016. Ses travaux ont porté sur la feuille de route du président, la politique de rémunération des dirigeants et la politique de gestion des postes clés et des potentiels du Groupe.

Président : **M. Lemoine.**

Membres : **M. Bard, M. Lemas, M. Silvent et M. Walckenaer.**

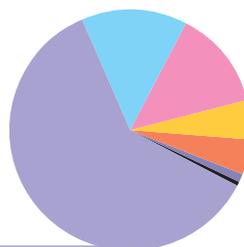
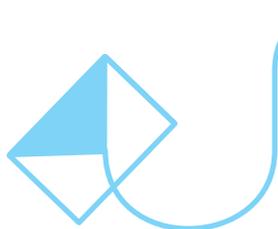
En 2016, la branche Services-Courrier-Colis lance ses services à la personne à grande échelle. La diversification du modèle est en marche. GeoPost multiplie les acquisitions pour conforter sa position de leader européen du colis express et tisser son réseau mondial. Les synergies entre La Banque Postale et le Réseau donnent corps au réseau de proximité à priorité bancaire. Le Numérique propulse les services en ligne et sur mobile, et les rattache un à un au compte client unique. Revue d'innovations avec le client au centre.





Revue d'activités





Services-Courrier-Colis

Nouveau service « Veiller sur mes parents », examen du code de la route, Lettre recommandée sur mobile et révolution Colissimo, la branche Services-Courrier-Colis accélère sa diversification vers le monde des services.

8 marchés cibles

(en % du chiffre d'affaires)

- 60,5% Courrier d'affaires, et des particuliers
- 14,6% Colis aux particuliers et aux professionnels
- 13,3% Publicité
- 5,5% International, courrier et petits paquets transfrontières
- 4,7% Livraison de la presse
- 1,0% Transport et logistique
- 0,4% Nouveaux services Silver économie (filiale La Poste Silver créée en mars 2016)



Repères

2 missions de service public

- Le service postal universel, c'est la distribution du courrier 6 j/7 au domicile de tous les Français.
- Le transport et la distribution de la presse à des tarifs préférentiels.

6 filiales expertes

- Veiller sur mes parents, veille physique et à distance pour personnes âgées.
- Mediapost, la communication du Home Media.
- Viapost Services, la logistique dédiée au e-commerce.
- SOGEC, marketing promotionnel, relationnel et services.
- Asendia, à 50/50 avec Swiss Post, leader mondial du courrier international.
- SOBRE, avec la Caisse des Dépôts, solutions de transition énergétique.

1er

opérateur colis en France

1er

acteur de l'imprimé publicitaire (non adressé) en France

Ambitions

Devenir le premier opérateur de services de proximité humaine et numérique

- Dynamiser le commerce connecté avec Colissimo pour livrer plus vite, à la demande et selon les modes de vie.
- Accélérer le commerce transfrontalier avec nos offres import et export.
- Multiplier les contacts et le business grâce aux campagnes marketing *on* et *off line* et en connectant le courrier publicitaire.
- Faciliter la relation client en innovant dans le domaine du courrier industriel et recommandé, et en proposant conseil et services aux professionnels de proximité.
- Développer le bien vivre au domicile avec les nouveaux services de proximité de près de 73 000 facteurs.

Performances

En volume

Près de **22** Mds

de plis distribués par an

En qualité

84,9 %

de distribution à **J+1** pour la Lettre prioritaire.

94,9 %

de distribution à **J+2** pour la Lettre verte.

92,2 %

de distribution à **J+2** pour Colissimo.

En valeur

11,4 Mds€

de chiffre d'affaires en 2016

47,4 %

du chiffre d'affaires du Groupe

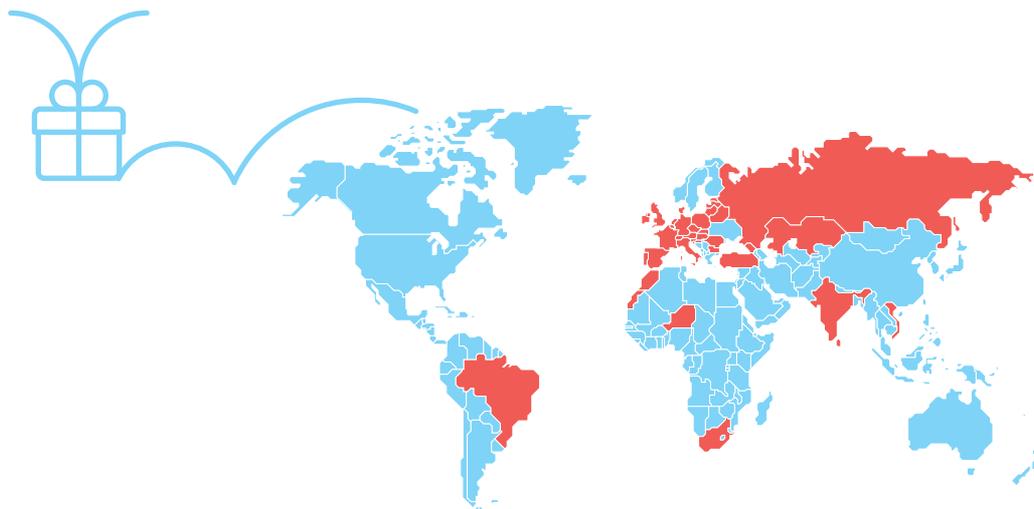
584 M€

de résultat d'exploitation ⁽¹⁾ en 2016

Engagée pour la transition énergétique pour tous

- Bemobi : gamme écomobilité 360° (conseil, formation, gestion de flotte) pour les entreprises et les collectivités
- SOBRE : solutions d'optimisation de la performance énergétique pour professionnels de l'immobilier
- Action Habitat : accompagnement des collectivités territoriales dans la rénovation énergétique des logements

(1) Après quote-part du résultat net des sociétés sous contrôle joint.



GeoPost

Nouveaux services de livraison ultraprécis ou par drone, nouveaux marchés du frais et de la santé, nouveaux pays accrochés au réseau DPDgroup comme le Vietnam et le Brésil : GeoPost s'ouvre un monde de perspectives. Il est le seul acteur de la livraison de colis à proposer à ses clients une livraison neutre en carbone sans coût supplémentaire.

Présence de GeoPost dans le monde

- Réseau DPDgroup
- Accords commerciaux



Ambitions

Toujours plus de services sur mesure

- Livraison le jour même en Espagne et en France.
- Livraison en points relais Pickup partout en Europe.
- Predict, la reprogrammation de la livraison.
- Precise, le choix du créneau de livraison.
- Livraison de produits alimentaires frais en Europe.
- Gestion de la livraison en mobilité avec l'appli DPD app (Royaume-Uni, Allemagne).

3 priorités

- Se développer sur le marché du commerce en ligne.
- Poursuivre l'extension du réseau international DPDgroup.
- Innover toujours plus pour répondre aux évolutions du marché.

