

# Rapport RSE 2016

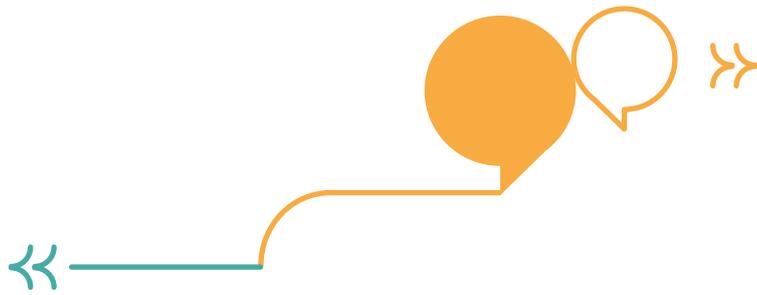






# Sommaire

- P. 2** — Le mot du Président
- P. 4** — Les faits marquants
- P. 6** — Le profil du Groupe La Poste
- P. 16** — Le dialogue avec les parties prenantes
- P. 28** — Une politique RSE au cœur de la stratégie du Groupe  
« La Poste 2020 : Conquérir l'avenir »
- P. 42** — Une approche RSE intégrée, étayée par de solides pratiques  
de gouvernance
- P. 60** — Une offre responsable « éco-socio-conçue », utile, simple  
et accessible à tous
- P. 76** — Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner  
la transition énergétique
- P. 98** — Le développement économique durable des territoires
- P. 114** — Développer les compétences
- P. 138** — De nouvelles solidarités pour une meilleure inclusion sociale
- P. 148** — Annexes



**Message  
du président**

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



## **Le Groupe La Poste a poursuivi en 2016 sa transformation vers l'univers des services pour simplifier la vie des clients et des citoyens en développant des services utiles, pour tous, partout, tous les jours.**

Le Groupe La Poste inscrit cette responsabilité sociétale au cœur de son plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » en poursuivant deux engagements forts envers ses parties prenantes : mettre en œuvre les principes de développement durable ; contribuer au développement économique durable des territoires et de l'emploi.

### **Nos objectifs en matière de responsabilité sociétale à l'horizon 2020 permettront de tenir ces engagements.**

Ils s'inscrivent dans la droite ligne des principes du Pacte mondial des Nations unies, qu'il s'agisse du climat (dans le cadre de l'Accord de Paris), d'une offre responsable, de la bonne exécution de nos missions de service public, du développement de nos collaborateurs, de nos achats soutenant l'économie sociale et solidaire, ainsi que de nouveaux services créant de la valeur pour l'ensemble de la société. Plusieurs de ces offres ont vu le jour en 2016 : Bemobi, la référence en matière d'écomobilité, ou Action Habitat, qui participe à l'objectif national de rénovation thermique des logements.

Le Groupe La Poste s'est également développé dans le domaine des services à la personne avec une gamme de services rendus par les facteurs. L'offre de visites régulières aux personnes âgées « Veiller sur mes parents » ainsi que la tablette Ardoiz pour les seniors en sont l'illustration.

L'adaptation du maillage territorial s'est poursuivie avec désormais neuf formats de présence postale plus adaptés aux besoins des habitants et 500 bureaux de poste transformés en Maisons de services au public.

Notre Groupe s'est fortement engagé en 2016 dans la lutte contre la corruption avec la mise en place d'un plan de prévention, la nomination de référents et la définition du code de conduite anticorruption du Groupe La Poste.

La charte Data a été adoptée en mai 2016 pour garantir aux clients et aux citoyens une meilleure maîtrise de leurs données. C'est l'une des premières initiatives d'entreprise en ce sens. Le serment des postiers a été mis à jour pour intégrer le secret des correspondances électroniques.

### **Pour conduire tous ces nouveaux projets, le Groupe et les postiers s'appuient sur des valeurs partagées : ouverture, considération, équité, accessibilité, proximité et sens du service.**

Ces six valeurs animent le Groupe et permettent la relation de confiance des postiers avec toutes les parties prenantes. Les processus de décision du Groupe La Poste et sa gouvernance créent les conditions pour une conduite d'entreprise avisée, ambitieuse et créatrice de valeur pour tous. Nous veillons à les entretenir pour maintenir le cap de la réussite dans un environnement économique difficile et en permanente évolution.

Le Groupe La Poste poursuit ainsi la dynamique qu'il avait initiée en 2003 en adhérant aux principes du Pacte mondial des Nations unies et pour l'application desquels je renouvelle mon engagement. C'est avec fierté que le Groupe apporte également son soutien aux *Women's Empowerment Principles*, dont il est signataire depuis 2010. Enfin, depuis leur adoption, en 2015, La Poste contribue à l'atteinte des objectifs de développement durable définis par les Nations unies. L'édition 2016 du rapport de responsabilité sociale et environnementale du Groupe La Poste montre les fruits de l'engagement de notre Groupe et la mobilisation quotidienne et concrète des postières et des postiers qui agissent.



# **Le Groupe La Poste a poursuivi en 2016 sa transformation vers l'univers des services.**

# Faits marquants

## La responsabilité sociale au cœur du plan stratégique



### Investissement responsable

En 2016, le fonds LBPAM Responsable Actions Environnement a triplé ses encours, qui atteignent près de 90 millions d'euros. Il a par ailleurs obtenu le label gouvernemental Transition énergétique et écologique pour le climat (TEEC) en janvier 2017.



### Notations extra-financières du Groupe

EcoVadis : Le Groupe La Poste a obtenu la certification Gold et DPDgroup la certification Silver (top 13 des entreprises les mieux notées) ; Oekom a de nouveau classé La Banque Postale 1<sup>re</sup> banque française et 3<sup>e</sup> banque mondiale sur un panel de 375 banques internationales évaluées.



### Électricité 100% renouvelable

Dès mai 2016, Le Groupe La Poste a atteint son objectif d'approvisionner 100% du parc immobilier géré par Poste Immo en électricité d'origine renouvelable. Les bâtiments qui ne sont pas gérés par Poste Immo s'engagent eux aussi, avec par exemple le choix par Chronopost d'Enercoop comme fournisseur d'énergie renouvelable.



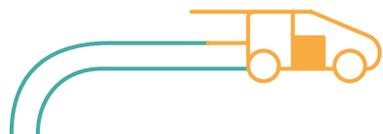
### Proximité renforcée

Avec la création de sa filiale Veiller sur mes parents et le lancement d'une nouvelle gamme Proxi des services du facteur, La Poste renforce son offre de proximité et de services à la personne. Le Groupe a également pris une participation majoritaire dans le groupe Axeo, acteur des services à la personne, et déploie Ardoiz, la tablette numérique pour les seniors.



## Sécurité des données

En mai 2016, le Groupe a adopté sa charte Data, à travers laquelle La Poste renforce son engagement à offrir à ses clients une solution numérique globale et sécurisée. Cette charte constitue le point de départ d'un plan d'action concret pour développer de nouveaux services répondant aux attentes des Français.



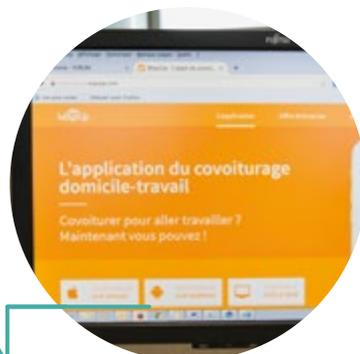
## Examen du code de la route

Dans le cadre de la réforme de l'examen du code de la route inscrite dans la loi Macron du 6 août 2015, La Poste poursuit sa stratégie d'innovation et de facilitateur de la vie de tous en permettant à 180 000 candidats partout en France de passer l'examen théorique général.



## Achats responsables et solidaires

Le Groupe continue de favoriser les achats auprès du secteur adapté, avec 15,95 millions d'euros en 2016, et auprès du secteur de l'insertion par l'activité économique, avec 5,63 millions d'euros. La Poste a également référencé 217 entreprises de travail temporaire d'insertion en France. Au total, à fin 2016, plus de 1 000 prestataires de l'économie sociale et solidaire travaillent avec Le Groupe La Poste.



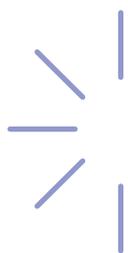
## Leader de la mobilité durable

En 2016, Le Groupe La Poste a donné naissance à Bemobi, nouvelle référence dédiée à la mobilité durable des entreprises et des collectivités publiques. Bemobi est l'unique solution du marché couvrant l'ensemble des problématiques d'écomobilité (conseil, gestion, formation) et proposant deux offres de mobilité collaborative : le covoiturage avec WayzUp et l'autopartage avec Mobility Tech Green.



## Pour une livraison durable

Dans ce projet pilote, des colis destinés aux commerces et aux particuliers sont déposés dans des conteneurs, des véhicules ou des bâtiments situés à un emplacement central à partir duquel les transporteurs partenaires (DPD, GLS) effectueront la distribution en mode sans émission : vélos, chariots, réduisant ainsi l'impact du trafic dans les zones de centre-ville encombrées.



# 1

## Le profil du Groupe La Poste

- P. 8 — Un grand groupe de services multiactivité
- P. 10 — Le Groupe La Poste en bref
- P. 12 — Les évaluations des agences de notation
- P. 14 — L'organisation et les marques du Groupe La Poste

Grand groupe de services multiactivité, Le Groupe La Poste a développé une véritable proximité avec les communautés locales en facilitant leur quotidien et en s'inscrivant durablement dans les territoires. Il réunit plus de 250 000 postières et postiers entrant chaque jour en relation avec plusieurs millions de personnes, partout en France, et animés par des valeurs citoyennes qui sont depuis toujours au cœur de l'identité postale.

En France, Le Groupe La Poste est le premier réseau commercial de proximité. Fort de sa présence territoriale et du capital confiance dont il bénéficie auprès des citoyens, le Groupe assure quatre missions de service public pleinement intégrées à ses activités : assurer le service postal universel, garantir l'accès aux services bancaires pour tous et partout en France, gérer le transport et la distribution de la presse et assurer la présence postale territoriale.

Accroissement de la concurrence, évolution des modes de vie, révolution numérique, taux d'intérêt bas dans le secteur financier, etc., Le Groupe La Poste voit son modèle historique remis en cause par les évolutions de son environnement économique, réglementaire, social et écologique. C'est pourquoi il s'est engagé dans une transformation rapide et profonde. Avec son plan stratégique, « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », le Groupe ambitionne de restaurer sa bonne santé économique, de financer son développement de manière pérenne, au bénéfice de tous, et d'accompagner ses clients pour leur simplifier la vie.

En 2016, Le Groupe La Poste a réalisé un chiffre d'affaires de 23,294 milliards d'euros, dont 22,4 % à l'international, où il renforce d'année en année ses positions. Son rayonnement et son ambition de croissance dans le monde se confirment grâce à ses nouvelles acquisitions en 2016.

## Un grand groupe de services multiactivité

G4-2, G4-3, G4-5, G4-7, G4-9

### Quatre missions de service public

Composantes essentielles de l'identité du Groupe La Poste, les missions de service public sont l'expression de sa contribution d'entreprise publique au développement des politiques d'intérêt général. Le service universel postal, le transport et la distribution de la presse, la contribution à l'aménagement et au développement du territoire et l'accessibilité bancaire : ces quatre missions de service public confiées à La Poste contribuent au maintien et à l'amélioration des liens sociaux dans la société française. Elles constituent un facteur de cohésion sociale et territoriale, ainsi qu'un socle sur lequel La Poste structure son organisation et son fonctionnement. Pleinement intégrées à ses activités, elles sont au cœur de la stratégie du Groupe et inspirent ses engagements.

### La Poste, société mère du Groupe La Poste, est :

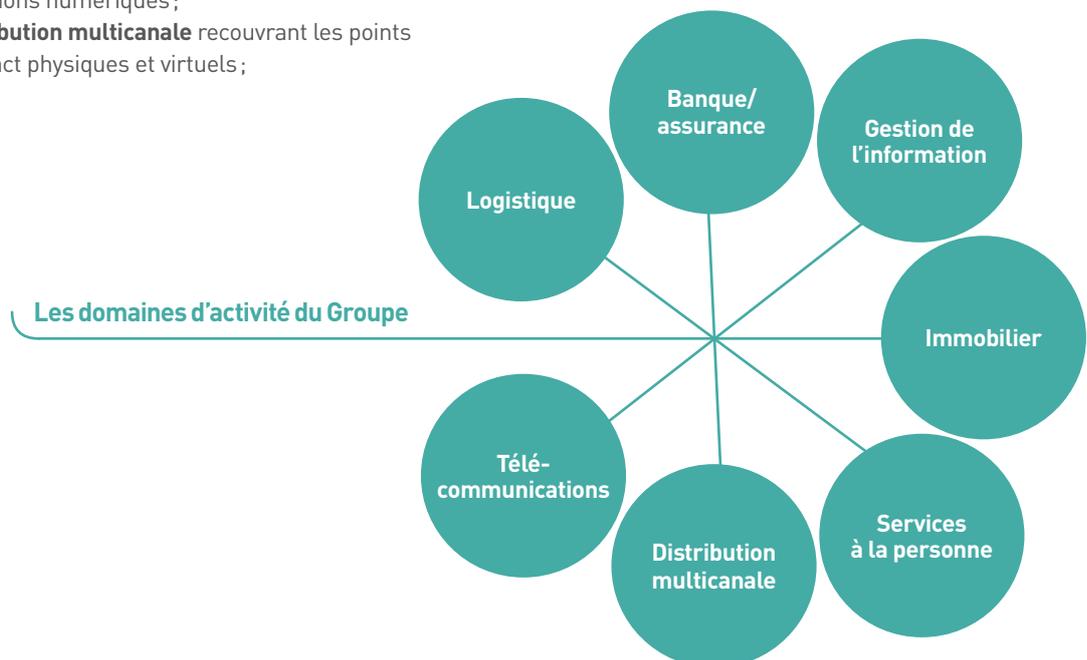
- une société anonyme contrôlée conjointement par l'État (73,68%) et par la Caisse des dépôts (26,32%);
- son siège social est situé 9, rue du Colonel-Pierre-Avia, 75015 Paris;
- La Poste est une société détenue exclusivement par des capitaux publics selon l'article premier de la loi n° 2010-123 du 9 février 2010;

Pour plus d'informations sur l'organisation du Groupe, voir page 12 du document de référence 2016. Pour plus d'informations sur La Poste SA, sa raison sociale, sa dénomination commerciale, son lieu et son numéro d'enregistrement, sa date de constitution et sa durée d'existence, ainsi que la législation régissant ses activités, voir page 18 du document de référence 2016.

### Sept domaines d'activité

Le Groupe La Poste est spécialisé dans sept grands domaines d'activité :

- **la logistique** : traitement, tri, transport et livraison de courrier, colis et autres types d'envois;
- l'activité **banque/assurance**;
- **les télécommunications** : téléphonie mobile et l'Internet haut débit;
- **la gestion de l'information** : à travers un large éventail de solutions numériques;
- **la distribution multicanale** recouvrant les points de contact physiques et virtuels;
- **l'immobilier** comprenant la gestion du vaste parc immobilier du Groupe en appui à ses activités opérationnelles;
- **les services à la personne** dont les services de proximité délivrés par les facteurs.



Face aux enjeux de société tels que le changement climatique, le vieillissement de la population, la raréfaction des ressources naturelles et aux défis économiques auxquels La Poste est confrontée, il s'agit pour le Groupe de poursuivre et d'accélérer le développement de ses différentes branches d'activité, mais également de conquérir de nouveaux marchés en plein essor : le commerce en ligne, la logistique de proximité, l'assistance aux personnes âgées (Silver économie), vulnérables et/ou isolées, les échanges numériques sécurisés, l'habitat connecté, l'économie sociale et solidaire, la mobilité durable, la transition énergétique et la rénovation du parc immobilier français, etc. Le Groupe cherche des relais de croissance en développant des services utiles au quotidien partout, pour tous, tous les jours.

## En 2016, Le Groupe La Poste renforce son rôle de facilitateur de vie et la proximité avec ses clients

### G4-13

En 2016, Le Groupe La Poste a continué d'innover pour s'adapter aux évolutions de la société et aux attentes de ses clients.

- **Écomobilité** : lancement de Bemobi, gamme complète pour l'écomobilité pour les entreprises (conseil en mobilité, gestion de flotte, formation à l'écoconduite, covoiturage et autopartage).
- **Énergie** : lancement d'Action habitat pour faciliter la rénovation des logements.
- **Livraison du soir** : après les consignes automatiques, la livraison programmée, La Poste met en place progressivement un nouveau modèle de livraison des colis avec une distribution le soir dans les villes de plus de 50 000 habitants.
- **Diversification de la présence postale** :
  - **Les Maisons de services au public (MSAP)** : avec, à fin décembre 2016, 500 MSAP ouvertes ou en cours d'aménagement.
  - **La Poste Relais** : ouverture de 26 La Poste Relais en 2016 dans les zones rurales et en ville, ouverture de 162 La Poste Relais dans des lieux de passage importants (gares, commerces, etc.) avec des horaires d'ouverture plus larges.
  - **Le facteur-guichetier** réalise la distribution du courrier ainsi que les services de proximité et assure la tenue du guichet du bureau. 564 facteurs-guichetiers sont en activité à fin décembre avec un objectif de 1 000 d'ici à fin 2017.
- **Examen du code de la route** : au 31 décembre 2016, 380 centres d'examen collectifs étaient ouverts, dans le cadre de la réforme de l'examen du code de la route inscrite dans la loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques.
- **Création de La Poste Silver** : après les premiers partenariats conclus en 2015, La Poste a élargi ses services en direction des personnes âgées en acquérant la société Tikeasy en avril 2016. Cette société a développé pour La Poste la tablette tactile Ardoiz.
- **Lancement de Veiller sur mes parents** à la fin de l'année 2016 : avec des visites régulières du facteur au domicile des personnes âgées permettant échanges, convivialité et surveillance. La Poste renforce son offre avec une prise de participation majoritaire dans Axeo Services, un réseau de services à la personne implanté partout en France au travers de 180 franchises.
- **Économie collaborative** : La Banque Postale a conclu un partenariat industriel et capitalistique avec WeShareBonds, une plate-forme de *crowdfunding* dont l'originalité est de proposer de participer au financement de PME en obligations, et non en prêt amortissable. Ensemble, La Banque Postale et WeShareBonds espèrent ouvrir une voie qui permettra de traiter la difficulté actuelle à financer rapidement les PME, au même titre que les établissements de taille intermédiaire ou les grands groupes.