Repères

Des filiales dans le monde

- Chronopost France, livraison express de colis jusqu'à 30 kg dans plus de 230 pays
- DPD, livraison express dans toute l'Europe
- Chronopost Portugal
- SEUR, Espagne
- Yurtiçi Kargo, Turquie
- DTDC, Asie
- DPD Laser, Afrique
- Tigers et Lenton, flux intercontinentaux

Des prises de participation

- JadLog au Brésil
- Giao Hang Nhanh (GHN) au Vietnam

2 réseaux puissants

- Routier DPD : plus de 820 dépôts et hubs, 624 liaisons routières européennes
- Relais Pickup : près de 29 000 points relais dans 22 pays d'Europe

1er

réseau routier européen et opérateur sur les flux intra-européens

2e

opérateur européen du colis express

Performances

1,1 milliard

de colis ont été livrés en 2016

+ 11%

de croissance des volumes par rapport à 2015

35%

de volumes livrés en BtoC

6,2 Mds€

de chiffre d'affaires en 2016

77%

du chiffre d'affaires réalisé hors de France

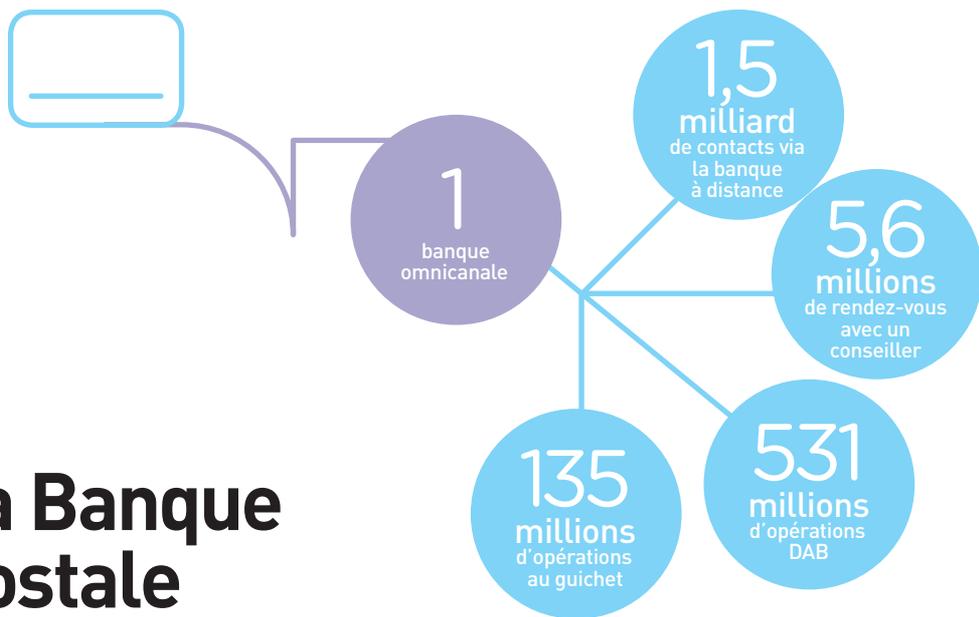
438 M€

de résultat d'exploitation ⁽¹⁾ en 2016

RSE, Driving Change

La nouvelle stratégie RSE de DPDgroup tient en quatre axes : réduire l'empreinte carbone par colis de 10 % d'ici à 2020, contribuer à la qualité de vie en ville, soutenir l'entrepreneuriat innovant, encourager l'engagement des collaborateurs dans la société.

(1) Après quote-part du résultat net des sociétés sous contrôle joint.



La Banque Postale

Face à des défis considérables, La Banque Postale redouble de dynamisme commercial, diversifie ses métiers et ses clientèles, et consolide ses partenariats pour devenir un très grand groupe bancaire.



Repères

1 mission de service public

L'accessibilité bancaire :

La Banque Postale a l'obligation d'ouvrir gratuitement un livret A à toute personne qui en fait la demande. Une mission de service public reconnue par la loi de modernisation de l'économie.

3 pôles d'activité

- Banque de détail de tous.
- Assurances : vie, prévoyance, emprunteur, dommages, santé.
- Gestion d'actifs : 180,6 Mds€ d'encours sous gestion.

Des partenariats experts

- Assurance-vie avec CNP Assurances.
- Assurances IARD avec Groupama.
- Assurance santé avec Malakoff-Médéric et la Mutuelle Générale.
- Crédit à la consommation avec Franfinance, filiale de Société Générale.
- Collectivités locales avec la Caisse des Dépôts.
- Gestion d'actifs avec Aegon Asset Management.
- Gestion d'actifs immobiliers avec Natixis.
- Systèmes monétiques avec Société Générale.

RSE, 4 engagements

La RSE de La Banque Postale s'articule autour de quatre engagements : économique, social, sociétal et environnemental. La Banque Postale persiste et signe : Banque et citoyenne.

Ambitions

Être 100 % digitale et 100% humaine

- Accélérer la transformation de la Banque avec des grands programmes

Par exemple, projet Cap Client 3.0 investit 120 M€ dans un poste de travail intelligent pour une relation client ultrapersonnalisée.

- Accélérer le développement commercial

Devenir la Banque des pros, conquérir la clientèle patrimoniale, développer la gestion d'actifs et consolider l'assurance pour devenir un très grand groupe bancaire diversifié.

- Bâtir un grand réseau à priorité bancaire

Près de 370 000 jours de formation à l'École de la Banque et du Réseau en 2016 et 2 000 directeurs de secteur du Réseau habilités à signer l'octroi de crédit d'ici 2020.

- Créer une banque 100 % digitale

Une banque sur mobile, accessible à tous, lancée à l'automne 2018.

Performances

En volume

10,7

millions de clients actifs

Près de **400 000** clients entreprises et associations

309,7 Mds€

d'encours d'épargne

75,9 Mds€

d'encours de crédits

En valeur

5,6 Mds€

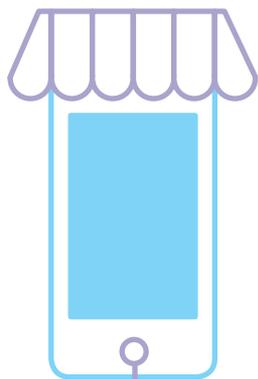
de produit net bancaire en 2016

834 M€

de résultat d'exploitation en 2016

1 023 M€

de résultat courant avant impôts en 2016



1er réseau

de proximité de France

3 millions

de clients professionnels en France

1,3 million

de clients La Poste Mobile
en 2016

Réseau La Poste

Lieu de synthèse des branches, vecteur de l'unité du Groupe et étendard de son caractère multiactivité, le Réseau La Poste place le contact humain au cœur du dispositif multicanal. Il investit massivement pour moderniser et connecter tous ses points de contact.



Repères

1 mission de service public phare

La contribution à l'aménagement du territoire : minimum 90 % de la population métropolitaine à moins de 5 km d'un point de contact La Poste.

1 réseau multiactivité à priorité bancaire

- Près de 10 000 conseillers et gestionnaires de clientèle
- 66,8 % des crédits à la consommation
- 100 % de la collecte nette auprès des particuliers

17 159⁽¹⁾ points de contact

8 835

bureaux de poste gérés en propre, qui distribuent toute l'offre commerciale.

8 298

points de contact en partenariat gérés par une commune ou un commerçant, qui proposent les services les plus utilisés.

96,8 %

de la population est à moins de 5 km d'un point de contact La Poste.

Performances

La conquête des pros

Un pilotage commercial commun dans les bureaux et 1 600 postiers au service des pros pour capter plus de 4 millions de prospects sur tout le territoire.

La priorité bancaire

Une organisation commerciale unique Banque-Réseau et l'École de la Banque et du Réseau pour former 70 000 postiers à l'expertise bancaire.

La présence postale d'aujourd'hui

Au cœur des villes, les bureaux à priorité bancaire offrent des services personnalisés et une expertise renforcée aux clients pros ou patrimoniaux sur leur bassin de vie et de travail. Partout, la mutualisation s'accélère pour enrichir l'offre. 131 La Poste relais sont ouverts en partenariat avec des commerçants en zone urbaine. 500 Maisons de services au public au sein de bureaux de poste sont inaugurées en zone rurale et de montagne, et 564 facteurs-guichetiers assurent la continuité de la présence postale en zone rurale et périurbaine. La Poste est plus que jamais là où vivent les Français.

Performances

La puissance du numérique

Levier de modernité et de développement, le numérique irrigue le Réseau. Automates nouvelle génération, continuité entre les canaux physiques et numériques, le parcours client est omnicanal. En témoigne le déploiement de Smartéo, le poste de travail embarqué du chargé de clientèle.

1 500

bureaux équipés d'un dispositif de communication digitale

3 200

agences communales équipées de tablettes en libre-service

1 600

La Poste Relais équipés de smartphones et imprimantes

500

Maisons de services au public équipées d'un pôle numérique et d'un accès Wi-fi gratuit pour leurs clients

Plus de 21 000

automates dans les bureaux de poste

Label « Enseigne responsable »

Le Réseau est reconnu en particulier pour sa démarche d'achats responsables et son travail pour l'emploi des personnes en situation de handicap. Sa performance a de nouveau été évaluée fin 2016 par SGS, le leader mondial de la certification, qui lui a renouvelé le label « Enseigne responsable » niveau 2.