## Le Groupe La Poste en bref

### Effectifs

Près de  
**251 000**  
collaborateurs dans le monde

### Implantation internationale

Présent dans  
**44**  
pays sur cinq continents

### Chiffre d'affaires en 2016

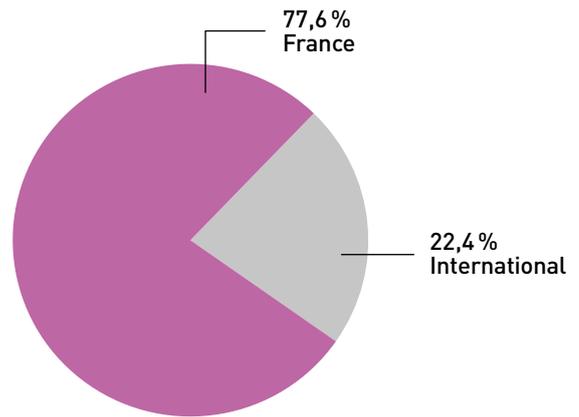
**23,294** Mds€

### Une structure financière saine

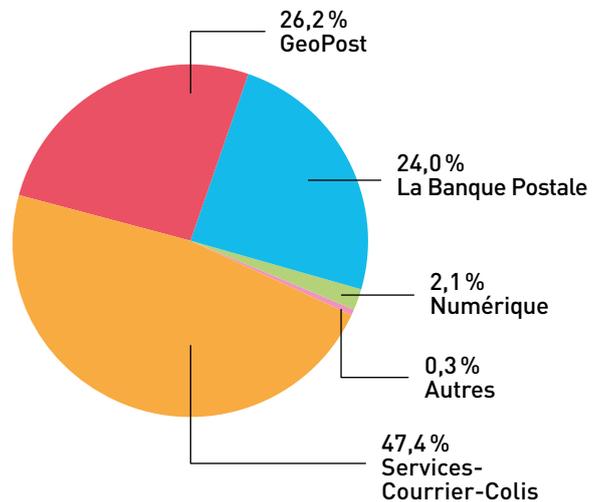
La dette nette s'élève à 3,719 milliards d'euros  
au 31 décembre 2016, soit un ratio d'endettement  
net sur capitaux propres de

**0,34**

Répartition du chiffre d'affaires  
par zone géographique



Répartition du chiffre d'affaires  
par branche



## Activité logistique

- **21,9 milliards de plis** distribués six jours sur sept dans le monde entier.
- **1<sup>er</sup> fournisseur de service universel européen** à s'introduire sur le marché de la livraison de colis express en 1984 assurant l'acheminement de plis et de marchandises en 48 heures quelle que soit la destination.
- **1,4 milliard de colis** transportés et livrés en 2016 sur les cinq continents.
- **2<sup>e</sup> prestataire** de services postaux en Europe par son chiffre d'affaires et son volume d'activité.

## Activité banque/assurance

- **70 000 clients en situation de fragilité financière** accompagnés par la plate-forme l'Appui depuis son lancement en 2013.
- **1<sup>er</sup> prêteur bancaire des collectivités locales** en 2016 avec plus de 25 % de part de marché accessible<sup>(1)</sup>.
- **Près de 10,7 millions de particuliers** clients actifs de La Banque Postale.
- **Plus de 396 000 personnes morales** et acteurs publics locaux (associations et entreprises) bénéficient de ses services bancaires, d'assurance et de gestion des actifs.
- **97,2 milliards d'euros, soit 54 % des actifs** sous gestion pour compte de tiers, adoptent une approche d'investissement responsable reconnue.

## Télécommunications

- **1,3 million de clients** en téléphonie mobile.
- **Une offre de box très haut débit** lancée sous la marque La Poste Mobile depuis le 8 mars 2016.

## Gestion de l'information

- **3<sup>e</sup> webmail** français.
- **4<sup>e</sup> fournisseur** de messagerie.
- **1,6 million de coffres électroniques** ouverts avec Digiposte, leader français.
- **25 millions de visiteurs uniques** par mois pour son offre de régie publicitaire sur Internet.

## Distribution multicanale

- **1<sup>er</sup> réseau commercial de proximité en France**, avec plus de 17 100 points de contact, doté d'environ 60 000 postiers formés à l'expertise bancaire accueillant chaque jour 1,6 million de clients et proposant une gamme complète de produits et services postaux et bancaires, ainsi qu'une offre de téléphonie mobile et d'accès à Internet haut débit.
- Un réseau qui s'appuie également sur près de **8 000 relais et consignes Pickup**.
- Ce sont aussi plus de 7 800 guichets automatiques de banque, automates d'affranchissement, le portail [www.laposte.fr](http://www.laposte.fr), la boîte aux lettres et la remise en main propre.
- 161,5 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés en ligne pour La Poste en 2016.
- **10,5 millions de visiteurs uniques** qui se connectent à [laposte.fr](http://laposte.fr).
- **Plus de 10 millions d'utilisateurs** du 3631, le service téléphonique des consommateurs du Groupe La Poste.

## Immobilier

- **Parc immobilier de 12 363 immeubles**, dont 65 % des mètres carrés sont sous pilotage du Groupe.
- **Gestion du 2<sup>e</sup> parc immobilier de France**, pour une valeur vénale estimée à 3,6 milliards d'euros.

## Services à la personne

En 2016, les **offres Proxi** mises en œuvre par les facteurs ont généré :

- **4,5 millions de contrats ;**
- **19,2 millions d'euros** de chiffre d'affaires.

(1) Source : observatoire finance active.

## Les évaluations des agences de notation

G4-32

Le Groupe La Poste est évalué par les organismes et agences de notation suivants.

**Notation-par le CDP (exs Carbon Disclosure Project) obtenues en 2016 :**

- Investor Program : B (moyenne du secteur : C);
- Supply Chain : B (moyenne : D), Le Groupe La Poste a ainsi gagné deux paliers en un an.

**Vigeo :** en 2015, Le Groupe La Poste était noté 59/100 et classé 2<sup>e</sup>/29 dans son secteur (transport).

**EcoVadis :** la performance RSE du Groupe La Poste est notée 70/100, niveau gold, au 9 février 2016 (+ 3 par rapport à 2014).

## Un groupe international

G4-5, G4-6, G4-10

La plupart des activités du Groupe se déroulent dans des pays disposant d'institutions démocratiques et de ressources capables de garantir le respect des droits de l'homme et des principes fondamentaux de l'Organisation internationale du travail.

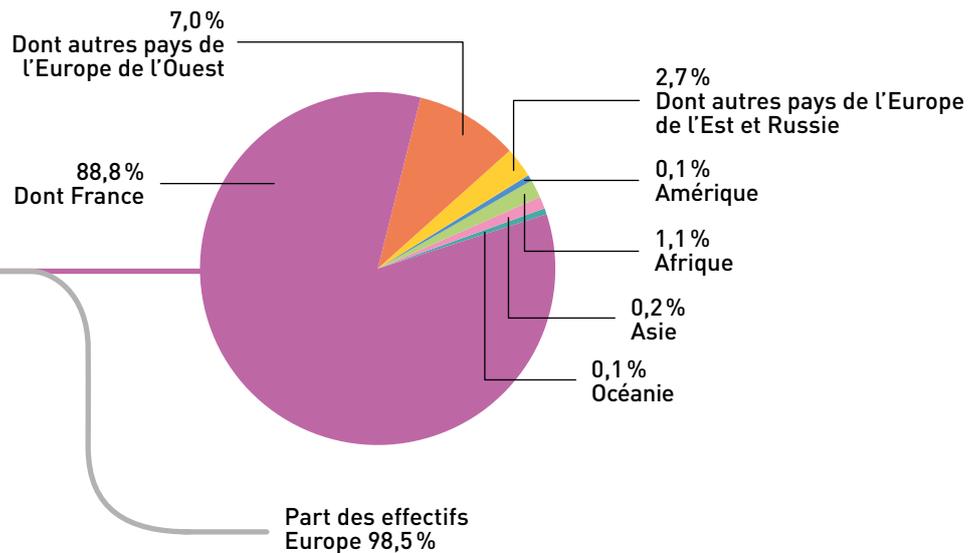
Le Groupe La Poste est également présent dans des pays plus exposés, au travers de sociétés ou de partenariats de taille modeste (cf. pages 368 à 377 du document de référence 2016).

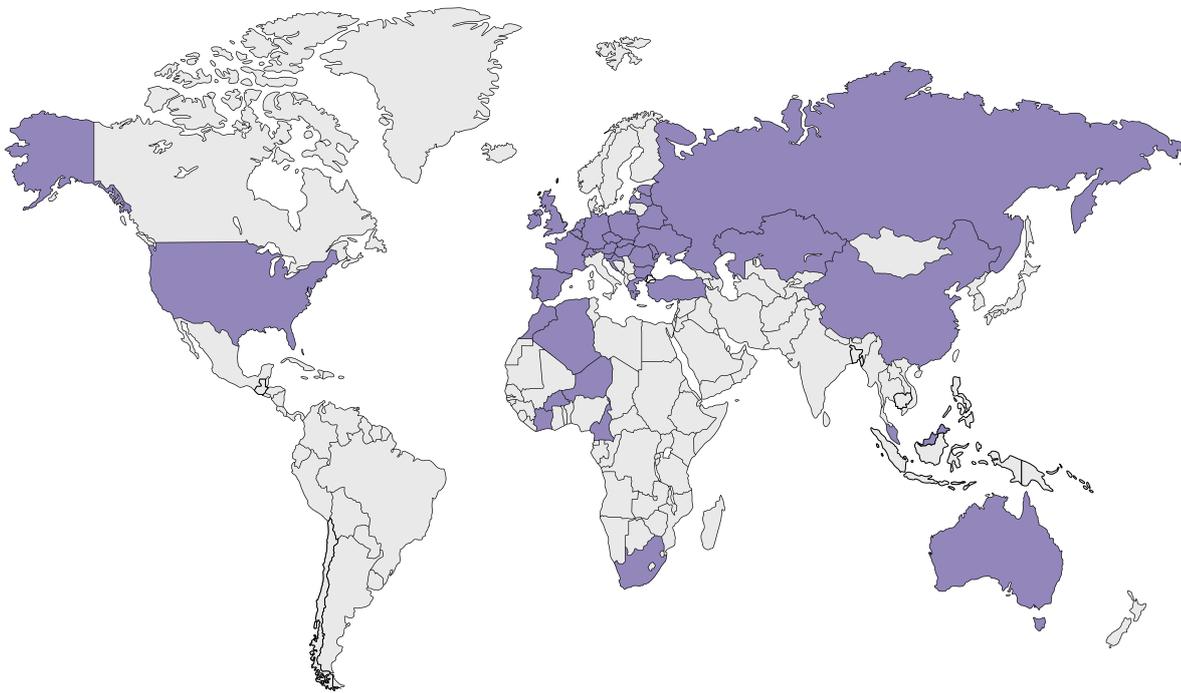
95,8% de l'effectif du Groupe La Poste sont localisés en Europe de l'Ouest (classification de l'Unesco).

**Classification de l'Unesco pour l'Europe de l'ouest :**

Allemagne, Andorre, Autriche, Belgique, Danemark, Europe de l'Ouest, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Islande, Italie, Liechtenstein, Luxembourg, Malte, Monaco, Norvège, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Saint-Marin, Saint-Siège au Vatican, Suède, Suisse.

Répartition des effectifs du Groupe par continent





● Présence du Groupe La Poste dans le monde

États-Unis	Allemagne	Biélorussie	Chine
Trinité-et-Tobago	Autriche	Kazakhstan	Hong Kong
	Belgique	Russie	Inde
	Bulgarie	Turquie	Malaisie
	Croatie	Ukraine	Singapour
	Espagne		
	Estonie	Afrique du Sud	Australie
	France	Algérie	
	Grande-Bretagne	Burkina Faso	
	Grèce	Cameroun	
	Hongrie	Côte d'Ivoire	
	Irlande	Île Maurice	
	Liechtenstein	Maroc	
	Lettonie	Niger	
	Luxembourg		
	Pays-Bas		
	Pologne		
	Portugal		
	République tchèque		
	Roumanie		
	Slovaquie		
	Slovénie		
	Suisse		

## L'organisation et les marques du Groupe La Poste

G4-4, G4-8

Pour exercer ses sept domaines d'activité, le Groupe s'appuie sur les compétences de La Poste et sur les expertises de ses filiales. Le Groupe est organisé en cinq branches (Services-Courrier-Colis, La Banque Postale, Réseau La Poste, GeoPost et Numérique) et une foncière Poste Immo.

La branche **Services-Courrier-Colis** recouvre : la distribution du courrier, de la presse et des colis, en France et à l'international, sous la marque La Poste, la diffusion d'imprimés publicitaires et marketing, et des solutions d'expédition intégrées pour le secteur du e-commerce. Elle est le fournisseur du service postal universel en France qu'elle assure 6 jours sur 7. Elle porte aussi une deuxième mission de service public, celle de la distribution de la presse. Les activités de la branche Services-Courrier-Colis sont exercées sous la marque La Poste et Mediapost principalement.



**GeoPost** est la branche du Groupe spécialisée dans la livraison internationale de colis express de moins de 30 kg, d'entreprise à entreprise (BtoB) et d'entreprise à particulier (BtoC), en France et dans le monde. GeoPost réalise 77% de son chiffre d'affaires hors de France. Les activités de la branche GeoPost sont exercées sous les marques : DPD, Chronopost et Seur fédérées par la marque DPDgroup.



Les bureaux de poste abritent également les activités de La Banque Postale.

**La Banque Postale** abrite l'activité banque/assurance du Groupe depuis dix ans. Elle est l'héritière des services financiers de La Poste. L'activité de La Banque Postale est organisée autour de trois secteurs : la banque de détail, son cœur de métier avec une clientèle de particuliers, étendue aux personnes morales depuis 2011 et aux collectivités locales depuis 2012; l'assurance (filiales d'assurance-vie, de prévoyance, de dommages et santé) et la gestion d'actifs.

La Banque Postale porte la mission d'accessibilité bancaire avec le livret A. La distribution de ce compte d'épargne a été généralisée conformément à la loi de 2008 de modernisation de l'économie, mais La Banque Postale a l'obligation de l'ouvrir à tous à partir de cinq euros de dépôt. Les activités de La Banque Postale sont exercées sous la marque éponyme.



**Le Réseau La Poste** est la structure de distribution multiactivité du Groupe et gère directement la distribution de l'offre de télécommunication. Il porte la mission de service public d'aménagement du territoire (au moins 90% de la population de chaque département français doivent être situés à moins de cinq kilomètres, ou vingt minutes, d'un point de contact de La Poste). Gérés en propre ou sous la forme de partenariats avec les collectivités locales ou des commerçants, ces points de contact commercialisent les produits et services du Groupe. Les activités du Réseau La Poste sont exercées sous les marques La Poste et La Poste Mobile.



La branche **Numérique** est composée de la direction du Numérique (expérience clients, services en ligne, confiance numérique, Yellow Innovation, transformation interne) et de trois filiales BtoB : Docapost (spécialiste de la transformation numérique des organisations), Mediapost Communication et ses filiales Matching, Adverline, Mediaprism, SDS, Vertical Mail, Cabestan, Mediapost Publicité (maîtrise des médias digitaux et traitement des data) et Start'inPost (accélérateur industriel de start-up).

Véritable acteur de l'accélération de la transformation numérique du Groupe et du développement de chiffre d'affaires, la branche Numérique a trois missions clés :

- mettre ses expertises au service du Groupe et des branches : développement de nouvelles offres, centre d'expertise de méthodes agiles et d'architecture ouverte, innovation, transformation numérique interne avec la DRH Groupe, etc. ;
- assurer un rôle de réseau de distribution numérique via La Poste en ligne avec une ambition forte de développement de chiffre d'affaires pour les branches ;
- gérer une activité économique en propre avec ses deux filiales, Docapost et Mediapost Communication dont le défi est de développer de nouveaux business numériques en maintenant une stabilité de résultat à 2020.

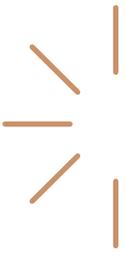
Les activités de la branche Numérique sont exercées sous diverses marques dont La Poste, Docapost et Mediapost Communication.



**Poste Immo**, filiale du Groupe La Poste, est à la fois foncière de groupe, prestataire de services immobiliers et promoteur-développeur. L'entreprise gère, entretient, développe et valorise un parc peu ordinaire de par sa taille et sa diversité. Poste Immo gère 89% des bâtiments du Groupe.



Pour plus d'informations sur les activités du Groupe La Poste, y compris la filiale immobilière (indicateurs financiers et d'exploitation, informations sur les caractéristiques structurelles et organisationnelles, enjeux, priorités stratégiques et perspectives), voir les pages 20 à 67 du chapitre 5 du document de référence 2016.



# 2

## Le dialogue avec les parties prenantes

P. 17 — À l'écoute des attentes des parties prenantes

Les activités du Groupe La Poste ne sont possibles qu'à travers ses relations avec ses clients, ses fournisseurs et prestataires, ses partenaires, ses collaborateurs, ses actionnaires.

Le Groupe La Poste accorde donc une place prioritaire à l'implication des parties prenantes dans sa stratégie de développement et sa transformation. Des rôles et des responsabilités précisément établis à tous les niveaux de l'organisation en matière de responsabilité sociétale sont nécessaires pour donner au Groupe la capacité de relever les nouveaux défis et de prendre les décisions en optimisant ses propres intérêts ainsi que ceux de ses parties prenantes.

## À l'écoute des attentes des parties prenantes

Les parties prenantes de La Poste forment un écosystème riche et complexe. Toutes attendent du Groupe des solutions efficaces en totale conformité avec son engagement à l'égard de la RSE. En raison de sa présence sur le territoire et de sa longue histoire, La Poste jouit d'un statut emblématique aux yeux des Français, sa propre diversité reflétant celle du pays. Le Groupe est parfaitement conscient de l'impact de ses activités sur son environnement. Il apporte donc une attention constante aux préoccupations, opinions et attentes de ses parties prenantes.

### Une attention constante portée aux parties prenantes

**G4-24, G4-25, G4-26, G4-27**

Le Groupe La Poste identifie et choisit les parties prenantes avec lesquelles il s'engage de diverses manières en fonction de l'importance et de la fréquence de leur interaction avec lui. Outre ses actionnaires, les femmes et les hommes du Groupe La Poste sont d'importance puisque leur qualité de vie au travail et leurs compétences sont essentielles aux performances opérationnelles et à la création de valeur. Les clients du Groupe dans toute leur diversité sont également des parties prenantes clés. Leur contribution est vitale pour le développement de produits et de services qui font écho à leurs préoccupations notamment environnementales et sociales. Le Groupe a identifié les fournisseurs et les sous-traitants comme étant des parties prenantes importantes compte tenu de son engagement dans les achats responsables.



Table ronde avec les parties prenantes pour les associer à l'identification et à la cotation des domaines d'actions du Groupe (janvier 2017).

Par ailleurs, certaines ONG et associations sont devenues des partenaires de La Poste, à la suite de communications publiques ou d'un apport d'expertise dans des domaines spécifiques à enjeu pour le Groupe. Les partenariats avec le World Wildlife Fund (WWF) pour la protection de l'environnement ou avec Transparency International pour la prévention de la corruption s'inscrivent clairement dans cette logique. Les tableaux des pages suivantes présentent une synthèse des principales parties prenantes du Groupe La Poste, l'origine et le contexte de la relation, leurs attentes et la façon dont le Groupe s'engage auprès d'elles (les structures chargées de la relation au sein du Groupe et les processus clés).

### Actionnaires



#### Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- L'État français (73,68 %) et la Caisse des dépôts (26,32 %)



#### Contexte de la relation

- Création de la société anonyme au 1<sup>er</sup> mars 2010



#### Attentes principales

- Performance financière, pérennité du modèle économique et création de valeur à long terme
- Maîtrise des risques pouvant impacter la réputation de l'entreprise
- Satisfaction clients et adaptation aux attentes des consommateurs
- Atteinte des engagements avec l'État (conformité réglementaire en matière de responsabilité sociale et environnementale, obligations de service public)



#### Structures principales et processus clés

- Conseil d'administration et comité qualité et développement durable (trois réunions par an)

### Clients et associations de consommateurs



#### Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- Particuliers ou entreprises, clients ou utilisateurs des produits et services du Groupe La Poste
- 15 associations de consommateurs
- Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation (CECM), dont le secrétariat est assuré par la DGCCRF



#### Contexte de la relation

- Une gestion personnalisée des grands comptes des branches et filiales depuis les années 1990
- Dès 1989, existence d'un médiateur de La Poste et rencontres plénières avec les associations de consommateurs
- Les consommateurs sont représentés au conseil d'administration depuis 1991
- Le médiateur du Groupe La Poste parmi les premiers référencés en France et en Europe par la CECM
- Service relation client digital et téléphonique



#### Attentes principales

- Une offre innovante et d'intérêt général
- Une offre adaptée aux différents besoins des clients : efficacité, rapidité, fiabilité du service
- Une sûreté absolue des biens et données confiées et une éthique dans l'utilisation des données
- Une offre pour tous et accessible à tous, partout, tous les jours
- Information sur les offres et la politique tarifaire
- Services utiles au quotidien avec une plus-value environnementale et/ou sociale
- Respect des personnels (dialogue social, développement professionnel, droits humains)



#### Structures principales et processus clés

- Représentante des consommateurs au sein du conseil d'administration (administratrice indépendante)
- Saisine du médiateur du Groupe
- Réunions et groupes de consultation, tables rondes
- Enquêtes et baromètres
- Démarche participative pour l'identification des principaux griefs des clients
- Relations commerciales, services clients

## Les collaborateurs et leurs représentants

	<b>Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Collaborateurs du Groupe et en particulier de La Poste</li><li>• Organisations syndicales CFDT, CFTC, CGT, FO, SUD, UNSA et dans les filiales les délégués du personnel ou leurs équivalents à l'international</li></ul>
	<b>Contexte de la relation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Représentation au conseil d'administration (un tiers des membres) et au CQDD</li><li>• Démarches régulières de consultation des personnels depuis 1988</li><li>• Dialogue avec les organisations syndicales, instances de concertation et de négociation</li><li>• Médiatrice de la vie au travail depuis 2012</li><li>• Soutien postiers (dispositif de saisine centralisé par e-mail) depuis 2011 et dispositif d'alerte déontologie et discrimination</li><li>• Système d'innovation participative depuis 1996</li></ul>
	<b>Attentes principales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Qualité de l'emploi et des conditions de travail (santé, sécurité, bien-être)</li><li>• Participation aux évolutions de l'entreprise</li><li>• Développement de l'employabilité et accompagnement des projets professionnels</li><li>• Égalité des chances dans l'accès à l'emploi et les parcours de carrière, reconnaissance des efforts et du savoir-faire</li><li>• Transparence du dialogue social et du management</li><li>• Implication dans la démarche RSE</li></ul>
	<b>Structures principales et processus clés</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Instances de représentation du personnel (ateliers, réunions mensuelles, managériales)</li><li>• Baromètre social et RSE</li><li>• Groupes qualitatif et quantitatif</li><li>• Espaces temps communication</li><li>• Saisine de la médiatrice ou de soutien postier</li></ul>

## Fournisseurs et sous-traitants

	<b>Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le Groupe entretient des relations contractuelles avec plus de 40 000 fournisseurs et sous-traitants</li></ul>
	<b>Contexte de la relation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Selon la contractualisation</li><li>• Depuis 2014 pour les signataires de l'Alliance dynamique pour l'ESS, réflexion commune sur des thèmes de travail</li></ul>
	<b>Attentes principales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Association en amont sur l'ensemble de la chaîne de valeur afin de définir une réponse adaptée aux besoins de La Poste</li><li>• Partage régulier pour co-construire la chaîne de valeur</li><li>• Conditions d'accès aux marchés donnant leur chance à tous et valorisant les engagements RSE</li><li>• Relations équilibrées et relations pérennes</li><li>• Respect des engagements contractuels et des délais de paiement</li><li>• Accompagnement et valorisation des engagements RSE</li><li>• Engagement de la Poste au côté des fournisseurs pour un soutien à l'innovation</li></ul>
	<b>Structures principales et processus clés</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Charte des achats, cahier des charges d'achats responsables</li><li>• Travaux de co-construction des matériels avec les fournisseurs et les personnels</li><li>• Groupe de travail avec les fournisseurs de l'ESS</li><li>• Table ronde fournisseur et baromètre fournisseurs à partir de 2017</li></ul>

### Élus locaux, collectivités



#### Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- Ensemble des élus locaux et nationaux et européens



#### Contexte de la relation

- Depuis plus de 15 ans, les mécanismes et les processus du Groupe destinés au dialogue avec les élus locaux ont été formalisés et structurés



#### Attentes principales

- Respect des engagements de service public et des réglementations
- Présence forte sur leur territoire, notamment en milieu rural et dans les quartiers sensibles
- Implication dans les projets locaux en faveur du développement durable (plan climat, Agenda 21, SRCAE, politique de la ville, développement rural)
- Contribution à la politique en faveur des personnes vulnérables



#### Structures principales

- L'un des membres du conseil d'administration, nommé par décret, représente les autorités régionales françaises
- Commission départementale de présence postale territoriale (CDPPT)
- La Poste est partenaire de l'AMF, l'ARF, AMGVF, AMRF, ANEM, OFII, délégations interministérielles, Fédération nationale des parcs régionaux, etc.



#### Processus clés

- Président de l'AMF administrateur indépendant au sein du conseil d'administration
- CDPPT
- Accords de partenariats
- Réunion annuelle des parties au contrat d'entreprise (commission de suivi de haut niveau)
- Enquêtes, baromètres et rencontres régulières d'élus et des administrations notamment avec le président

### Autres entreprises et groupes



#### Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- Partenariat ou adhésion avec de nombreux groupements d'employeurs : EpE, AFMD, CDDEEP, Avere, Afep-Medef, CGPME, NQT, IMS, C3D, CEA, EDH, ObsAR, Entreprise et Personnel, etc.



#### Contexte de la relation

- Travail en commun depuis plusieurs années



#### Attentes principales

- Échanges de pratiques, prises de position ou engagements communs
- Développement d'outils et de méthodes en commun
- Résolution commune de difficultés de mise en œuvre
- Respect des règles de concurrence loyale
- Implication dans la gouvernance



#### Structures principales et processus clés

- Groupes de travail
- Présence dans les instances de gouvernance des associations d'employeurs partenaires
- Dialogues bilatéraux ou multilatéraux
- Production d'un livre blanc

### Partenaires associatifs (ONG et autres associations)

	<b>Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• FNE, WWF, FNH, Human Rights Watch, France terre d'asile, Transparency International, E2C, partenaires associatifs de La Banque Postale et de multiples partenaires territoriaux</li></ul>
	<b>Contexte de la relation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contacts réguliers depuis plusieurs années</li></ul>
	<b>Attentes principales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ouverture au dialogue et à la coopération et inscription de ce dialogue dans la durée</li><li>• Juste équilibre entre missions de service public et impératifs de rentabilité</li><li>• Capital confiance et lien social à préserver dans un environnement de plus en plus numérique</li><li>• Transparence et fiabilité des pratiques et de la communication</li><li>• Garanties de respect des réglementations et de l'éthique</li><li>• Accessibilité des services à tous</li></ul>
	<b>Structures principales et processus clés</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Partenariats structurés par des accords ou des conventions de mécénat, participation à la gouvernance ou comités bilatéraux sur les points d'étape une à deux fois par an</li><li>• Groupes de travail, formulation d'avis par les organisations, signatures de chartes ou de manifestes</li></ul>

### Organisations multi parties prenantes

	<b>Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comité 21, Institut de l'économie circulaire, ORSE, E2C, Orée, etc.</li></ul>
	<b>Contexte de la relation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Relation institutionnelle ou convention de mécénat ou adhésions</li></ul>
	<b>Attentes principales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Demande de dialogue avec le Groupe, d'informations et de retour par rapport aux engagements pris</li><li>• Demande de participation à des travaux d'intérêt général, de prise d'engagements par rapport aux thématiques du développement durable</li></ul>
	<b>Structures principales et processus clés</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le conseil d'administration et son comité qualité et développement durable</li><li>• Groupes de travail, points bilatéraux</li><li>• Signatures de conventions de partenariat, de chartes ou de manifestes</li></ul>

## Participation aux associations sectorielles et activités de lobbying

G4-16

### Anticiper les évolutions réglementaires et de la société

#### Au niveau mondial

Les intérêts du Groupe La Poste sont défendus essentiellement au sein de l'Union postale universelle (UPU) et de sa division locale PostEurop (voir page 25). La Poste est également membre de l'association International Post Corporation qui regroupe les grandes organisations postales dans le monde pour porter leurs intérêts et animer les travaux sectoriels en matière de qualité de service, d'interopérabilité, d'engagements pour le climat et de recherche.

#### Au niveau européen

Depuis 1993, La Poste a un bureau de représentation à Bruxelles chargé d'effectuer une veille sur les sujets européens, de représenter l'entreprise et de défendre ses intérêts auprès des institutions européennes. À ce titre, La Poste est inscrite au registre de transparence de l'Union européenne.

Les principaux thèmes d'intérêt pour le bureau de représentation en 2016 ont été le projet de règlement relatif aux services de livraison transfrontalière de colis, le suivi du rapport d'application sur la 3<sup>e</sup> directive postale, la numérisation de l'économie et des échanges, les thèmes touchant au commerce international (douanes, TVA à l'import sur les envois du e-commerce en provenance des pays tiers, accords de libre-échange), les transports et la logistique et, enfin, la banque de détail.

Le Groupe La Poste est accompagné par un cabinet de représentation d'intérêts.

En 2016, le président-directeur général du Groupe s'est rendu à Bruxelles et à Strasbourg pour rencontrer les décideurs européens :

- participation à la rencontre des présidents-directeurs généraux des postes européennes avec le commissaire au marché unique numérique (2 mai 2016) ;
- rencontre avec le commissaire Pierre Moscovici en charge des Affaires économiques et financières, de la Fiscalité et des Douanes (16 avril 2016) et avec son chef de cabinet (2 mai 2016) ;

- invitation des députés européens français à un dîner débat sur l'évolution du secteur postal et les dossiers européens l'impactant, dans les locaux du Parlement européen à Strasbourg (5 juillet 2016). Les thèmes suivants ont été abordés : les conséquences de la sortie de la Grande-Bretagne de l'Union européenne pour La Poste, la transformation du Groupe La Poste et de ses métiers, les enjeux du e-commerce, le développement des services de proximité, la logistique urbaine et le projet de règlement sur la livraison transfrontalière des colis.

#### Au niveau national

En France, le Groupe a mis en place une veille parlementaire permettant de réunir l'ensemble des entités de l'entreprise autour des projets de loi déposés au Parlement, afin d'en appréhender les impacts. Des échanges sont régulièrement organisés avec les parlementaires français, invités par le président-directeur général du Groupe La Poste à des petits déjeuners informels au siège du Groupe pour débattre de la stratégie postale à l'horizon 2020. Par ailleurs, La Poste a désigné un représentant d'intérêts, chargé de la relation avec les deux assemblées, présent sur les registres des représentants d'intérêts de l'Assemblée nationale et du Sénat. La Poste est également le partenaire d'associations nationales représentant des élus et des collectivités territoriales (voir page 20).



Participation du Groupe La Poste au Salon des maires et des collectivités locales 2016.

Le président-directeur général du Groupe La Poste a été auditionné par les commissions respectives de l'Assemblée nationale et du Sénat en charge des affaires économiques le 13 janvier 2016.

Par ailleurs, des dirigeants du Groupe La Poste ont été auditionnés par des parlementaires, afin de contribuer à leurs réflexions, sur différents sujets : par la mission d'information sur les objets connectés (Assemblée nationale, mai 2016), par la sénatrice Marie-France Beaufilet dans le cadre de son contrôle budgétaire relatif au profil des bénéficiaires du crédit d'impôt compétitivité emploi (mai 2016), par le rapporteur du projet de loi Montagne au Sénat (novembre 2016) ainsi que par l'un des co-rapporteurs du projet de loi relatif à l'égalité réelle outre-mer au Sénat également (décembre 2016).

#### Au niveau local

Le président-directeur général de La Poste a désigné dans chaque région et dans chaque département un représentant du Groupe chargé des relations avec les élus. Le rôle des délégués régionaux du Groupe se modifie pour accompagner au mieux sa transformation, notamment le déploiement des nouvelles offres postales, développées dans l'intérêt général et pour répondre aux attentes de la société. En 2016, le Groupe a sensibilisé les élus collaborateurs au sujet du conflit d'intérêts avec le concours de Transparency International France (voir page 49). La Banque Postale entretient son lien avec les acteurs du secteur public local à travers le comité d'orientation des finances locales, composé d'élus, d'anciens parlementaires et d'experts. Ce comité est chargé d'une mission de prospective, d'observation et de conseil (appréciation des risques, veille, proposition de nouveaux services, etc.).

#### Diffusion de la charte de la représentation d'intérêts

La charte de représentation des intérêts du Groupe La Poste a été adoptée en février 2015. Elle a fait l'objet d'une diffusion auprès de l'ensemble des cibles internes en charge de la représentation des intérêts du Groupe, au niveau européen (équipe du bureau de représentation de La Poste à Bruxelles), national (équipe de la direction des relations avec les territoires) ainsi qu'à l'ensemble des équipes des délégations régionales du Groupe. Tous les collaborateurs en charge de la relation avec les élus au sens large ont donc été sensibilisés aux règles déontologiques applicables en matière de relations institutionnelles. La charte est également mise à disposition sur les intranets du Groupe (intranet réservé à la filière de délégués régionaux du Groupe et intranet de la déontologie du Groupe).

 **En vertu de la loi française, la participation des entreprises aux activités politiques est interdite.**

#### G4-S06

**La Poste veille à ne pas financer de quelque manière que ce soit les partis politiques, à respecter dans ses prises de position l'ensemble de ses parties prenantes et à considérer dans ses relations les élus de tous les partis démocratiques.**

## Prendre position et agir ensemble

Le Groupe prend position et agit via des organisations professionnelles associatives ou non. Dans ce cadre il signe des déclarations et intervient sur les projets législatifs et réglementaires au tout début de leur réflexion dans le but de favoriser le développement durable des territoires.

Association dont Le Groupe La Poste est membre	Principaux sujets de réflexion et travaux du Groupe La Poste, des branches ou filiales en 2016
L'Institut de l'économie circulaire, créé en 2013 à l'initiative de La Poste et d'autres acteurs	Étude prospective emploi « 50 000 emplois et + 2,5 % de PIB » Valorisation des entreprises innovantes (trophées)
Zero Waste	Promotion multi-acteur du zéro déchet
Entreprises pour l'environnement (EpE), association d'une quarantaine d'entreprises françaises et internationales engagées ensemble pour mieux prendre en compte l'environnement dans leurs stratégies et leur gestion courante	Préparation des positions société civile pour la COP22 Publication sur le prix interne du carbone Publication « Entreprises et biodiversité : gérer les impacts sur la chaîne de valeur »
Association française des managers de la diversité (AFMD), espace d'échanges et de partage d'expérience autour du management de la diversité, réunissant des managers, des responsables diversité et ressources humaines	Contribution au groupe de dialogue interministériel sur la lutte contre les discriminations dans l'emploi initié par le défenseur des droits Veille pour la bonne inclusion dans les lois et règlements de l'égalité des chances
Avere-France, association professionnelle fondée en 1978 sous l'impulsion de la Commission européenne, ayant pour mission de promouvoir le développement du véhicule électrique en France	Prise de position pour le développement des véhicules écologiques en France et inclusion de dispositions facilitantes dans les décrets d'application de la loi transition énergétique et plusieurs décrets
Club développement durable des établissements et entreprises publics (CDDEEP), créé en 2006 par l'Ademe et le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer	Consultation du club par le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer sur la stratégie de développement durable et diverses dispositions en prévision de lois ou règlements
Club des voitures écologiques, animé par Com'Publics, une société française de lobbying politique et de relations avec les médias	Décrets d'application de la loi de transition énergétique concernant les transports
Plan bâtiment durable, RBR 2020 et autres lieux de réflexion autour de la réglementation en matière de rénovation du parc tertiaire	Vérification de la faisabilité technique et financière des décisions réglementaires faisant suite à la loi de transition énergétique
RE100	Promotion du développement des énergies renouvelables dans le monde
WWF pour la mobilisation des consommateurs	Signature du partenariat « CrowdActing »

### Exemples de positions publiques du Groupe défendues en 2016

À l'occasion de l'examen du projet de loi République numérique (loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique), La Poste a soutenu le projet du gouvernement de créer un cadre législatif permettant de fixer les conditions de mise en œuvre et de déploiement de l'identité numérique en France ainsi qu'un cadre juridique pour les lettres recommandées électroniques. Au titre de ce même projet de loi, La Poste est également intervenue pour soutenir l'introduction d'une disposition permettant d'assurer une reconnaissance légale aux coffres-forts numériques.

Dans le cadre du projet de loi de finances 2017, La Poste a défendu une position en faveur d'une dématérialisation progressive de la diffusion de la propagande électorale lors des élections, en insistant sur l'importance de la réception de l'information sur les candidats au domicile pour le bon exercice du droit de vote des citoyens. Enfin, au titre du projet de loi relatif à l'égalité réelle outre-mer, La Poste a soutenu la disposition proposée par le gouvernement de mise en place d'une péréquation tarifaire pour l'envoi de lettre jusqu'à 100 grammes en provenance ou à destination de l'outre-mer.

Au niveau européen, Le Groupe La Poste soutient la nécessité d'une équité concurrentielle entre les différents acteurs de la livraison de colis, d'un point de vue fiscal ou social. Ce marché connaît en effet une très forte concurrence ; toute régulation supplémentaire le concernant serait contre-productive.