(1) Y compris les 26 points de contact à statut particulier.

Performances

609 M€

de chiffre d'affaires en 2016

10,5 millions

de visiteurs uniques
par mois en moyenne
sur le site www.laposte.fr

+ 6%

de chiffre d'affaires sur le site
www.laposte.fr en 2016

6,2 millions

de personnes dans la base
clients uniques à fin 2016

Numérique

La branche Numérique impulse la transformation numérique du Groupe à tous les niveaux, de l'infrastructure numérique aux méthodes d'innovation agile et à la formation de tous les postiers pour proposer une expérience postale inédite aux clients.



1 objectif

Conduire la transformation numérique de La Poste autour de son cœur de métier.

3 missions

- Développer l'expertise numérique de La Poste au service du Groupe et des branches.
- Accélérer la croissance du chiffre d'affaires en ligne des produits et services du Groupe avec le développement d'un véritable site d'e-commerce laposte.fr.
- Développer des solutions et services numériques à destination des entreprises et du grand public, notamment via ses deux filiales Docapost et Mediapost Communication.

3 filiales expertes

- **Docapost** accompagne les entreprises et les institutions dans la gestion de leurs échanges en mode numérique et mobile.
- **Mediapost Communication** réinvente le marketing relationnel des annonceurs en version interactive et personnalisée.
- **Start'inPost**, l'accélérateur du Groupe, soutient des start-up qui innovent sur les marchés de l'e-commerce, des services de proximité et des objets connectés.

Une Poste plus proche, plus connectée

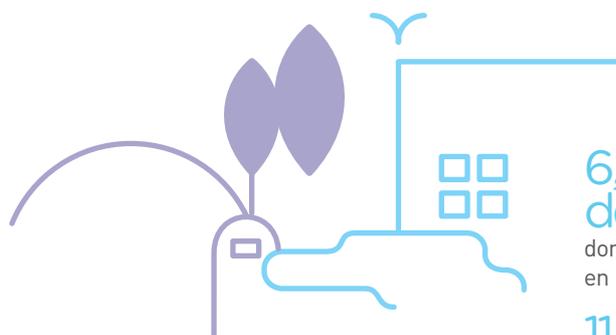
- **Accélérer le développement des offres numériques des branches** Construction, en 2016, d'un socle technique d'infrastructures numériques transverses aux branches pour accélérer le développement de leurs offres : le compte client unique (CCU), pour connaître et reconnaître les clients ; le Hub numérique, pour orchestrer les services proposés aux particuliers ; Digiposte+, pour accompagner les Français dans leur vie quotidienne et administrative ; La Poste en ligne, l'infrastructure de distribution numérique ; le Data Lake, puits de données mutualisées de La Poste permettant l'analyse et l'enrichissement.
- **Favoriser l'innovation postale** Au service des branches et du Groupe, la nouvelle structure transverse Yellow Innovation by La Poste travaille en open innovation : elle s'entoure de start-up et de spécialistes pour développer des projets en mode agile, en quatre mois maximum. Yellow Innovation organise notamment le Lab postal, le rendez-vous annuel incontournable de l'innovation ouverte du Groupe La Poste. Rendez-vous sur yellowvision.fr, le webzine du Groupe sur l'innovation digitale.

- **Créer une dynamique française autour de l'IoT** 16 start-up lauréates de la seconde édition du concours French IoT ont rejoint la communauté. Un programme ambitieux qui s'appuie sur le Hub numérique et dont les avancées ont été promues au CES 2017 de Las Vegas.
- **Transformation interne et coopération** La Poste place ses 220 000 postiers au cœur de la transformation numérique avec un vaste plan de formation, l'obtention de passeport numérique, l'évolution des outils et méthodes de travail. La transformation des pratiques de coopération et d'échange s'accélère. Aujourd'hui, plus de 20 000 postiers sont acteurs sur Tredunion, le réseau social interne unique au Groupe, accessible de partout et de n'importe quel terminal, y compris en mobilité.

La Poste élue
Entreprise
digitale de
l'année 2016
par L'Usine Digitale !

Éthique et numérique

100 % des offres numériques sont neutres en carbone sans surcoût pour les clients et la charte Data engage Le Groupe La Poste à donner aux Français le contrôle de leurs données personnelles.



6,4 millions
de m²

dont 56 % détenus
en propre

11 023
immeubles
tertiaires,

industriels et commerciaux,
de 9 m² (bureau de poste
de la tour Eiffel) à 39 000 m²
(plates-formes de tri
industrielles)

Poste Immo

Poste Immo pilote la transformation
du parc immobilier du Groupe La Poste.
Un savoir-faire reconnu qu'elle propose
aux collectivités et aux entreprises.



Repères

1 organisation

La direction de l'immobilier définit et pilote la politique immobilière du Groupe La Poste. **Poste Immo**, filiale à 100 %, la met en œuvre et assume les responsabilités de propriétaire.

3 missions

- **Foncière** : gère, entretient et développe le parc immobilier.
- **Prestataire** : accompagne les branches dans leurs projets et propose ses services aux collectivités et aux entreprises.
- **Promoteur** : requalifie des actifs et développe de nouveaux projets.

4 domaines d'expertise

- **Conseil et transaction** : stratégie immobilière, acquisition/cession.
- **Développement et promotion** : construction, rénovation, aménagement.
- **Gestion locative et exploitation** : relation locataire, entretien et maintenance.
- **Gestion d'actifs immobiliers** : une politique patrimoniale dynamique pour adapter le parc aux enjeux du Groupe.

Ambitions

3 projets clés pour le Groupe

- **Piloter la mutation immobilière**
Redimensionner le parc à l'aune du multicanal et l'adapter aux nouveaux usages. L'accord passé en 2016 avec Startway, leader du co-working en Île-de-France, va stimuler l'offre d'espaces de co-working du Groupe La Poste dans une vingtaine de villes.
- **Inventer la logistique urbaine**
Des espaces logistiques urbains aux consignes installées en bureaux de poste, être l'acteur de référence du dernier kilomètre et des métropoles à vivre. Déjà quatre sites tests en logistique urbaine à fin 2016.
- **Réussir la transition énergétique**
Mettre en œuvre la transition énergétique du Groupe.

Performances

Un parc immobilier d'une envergure exceptionnelle et d'une diversité rare

843 M€
de chiffre d'affaires en 2016

338 M€
d'investissements en 2016

3,2 Mds€
de valeur vénale estimée du parc immobilier

Engagé pour le climat

100 % du parc immobilier géré par Poste Immo est alimenté en électricité d'origine renouvelable depuis le 1^{er} mai 2016. 25 % d'amélioration de la performance énergétique des sites patrimoniaux de plus de 5 000 m², soit 20 % du parc, à l'horizon 2020.

Mobilisé sur l'exécution de son plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », Le Groupe La Poste poursuit résolument la transformation de son modèle et enregistre de bonnes performances en 2016. Ces développements sont le fruit de l'engagement de tous les collaborateurs au service du lien social et de l'intérêt général, pour tous, partout, tous les jours.





Revue de performances

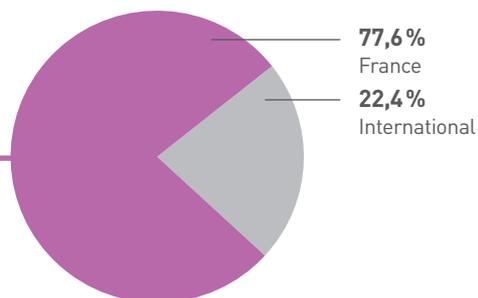
Les chiffres clés du Groupe La Poste

En 2016, dans un contexte difficile, le Groupe enregistre de bons résultats et confirme la solidité de son modèle multiactivité. Les plans d'action engagés en matière de développement, de coopération entre les branches et de maîtrise des charges se reflètent dans la croissance des résultats du Groupe et illustrent sa transformation en cours.

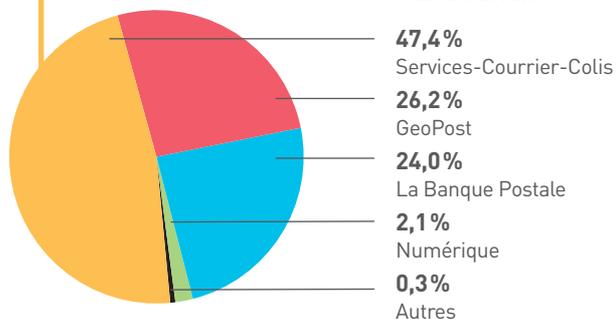
23,294
Mds€ de chiffre d'affaires

Répartition du chiffre d'affaires du Groupe

Par zone géographique

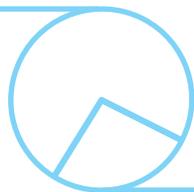


Par branche



Actionnaires publics

100 %



73,68 % État

26,32 % Caisse des Dépôts

251 249⁽¹⁾

collaborateurs

(1) Équivalent temps plein en moyenne



Répartition
des effectifs
du Groupe

Par zone géographique

95,8% de l'effectif du Groupe est localisé en Europe de l'Ouest (classification de l'Unesco)

88,8%

France

7,0%

Autres pays Europe de l'Ouest

2,7%

Europe de l'Est et Russie

1,5%

Autres pays

Par branche

Équivalent temps plein en moyenne

55,1%

Services-Courrier-Colis

21,1%

Réseau La Poste

13,0%

GeoPost

7,2%

La Banque Postale

2,1%

Numérique

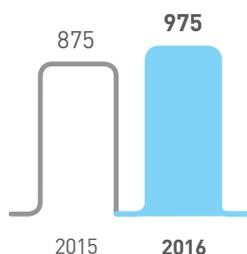
1,5%

Tête de Groupe et immobilier

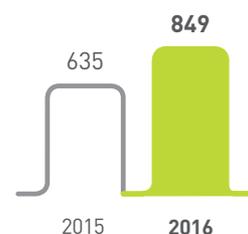
Les indicateurs du Groupe La Poste



Chiffre d'affaires
(en millions d'euros)



Résultat d'exploitation⁽¹⁾
(en millions d'euros)



Résultat net part du Groupe
(en millions d'euros)

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

Le modèle multiactivité du Groupe lui permet d'équilibrer les évolutions contrastées enregistrées selon les activités (avec, d'une part, la bonne dynamique des marchés du colis, de l'express et des services à la personne et, d'autre part, la réduction des volumes de courrier et la baisse des taux d'intérêt impactant les activités bancaires).

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe La Poste s'établit à 23,294 milliards d'euros, en légère progression de 1,1% (+ 1,0% à périmètre et change constants). L'effet périmètre, lié aux acquisitions 2015 et 2016 principalement de GeoPost et, dans une moindre mesure, de La Banque Postale et de la branche Numérique, s'élève à 208 millions

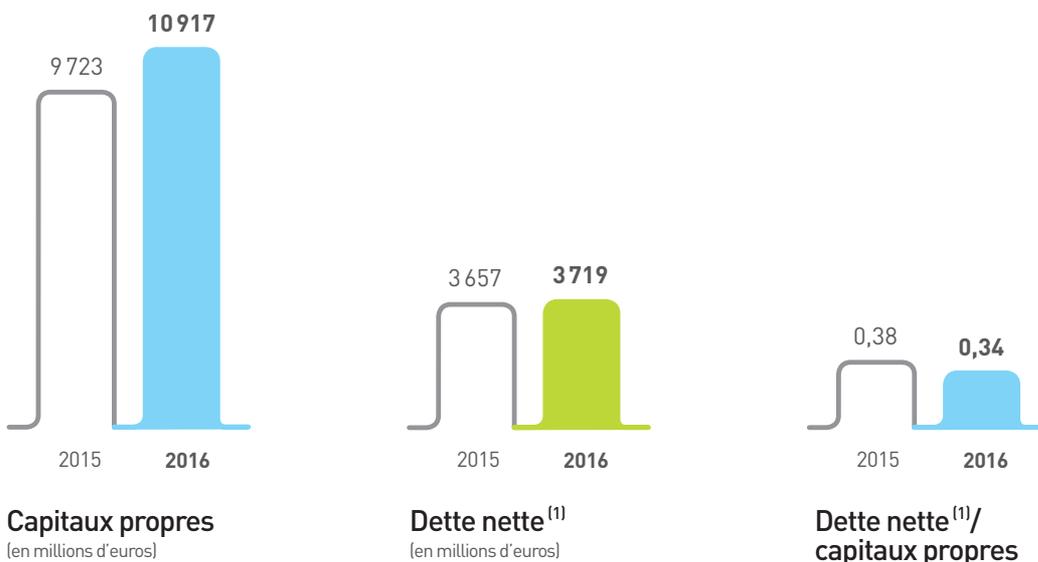
d'euros. L'effet change a un impact défavorable de 177 millions d'euros (essentiellement lié à la livre sterling).

Le résultat d'exploitation consolidé du Groupe⁽¹⁾ s'établit à 975 millions d'euros, en hausse de 11,5% (+ 13,6% à périmètre et change constants).

Le résultat net part du Groupe atteint 849 millions d'euros, en hausse de 33,6%.

(1) Les résultats d'exploitation (Groupe et branches) sont présentés après quote-part du résultat net des sociétés sous contrôle conjoint.

La structure financière du Groupe La Poste



Les capitaux propres consolidés part du Groupe s'élèvent à 10 917 millions d'euros, en progression de 1 194 millions d'euros, sous l'effet de l'enregistrement du résultat net part du Groupe (net des dividendes versés) et d'autres éléments contribuant favorablement.

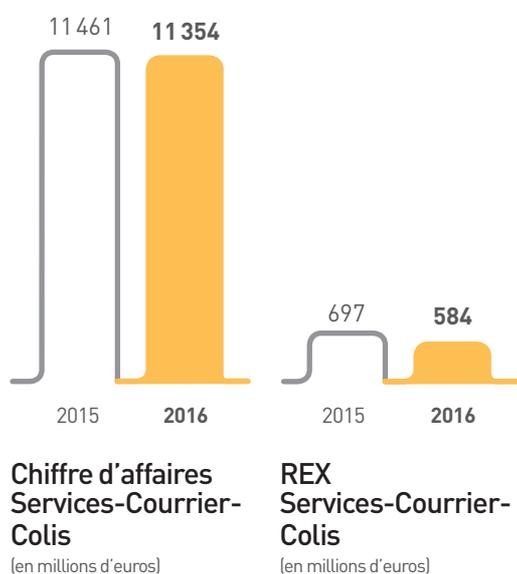
La dette nette ⁽¹⁾ s'établit à 3 719 millions d'euros et augmente de 62 millions d'euros par rapport à 2015, au titre du financement d'une partie des opérations de croissance externe.

Le ratio d'endettement est en amélioration à 0,34 (vs 0,38 au 31 décembre 2015).

Par ailleurs, en décembre 2016, le Groupe a procédé à l'émission de 500 millions de dollars US de titres subordonnés, à durée déterminée à échéance finale 2043, placés auprès d'un investisseur. Cette dette hybride est traitée par les agences de notation comme du capital à hauteur de 50% et de la dette pour les 50% restants. Cette opération permet au Groupe d'allonger la maturité de sa dette et contribuera à financer son plan de développement.

(1) La dette nette du Groupe ne prend pas en compte l'activité bancaire, pour laquelle ce concept n'est pas pertinent.