### À l'international, faire évoluer les pratiques pour un secteur postal exemplaire

#### La Poste, membre actif du cercle de responsabilité sociale des entreprises de PostEurop

Les principaux objectifs du cercle de responsabilité sociale sont :

- de partager les meilleures pratiques entre les membres de l'association ;
- de créer et/ou animer un réseau d'experts ;
- de promouvoir de nouvelles initiatives dans le domaine de l'environnement au sein des membres de PostEurop, mais aussi en externe (conférences, articles, etc.) ;

- d'anticiper les thématiques clés dans le domaine de l'environnement de manière plus prospective ;
- de représenter le secteur au-delà du secteur postal et de promouvoir les coups de cœur de PostEurop. La France a une présence active dans tous les ateliers de travail (présidence, secrétariat) et anime la démarche de valorisation des bonnes pratiques (« les coups de cœur »).

En 2014, La Poste a été à l'initiative de la création du fonds de compensation carbone, Postal Carbon Fund, avec huit autres postes fondatrices. Premier fonds de compensation carbone sectoriel au monde, il permet aux postes des pays développés de compenser leurs émissions de gaz à effet de serre (GES) en finançant des projets de réduction des GES dans les pays en développement. Suite au congrès de l'UPU qui s'est tenu le 26 octobre 2016, il a été décidé que le fonds carbone sera réintégré dans l'UPU après la réalisation d'une étude sur les modalités de cette réintégration. L'analyse des premiers projets identifiés a conclu à la nécessité de les massifier pour atteindre les seuils de 1 500 véhicules alternatifs ou 125 000 panneaux solaires de 280 watts.

### Memorandum of understanding (MOU) avec la poste marocaine

#### La Poste a signé un MOU avec la poste marocaine en 2012 et pour 5 ans.

En 2016, le programme incluait :

- la formation des auditeurs internes ;
- un accompagnement pour la COP22 ;
- un accompagnement pour la préparation de la filiale Barid Media pour l'obtention du label RSE de la Confédération générale des entreprises du Maroc ;
- l'animation de séminaires autour des thèmes suivants : le bâtiment responsable, la poste digitale, la communication responsable, la frontière entre éthique et RSE ;
- l'animation d'un atelier pour développer un produit présentant des avantages environnementaux avec les marketeurs de Barid Al-Maghrib, en continuation du séminaire sur le marketing responsable ;
- un partage d'expérience sur l'économie circulaire afin d'étudier l'opportunité de la développer pour Barid Al-Maghrib.



Le Groupe La Poste apporte son soutien à la Poste Tunisienne pour améliorer la qualité des services offerts aux clients.

### Accompagnement de la Poste Tunisienne

Un projet d'appui à la Poste Tunisienne a été officiellement lancé le mardi 31 mai 2016, dans le cadre de la mise en œuvre du Programme d'appui à l'accord d'association et à la transition (P3AT), entre la Tunisie et l'Union européenne qui célèbrent cette année leurs 40 ans de coopération. Ce projet vise à l'amélioration de la qualité des services offerts aux citoyens et aux entreprises, et au renforcement du rôle de la Poste Tunisienne dans l'inclusion économique et sociale du pays. Il s'appuie sur deux partenaires majeurs : Expertise France, agence de coopération technique internationale, et Le Groupe La Poste, qui apporte au projet un soutien technique et son expertise métier.

Les objectifs du projet sont le renforcement de la compétitivité de la Poste Tunisienne à travers une nouvelle stratégie en quatre axes : services postaux, services financiers, services numériques et services logistiques. Ce projet d'assistance technique est financé par l'Union européenne. Pendant vingt-quatre mois, des experts du Groupe La Poste, alliant connaissances techniques du secteur postal et expériences régionales et internationales, seront sollicités et mobilisés.

### Memorandum of understanding avec la poste japonaise

La Poste et Japan Post ont signé un accord de coopération (MOU) en 2008 d'une durée de trois ans, renouvelé deux fois en 2011 et en 2014 portant sur des thèmes variés. En 2016, la réunion de pilotage de ce MOU s'est tenue du 9 au 11 novembre sur les thèmes suivants : benchmark et stratégie avec le concours de La Banque Postale, le e-commerce avec Asendia et GeoPost, la philatélie avec Philaposte, mais aussi sur l'évolution du réseau postal, les nouveaux services, l'égalité et la diversité.

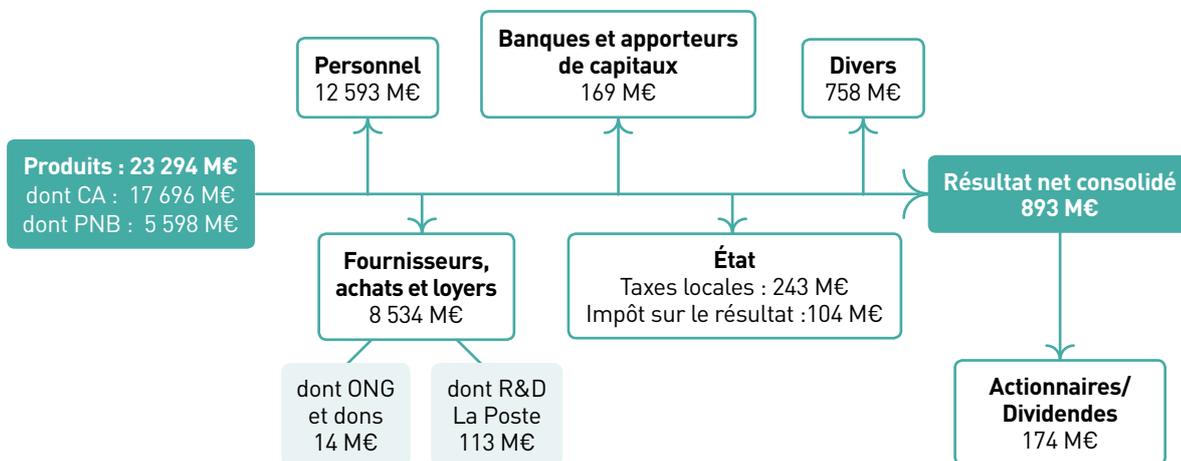
### Memorandum of understanding avec Correo Argentino

Signé en septembre 2016, ce MOU a pour objectifs : d'accroître la coopération et d'échanger expérience, savoir-faire et bonnes pratiques. Il permettra également à Correo Argentino de solliciter Le Groupe La Poste pour du conseil concernant le réseau postal (aménagement du territoire, partenariats, services financiers, prestation de services publics, etc.). Une délégation de la poste argentine a été accueillie à Paris en décembre 2016.

Par ailleurs, le Groupe entretient des relations étroites avec plusieurs régions du globe dans le cadre du protocole de partenariat avec l'Union postale des Amériques, d'Espagne et du Portugal (UPAEP). Il est également membre fondateur de l'Union postale des Caraïbes (UPC).

## Répartition des revenus du Groupe

G4-EC1



### Les investissements

Les investissements, hors incidences des variations de périmètre, se sont élevés à 1 195 M€ en 2016.

### Aides publiques au Groupe La Poste

G4-EC4

La loi de finances rectificative pour 2012 a instauré un crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE). La Poste en est le premier bénéficiaire. La Poste est éligible au CICE au regard des critères suivants :

- La Poste est une SA ;
- La Poste ne bénéficie d'aucune situation de monopole et exerce toutes ses activités dans un environnement totalement concurrentiel ;
- La Poste est le second employeur de France après l'État. Elle emploie en effet 220 572 personnes en France, dont 81 % ont une rémunération inférieure ou égale à 2,5 fois le SMIC. Entreprise de main-d'œuvre, employant des salariés modestes, elle est donc au premier rang des bénéficiaires du CICE et a perçu, pour 2016, 338 millions d'euros.

Le CICE a pour objet le « *financement de l'amélioration de la compétitivité des entreprises, à travers notamment des efforts en matière d'investissement, de recherche, d'innovation, de formation, de recrutement, de prospection de nouveaux marchés, de transition écologique et énergétique, et de reconstitution de leur fonds de roulement* ».

La Poste bénéficie aussi d'une compensation pour deux missions de service public. En 2016, elle a reçu 225 millions d'euros pour l'accessibilité bancaire et 119 millions d'euros pour le transport et la distribution de la presse, très en deçà du coût réel de ces missions.

L'aménagement du territoire est compensé sous la forme d'un abattement de taxes locales de 170 millions d'euros pour 2016. Cette somme est affectée à un fonds national tripartite. La Poste en assure la gestion comptable et financière selon le contrat tripartite (AMF, État, La Poste) de présence territoriale. Sa répartition par type de projets se fait au sein de l'observatoire de la présence postale territoriale. Les projets sont définis par la CDPPT (commission départementale de présence postale territoriale) présidée par un élu local.

Pour plus de détails, voir les pages 78 à 80 du document de référence 2016.



# 3

## Une politique RSE au cœur de la stratégie du Groupe « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir »

P. 30 — Analyse de matérialité des enjeux et priorités RSE

P. 34 — Les axes clés de mise en œuvre

P. 35 — Mettre en œuvre la politique RSE au sein de chaque branche

Le Groupe La Poste a élaboré une politique ambitieuse en matière de responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) intégrée à sa stratégie baptisée « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir ». La Poste met le facteur humain et la confiance au cœur de la relation avec ses clients et ambitionne de leur simplifier la vie. Le Groupe s'est fixé une feuille de route stratégique :

- accélérer le développement des activités existantes y compris ses activités de service public. Il s'agit de moderniser le service public et de développer de nouveaux services d'intérêt général ;
- développer de nouvelles activités et innovations grâce à un pacte social ;
- poursuivre la croissance externe pour devenir un groupe performant dans chacune de ses activités.

La politique RSE du Groupe La Poste se décline en :

## Une ambition

Le Groupe La Poste, acteur de la distribution et des services de proximité, a pour ambition de faciliter l'accès de tous, partout, tous les jours, à toutes les formes de services utiles<sup>(1)</sup> pour contribuer au développement durable des territoires.

## Deux engagements

### 1. Un groupe exemplaire dans son engagement sociétal

Cet engagement porte sur son offre, ses process, la relation avec ses parties prenantes. Il intègre la responsabilité sociétale dans tous ses projets.

### 2. Un groupe qui contribue au développement économique durable des territoires et à l'emploi local

Il s'emploie à développer des synergies et des solidarités nouvelles pour contribuer au développement d'une économie de proximité plus inventive, plus inclusive et plus responsable.

## Une conviction

Donner de l'élan à chacun est un progrès pour tous.

(1) Les services utiles sont ceux qui favorisent l'accès aux biens essentiels. Il s'agit d'un environnement sain (soins, alimentation, hygiène, pratique sportive, qualité de l'air et du cadre de vie), de l'habitat (eau, logement, énergie), du lien social (communication, mobilité, culture, loisirs), de l'accès à ses droits (bancairisation, justice, information).

## Analyse de matérialité des enjeux et priorités RSE

G4-2, G4-18 à 21, G4-45

Une analyse de matérialité<sup>(1)</sup> a été conduite en 2014 par le Groupe et dans chaque branche pour définir les priorités d'action sur ces deux engagements, à l'horizon 2020, et pour accompagner le Groupe dans sa démarche de transformation. Cette analyse des priorités d'action s'inscrit dans le cadre de deux référentiels internationaux majeurs : la norme ISO 26000 (identification des domaines d'action propre au Groupe La Poste) et le Global Reporting Initiative (GRI), version 4 (classement des domaines d'action en fonction de leur importance). Cette analyse a été construite en concertation étroite avec des représentants de chaque catégorie de partie prenante du Groupe La Poste.

En 2016, les évolutions du contexte mondial et un certain nombre d'événements ont amené le Groupe à mettre à jour cette matrice, pour notamment tenir compte :

- de la publication en septembre 2015 des 17 Objectifs du développement durable (ODD) des Nations unies et de la demande faite aux entreprises de contribuer à la réalisation de ces objectifs à l'horizon 2030 ;
- de la ratification de l'Accord de Paris sur le climat en novembre 2016 ;
- du renouvellement des membres du conseil d'administration du Groupe La Poste en décembre 2015 ;
- de l'évolution des attentes des parties prenantes, en lien avec le contexte économique, environnemental et sociétal.

### La contribution du Groupe La Poste aux ODD

Les 17 Objectifs du développement durable adoptés par les 193 États membres de l'ONU lors du Sommet sur le développement durable de New York en septembre 2015 ont pour but général de lutter contre les inégalités, l'exclusion et les injustices, de faire face au défi climatique et à l'érosion de la biodiversité et de mettre fin à l'extrême pauvreté. Les entreprises sont invitées, à hauteur de leurs moyens, à contribuer à l'atteinte de ces objectifs.

Au vu de ses savoir-faire et de ses domaines d'activité, Le Groupe La Poste a identifié 12 ODD auxquels il peut contribuer à sa mesure.

La contribution du Groupe La Poste aux ODD a été appréciée de la manière suivante :

- contribution directe et opportunité business compte tenu de ses savoir-faire : 7, 9, 11, 12 ;
- une nécessité d'exemplarité ou une forte contribution du fait de ses missions d'intérêt général : 3, 5, 8, 10, 13, 15, et dans une moindre mesure les 16 et 17 au travers de l'éthique, ainsi que le dialogue et la construction avec les parties prenantes.

### Identification des domaines d'action (aspects selon le GRI4)

Pour cette mise à jour, le Groupe a refondu les 36 domaines d'action identifiés en 2014 autour de 20 items, en prenant en compte sa responsabilité sur l'ensemble de sa chaîne de valeur.



(1) Selon le GRI4, un élément est matériel s'il reflète les impacts économiques, environnementaux et sociaux substantiels de l'organisation ou influe de manière significative sur les évaluations et décisions des parties prenantes.

**Les 20 domaines d'action du Groupe La Poste :**

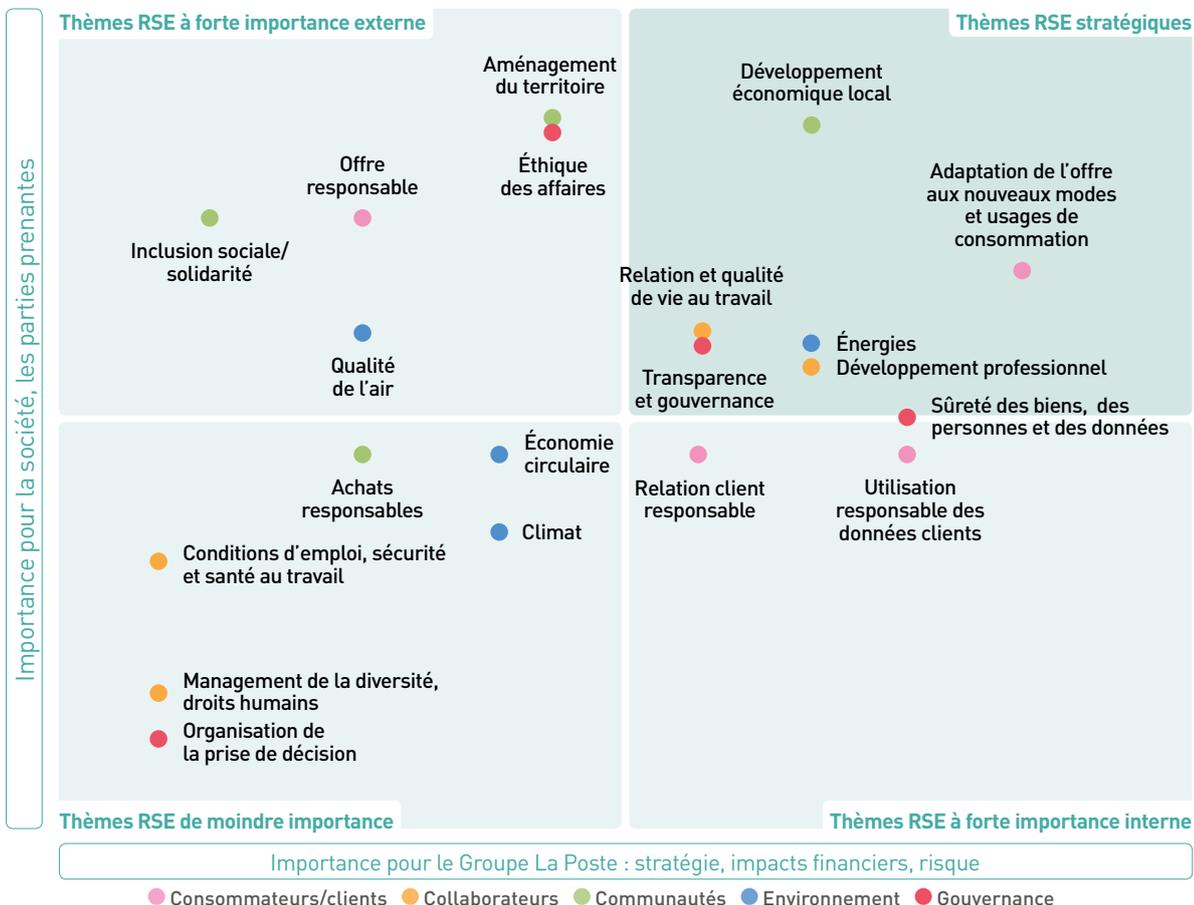
Consommateurs/clients	Collaborateurs	Communautés	Environnement	Gouvernance
Offre responsable	Développement professionnel	Aménagement du territoire	Énergies	Sûreté des biens et des personnes, des données
Relation client responsable	Conditions d'emploi, sécurité et santé au travail	Inclusion sociale/solidarité	Climat	Éthique des affaires
Utilisation responsable des données	Qualité de vie au travail et relations sociales	Développement économique local	Qualité de l'air et des milieux de vie	Organisation de la prise de décision
Adaptation de l'offre aux nouveaux modes et usages de consommation	Droits humains et management de la diversité	Achats responsables	Économie circulaire/gestion des ressources	Transparence de la gouvernance

La cotation de chaque domaine d'action sur les deux axes de la matrice de matérialité a été réalisée en tenant compte :

- pour l'axe « Importance pour la société, les parties prenantes » : de la contribution aux ODD et des attentes des parties prenantes (voir pages 18 à 21);

- pour l'axe « Importance pour Le Groupe La Poste : stratégie, impacts financiers, risque » : de l'importance stratégique du domaine d'action, de son impact financier pour le Groupe et du niveau identifié de risques (financier, de réputation, juridique) du domaine.

**Matrice de matérialité du Groupe La Poste**



## Préciser le niveau de performance attendu

Cette analyse a permis au Groupe de préciser le niveau de performance extra-financière sur chacun des domaines d'action pour atteindre l'ambition et tenir ses engagements :

- **engagement et innovation sociétale** : les domaines d'action clés pour le Groupe et qui supposent une exigence élevée, celle d'innover, de se différencier et de se fixer des objectifs ambitieux ;
- **exemplarité** : les domaines d'action dans lesquels une amélioration continue des résultats est attendue ;
- **conformité** : les domaines d'action pour lesquels Le Groupe La Poste se conforme aux lois et règlements.