Performance opérationnelle par activité⁽¹⁾



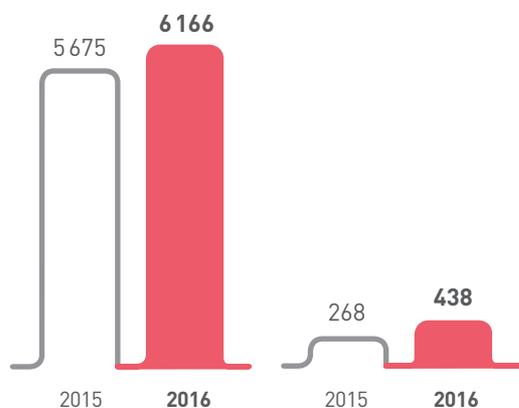
Le chiffre d'affaires de la branche

Services-Courrier-Colis s'inscrit en légère baisse à - 0,9% avec une évolution différenciée selon les activités. Le chiffre d'affaires Services-Courrier, 80% du total de la branche, affiche une baisse de - 2,0% à 9,147 milliards d'euros, reflétant la diminution des volumes de courrier adressé (- 5,2%)⁽²⁾ ainsi qu'un effet mixproduit défavorable, en partie compensés par plusieurs éléments positifs : l'augmentation tarifaire intervenue au 1^{er} janvier 2016 (+ 3,4% en moyenne), la croissance de l'international (+ 46 millions d'euros), en particulier en provenance de Chine, la progression des services facteurs de proximité (+ 10 millions d'euros) et le lancement de nouveaux services tels que l'examen du code de la route. Le Colis (Colissimo) voit son chiffre d'affaires progresser de 3,6% à 1,659 milliard d'euros. L'activité, portée par la croissance des volumes (+ 6,6%⁽²⁾), a été soutenue tout au long de l'année et en particulier sur le dernier trimestre. Cette hausse a été partiellement absorbée par un effet contraire prix/mix clients. Les filiales, positionnées sur les marchés du marketing direct, de la logistique et de la transition énergétique, enregistrent globalement une hausse de leur chiffre d'affaires de 4,2% à 548 millions d'euros.

La branche Services-Courrier-Colis voit **son résultat d'exploitation** diminuer de 16,2% (- 15,9% à périmètre et change constants). La baisse des volumes du courrier (en partie compensée par l'évolution tarifaire du courrier), couplée aux charges de mise en œuvre des nouveaux services et aux coûts de transformation du réseau industriel, explique cette évolution, en partie atténuée par la bonne performance enregistrée par le Colis.

(1) Les résultats d'exploitation (Groupe et branches) sont présentés après quote-part du résultat net des sociétés sous contrôle conjoint.

(2) Progression à jours ouvrés constants.

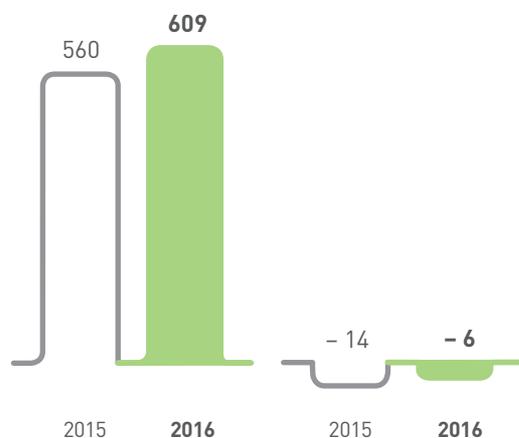


Chiffre d'affaires GeoPost

(en millions d'euros)

REX GeoPost

(en millions d'euros)



Chiffre d'affaires Numérique

(en millions d'euros)

REX Numérique

(en millions d'euros)

La branche GeoPost, qui opère sous la marque DPDgroup sur le marché du colis rapide et express BtoB et BtoC en France et à l'international, a poursuivi sa forte croissance avec **un chiffre d'affaires** en hausse de 8,6% (+ 9,3% à périmètre et change constants) à 6,166 milliards d'euros. Cette performance résulte de la progression des volumes (+ 11,2%⁽³⁾ avec 1 119 millions de colis livrés en 2016), soutenue par le renforcement des offres et services à domicile, hors domicile, et sur de nouveaux segments de marché tels que le transport de produits à température dirigée, dans les domaines de la santé/pharmacie et des produits alimentaires. Une politique active de croissance externe, axée sur l'extension du réseau multi-domestique de GeoPost a également contribué à l'augmentation globale. L'effet prix a eu un impact de - 0,9% sur le chiffre d'affaires. L'ensemble des pays est en progression.

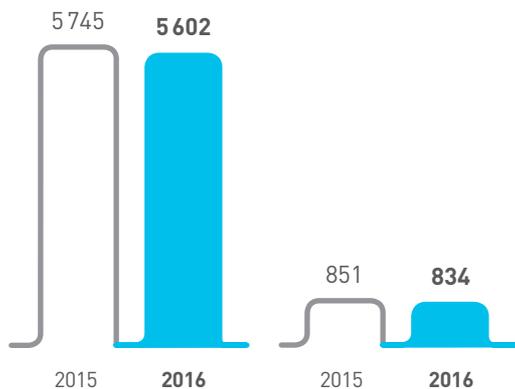
Le résultat d'exploitation de GeoPost affiche une forte croissance de 63,6% (+ 78,0% à périmètre et change constants), sous l'effet conjugué de la progression des volumes et de la maîtrise des coûts. Ce résultat intègre, au titre de l'année 2016, l'impact favorable de 60 millions d'euros de revalorisation de titres dans le cadre de l'acquisition des 50% non encore détenus dans Armadillo (Russie) et, au titre de l'année 2015, une provision de 99 millions d'euros liée à l'enquête de l'Autorité de la concurrence⁽⁴⁾.

(3) Progression de + 6,5% à périmètre constant et à jours ouvrés constants.

(4) Amende notifiée par l'Autorité de la concurrence suite à l'enquête sur le transport du colis. Un recours en annulation a été formé devant la cour d'appel de Paris, les audiences de plaidoiries sont fixées en mars 2017.

La branche Numérique poursuit son développement avec un chiffre d'affaires de 609 millions d'euros, en hausse de 8,7% (+ 5,8% hors effet périmètre). Le pôle Docapost, spécialisé sur la transformation numérique des entreprises, a progressé de 6% (+ 1,8% à périmètre constant) avec le développement des activités de dématérialisation (contraventionnel, plate-forme de services RH...). Le pôle Mediapost Communication est en progression de 2% (+ 3,2% à périmètre constant). Les ventes en ligne (www.laposte.fr), quant à elles, progressent de 6%.

Le résultat d'exploitation de la branche Numérique, qui s'élève à - 6 millions d'euros, s'améliore de 8 millions d'euros.



Produit Net Bancaire La Banque Postale
(en millions d'euros)

REX La Banque Postale
(en millions d'euros)

Le Produit Net Bancaire (PNB) de La Banque Postale

s'inscrit à 5,602 milliards d'euros⁽¹⁾, en baisse de 2,5% [- 6,3% à périmètre constant et après retraitement de la provision épargne logement]. Le PNB du pôle Banque de détail baisse de 3,2% [-6,9% à périmètre constant et hors provision épargne logement⁽²⁾], à 5,242 milliards d'euros. Les taux historiquement bas ont pesé sur la marge nette d'intérêts, impact en partie compensé par la hausse du revenu des commissions (équipement clientèle et assurance-vie), de + 2,3% sur la période. L'ensemble des encours de crédits a progressé de + 9,8%, dont + 48,2% pour les encours de crédits aux personnes morales, + 8,4% pour les encours de crédits à la consommation et + 3,2% pour les encours de crédits immobilier. Le PNB du pôle Gestion d'actifs croît de 12,7% [-0,9% à périmètre constant, l'année 2015 ayant profité d'un effet marché très favorable) à 163 millions d'euros. Le PNB du pôle Assurances progresse de 6,3%, à 198 millions d'euros, avec un portefeuille de contrats en hausse de 5,5%. La contribution de La Banque Postale au résultat d'exploitation du Groupe recule de 2,0%⁽¹⁾ [- 2,7% à périmètre constant]. Malgré les coûts liés aux grands programmes de transformation (systèmes d'information) et le développement des filiales, les frais de gestion ont baissé de 3,1% (traduisant les efforts de maîtrise des charges), compensant en partie le recul du PNB. Le coût du risque de crédit reste stable à 181 millions d'euros. Le coefficient d'exploitation s'établit à 82,4%.

(1) Incluse une plus-value de 107 millions d'euros en contrepartie de la cession de titres Visa Europe.

(2) Reprise de 142 millions d'euros au 31 décembre 2016 versus dotation de 63 M€ au 31 décembre 2015, soit une variation de 205 millions d'euros.

Le Réseau La Poste accompagne le développement commercial des branches. En 2016, le Réseau a déployé une nouvelle organisation managériale orientée sur le développement commercial et le soutien des conseillers bancaires et a poursuivi l'adaptation du format de ses points de contact. En milieu rural, 500 Maisons de services au public sont désormais installées dans ses bureaux de poste. Plus de 560 facteurs-guichetiers ont été déployés dans les zones les moins fréquentées. En milieu urbain, l'implantation de nouvelles formes de partenariats, « La Poste Relais », a permis de mieux s'adapter aux besoins et aux évolutions des citoyens.

La Poste Mobile poursuit sa croissance sur un marché mature et très concurrentiel avec un parc de 1,3 million de lignes au 31 décembre 2016, en progression de 6,5% grâce à la commercialisation de près de 550 000 nouvelles lignes sur l'exercice. Une offre triple ou quadruple play par fibre optique a été lancée en février 2016 avec 21 000 box souscrites.

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	2016	2015
Chiffre d'affaires des activités commerciales	17 696	17 315
Produit Net Bancaire	5 598	5 730
PRODUITS OPÉRATIONNELS	23 294	23 045
Achats et autres charges	(8 534)	(8 078)
Charges de personnel	(12 593)	(12 731)
Impôts et taxes	(243)	(293)
Amortissements, provisions et pertes de valeur	(1 194)	(1 282)
Autres charges et produits opérationnels	297	235
Résultat des cessions d'actifs	(45)	(25)
CHARGES OPÉRATIONNELLES NETTES	(22 313)	(22 174)
Résultat d'exploitation avant quote-part de résultat net des sociétés sous contrôle conjoint	981	871
Quote-part de résultat des sociétés sous contrôle conjoint	(6)	3
RÉSULTAT D'EXPLOITATION APRÈS QUOTE-PART DE RÉSULTAT NET DES SOCIÉTÉS SOUS CONTRÔLE CONJOINT	975	875
Coût de l'endettement financier net	(141)	(133)
Autres éléments du résultat financier	(28)	(21)
Résultat financier	(169)	(154)
Résultat avant impôt des entreprises intégrées	806	721
Impôt sur le résultat	(104)	(253)
Quote-part de résultat des autres sociétés mises en équivalence	191	207
RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	893	675
PART DU GROUPE	849	635
Part des minoritaires	44	39

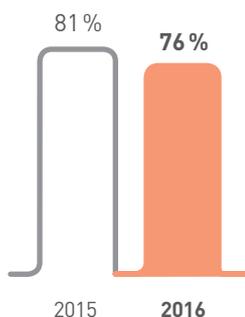
Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	2016	2015
Écarts d'acquisition	2 119	1 968
Immobilisations incorporelles	916	860
Immobilisations corporelles	5 661	5 780
Participations dans les sociétés mises en équivalence	3 426	3 141
Autres actifs financiers non courants	480	707
Impôts différés actifs	239	343
ACTIF NON COURANT	12 840	12 800
Actifs courants bancaires		
Prêts et créances sur la clientèle	78 784	73 628
Prêts et créances sur les établissements de crédit	84 461	83 102
Portefeuille de titres	54 799	51 542
Autres actifs financiers courants	1 716	1 486
Comptes de régularisation	1 497	1 583
Caisse, banque centrale	2 732	1 812
Autres actifs courants		
Stocks et encours	97	109
Créances clients et autres créances	3 886	3 737
Autres actifs financiers courants	609	485
Créance d'impôt sur les bénéfices	354	196
Autres comptes de régularisation – Actif	81	66
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 152	2 457
Actifs destinés à être cédés	179	17
ACTIF COURANT	231 346	220 219
TOTAL ACTIF	244 186	233 019

PASSIF (en millions d'euros)	2016	2015
Capital social	3 800	3 800
Prime d'émission	900	900
Réserves	4 397	3 735
Résultat latent sur instruments financiers	1 222	952
Écarts actuariels sur avantages du personnel	(150)	(179)
Réserve de conversion	(101)	(121)
Résultat de l'exercice part du Groupe	849	636
Capitaux propres part du Groupe	10 917	9 723
Intérêts minoritaires	115	292
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	11 033	10 015
Emprunts obligataires et dettes financières à moyen et long terme	5 836	5 968
Avantages du personnel – dette non courante	2 118	2 093
Provisions pour risques et charges non courantes	328	290
Impôts différés passifs	277	293
PASSIF NON COURANT	8 560	8 644
Provisions pour risques et charges courantes		
Provisions techniques des activités bancaires et d'assurance	2 593	2 513
Provisions pour risques et charges courantes	567	616
Emprunts obligataires et dettes financières à court terme	1 064	1 345
Passifs courants bancaires		
Dettes envers les établissements de crédit	19 003	15 741
Dettes envers la clientèle	175 669	171 384
Dettes représentées par un titre et autres passifs financiers	17 785	14 717
Comptes de régularisation	2 203	2 441
Autres passifs courants		
Dettes fournisseurs et autres dettes	4 693	4 652
État – impôt sur les bénéfices	47	44
Avantages du personnel – dette courante	774	734
Autres comptes de régularisation – Passif	196	173
PASSIF COURANT	224 593	214 360
TOTAL PASSIF	244 186	233 019

Indicateurs sociaux, sociétaux et diversité

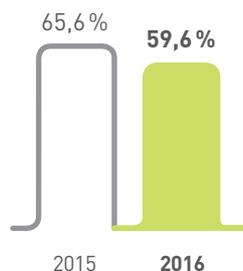
Agir en faveur du développement des compétences⁽¹⁾



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

L'effort significatif en matière de formation engagé depuis 2013 se poursuit avec, pour la 3^e année consécutive, près de 8 postiers sur 10 ayant suivi au moins une formation en 2016, plus de 9 postiers sur 10 ayant suivi une formation sur les 2 ans conformément à l'accord « Un avenir pour chaque postier » signé le 5 février 2015 par CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA.

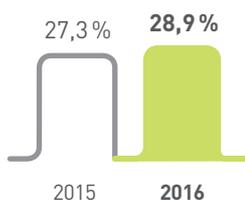
Favoriser l'insertion des jeunes dans la vie professionnelle⁽¹⁾



Évolution de la part des moins de 30 ans dans les recrutements en CDI

La part des jeunes de moins de 30 ans dans les recrutements en CDI se maintient à 60% conformément à l'accord signé le 3 octobre avec CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA relatif à l'insertion des jeunes et l'emploi des seniors.

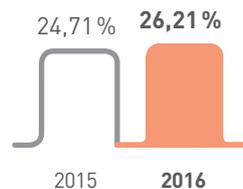
Favoriser le maintien dans l'emploi des seniors⁽¹⁾



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

La part des 55 ans et plus dans l'effectif permanent augmente de façon régulière. Cette augmentation illustre l'enjeu du maintien dans l'emploi des seniors au sein de l'entreprise qui fait l'objet d'une politique active en particulier dans le cadre de l'accord relatif à l'insertion des jeunes et à l'emploi des seniors signé le 3 octobre avec CFDT, FO et la liste commune CFTC - CGC - UNSA.

Améliorer la santé et la sécurité au travail⁽²⁾



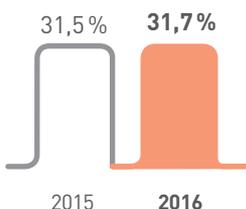
Évolution du taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt

Le taux de fréquence des accidents du travail a augmenté en 2016. Des mesures de prévention renforcées ont été engagées, elles ont déjà produit des résultats positifs dans des métiers comme le colis et d'autres entités en 2016. Les actions seront poursuivies partout en 2017 dans le cadre du projet Bien dans son travail.