Un dispositif de vigilance et de pilotage permet au Groupe La Poste de rechercher, pour chaque domaine d'action, a minima la conformité au corpus juridique. Cinq domaines d'action d'exigence élevée sont mis en évidence par la matrice de matérialité :

- l'adaptation de l'offre aux nouveaux modes et usages de consommation ;
- le développement économique local ;
- les énergies ;
- l'éthique des affaires ;
- la relation et la qualité de vie au travail ainsi que le développement professionnel.

Les objectifs 2020 fixés en 2015 vont être réajustés avec l'éclairage de cette nouvelle analyse d'autant que certains sont d'ores et déjà atteints.

## État d'avancement des objectifs RSE du Groupe La Poste à 2020

Les objectifs RSE du Groupe fixés en 2015 traduisent son engagement d'exemplarité vis-à-vis de ses différentes parties prenantes et portent sur les domaines d'action prioritaires :

- pour les **clients et les consommateurs** : le développement d'une offre responsable ;
- pour les **collaborateurs** : des engagements forts sur La Poste maison mère, qui accueille 78,6% des personnels du Groupe et qui est la plus impactée par la transformation en cours ;
- pour les **communautés** : le développement économique responsable des territoires ;
- une **politique carbone et un engagement pour le climat** du Groupe La Poste qui s'élargit à toutes les conséquences de la nature de l'énergie utilisée pour les transports et les bâtiments.

Le tableau suivant présente l'état d'avancement des programmes du Groupe pour atteindre les objectifs RSE.

### Les objectifs 2020 du Groupe La Poste et leur avancement à fin 2016

	Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2016	
Clients et consommateurs	Offre responsable	Développer la part de l'offre responsable sous pilotage RSE	Compensation des émissions de gaz à effet de serre de l'offre Courrier-Colis-Express Numérique effective depuis 2013	✿
		Proposer d'« investir responsable »	En 2016, les encours ISR représentent 54% des encours totaux gérés par LBPAM	↗
	Adaptation de l'offre aux nouveaux modes et usages de consommation	Développer le chiffre d'affaires de l'offre de nouveaux services pour une économie bas carbone	CA Recy'go : 8 M€ en 2016 CA Bemobi : 3,9 M€ en 2016 CA Action habitat : 0,5 M€ en 2016	↗
		Proposer de nouveaux services de proximité	CA Silver économie : 3,6 M€ CA 2016 Proxi <sup>(1)</sup> : 19,2 M€	↗
	Utilisation responsable des données	Fixation des objectifs en cours	Publication des engagements dans la charte Data	↗

(1) Proxi : gamme de services de proximité délivrés par les facteurs.

	Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2016	
Communautés	Aménagement du territoire	Développer le chiffre d'affaires auprès des collectivités publiques notamment dans le cadre de l'appui à la mise en œuvre de l'action publique	CA MAP : 5 M€ (épreuve théorique générale du code de la route après six mois d'activité)	✿
		Atteindre les objectifs fixés dans le contrat d'entreprise pour les missions de service public	96,8% de la population est à moins de cinq kilomètres et à moins de vingt minutes en voiture d'un point de contact La Poste	✿
	Achats responsables	Développer les achats à l'ESS. Objectif : 20 millions d'euros par an en 2020 (insertion + secteur adapté et protégé)	21,58 M€ d'achats auprès du secteur de l'insertion et du secteur adapté et protégé	✿
Environnement	Climat	Réduction des émissions de GES des activités de La Poste de 15% par rapport à 2013 Pour ce faire :	Moins 16% depuis 2013	✿
		• Détention d'une des toutes premières flottes mondiales de véhicules électriques, dont 10 000 véhicules utilitaires légers	• À fin 2016, Le Groupe La Poste détient 6 842 véhicules électriques utilitaires légers, soit 10,9% de sa flotte de véhicules légers	↗
		• Desserte des 15 principales métropoles françaises par des dispositifs à très faibles émissions de gaz à effet de serre (GES)	• À fin 2016, 7 métropoles sont livrées par des dispositifs à faibles émissions	↗
		• Approvisionnement en électricité 100% renouvelable à l'horizon 2020 sur le périmètre des bâtiments gérés par Poste Immo	• L'ensemble des consommations électriques sont couvertes depuis le 1 <sup>er</sup> mai 2016	✿
Collaborateurs	Relations et qualité de vie au travail	Baisse régulière du nombre et du taux de gravité des accidents du travail	Après une baisse continue pendant trois ans (sur la période de 2012 à 2014), une remontée de l'accidentologie a été mesurée en 2015 et en 2016 malgré des réussites locales Un plan contenant des mesures fortes sur la santé des postiers, « Bien dans son travail », est en cours de déploiement en 2017 qui produit de premiers effets	✗
	Développement professionnel	80% des collaborateurs de La Poste bénéficient d'une formation chaque année et 100% sur deux ans	En 2016, 76% des collaborateurs ont bénéficié d'une formation et 93% sur 2015-2016	↗
		100 heures de formation par postier sur cinq ans à partir de 2015	En 2016, le renforcement de l'investissement formation s'est traduit par une sensible augmentation du nombre d'heures de formation par personne formée, qui passe de 27,5 heures à 33,6 heures en moyenne	↗
		10 000 parcours professionnels accompagnés par an	12 584 nouveaux parcours qualifiants ont été entamés durant l'année 2016	↗

✗ Non atteint

✿ Objectif dépassé

↗ Progression en ligne avec l'objectif fixé

## Les axes clés de mise en œuvre

### La Poste 2020 : cinq projets prioritaires communs

Dans le cadre de la mise en œuvre du plan stratégique du Groupe La Poste, le président-directeur général du Groupe délègue ses pouvoirs pour des projets prioritaires spécifiques portant sur des sujets économiques, environnementaux et sociaux, à certains membres du comité exécutif en fonction de leur expertise respective dans ces domaines.

Ainsi, les cinq projets prioritaires communs ont été confiés comme suit :

– **Transition énergétique** : Philippe Dorge, directeur général adjoint en charge de la branche Services-Courrier-Colis ;

– **Logistique urbaine** : Paul-Marie Chavanne, directeur général adjoint, président de GeoPost ;

– **E-commerce** : Paul-Marie Chavanne, directeur général adjoint, président de GeoPost ;

– **Modernisation de l'action publique** : Philippe Bajou, directeur général adjoint, secrétaire général ;

– **Connaissance des clients particuliers** : Nathalie Collin, directrice générale adjointe en charge de la branche Numérique et de la communication.

L'atteinte des objectifs autant que la couverture du risque juridique et de réputation amène une stratégie de mise en œuvre qui s'articule autour de plusieurs axes transverses.

### Le renforcement de la relation client

Basée sur l'esprit de service, la relation client (de la conception de l'offre jusqu'au service après-vente et à la fidélisation) fait l'objet d'une réflexion approfondie depuis le milieu de l'année 2016, afin de faire évoluer ses contours, son pilotage et de mesurer la valeur créée pour les parties prenantes et la société.

Pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et à l'évolution des modes de consommation, le Groupe s'attache à proposer des offres innovantes et responsables, visant à renforcer le lien social et l'accès aux biens essentiels partout, pour tous, tous les jours. Il s'agit de maximiser la valeur ajoutée sociétale tout en minimisant les impacts négatifs (cf. chapitre 5).

### La transition énergétique

L'énergie est un enjeu fort pour le Groupe car l'optimisation, le prix du kWh et la sécurisation de son alimentation en énergie sont les garants de la continuité

de ses services à un prix acceptable pour le client. L'énergie est aussi un secteur dans lequel le Groupe peut développer de nouvelles activités rentables tant au niveau du management de l'énergie, qu'en production sur ses implantations territoriales. L'ambition à long terme de La Poste est de devenir un groupe à énergie positive. La transition énergétique est un projet prioritaire commun de la stratégie « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir ».

Les principaux axes d'action sont :

- optimiser et sécuriser la consommation d'énergie dans les bâtiments, les transports et le numérique ;
- s'adapter et contribuer à une économie bas carbone ;
- développer des services énergétiques et des projets de maîtrise énergétique rentables ;
- entraîner les opérateurs postaux mondiaux dans la transition énergétique. Avec IPC (International Post Corporation), un engagement collectif est pris pour la trajectoire 2 °C, au sein de l'UPU (Union postale universelle) (cf. chapitre 6).

### La stimulation de l'économie de proximité

Acteur important des échanges économiques, la stimulation de l'économie de proximité est clé pour Le Groupe La Poste. Par ailleurs, la présence d'activités économiques dynamiques sur le territoire contribue à la bonne santé du Groupe. Il s'agit de développer des opportunités pour tous les acteurs économiques en créant de la valeur ajoutée pour les parties prenantes et en augmentant la rentabilité des activités du Groupe (cf. chapitre 7).

### La transformation sociale interne

Afin de poursuivre son développement responsable dans un environnement en forte évolution, et de faire de chaque collaborateur l'acteur et le bénéficiaire de la transformation de l'entreprise, La Poste a bâti le pacte social, volet social du plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » présenté en 2014 (cf. chapitre 8). L'internationalisation du Groupe demande une attention particulière en cohérence avec la volonté d'un haut niveau de respect des droits humains et de l'éthique des affaires (cf. chapitre 4).

### Le développement d'opportunités pour tous

Les actions principales portent sur la santé, l'éducation et la culture. Elles consistent à faciliter l'accès des personnes à l'emploi et à leurs droits. La Poste développe des services accessibles à tous, soutient des associations de solidarité et l'engagement bénévole des postiers (cf. chapitre 9).

# Mettre en œuvre la politique RSE au sein de chaque branche

## Les engagements de la branche Services-Courrier-Colis en matière de RSE

La branche Services-Courrier-Colis fait face à des enjeux majeurs liés à son activité de transporteur, au poids de ses effectifs dans le Groupe et aux mutations profondes de la société. La politique RSE de la branche à l'horizon 2020 a été définie en 2015 autour des quatre engagements suivants.

**Agir pour la préservation des ressources, du climat et contribuer à la transition énergétique**, notamment en augmentant la part des véhicules à faibles émissions de gaz à effet de serre et de particules dans la flotte, en formant les postiers à l'écoconduite et en contribuant à l'économie circulaire.

**Proposer aux clients des solutions responsables**, au premier rang desquelles la lettre verte, le service de collecte de papier et carton Recy'go, les solutions d'écomobilité telles que celles développées sous la marque Bemobi, les solutions de rénovation énergétique avec Action habitat et de management de l'énergie avec SOBRE. La branche assure également la neutralité carbone intégrale de toutes ses offres depuis 2012.

**Contribuer à la performance environnementale et sociétale des territoires avec les parties prenantes.** Pour cela, la branche noue par exemple des partenariats avec des structures de l'économie sociale et solidaire permettant d'intégrer des personnes éloignées de l'emploi. Elle associe également les territoires et les communautés locales dans la démarche de « compensation carbone », à travers des projets dans des pays en développement ou en accompagnant en France les filières bois et agricole autour d'initiatives en faveur de la lutte contre le changement climatique et de l'adaptation à travers le programme « CLIMAT + territoires ».

**Développer les collaborateurs, garantir leur santé pour réussir la transformation**, en déployant des politiques de maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, des politiques innovantes de prévention de l'inaptitude et de management de la santé des collaborateurs et en intégrant la diversité à tous les niveaux et dans tous les projets de la branche. L'année 2016 a été celle de la création d'une filière d'expertise sur la prévention déployée au plus près des établissements. 2017 sera consacrée à l'intégration de la santé-sécurité au travail dans les pratiques managériales.



L'intégration de la RSE constitue un levier de création de valeur et nourrit les trois axes de notre stratégie vers le monde des services : la conquête, l'excellence et l'engagement. À partir de nos expertises, nous avons poursuivi en 2016 le déploiement de nos solutions dans des domaines clés de la transition énergétique à destination des entreprises et des collectivités : le recyclage, l'écomobilité, la rénovation énergétique des bâtiments et l'efficacité énergétique des parcs immobiliers tertiaires. À travers le déploiement de ces offres, qui constituent pour le Groupe des relais de croissance durable, La Poste contribue à faire bouger les lignes vers une économie bas carbone et vers une société plus humaine, plus solidaire et plus durable.

En interne, nous avons poursuivi en 2016 le déploiement de notre important dispositif de formation. À titre d'exemple, ce sont plus de 33 000 postiers de la branche qui ont suivi à fin 2016 la formation e-learning « Tous ambassadeurs et acteurs de notre RSE », une formation intégrée dans les parcours qualifiants. Les postiers et le grand public ont également été mobilisés, à travers un dispositif de jury et de vote, pour choisir notre nouveau projet de compensation carbone.



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



## Les engagements de GeoPost en matière de RSE, le programme DrivingChange™

En matière de RSE, GeoPost développe une approche pragmatique et une démarche d'efficacité, c'est pourquoi son programme DrivingChange™ couvre les domaines les plus étroitement liés à son cœur de métier. L'ambition de GeoPost en matière de RSE repose sur quatre axes.

**Engagement neutralité carbone :** rendre neutre en carbone chaque livraison pour tous les clients sans coût supplémentaire. Cette neutralité carbone s'appuie sur trois leviers : la mesure des émissions de gaz à effet de serre (GES), leur réduction et la compensation des émissions restantes liées au transport. GeoPost s'est fixé pour objectif à l'horizon 2020 par rapport à 2013 de réduire de 10% par colis ses émissions de GES issues du transport routier. Pour y parvenir, des actions concrètes sont mises en œuvre :

- l'optimisation des tournées ;
- le déploiement de solutions de livraison innovantes telles que Predict et Pickup ;
- le renforcement de l'utilisation de véhicules à carburant alternatif ;
- la compensation des émissions est réalisée par le financement de projets d'énergie propre et renouvelable à travers l'achat de crédits carbone, avec le concours d'EcoAct.

**Livraisons urbaines responsables :** améliorer la vie urbaine en proposant plus de solutions de livraison, plus respectueuses de l'environnement. Des actions concrètes sont mises en œuvre pour réduire la congestion urbaine et les pollutions locales : mesure de l'impact environnemental des activités des plates-formes logistiques de GeoPost et de ses véhicules en centres-villes, innovation dans les services de livraison pour accroître le taux de livraisons réussies dès le premier passage, ou encore la possibilité donnée aux clients de choisir et de modifier le lieu et la date de livraison de leur colis.

**Entrepreneuriat innovant :** accompagner les entreprises locales dans leur développement en partageant l'expertise et l'esprit entrepreneurial de GeoPost. Entreprendre et innover font partie de la culture de GeoPost dont l'expansion repose en grande partie sur l'acquisition d'entreprises locales spécialistes de la livraison de colis, animées par un fort esprit d'entreprise. La démarche repose sur l'« intrapreneuriat » : l'appui que GeoPost apporte à ses partenaires locaux et la formation de ses collaborateurs. Ainsi, GeoPost récompense chaque année, lors des Prix de la qualité, des initiatives locales répondant à ses objectifs de développement durable. GeoPost soutient également

l'action d'Ashoka qui accompagne des entrepreneurs apportant des réponses novatrices à des enjeux sociétaux.

**Entreprise et société civile :** soutenir et accompagner la société civile par des actions de proximité. L'ambition de GeoPost est d'apporter une contribution positive à la société civile par des actions de proximité. Ainsi, les collaborateurs s'impliquent dans de nombreux domaines en lien avec leur métier : transport solidaire, aide à la jeunesse et à l'enfance défavorisées, aux personnes âgées, santé, éducation, lutte contre la pauvreté, protection de l'environnement.



Notre ambition est d'être un partenaire responsable pour les personnes, les entreprises et les communautés avec lesquelles nous travaillons. À travers notre programme de RSE DrivingChange™, nous mettons l'accent sur les domaines dans lesquels nous pensons que notre levier d'action est le plus fort au quotidien. Emblématiques de cette démarche les livraisons neutres en carbone dont bénéficient tous nos clients, sans coût supplémentaire.



**Paul-Marie Chavanne,**  
directeur général  
adjoint du  
Groupe La Poste et  
président de GeoPost



## Les engagements de La Banque Postale en matière de RSE

Banque de service public au cœur de l'économie réelle, La Banque Postale a choisi depuis sa création un modèle de développement unique, solide et responsable. Elle cultive au quotidien, envers chacun, la responsabilité, la transparence et l'accessibilité au plus grand nombre, faisant du développement responsable l'un des fondements de son identité de « Banque et citoyenne ». La responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) est au cœur de ses convictions comme de ses actions. La politique RSE de La Banque Postale est construite autour de quatre engagements : économique, social, sociétal et environnemental.

**Engagement économique.** La Banque Postale propose des produits et services simples, utiles et responsables. Banque de confiance, elle est mobilisée sur la prévention de tous les risques liés à ses activités. Cet engagement économique repose sur quatre piliers : l'accessibilité bancaire, mission de service public reconnue par la Loi de modernisation de l'économie (2008) avec le livret A, la relation client responsable, l'offre responsable et la maîtrise des risques extra-financiers.

**Engagement social.** La Banque Postale, attentive à ses clients comme à ses collaborateurs, s'engage à être un employeur responsable en s'attachant à accompagner et former ses collaborateurs, intégrer de nouveaux talents, proposer une rémunération complète et compétitive, entretenir le dialogue social et le bien-être au travail et, enfin, cultiver la diversité et l'égalité des chances.

**Engagement sociétal.** Fière de ses valeurs d'engagement, de responsabilité et de solidarité, La Banque Postale les partage avec l'ensemble de ses parties prenantes. Elle diffuse sa politique d'achats responsables auprès de l'ensemble de sa chaîne de valeur. Elle encourage ses collaborateurs dans leur engagement responsable et citoyen à travers le bénévolat de compétences et son programme de mécénat. « Banque et citoyenne », elle soutient l'économie réelle au plus près des territoires à travers ses offres de financement.

**Engagement environnemental.** La Banque Postale mène des actions simples, concrètes et mesurées pour lutter contre le changement climatique. Elle s'engage à maîtriser l'impact environnemental de ses activités, en réduisant notamment les émissions de GES liées à ses bâtiments et aux déplacements de ses collaborateurs, ainsi que sa consommation de papiers. Son fonds carbone interne lui permet de financer des projets de réduction des émissions de GES de ses activités et grâce à la mesure de l'empreinte carbone de ses portefeuilles, elle peut arbitrer ses décisions d'investissement en fonction de l'impact carbone des entreprises.



La Banque Postale poursuit, depuis plus de dix ans, un développement dynamique aligné sur une stratégie durable et responsable, reconnue par les agences de notation extra-financières. Banque de service public, elle honore avec fierté ses engagements pour relever les défis sociétaux et environnementaux d'aujourd'hui et de demain. Elle est la banque de tous et compte 10,7 millions de clients, dont 2 millions de personnes en situation de fragilité financière, et tous y trouvent un service et des tarifs adaptés à leurs attentes.



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



## Les engagements du Réseau La Poste en matière de RSE

Chaque jour, 1,6 million de clients poussent les portes d'un des 17 134 points de contact du Réseau La Poste, dont l'esprit de service public intègre pleinement les enjeux liés à la RSE. L'ambition RSE du Réseau La Poste vise à renforcer ses capacités uniques de proximité et est articulée autour de trois axes, qui prennent vie à travers de nombreuses actions concrètes.

### **Favoriser une offre de services accessibles et adaptés à ses clients, dans toute leur diversité.**

Le cœur de mission du Réseau est de faire de chaque expérience client une expérience réussie, avant, pendant et après le service rendu. Pour cela, il propose une offre de services accessibles offrant la même qualité d'accueil et de conseil partout et pour tous à travers un maillage territorial dense. Dans le prolongement des missions d'accessibilité bancaire, un certain nombre de bureaux de poste se trouvent dans des zones vulnérables et sensibles. Cet engagement d'accessibilité s'entend tant en termes de géographies que de capacités. Ainsi, le Réseau s'attache à rendre ses points de contact accessibles à tous, y compris aux personnes en situation de handicap, quel que soit le handicap. Le Réseau La Poste promeut également des produits et services plus responsables via les offres écoconçues, neutres en carbone et des services bancaires intégrant dans leur conception des critères d'investissement socialement responsable (ISR). Enfin, il contribue à l'innovation pour répondre aux nouveaux marchés et modes de consommation.

### **Rechercher l'égalité et la qualité de vie professionnelles pour tous ses collaborateurs.**

Le Réseau favorise la diversité dans les équipes, l'engagement citoyen et développe des pratiques managériales fondées sur le respect et l'écoute. De nombreuses actions sont déjà menées en faveur des parcours professionnels et du développement des compétences, à l'instar de l'École de la banque et du réseau, mais aussi en faveur de l'égalité professionnelle et de la diversité, ou encore en faveur de la promotion de l'engagement solidaire (notamment au profit d'associations partenaires qui accompagnent les clientèles vulnérables).

### **Participer à l'attractivité des territoires, tout en optimisant son empreinte locale.**

Le Réseau est un acteur du développement économique et social des territoires. Il enrichit ce rôle en actionnant plusieurs leviers : il optimise l'efficacité énergétique des bureaux de poste, améliore leur confort, privilégie un mobilier et des équipements respectueux de l'environnement et s'attache à gérer et à simplifier la collecte, le réemploi et le recyclage des équipements. Il intensifie son impact

sur les territoires grâce à des achats effectués auprès de fournisseurs locaux ou issus du secteur protégé ou adapté, et en développant des synergies avec des associations au cœur des quartiers défavorisés afin de mieux accueillir tous les clients.



Le Réseau La Poste propose une offre de services innovants et accessibles aux clients dans toute leur diversité. À travers un maillage territorial dense, il offre une qualité d'accueil et de conseil adapté partout et pour tous. Il accompagne notamment les clientèles les plus vulnérables dans une approche d'inclusion. Cette année, le Réseau démontre également son engagement RSE par sa démarche d'achats responsables et son travail pour l'emploi des personnes en situation de handicap, avec le label « Enseigne responsable ».



**Anne-Laure Bourn,**  
directrice générale  
adjointe du  
Groupe La Poste  
en charge du Réseau  
La Poste



## Les engagements de la branche Numérique en matière de RSE

Très en pointe en matière de développement responsable, la branche Numérique a défini ses propres enjeux RSE, liés à son cœur de métier, à la sécurisation des données, aux valeurs d'accessibilité du numérique, aux économies d'énergie, au développement d'offres responsables et à la lutte contre la raréfaction des ressources naturelles. La charte de développement responsable de la branche Numérique comporte les sept engagements suivants.

**Développer des offres efficaces et plus responsables,** notamment en améliorant leur performance RSE, en optimisant leur empreinte carbone, en assurant leur accessibilité à tous et partout, en assurant la neutralité carbone des activités et en promouvant les différenciations RSE des offres. Depuis 2012, en partenariat avec la branche Services-Courrier-Colis, les émissions de gaz à effet de serre (GES) des offres numériques sont compensées.

**Préserver les ressources et lutter contre le changement climatique** en réduisant les émissions de GES, en développant le Green IT et les achats responsables et en travaillant à faire de ses déchets une ressource. Les branches Numérique et Services-Courrier-Colis développent ainsi l'écoconception des services numériques (fabrication des matériels, utilisation des services, fin de vie, etc.) qui permet de sélectionner des matériels moins impactants, de repenser le parcours client, d'optimiser l'espace de stockage, de réaliser des économies sur le nombre et la capacité des serveurs, de réduire les émissions de GES associées. Ce concept innovant permet de réduire les impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie des matériels et des offres.

**Soutenir un business éthique** en garantissant la sécurisation et la protection des données qui lui sont confiées, en luttant contre la fracture numérique et via la promotion de l'accessibilité. Cet engagement s'appuie également sur une démarche d'éthique et de déontologie active et partagée par tous dans la branche. Dans le cadre de cet engagement, la branche Numérique a élaboré la charte Data du Groupe La Poste.

**Promouvoir le numérique responsable et la complémentarité des supports auprès des parties prenantes.** La branche est aussi membre de l'association Culture Papier et participe aux travaux de l'observatoire ComMedia, du Syndicat national de la communication directe (SNCD) et du Club Green IT (écoconception des services numériques). Pour acculturer les collaborateurs, Docapost a développé Doca TV : une chaîne traitant notamment de la RSE et du numérique responsable.

**Développer la qualité de l'emploi et l'employabilité,** en agissant en faveur de la diversité et de l'égalité des chances et en développant la qualité de vie au travail.

**Partager et valoriser ses actions RSE en interne et en externe.** Pour cela, son plan d'actions RSE est inscrit dans le plan de communication de la branche.

Elle s'engage ainsi à faire connaître et valoriser sa politique RSE auprès de ses collaborateurs ainsi qu'auprès de ses parties prenantes externes.

**Suivre les indicateurs de performance,** afin d'être en mesure d'ajuster les plans d'actions pour entretenir une dynamique de progrès.



2016 a été l'année de la consolidation du rôle de la branche Numérique dans Le Groupe La Poste. Tous les services et métiers du Groupe s'adossant au numérique pour développer leur activité, il était essentiel que la RSE traite les nombreuses thématiques y afférent en déployant un numérique responsable. C'est dans cet objectif qu'a été élaborée la charte Data, qui permet de porter haut les valeurs structurantes de nos métiers : la confiance, la proximité et l'éthique. Son objectif ? Garantir à nos clients plus de transparence, de confidentialité et de sécurité. Trois exigences dont nos offres sont les meilleures réponses, à l'instar de Digiposte+, qui constitue une offre facilitatrice, globale et sécurisée. Enfin, parce que l'exemplarité est au centre de notre démarche, toutes nos offres sont déployées dans le principe de neutralité carbone.



**Nathalie Collin,**  
directrice générale  
adjointe du  
Groupe La Poste, en  
charge de la branche  
Numérique et de  
la Communication



## L'engagement de Poste Immo en matière de RSE

50% de son parc immobilier ayant plus de cinquante ans et sa facture énergétique s'élevant à 100 millions d'euros par an, Poste Immo porte une responsabilité environnementale, sociale et économique forte et dispose d'une opportunité de créer de la valeur, en considérant le levier écologique comme un relais de croissance et de compétitivité. La politique RSE de Poste Immo s'inscrit pleinement dans sa stratégie d'entreprise « Horizons 2020 ». Elle s'articule comme suit.

### Immobilier responsable

**Sur le pilier « Énergie et carbone »**, Poste Immo s'engage à conduire la transition énergétique en développant des bâtiments responsables pour accompagner l'émergence d'une société sobre en énergie et moins intensive en carbone. Poste Immo se fixe pour objectif de réduire de 15% la consommation énergétique du parc global et de 25% les émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2020<sup>(1)</sup>.

**Sur le pilier « Ressources naturelles »**, Poste Immo s'engage à promouvoir une approche globale et une utilisation durable des ressources naturelles pour accompagner l'évolution de la société vers un nouveau modèle qui renouvelle les façons de produire et de consommer. Poste Immo se fixe pour objectif un taux de valorisation des déchets de chantier non dangereux à 80% en 2020<sup>(2)</sup>.

### Entreprise responsable

**Sur le pilier « Collaborateurs »**, développer des collaborateurs au service d'une performance durable en promouvant des pratiques exemplaires en matière d'employabilité, de gestion des compétences et des talents, de déontologie, d'éthique, de parité et de diversité. Dans le cadre de cet engagement, Poste Immo suit deux indicateurs clés : le taux de satisfaction des collaborateurs et le taux de mobilité interne. L'entreprise prévoit par exemple de tester de nouvelles formes d'organisation du travail et de mobilités urbaines pour contribuer à l'amélioration du cadre de travail et de favoriser des logiques de collaboration participative et d'innovation sociale.

**Sur le pilier « Innovation et ouverture »** Poste Immo s'engage à innover et développer un écosystème favorisant les dynamiques de changement en faveur des parties prenantes, pour notamment prendre en compte les évolutions nécessaires des métiers de l'immobilier à l'ère du digital. Dans le cadre de cet engagement, Poste Immo suit deux indicateurs clés : le taux d'expérimentations transformées et le nombre de partenariats actifs.

L'entreprise prévoit également de pérenniser sa démarche d'achats responsables, de soutenir activement la culture d'innovation et d'ouverture aux modèles économiques innovants et de s'ancrer dans les villes et les territoires durables.



En 2016, les collaborateurs de Poste Immo se sont approprié, pour une mise en œuvre opérationnelle, la politique RSE complétée en décembre 2015. En cohérence avec le plan stratégique « Horizons 2020 », elle s'inscrit dans la stratégie du Groupe, tant pour la performance durable que pour le développement rentable. L'ambition réaffirmée de Poste Immo est d'être, à l'heure de la transition énergétique et de la révolution digitale, un opérateur immobilier contribuant à la compétitivité des branches et au développement du Groupe. Le volet « Immobilier responsable » est un des outils essentiels pour un immobilier performant et durable. Il traite des énergies (réduction de consommation de 8% depuis 2011, approvisionnement de 100% de nos sites en électricité d'origine renouvelable, nouveau succès au concours annuel Cube 2020), mais aussi du poids carbone des bâtiments, de la biodiversité et de la gestion des déchets de chantier.



**Philippe Bajou,**  
président Poste Immo  
et directeur  
de l'immobilier  
du Groupe La Poste



(1) En kWef, année de référence 2011.

(2) La directive cadre européenne de 2008 a fixé aux pays membres de l'Union européenne un objectif de valorisation matière de 70% en poids des déchets inertes et non inertes dangereux du BTP à l'horizon 2020. La France a repris cet objectif dans la loi de transition énergétique pour la croissance verte.



Le Lemnys, un des sites du siège du Groupe La Poste, réalisé sous la supervision de Poste Immo.



# 4

## Une approche RSE intégrée, étayée par de solides pratiques de gouvernance

P. 44 — Gouvernance d'entreprise

P. 47 — Valeurs et principes, éthique des affaires

P. 54 — L'organisation du Groupe La Poste pour l'animation  
de la politique RSE

Préserver la confiance de ses clients, collaborateurs, partenaires et parties prenantes est essentiel pour Le Groupe La Poste dans l'exercice de toutes ses activités. C'est la raison pour laquelle le Groupe s'attache à faire preuve de transparence sur ses pratiques de gouvernance, à mettre en place une organisation qui assure des processus décisionnels efficaces et à promouvoir des comportements et conduites respectueux de l'éthique et de la déontologie dans le cadre de ses activités.

Le Groupe La Poste souhaite intégrer les préoccupations environnementales, sociales, sociétales et de gouvernance à tous les niveaux du Groupe et s'est doté pour cela d'un ensemble d'instances connectées entre elles. Ainsi, au plus haut niveau, le comité qualité et développement durable apporte ses recommandations au conseil d'administration.

Au niveau du Groupe, la direction RSE s'assure de la mise en œuvre de la politique RSE et coordonne la démarche avec les branches. Elles-mêmes animent des réseaux de correspondants chargés de la traduction opérationnelle des décisions au plus près du terrain.

## Gouvernance d'entreprise

Cette section donne un aperçu des structures de gouvernance d'entreprise du Groupe La Poste et met tout particulièrement l'accent sur les processus qui permettent d'impliquer directement les instances de gouvernance sur les questions relatives aux impacts économiques, sociaux et environnementaux. De plus amples informations sur la gouvernance du Groupe figurent aux chapitres 14 (Organes d'administration, de direction et de surveillance et direction générale), 15 (Rémunération et avantages), 16 (Fonctionnement des organes d'administration) et à l'annexe 1 du document de référence 2016 du Groupe.

### Composition, rôles et responsabilités des instances de gouvernance

#### G4-34 à G4-41

La Poste adhère depuis 2011 au Code Afep-Medef sur le gouvernement d'entreprise, auquel elle se réfère en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce, sous réserve des spécificités législatives et réglementaires qui lui sont applicables. Ces spécificités résultent du statut d'entreprise publique de La Poste et en particulier de l'application à la société de la loi n° 83-675 du 26 juillet 1983 relative à la démocratisation du secteur public et des dispositions législatives de la loi n° 90-568 du 2 juillet 1990 relatives à l'organisation du service public de La Poste et France Télécom. Le tableau des pages 226 à 229 du document de référence du Groupe La Poste 2016 recense les quelques recommandations du Code Afep-Medef qui ne sont pas appliquées et les explications correspondantes.

#### Le conseil d'administration

Les opérations du Groupe La Poste sont supervisées au plus haut niveau par le conseil d'administration de La Poste, présidé par Philippe Wahl, président-directeur général du Groupe La Poste.

En conformité avec les dispositions de la loi n° 90-568 du 2 juillet 1990 modifiée relative à l'organisation du service public de La Poste et à France Télécom, et au titre II de l'ordonnance du 20 août 2014, le conseil d'administration de La Poste est composé de 21 membres :

- 1 représentant de l'État, nommé par arrêté;
- 7 administrateurs élus par le personnel;
- 2 administrateurs nommés par décret, représentant, d'une part, les communes et leurs groupements, et les usagers, d'autre part;
- 11 administrateurs nommés par l'assemblée générale sur proposition de l'État et/ou de la Caisse des dépôts, dont :
- le président-directeur général, Philippe Wahl. En tant qu'administrateur, il est nommé par l'assemblée générale sur proposition de l'État et de la Caisse des dépôts;
- 7 administrateurs nommés par l'assemblée générale sur proposition de l'État;
- 3 administrateurs nommés par l'assemblée générale sur proposition de la Caisse des dépôts.

Les membres du conseil d'administration étant nommés par l'assemblée générale sur proposition de l'État ou de la Caisse de dépôts ou nommés par décret ou encore élus par le personnel, Le Groupe La Poste ne dispose pas d'un comité des nominations.

Le commissaire du gouvernement et le chef de la mission de Contrôle général, économique et financier de l'État (CGEFI) auprès de La Poste assistent également aux séances du conseil d'administration, sans voix délibérative.

#### Indépendance des administrateurs

En tant que société anonyme du secteur public, La Poste ne compte aucun actionnaire privé et aucun de ses douze administrateurs représentant les actionnaires ne peut donc être considéré comme indépendant de l'État français. En revanche, les deux administrateurs nommés par décret sont externes et indépendants et représentent deux parties prenantes primordiales pour le Groupe, les consommateurs et les clients.

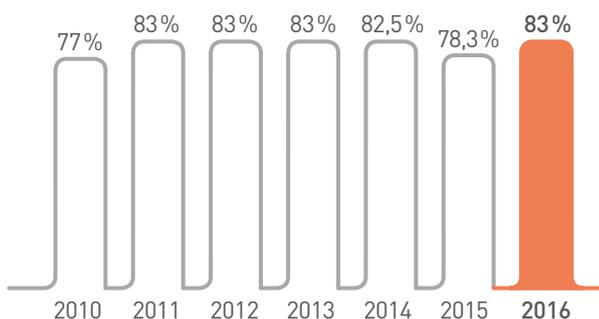
À la connaissance de La Poste et à la date de publication du présent document, il n'existe aucun conflit d'intérêts potentiel à l'égard de La Poste entre les devoirs du mandataire social et des membres du comité exécutif et leurs intérêts privés ou d'autres devoirs.

À la connaissance de La Poste, il n'existe aucun arrangement ou accord conclu avec des actionnaires, clients, fournisseurs ou autres en vertu duquel un membre du conseil d'administration a été nommé en cette qualité (cf. page 211 du document de référence 2016).

### Durée du mandat des administrateurs

La durée des mandats des membres du conseil d'administration de La Poste est prévue par la loi et par un décret, dont les dispositions, reprises à l'article 13 des statuts, ne sont pas conformes au Code Afep-Medef. La durée des fonctions des administrateurs de La Poste est fixée à cinq ans. À noter pour les mandats en cours que le renouvellement du conseil d'administration étant intervenu le 21 décembre 2015, la durée du mandat des administrateurs est fixée à titre dérogatoire à cinq ans et un mois en application de l'article 27 des statuts. La durée des mandats ultérieurs sera de cinq ans. Les mandats des administrateurs actuellement en fonction expireront donc le 20 janvier 2021. Conformément à la loi française, les mandats de tous les membres du conseil d'administration sont renouvelés en même temps et pour la même durée. Les élections des administrateurs représentant le personnel se sont tenues du 16 au 20 novembre 2015. Immédiatement après leur élection, les administrateurs élus par le personnel ont bénéficié d'une formation de trois jours à l'Institut de formation des administrateurs (IFA). Ils ont également bénéficié d'une formation assurée en janvier 2016 par la direction financière du Groupe pour une meilleure compréhension des spécificités de La Poste et de la stratégie du Groupe et pour la connaissance des modèles postaux dans le monde.

### Présence des administrateurs



### Taux de présence des administrateurs aux réunions du conseil d'administration

En 2016, le taux de présence des administrateurs aux réunions du conseil d'administration est de 83%, en hausse par rapport à 2015. Les variations de ce taux s'expliquent notamment par le mode de nomination des administrateurs (sur proposition de l'État ou de la Caisse des dépôts ou par décret) pouvant induire des vacances longues entre un départ et la prise de mandat d'un nouvel administrateur.

### Fonctionnement du conseil d'administration et processus d'évaluation

La charte de l'administrateur, créée en décembre 2004 et annexée depuis à chacune des nouvelles versions du règlement intérieur successivement adoptées par le conseil d'administration, récapitule les règles déontologiques auxquelles doivent se conformer tous les membres du conseil d'administration. Le règlement intérieur du conseil d'administration est disponible sur le site Internet du Groupe.

Depuis 2006, le conseil d'administration de La Poste consacre un point de son ordre du jour chaque année à l'évaluation de son fonctionnement interne, notamment au regard de son règlement intérieur et de toute amélioration susceptible d'y être apportée. Ce processus d'autoévaluation annuelle relève des responsabilités du comité des rémunérations et de la gouvernance depuis sa création en 2010.