(1) Périmètre : La Poste

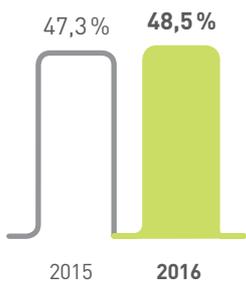
(2) Périmètre : Le Groupe La Poste France.

Promouvoir l'égalité professionnelle femmes-hommes⁽¹⁾



Évolution de la part des femmes au sein des cadres dirigeants

La Poste poursuit le développement de la mixité au plus haut niveau de responsabilité de l'entreprise.



Évolution de la part des femmes dans l'encadrement

La part des femmes dans l'encadrement continue à progresser et concrétise ainsi l'engagement de La Poste pour développer la mixité à tous les niveaux de l'entreprise.

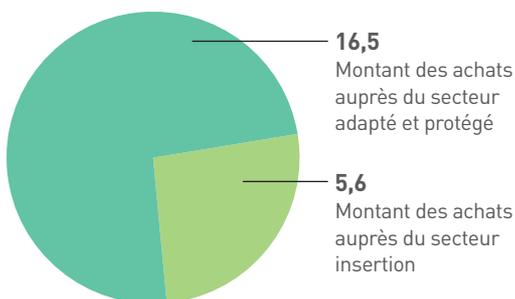
Agir en faveur de l'emploi des personnes handicapées⁽¹⁾



Évolution du taux de BOE⁽²⁾ sur deux années

Le taux d'emploi des personnes handicapées progresse chaque année et est désormais très proche de l'objectif de 6%. 11 000 postiers bénéficient actuellement d'une reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé, 159 nouveaux recrutements ont été réalisés en 2016 dont 45 en CDI.

Achats solidaires (montant en M€)



Hausse de 15,8% par rapport à 2015

Le montant des achats aux secteurs adapté et protégé et de l'insertion a progressé de 15,8% en 2016.

La Poste a ainsi contribué à l'emploi de 666 personnes handicapées dans ces secteurs sur le territoire en 2016.

Périmètre : Le Groupe La Poste France.

(1) Périmètre : La Poste.

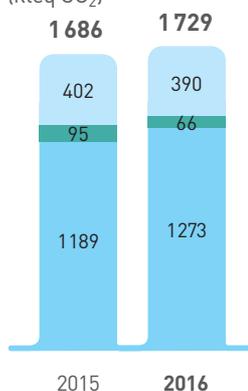
(2) BOE : bénéficiaires de l'obligation d'emploi.

Indicateurs environnementaux

Ce panorama présente les principaux résultats extra-financiers de l'année 2016. Le Groupe La Poste a mis en place, dès 2004, une démarche et des indicateurs de suivi.

Réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES)

Émissions de GES liées aux transports et aux bâtiments en milliers de tonnes équivalent CO₂ (kteq CO₂)

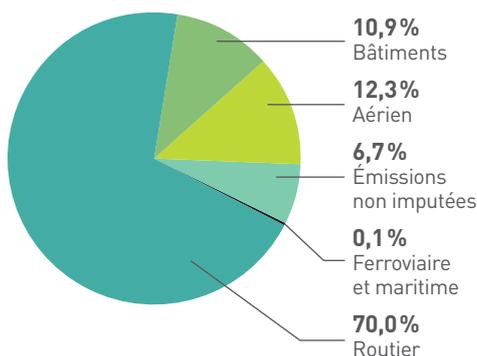


- Émissions directes des moyens loués ou contrôlés
- Émissions indirectes liées à la production d'électricité, de vapeur, de chaleur ou de froid
- Émissions liées aux sous-traitants de transport et aux déplacements professionnels sous-traités des collaborateurs (scope 3)

Les émissions de GES du Groupe ont augmenté de 2,6% entre 2015 et 2016.

Cette hausse est due à la forte croissance de l'activité Colis express qui se traduit par une augmentation du nombre de colis traités de 11% entre 2015 et 2016. Pour le périmètre de l'engagement, les émissions de GES ont diminué de 16%, dépassant dès 2016 l'objectif fixé pour 2020.

Périmètre : Le Groupe La Poste.



Transports : 1 426 kteq CO₂, soit 82% du total.

Bâtiments : 188 kteq CO₂, soit 11% du total.

Non imputées au Groupe : 115 kteq CO₂, soit 7% du total.

Les émissions liées aux bâtiments sont en baisse de 15%. Cette forte diminution s'explique par l'augmentation significative de la part de l'électricité d'origine renouvelable dans l'approvisionnement en énergie des bâtiments.

Répartition des émissions totales de GES de l'exercice 2016 en milliers de tonnes de CO₂ (kteq CO₂)

Diminuer l'empreinte environnementale des transports

Parc des véhicules électriques	2014	2015	2016
Chariots électriques	780	1 000	865
Vélos à assistance électrique	18 476	21 062	24 604
Stabys	100	418	3 094
Quadricycles électriques	1 327	525	1 051
Véhicules légers	4 621	5 576	6 842
Total du parc :			36 456

Avec une progression de +27% en nombre de véhicules entre 2015 et 2016, La Poste dispose d'une flotte de véhicules électriques parmi les plus importantes au monde à fin 2016.

Le Groupe joue sur plusieurs leviers pour réduire la facture énergétique et diminuer l'empreinte environnementale de ses transports : bruit, polluants atmosphériques, émissions de GES. Le Groupe a réalisé 68% de son engagement de détenir une flotte de 10 000 véhicules utilitaires légers en 2020.

Périmètre : Le Groupe La Poste.

Chiffres clés ressources

89 %

Taux de valorisation des DEEE⁽¹⁾

Périmètre : Le Groupe La Poste pour DEEE et Recy'go

(1) DEEE : déchets d'équipements électriques et électroniques

30 970 tonnes

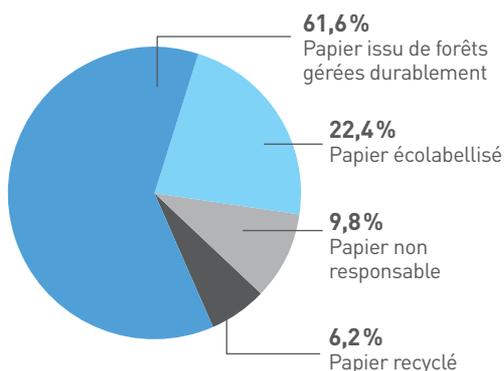
de papier collectées par Recy'go

5^e

du classement PAP50 en 2016 Baromètre sur l'évaluation de la politique papier de 50 grandes entreprises (22^e en 2013)

Périmètre : La Poste

Maîtriser l'impact de notre consommation de papier



21 656 tonnes de papier à 100% responsable

La consommation de papier⁽¹⁾ a diminué de 1,8% par rapport à l'année précédente. La part du papier dit responsable représente 90,2% du total, résultat des efforts menés par l'ensemble des collaborateurs et acheteurs du Groupe.

Les taux de papier recyclé et de papier écolabellisé ont progressé entre 2015 et 2016.

Périmètre : Le Groupe La Poste.

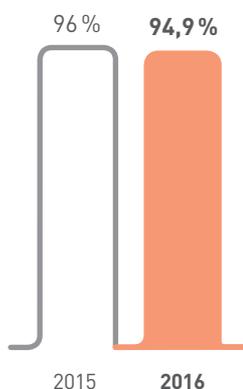
(1) Les produits (timbres, prêts-à-poster, autres emballages commercialisés), les cartons et les articles mixtes, telles les enveloppes à bulles, n'entrent pas dans le périmètre de l'indicateur.

Indicateurs qualité : engagements clients

La relation client du Groupe La Poste est fondée sur une politique volontariste d'engagements clients. Leur respect s'appuie sur l'esprit de service des postiers, véhiculé par un ensemble de valeurs, d'attitudes et de compétences permettant de construire une relation de qualité durable. Le principe de symétrie des attentions est au cœur de cette démarche : l'esprit de service se déploie aussi bien au bénéfice des clients qu'en interne entre managers et collaborateurs et dans la coopération entre services et branches du Groupe.