L'évaluation du fonctionnement du conseil d'administration pendant l'année 2016 sera réalisée en 2017 par le truchement d'un cabinet externe, comme il est de coutume tous les trois ans; ce cabinet procédera à des entretiens individuels avec l'ensemble des administrateurs.

Chaque année, cette procédure d'autoévaluation annuelle implique un examen de la gouvernance des sujets économiques, environnementaux et sociaux.

### Comités spécialisés au sein du conseil d'administration

Le conseil d'administration s'est doté de quatre comités spécialisés : le comité d'audit (créé en 2001), le comité stratégique et des investissements (créé en 2004), le comité des rémunérations et de la gouvernance (créé en 2010) et le comité qualité et développement durable (créé en 2004 sous la dénomination « comité qualité client », il a pris cette appellation en 2007).

Le comité qualité et développement durable (CQDD) assiste le conseil d'administration dans l'analyse de la qualité des services fournis aux clients ainsi que dans le cadre des analyses des performances économiques, environnementales, sociales et de gouvernance de La Poste et de toutes les entreprises du Groupe.

### Le comité exécutif

Présidé par le président-directeur général, le comité exécutif est l'instance de gouvernance du Groupe La Poste. C'est en son sein que sont discutées et élaborées les stratégies de développement des branches et du Groupe.

Le comité exécutif veille à la bonne mise en œuvre des décisions prises en facilitant et en garantissant une coopération efficace entre les branches. Il assure également le suivi des objectifs et des résultats opérationnels.

Les membres du comité exécutif sont nommés par le président-directeur général. Le comité exécutif se réunit chaque lundi.

Pour de plus amples informations sur la composition du comité exécutif, ainsi que sur l'expérience et les qualifications de chacun de ses membres, voir les pages 205 et suivantes du document de référence 2016.

### La mixité au sein des instances de gouvernance

Le Groupe La Poste respecte le principe de mixité au sein de ses instances dirigeantes.

Neuf membres du conseil d'administration de La Poste sont des femmes et détiennent ainsi 43% de ses sièges. Non seulement cette proportion est supérieure au quota initial prévu de 20% d'administrateurs de sexe féminin dans les conseils d'entreprises introduit par la loi Copé-Zimmermann, et qui devait être respectée à l'issue des assemblées générales de 2014, mais elle est également supérieure au second quota de 40%, qui ne devient obligatoire qu'en 2017.

Quant au comité exécutif du Groupe, il compte actuellement dix membres, dont trois sont des femmes, ce qui correspond à 30% de ses effectifs.

**43%**

des administrateurs sont des femmes.

**30%**

des membres du Comité exécutif sont des femmes.

### Cadre juridique concernant la dissociation des fonctions de président du conseil d'administration et de directeur général et mécanismes permettant de garantir l'indépendance

Le mode d'organisation du conseil d'administration de La Poste a été fixé par le décret du 26 février 2010 portant les statuts initiaux de La Poste. Il lui impose notamment le cumul des fonctions de président et de directeur général ainsi que la nomination du président-directeur général par décret parmi les administrateurs sur proposition du conseil d'administration après avis des deux assemblées. Ces règles ne s'appliquent pas aux filiales telles que La Banque Postale et Poste Immo, où le principe de dissociation est retenu et mis en œuvre avec un conseil de surveillance et un directoire.

Plusieurs mécanismes sont en place pour garantir l'indépendance du conseil d'administration vis-à-vis du président-directeur général :

- une autorisation préalable du conseil d'administration est nécessaire pour les décisions du président-directeur général impliquant des montants supérieurs à un certain seuil (30 millions d'euros pour les acquisitions, 200 millions d'euros pour les investissements hors budget du Groupe, 700 millions d'euros pour les prêts) ;
- la stratégie du Groupe et ses comptes sont régulièrement audités par la Cour des comptes française, l'Inspection générale des finances (IGF) et par le Contrôle général économique et financier du ministère des Finances français (CGEFI) ;
- en 2014, le président-directeur général a mis en place plusieurs groupes consultatifs, composés notamment d'experts indépendants dans les domaines de la logistique et des services numériques, à l'échelle nationale et internationale, afin de prodiguer des conseils et une assistance à l'égard d'un ensemble de questions, qui sont distincts du comité stratégique et des investissements du conseil d'administration et viennent éclairer ses décisions.

## Rémunération du mandataire social et des membres du comité exécutif

G4-51 à G4-54

La Poste compte aujourd'hui un seul et unique dirigeant mandataire social, son président-directeur général, Philippe Wahl, qui détient ce mandat depuis le 26 septembre 2013. Sa rémunération est soumise à décision ministérielle, conformément au décret n° 53-707 du 9 août 1953 sur les entreprises publiques nationales et certains organismes ayant un objet d'ordre économique ou social, et ultérieurement modifié par le décret n° 2012-915 du 26 juillet 2012. Ce second décret plafonne la rémunération des dirigeants mandataires sociaux des établissements et entreprises publiques à 450 000 euros. Ce décret concerne le président de La Poste et le directeur de La Banque Postale.

Pour de plus amples informations, voir le chapitre 15 (Rémunération et avantages) du document de référence 2016.

La rémunération de tous les autres membres du comité exécutif du Groupe à l'exception du directeur général délégué de La Banque Postale, contrairement à la rémunération attribuée au président-directeur général, inclut une part variable, indexée à 50% sur les objectifs du Groupe La Poste et à 25% sur la coopération entre les membres du comité. Leur rémunération fixe n'a pas fait l'objet d'augmentation depuis 2015. En 2016, le ratio entre la rémunération annuelle brute du président-directeur général de La Poste et le salaire annuel brut moyen de ses collaborateurs était de 14,8.

## Valeurs et principes, éthique des affaires

La stratégie de développement responsable du Groupe La Poste est basée sur le respect de la diversité de ses clients et marchés, la qualité de l'emploi et la préservation de l'environnement. Six valeurs fondamentales font partie de l'histoire du Groupe et guident l'ensemble de ses actions : **l'ouverture, la considération, l'équité, l'accessibilité, la proximité, le sens du service** (voir encadré). Ces valeurs, qui sont le socle sur lequel Le Groupe La Poste a toujours développé son activité, donnent du sens et un objectif aux activités quotidiennes de tous les collaborateurs du Groupe et les inscrivent dans les territoires français et au-delà.

### Les valeurs du Groupe La Poste

**L'ouverture** : c'est savoir porter un regard neuf sur la société et être en permanence à l'écoute de son environnement et de ses parties prenantes pour prendre en compte leurs évolutions et leur proposer des solutions toujours adaptées.

**La considération** : c'est reconnaître les clients et les collaborateurs avec l'attention et le respect qu'ils attendent.

**L'équité** : c'est savoir s'adapter et s'engager à répondre avec une égale attention et une égale efficacité à la diversité des situations et des demandes.

**L'accessibilité** : c'est d'abord être disponible là où les clients ont besoin du Groupe et quand ils en ont besoin. C'est adapter les modes de distribution aux nouvelles habitudes de consommation via le multicanal : bureaux de poste, relais poste, automates, téléphone, Internet, etc. Être accessible, c'est aussi être transparent et facilement compris en proposant des offres simples à utiliser et à un coût abordable. Enfin, c'est faciliter l'accès aux services de La Poste aux personnes handicapées ou en situation de précarité.

**La proximité** : c'est savoir écouter, considérer, dialoguer, respecter et être disponible pour tous les clients.

**Le sens du service** : c'est un état d'esprit : se mettre au service du client. C'est également un mode d'organisation : mettre le client au cœur des procédures, des offres, des lieux de vente. Enfin, c'est un mode de relation fondé sur l'écoute et le professionnalisme qui dépasse la seule relation avec le client pour s'étendre aux relations entre collègues, entre niveaux hiérarchiques, entre métiers et fonctions et avec toutes les parties prenantes (élus, fournisseurs...).

## Les normes et lignes directrices internes et externes

G4-15, G4-56

### Une démarche adossée aux référentiels internationaux

La démarche adoptée par le Groupe en matière d'éthique et de RSE s'adosse à des référentiels internationaux, notamment le Pacte mondial des Nations unies (La Poste en est signataire depuis 2003), le nouveau programme de développement durable des Nations unies, l'Accord de Paris sur le climat, la Déclaration universelle des droits de l'homme, les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales ainsi que les conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT). En France, La Poste est signataire de la charte de la diversité, de la charte de la parentalité, de la charte de l'apprentissage et de la charte de l'UDA (union des annonceurs).

Un certain nombre de documents tels que des référentiels, chartes, politiques et procédures ont été établis par le Groupe, ses branches et ses filiales pour définir les principes et les normes de comportements que leurs collaborateurs doivent adopter dans l'exercice quotidien de leurs activités et qui s'étendent pour la plupart à sa chaîne de valeur :

#### Au niveau du Groupe :

- le référentiel RSE, adaptation de l'ISO 26000;
- le référentiel de déontologie;
- la charte des achats responsables;
- le code déontologique de la direction financière du Groupe;
- la charte de la représentation d'intérêts (voir page 23);
- le guide éthique élus-collaborateurs (voir page 49);
- la politique cadeaux et invitations ;
- la charte d'achats responsables (voir page 105);
- le code de communication responsable (voir page 58);
- la charte Data (voir page 67);
- la prestation de serment pour tous les postiers du Groupe;
- Charte de Financement responsable de La Banque Postale.

En 2016, la prestation de serment a été étendue au numérique (voir page 67).

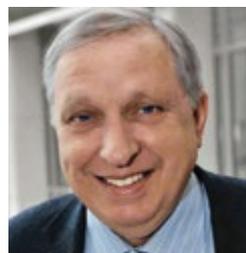
#### Au niveau de La Poste et des entités du Groupe La Poste :

- les chartes d'engagement de La Poste;
- le référentiel de marketing responsable;
- le référentiel concurrence équitable de La Poste;
- le recueil de la déontologie de La Banque Postale;
- la charte éthique de Poste Immo;
- la charte des bâtiments tertiaires de Poste Immo.



Les actions de sensibilisation, donc d'information et de formation à l'éthique et à la déontologie, développées à l'attention de tous les collaborateurs du Groupe visent à ce que ceux-ci fassent toujours plus, et mieux, le lien entre leurs bons comportements éthiques au travail et dans leurs relations aussi bien avec l'interne qu'avec l'externe et les résultats économiques de l'entreprise. Selon notre baromètre du climat éthique, 84 % des postiers font déjà ce lien, donc approuvent le cercle vertueux suivant :

*« mon comportement éthique renforce la confiance de nos parties prenantes, surcroît de confiance qui crée de la valeur, ce qui, au final, concourt au renforcement de l'efficacité économique et financière de mon entreprise ».*



Patrick Widloecher,  
le déontologue  
du Groupe La Poste



## Le cadre éthique pour les actions des collaborateurs du Groupe

G4-56, G4-58

### Le dispositif éthique et déontologie

En 2011, Le Groupe La Poste a approuvé la mise en œuvre d'un dispositif éthique et déontologie qui comprend aujourd'hui :

- **un référentiel de déontologie**, annexé au règlement intérieur de La Poste, qui précise l'ensemble des règles de conduite individuelles et collectives à suivre. Le référentiel est disponible sur l'intranet de La Poste (en français et en anglais), sur l'application Éthique et déontologie sur smartphone et sur le site institutionnel du Groupe La Poste pour les parties prenantes externes ;
- **un réseau de déontologues** : le déontologue du Groupe, qui s'appuie sur six déontologues des branches et filiales ;
- **un comité d'éthique** présidé par le secrétaire général du Groupe et composé des déontologues du Groupe, ainsi que des directeurs des directions fonctionnelles ;
- **un code de conduite anticorruption** défini en 2016 et un réseau de neuf référents anticorruption (voir page 51) ;
- **un système d'alerte** pour répondre aux questions des collaborateurs, leur permettre de remonter les manquements en matière d'éthique ou les cas de corruption ou, dans certains cas, demander une médiation.

2016 a vu le renforcement de ce dispositif éthique et déontologie avec la mise en place d'un « guide éthique élus-collaborateurs ». Destiné aux postiers qui assument par ailleurs un mandat électoral, pour les sensibiliser et les former aux éventuels conflits d'intérêts, ce guide sera déployé en 2017. En 2016, deux sessions d'information ont été animées par Transparency International France sur ce sujet.

### Rapport annuel sur les résultats du dispositif éthique et déontologie

Chaque année, un rapport annuel sur les résultats du dispositif éthique et déontologie est présenté au CQDD. Ainsi alerté, le conseil d'administration est en mesure d'impulser les actions nécessaires pour faire progresser le Groupe sur les sujets d'éthique et de déontologie. Il est également diffusé au comité exécutif et aux membres du comité du management du Groupe. Puis ses grandes lignes et ses conclusions sont partagées avec tous les collaborateurs sur l'intranet dédié à l'éthique et à la déontologie.

En 2016, Le Groupe La Poste a demandé, pour la première fois, une revue critique de son rapport annuel sur les résultats du dispositif éthique et déontologie par une personnalité extérieure : Dominique Lamoureux, directeur éthique et responsabilité d'entreprise du Groupe Thales et vice-président du Cercle éthique des affaires (CEA). Cette revue critique est publiée à la fin du rapport. Elle souligne : « *la décision de la direction générale de mettre l'accent sur la prévention et la corruption* » et « *la qualité et l'intelligence des initiatives développées par La Poste* », notamment la Journée de l'éthique de La Poste et le baromètre du climat éthique à La Poste « *qui placent La Poste parmi les entreprises les plus innovantes en matière de responsabilité d'entreprise* ».

### Baromètre du climat éthique

Le baromètre du climat éthique<sup>(1)</sup> à La Poste a été réalisé par BVA pour la cinquième fois en 2016. Ses résultats confirment la bonne diffusion de la culture éthique et déontologie dans le Groupe : **87% des postiers se sentent concernés par l'éthique et la déontologie. Ce score est en légère baisse mais reste équivalent au score pour les salariés des grandes entreprises (88%). De plus, avec 90% de réponses positives (dont 46% très positives), les postiers réaffirment l'importance de l'existence d'un déontologue, et ce, de manière plus prononcée que dans les autres grandes entreprises. Ils adhèrent donc au dispositif du Groupe.** Par ailleurs, ils ont bien compris l'utilité de l'éthique pour le Groupe. En effet, les collaborateurs de La Poste font davantage le lien entre l'éthique et la déontologie et le bénéfice économique pour l'entreprise que les salariés des grandes entreprises : **92% pensent que cela contribue à l'amélioration des résultats économiques (contre 82% pour les salariés des grandes entreprises). 91% des collaborateurs du Groupe pensent aussi que cela permet de donner une bonne image de La Poste. 56% des collaborateurs de La Poste se disent informés des actions menées en matière d'éthique et de déontologie. Ce dernier point est un axe de progrès évident pour que le climat éthique accélère sa progression.**

(1) Le questionnaire a été co-construit avec l'institut de sondage BVA et les membres du Cercle éthique des affaires pour une exploitation en interne et auprès d'un panel de grandes entreprises afin de permettre les comparaisons.

## **Poursuite de la diffusion de la culture éthique**

### **La sensibilisation à l'éthique et à la déontologie dans les différentes entités du Groupe**

En 2016, le déontologue du Groupe est intervenu auprès de différentes équipes au sein du Groupe afin de partager le dispositif éthique mis en place et d'échanger sur des thématiques professionnelles pouvant susciter des questionnements sur le terrain (lobbying, anticorruption, conflit d'intérêts, etc.). Ont été concernés cette année : les délégués régionaux du Groupe, les commerciaux de la branche Services-Courrier-Colis sur le thème « déontologie et achats publics », l'ensemble des collaborateurs de la filiale Véhiposte et, comme chaque année, les nouveaux cadres et les cadres promus « cadres supérieurs ».

### **Lancement d'une application smartphone Éthique et déontologie**

Lancée le 2 novembre 2015, et première du genre à La Poste en matière de communication interne, l'application Éthique et déontologie permet à chaque collaborateur de se référer aux fondamentaux et aux référentiels de l'éthique où qu'il soit et quand il le souhaite depuis son smartphone. En 2016, les contenus de l'application ont été enrichis de nouvelles thématiques : la concurrence loyale, la politique cadeaux et invitations, éthique et management, etc. Disponible sur la plate-forme d'applications pour smartphones de La Poste, elle a été téléchargée 2000 fois au cours de sa première année d'existence.

### **La Journée de l'éthique au siège du Groupe**

Pour la deuxième année, La Poste a organisé, le 24 novembre 2016, sa Journée de l'Éthique autour de tables rondes abordant les sujets tels que : la protection des lanceurs d'alerte, la protection des données et médias sociaux, l'usage des valeurs en entreprise, la prévention de la corruption, la concurrence loyale, le climat éthique comme leviers de performance, l'éthique dans la notation extra-financière. Le président du comité d'éthique et secrétaire général du Groupe, Philippe Bajou, a répondu aux questions d'une dizaine de collaborateurs.

Pour maximiser leur audience, les tables rondes ont été diffusées en direct en audio ou en vidéo sur le site intranet du Groupe et l'application smartphone, puis rendues disponibles en « podcast » par la suite. Environ 1 850 auditeurs-spectateurs ont assisté à ces tables rondes en direct ou à distance.

## **Des rendez-vous récurrents avec les collaborateurs**

Les autres outils de communication développés par le pôle déontologie continuent d'accompagner les collaborateurs :

- un intranet dédié, mis à jour au moins chaque semaine, donne accès à tous les outils développés par le Groupe ;
- *News Éthique*, une lettre mensuelle d'information sur l'éthique et la déontologie en France, à l'étranger et aussi à La Poste ;
- les deux lettres trimestrielles thématiques *Pratique éthique* et *Le Petit Illustré* sont très complémentaires : *Pratique Éthique* replace une thématique dans son contexte en apportant un regard d'experts et des repères pour les managers et *Le Petit Illustré* approfondit les mêmes thématiques, au travers de situations professionnelles concrètes et illustrées ;
- le *Petit Précis d'éthique illustré*, un petit opuscule traitant des principaux thèmes de l'éthique des affaires à La Poste.

À travers ces outils de communication et de sensibilisation, toutes les thématiques du référentiel de déontologie sont régulièrement réactivées et partagées avec les collaborateurs.