Améliorer la qualité perçue par nos clients en bureau de poste

Satisfaction globale des Français à l'issue de la visite en bureau



En 2016, les clients du Réseau La Poste venant de vivre une expérience de consommation ou de conseil en bureau de poste déclarent toujours un haut niveau de satisfaction : près de 95 % sont satisfaits de leur bureau, dont la moitié affirme en être « très satisfait » (baromètre Ipsos). Élargie à l'ensemble de la clientèle du Réseau, la satisfaction s'établit à 87 % des français ayant fréquenté un bureau au cours des six derniers mois (baromètre BVA).

Ces excellents taux s'expliquent par les actions engagées depuis de nombreuses années par le Réseau pour rendre l'expérience client réussie en bureau. La mise en place de la démarche « Latitude client » déployée en 2016 contribue activement à la mobilisation et à l'engagement quotidien des postières et des postiers au contact des clients.

Améliorer le traitement des réclamations clients

Évolution du délai de réponse aux réclamations Courrier particuliers (en jours)
Résultats consolidés annuels

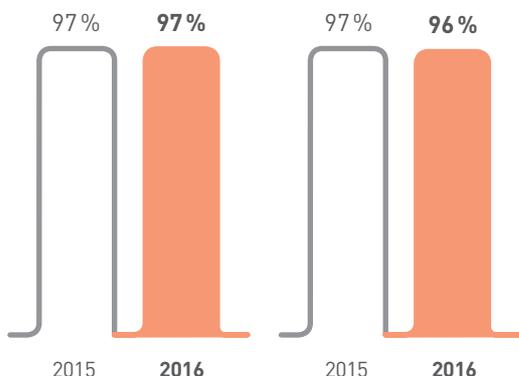


En 2016, le délai moyen de réponse aux réclamations se maintient au même niveau qu'en 2015, à 2,5 jours. Le délai moyen de réponse aux réclamations se maintient toujours à moins de 5 jours (4,8 jours) pour les dossiers traités au national par le service clients Courrier et à moins de 2 jours (1,9 jour) pour les dossiers traités au local par les établissements Courrier.

Les réclamations donnent même lieu à un traitement du dysfonctionnement (après prise d'engagement) sous 24 heures lorsqu'elles portent sur le rétablissement du service de réexpédition, la couverture de tournée à découvert ou la deuxième présentation de courriers recommandés. Le service consommateurs multicanal du Groupe offre une très grande accessibilité et une réelle facilité de dépôt des réclamations par téléphone (3631, numéro court non surtaxé), par Internet et par formulaire papier.

Améliorer la distribution du courrier

Résultats consolidés annuels



Informing on the conditions of the distribution of mail and performing the tour of distribution the day after in case of malfunction.

Restoring service of mail re-expedition the day after on call of the client.

Sur appel au 3631, les clients peuvent obtenir l'engagement de distribution du courrier si leur tournée n'a pas été assurée et la remise en fonctionnement du service de réexpédition. Les taux de respect de ces engagements se situent toujours au-delà de l'objectif de 95%.

L'expérience client, levier de transformation des organisations

En janvier 2016, la traduction française de la norme européenne « Excellence de service – Créer une expérience client extraordinaire par l'excellence de service » – dont les travaux ont été pilotés par La Poste, a été publiée. Dans le même temps, le modèle « Esprit de Service : accompagner la transformation et le développement des organisations par l'excellence de service », rédigé par près de 200 professionnels de l'expérience client représentant plus de 40 grandes entreprises de service et institutions sous l'animation de La Poste, a également été publié.

Méthodologie de reporting

Les indicateurs sont décrits dans un protocole de reporting détaillé établi par la Direction de la responsabilité sociale et environnementale du Groupe. Ce protocole précise la définition des indicateurs, les modes de recueil des informations et de calcul, les estimations ou extrapolations effectuées le cas échéant, les contrôles effectués. Il constitue le référentiel du Groupe pour les vérifications internes et externes. Les indicateurs sociaux sont élaborés selon la méthodologie employée pour le bilan social. En 2016, le périmètre des indicateurs sociaux s'étend à toutes les filiales françaises du Groupe, couvrant 89% des effectifs du Groupe en équivalent temps plein.

Les indicateurs environnementaux s'appuient sur des référentiels reconnus :

- les lignes directrices pour le reporting de développement durable G4 du Global Reporting Initiative ;
- le GHG Protocol pour la définition des scopes 1, 2, 3 ;
- l'outil Bilan Carbone V7® de l'Ademe, la Base Carbone® et les données de l'Agence internationale de l'énergie.

Les indicateurs environnementaux les plus significatifs (consommations énergétiques des bâtiments et émissions de gaz à effet de serre liées aux transports et bâtiments) couvrent 100% des sociétés du Groupe (dont les filiales internationales). Par souci de cohérence du reporting avec le périmètre de consolidation des entités du Groupe, une extrapolation des sociétés non encore incluses dans le reporting est effectuée à partir de l'exercice 2016 au niveau des données consolidées du Groupe. Par convention, les données extrapolées sont imputées sur le type 3 dans le graphique des émissions du Groupe et sont non imputées dans le graphique de répartition émissions totales. Voir note méthodologique à la fin du chapitre 5.8 du document de référence 2016.

ÉCO-CONCEPTION DU RAPPORT ANNUEL 2016

Ce document a été réalisé conformément aux engagements du Groupe La Poste en matière de communication responsable et atteint le niveau Performant du Référentiel Communication responsable du Groupe⁽¹⁾.

PRINCIPALES ACTIONS MISES EN PLACE

Fabrication

Le rapport d'activité et son fourreau sont imprimés sur du papier PEFC par un imprimeur labellisé Imprim'Vert et façonnés par une entreprise du secteur adapté et protégé.

Pour cette publication, la commande de papier a été réalisée de manière conjointe avec d'autres supports du Groupe, et de façon à limiter les chutes de papier et la gâche.

Les encres utilisées sont végétales et le vernis apposé est un vernis acrylique.

Le vernis acrylique, ou « vernis à l'eau », est réalisé avec l'indice de réfraction le plus faible de toutes les finitions et possède une grande transparence. Il permet de protéger le produit imprimé, pour qu'il résiste plus longtemps au jaunissement du papier.

La fabrication de ce document par une entreprise du secteur adapté et protégé a permis de générer 0,0426 unité bénéficiaire. Une unité bénéficiaire est l'équivalent temps plein d'un travailleur handicapé. On obtient le nombre d'unités bénéficiaires d'une entreprise par la conversion du montant des contrats de fournitures ou de prestations de service passés avec des ESAT/EA.

Routage et incitation au tri

Les étuis utilisés pour la diffusion de cette publication, que ce soit pour le routage individuel ou pour le colisage, sont fabriqués en matériaux recyclés (carton).

Un marquage, présent sur ces emballages, incite au tri sélectif.

(1) Le Référentiel Communication responsable du Groupe La Poste est un outil permettant d'évaluer et d'améliorer la performance environnementale et sociétale des outils de communication. Il comporte trois niveaux de performance : le niveau de base, le niveau performant et le niveau très performant. Depuis janvier 2014, Le Groupe La Poste est signataire de la Charte des annonceurs pour une communication responsable de l'UDA.

Pour retrouver l'intégralité du rapport d'activité 2016,
rendez-vous sur notre site Internet :
legroupe.laposte.fr/profil/les-publications-institutionnelles/2016



Conception et réalisation :  havas parif

Crédits photo : Crédits photo : Jérôme Abou, Augusto Da Silva, Guillaume Murat, Florent Michel, Vincent Prieur, Saraï Suarez, Getty Images, Tristan Pereira, Grégoire Voevodsky.



La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus du Web, les WCAG 2.0, et certifié ISO 14289-1. Son ergonomie permet aux personnes handicapées moteurs 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. Il comporte par ailleurs une vocalisation intégrée, qui apporte un confort de lecture qui profite à tous. Enfin, il a été testé de manière exhaustive et validé par un expert non-voyant.

Version e-accessible par  ipedis



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.legroupe.laposte.fr

La Poste – Société anonyme au capital de 3 800 000 000 euros – 356 000 000 RCS PARIS
Siège social : 9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA - 75015 PARIS