## **Respect des règles de la concurrence**

Le programme de conformité concurrence est mis en place. Pour cela :

- un référentiel concurrence et une charte de la concurrence du Groupe ont été élaborés par la direction juridique et de la conformité du Groupe en vue d'informer les différents acteurs du Groupe confrontés aux risques de concurrence ;
- un support de communication et de sensibilisation a été déployé, un guide pratique consacré à la concurrence a été publié par le déontologue, un guide des comportements à adopter au sein des organisations professionnelles a été mis à la disposition des personnes intéressées et la communication relative au dispositif d'alerte du déontologue a été renforcée ;
- les personnes dont les fonctions les amènent à intervenir dans les organisations professionnelles ont été référencées et une formation adaptée sera mise en place en 2018 ;
- le Groupe a réaffirmé l'obligation pour son siège et ses branches (sauf La Banque Postale) de mettre en place un programme de conformité concurrence renforcé ;

- l'existence d'un programme de conformité concurrence est incluse dans le dispositif de contrôle interne à chaque niveau ;
- les responsables conformité concurrence sont nommés au niveau Groupe et dans chaque branche. Leur rôle est d'être les relais et les garants du déploiement du programme de conformité concurrence dans leur branche (organisation et coordination de sessions de formation, actualisation de la documentation afférente au programme de conformité, traitement des alertes concurrence, coordination des réponses à apporter aux questions des collaborateurs relatives au droit de la concurrence, contribution annuelle au questionnaire d'auto évaluation en vue d'établir le rapport conformité concurrence du Groupe).

## Prévention de la corruption

### G4-S04, G4-S05

Après l'adoption en 2015 de sa politique « cadeaux et invitations » et de la charte de représentation d'intérêts qui encadre les actions de lobbying, Le Groupe La Poste a mis en place en 2016 son plan de **prévention de la corruption**. Ce plan a été conçu dans l'objectif de protéger l'entreprise et ses collaborateurs pour préserver les activités de La Poste. En renforçant la notion d'intégrité dans l'exercice de toutes ses activités, le Groupe consolide ainsi sa position de partenaire de confiance pour toutes ses parties prenantes. La construction de ce plan de prévention de la corruption, animée par le pôle déontologie en étroite collaboration avec la direction juridique et de la conformité du Groupe et dans un esprit collaboratif avec les parties prenantes internes et les instances concernées, a fait intervenir les étapes suivantes : Le président-directeur général du Groupe a adressé une **lettre d'engagement** aux directeurs de branches et de filiales. En réponse à cette lettre, les directeurs de branches et de filiales ont à leur tour formalisé leur engagement et nommé des **référénts anticorruption**. Le **réseau anticorruption** compte neuf référents : un au niveau du Groupe, un pour chacune des cinq branches et un pour chaque grande filiale (Poste Immo, Véhiposte et La Poste Mobile).

En février 2016, une **feuille de route anticorruption** a été validée par le comité exécutif.

En mai, **une formation à la réalisation d'une cartographie des risques de corruption** a réuni près de 80 personnes issues des différentes entités du Groupe, pendant une journée. Elle a permis à toutes les personnes concernées de partager la méthodologie et la terminologie et d'initier la co-construction de la cartographie du Groupe. Sur la base d'une matrice commune, les entités ont établi leurs **cartographies des risques de corruption, identifié les actions et les populations cibles prioritaires**.

**Le code de conduite anticorruption du Groupe La Poste** a été construit avec le réseau des référents anticorruption. Il pose trois grands principes anticorruption pour Le Groupe La Poste :

- tolérance zéro ;
- tous engagés ;
- tous vigilants.

Ce code a été intégré dans un **« kit anticorruption »** comportant également le référentiel déontologie, la politique « cadeaux et invitations » et la charte de représentation d'intérêts. Ce kit a été diffusé au premier trimestre 2017 à l'ensemble des populations prioritaires, soit environ 6 000 personnes dans le Groupe au sein des métiers suivants : achats, systèmes d'information, comité du management, audit et contrôle interne, juridique, commerce, marketing, représentation d'intérêt. Il sera également accessible sur l'intranet et l'application pour smartphone.

Un premier **comité anticorruption du Groupe** s'est tenu en octobre 2016. Il a opté pour la mise en place de six groupes de travail sur les thèmes suivants : achats, due diligence, partenariats et mécénats, élus-collaborateurs (voir ci-dessus), cadeaux et invitations, communication, formation et ressources humaines.

La prévention de la corruption était à l'ordre du jour du conseil d'administration du 15 juin 2016.

Enfin, il a été décidé que les collaborateurs du Groupe pourront utiliser le système d'alerte déontologie pour remonter des problématiques liées à la corruption.

### Les rôles des référents anticorruption

**Diffuser le code de conduite anticorruption du Groupe.**  
**Coordonner l'organisation des sessions de formation.**  
**Assurer l'interface avec la déontologie et la direction juridique et de la conformité du Groupe pour la branche ou la filiale.**  
**Traiter les alertes de la branche ou de la filiale et transmettre les informations au référent anticorruption du Groupe et au directeur juridique et conformité du Groupe si l'alerte apparaît sérieuse.**  
**Coordonner les réponses à apporter aux questions des collaborateurs relatives au programme de prévention de la corruption.**  
**Veiller au renseignement du questionnaire d'autoévaluation en matière de prévention de la corruption déployé par la direction des risques du Groupe, en vue d'établir un bilan annuel Groupe du programme de prévention.**  
**Solliciter la direction des risques et de l'audit de la branche ou de la filiale, afin qu'elle réalise les contrôles et audits nécessaires à l'évaluation régulière des risques et à la mise en place des mesures de prévention adaptées.**  
**Rendre compte de sa mission au comité de direction de la branche ou de la filiale.**  
**Saisir directement le référent anticorruption du Groupe en cas de difficulté dans l'exercice de sa mission.**

### Respect des droits de l'homme

La Poste et ses filiales françaises sont régies par le droit du travail français, qui applique la protection des droits de l'homme, conformément aux conventions fondamentales de l'OIT. Le bureau d'inspection du travail est tenu de vérifier la conformité en France. Le Groupe La Poste cherche à améliorer ses compétences en matière de respect et promotion des droits de l'homme. Pour cela elle participe à des échanges de pratiques et à l'élaboration d'outils pour les entreprises.

La Poste a poursuivi l'animation du groupe de travail sur les droits de l'homme, que lui a confiée en 2014 le Collège des directeurs du développement durable (C3D), qui réunit près de 100 directeurs du développement durable d'entreprises publiques et privées et de nombreux experts du domaine. Le groupe de travail a poursuivi sa présentation des actions engagées en faveur des droits humains par l'ONU, le Pacte mondial, l'Union européenne, les gouvernements européens et français, et le partage de bonnes pratiques présentées par des entreprises, des associations, ou des experts. *Human Rights Watch* a notamment présenté sa démarche mondiale en faveur de la défense des droits humains

et ses attentes vis-à-vis des entreprises sur le sujet. La veille réglementaire s'est poursuivie en 2016, particulièrement autour de la transposition de la directive européenne sur le reporting extra-financier et de la proposition de loi sur le « devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre », visant à ce que des plans de vigilance permettent aux entreprises de s'assurer du respect des droits humains et environnementaux dans leur chaîne d'approvisionnement. Le groupe de travail a transmis le résultat de ses échanges sur ce sujet aux organismes concernés.

Le groupe de travail a également mis en place un sous-groupe chargé de la rédaction du guide pour le C3D visant à faciliter l'appropriation de ces sujets par les entreprises qui ne s'y sont pas encore engagées, en s'appuyant sur un répertoire des meilleurs outils et pratiques. Ces documents seront finalisés en 2017. Enfin, Le Groupe La Poste s'est associé au groupe de travail sur les droits humains mis en place par le Pacte mondial France en 2016 afin de partager les bonnes pratiques en la matière avec les 2000 entreprises adhérentes.

La prochaine étape sera l'élaboration du plan de vigilance pour Le Groupe La Poste.

### Des pratiques commerciales responsables et transparentes

La Banque Postale développe une méthode de conseil adaptée et responsable constituée notamment du recueil de déontologie de La Banque Postale qui rappelle l'importance des pratiques de vente responsable et d'un guide sémantique qui impose aux commerciaux des éléments de discours clairs, simples et transparents. La Banque Postale a mis en place une démarche fondée sur l'examen complet de la situation financière de ses clients afin de leur apporter des conseils adaptés à leurs besoins présents et à venir. Cette démarche, qui repose sur la méthode des « 7 Gagnants » est reconnue par les agences de notation extra-financière. Cette méthode inscrit la relation client dans la durée par une connaissance client exhaustive mise à jour régulièrement, une posture d'écoute et la capacité à adapter l'entretien par la prise en compte des besoins détectés. Elle a été revue en 2017 pour s'adapter à tous les types d'entretiens, tous les canaux de contact (physique ou à distance) et tous types/profils de clients et pour intégrer les nouveaux outils de vente. La qualité de conseil et le développement d'une relation durable sont également fondés sur le système de management commercial axé sur l'accompagnement des conseillers et sur un système de rémunération variable basé sur l'atteinte d'objectifs individuels et collectifs.

En 2016, La Banque Postale a fait évoluer le système de rémunération variable de ses conseillers en adoptant un mode d'attribution basé, à parts égales, sur la performance collective de l'équipe et sur la qualité de la contribution de chaque collaborateur aux résultats de l'équipe. Les objectifs collectifs visent à valoriser l'atteinte de résultats qui sont le fruit des synergies et des efforts collectifs des conseillers et les objectifs qualitatifs individuels sont axés autour des priorités stratégiques partagées : l'amélioration de la relation client, le développement commercial et la maîtrise des risques et de la conformité. Des dispositions sont également prises pour protéger la clientèle face au risque de surendettement (voir page 70).

## Principe de précaution

### G4-14

Au sein du Groupe La Poste, la seule entité pour laquelle le principe de précaution est un enjeu est La Banque Postale. Comme le stipule sa politique sectorielle défense, La Banque Postale est attentive à ce que l'ensemble des portefeuilles gérés par les acteurs de la gestion d'actifs et de patrimoine excluent les entreprises impliquées dans les armes controversées et non conventionnelles, quels que soient les instruments financiers émis. À cet effet, La Banque Postale a souscrit en 2012 à une base de données d'un tiers expert indépendant afin de renforcer sa méthodologie et de partager une liste d'exclusion commune à tous les membres du pôle gestion d'actifs et de patrimoine, de la direction des opérations financières, de la direction des risques et de la direction entreprise. En parallèle, la vigilance a été accrue sur un certain nombre de valeurs à forts risques extra-financiers, enfreignant les conventions internationales et les principes du Pacte mondial, fréquemment sujets à controverse. Par ailleurs, les fonds de matières premières agricoles sont exclus du périmètre des instruments financiers autorisés. En janvier 2016, le comité exécutif de La Banque Postale a validé le lancement d'une charte de financement responsable qui encadre l'activité d'octroi de crédit aux personnes morales. La charte stipule qu'un certain nombre de secteurs, jugés trop risqués d'un point de vue extra-financier (jeux de hasard et d'argent, pornographie, tabac, établissement de nuit, industrie du charbon), ainsi que les organisations et entreprises qui ont violé la législation, les codes de conduite ou les conventions de manière sérieuse et répétée (violation de la législation sur l'environnement, violation des codes et conventions internationaux, violation des droits fondamentaux relatifs au travail) se verront refuser leurs demandes de crédits.

Par ailleurs, La Banque Postale s'emploie à prévenir les risques financiers, juridiques et de réputation liés aux investissements au sein de juridictions reconnues comme faiblement réglementées, non transparentes ou non coopératives en matière de fraude fiscale, blanchiment de capitaux et financement du terrorisme. À ce titre, elle a dressé une liste de pays à risque dans lesquels elle s'interdit de mener ou de participer à une nouvelle opération d'investissement. Par ailleurs, en tant qu'acteur essentiel de l'économie française, La Banque Postale lutte contre l'évasion fiscale en respectant scrupuleusement les règles et les dispositifs de prévention en vigueur. Banque de détail française, elle intervient quasi exclusivement sur le territoire national et n'a pas d'activités dans les pays listés par le *Tax Justice Network*. Tout au plus La Banque Postale a poursuivi de manière très limitée des activités sur des territoires en Europe où La Poste exerçait déjà des activités au moment de la création de La Banque Postale. Les résultats de ces dernières sont intégralement imposables, aux taux de droit commun. La gestion fiscale de l'ensemble des établissements et sociétés du Groupe est réalisée ou contrôlée directement par la direction fiscale de La Banque Postale à Paris. Les principes de cette gestion sont le strict respect de la réglementation en vigueur et la transparence vis-à-vis des autorités. Enfin, la surveillance des activités des clients, quant à la conformité fiscale, est effectuée dans le cadre de la lutte contre le blanchiment des capitaux, le financement du terrorisme et la fraude. Un dispositif de contrôle des opérations internationales entre la France et les pays à risque a été mis en place. Ces vigilances génèrent des alertes qui sont ensuite traitées dans un outil dédié. Plus de 100 personnes sont employées à cette activité au sein de la direction de la sécurité des opérations financières. En 2015, suite aux attentats survenus à Paris, cette direction a développé de nouveaux alerteurs basés sur des signaux faibles, en deçà des seuils utilisés en matière de lutte contre le blanchiment et plus axés sur les comportements, qui jusqu'à présent ont été pertinents.

## L'organisation du Groupe La Poste pour l'animation de la politique RSE

La démarche du Groupe La Poste en matière de RSE est centrée sur les priorités définies par son comité exécutif en octobre 2012, répondant aux exigences de la norme ISO 26000 et des lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI 4), dans un esprit d'amélioration continue.

### Structures de gouvernance de la RSE, responsables et représentants

Pour ancrer la RSE à tous les niveaux de décision, Le Groupe La Poste s'est doté d'un ensemble d'instances polyvalentes, interconnectées. Suite au déploiement de la nouvelle stratégie et des évolutions des organisations des branches qui ont suivi, ainsi qu'à l'adaptation des 21 délégations régionales aux 13 nouvelles régions administratives, le Groupe a lancé en tout début d'année 2016 un projet d'adaptation des fonctions support : « servir le développement ». Ce projet permet à la fonction RSE de professionnaliser son organisation et de renforcer l'intégration de la responsabilité sociétale dans les fonctions support.

Dans ce cadre, un cycle de réflexion sur les problématiques nouvelles du développement durable s'est tenu, ainsi qu'un groupe de travail sur l'optimisation de l'organisation et du fonctionnement de la quarantaine de professionnels de la RSE du Groupe. Un séminaire de deux jours en septembre 2016 a réuni l'ensemble de ces professionnels. Les propositions recueillies se mettent peu à peu en œuvre.

Il a été décidé la création en 2017 d'un comité RSE présidé par le secrétaire général du Groupe, membre du comité exécutif rassemblant les branches, Poste Immo et les principales directions fonctionnelles. Son rôle sera de proposer la stratégie RSE du Groupe au comité exécutif, examiner les engagements pris par chaque branche et direction du Groupe et assurer leur cohérence, examiner l'évaluation de la performance du Groupe et prendre les mesures d'amélioration nécessaires, garantir l'adéquation des compétences RSE dans le Groupe (filière, réseau de correspondants, managers, experts, postiers) avec les engagements du Groupe, valider les grands messages de communication RSE et les plans de communication.

Les structures de travail, comité RSE branche et comité RSE tête de Groupe, ont consacré l'essentiel de leurs travaux aux évolutions souhaitées.

### Intégration des risques RSE dans la cartographie des risques du Groupe

Le Groupe La Poste a intégré en 2014 un risque RSE dans sa cartographie des risques du Groupe : risque de défaut d'adaptation du Groupe aux enjeux environnementaux et sociétaux.

Cette précaution est liée :

- aux évolutions rapides des attentes des parties prenantes et du contexte sociétal et environnemental, en France comme à l'international. Ces évolutions nécessitent des adaptations dans l'exercice des activités traditionnelles du Groupe et de saisir les opportunités créées par le « *green and social business* » ;
- à l'importance croissante de la bonne réputation sociétale de l'entreprise pour les clients, les ONG et les investisseurs, confirmée par les différents baromètres ;
- à un cadre juridique plus contraignant et une judiciarisation croissante en volume et en expertise, au niveau international, national et local ;
- l'amplification des risques de réputation par la propagation rapide des informations sur les réseaux sociaux.

Au sein du Groupe, la mise en place et l'actualisation du plan de maîtrise du risque RSE est assurée par la direction de la RSE. La direction des risques évalue sa robustesse notamment en s'assurant de sa connexion directe avec la stratégie du Groupe.

La matrice annuelle d'autoévaluation du contrôle interne inclut des questions relatives à la RSE. Des audits internes spécifiques à la RSE ou comportant un volet RSE ont lieu chaque année tant au niveau du Groupe que des branches.

### Le comité qualité et développement durable du conseil d'administration

Au plus haut niveau, le comité qualité et développement durable (CQDD) du conseil d'administration examine les orientations stratégiques et suit les réalisations. Il prépare les discussions du conseil d'administration et adresse toute recommandation utile sur toute question ayant trait à la qualité des relations que La Poste et l'ensemble des filiales du Groupe entretiennent avec leurs clients, ainsi que sur les sujets portant sur le développement durable.

Le comité se concentre en particulier sur les domaines suivants :

- l'étude de la satisfaction des clients du Groupe La Poste ;
- l'analyse de la qualité des services fournis aux clients du Groupe La Poste ;
- l'examen des bonnes pratiques en matière de services fournis aux clients du Groupe La Poste ;
- l'examen des bonnes pratiques en matière de responsabilité sociétale du Groupe La Poste.

Le comité peut se voir confier par le conseil d'administration toute autre mission dans le domaine de la qualité et du développement durable et, depuis 2013, du bien-être au travail au sein de La Poste et des meilleures pratiques en la matière. Le comité peut également de son côté suggérer au conseil de le saisir pour tout point particulier lui apparaissant nécessaire ou pertinent.

Le secrétaire général du Groupe est le référent RSE pour le comité exécutif. Il communique chaque année au comité exécutif un rapport d'avancement sur le déploiement de la politique RSE dans le Groupe. La mise en place de nouveaux membres suite au renouvellement du conseil d'administration est l'occasion de réexaminer le contenu du travail de ce comité. En 2016, le CQDD a décidé de mettre la relation client et la satisfaction du client au cœur de ses travaux (voir page 74). Ces travaux se poursuivront en 2017.

### Le pôle déontologie

Les missions du pôle déontologie sont décrites aux pages 49 et 50 dans le paragraphe « Le cadre éthique pour les actions des collaborateurs du Groupe ».

### La direction RSE du Groupe

#### Mission de la direction RSE

Le Groupe La Poste a créé une direction RSE (DRSE) en 2011, qui succédait à sa direction développement durable établie en 2003, en lui donnant pour objectif d'intégrer les enjeux économiques, sociaux, sociétaux et environnementaux dans la stratégie, les politiques et les plans d'action et dans les comportements des personnels du Groupe.

Les missions de la DRSE sont les suivantes :

- **définir la politique de responsabilité sociale et environnementale (RSE)** du Groupe et en assurer le pilotage, en concertation avec les directions du siège et les directions de branches d'activité. À ce titre, la DRSE rend compte au comité exécutif et au CQDD ;
- **effectuer une veille sur les sujets du développement durable et de la RSE** et, le cas échéant, exercer les activités de lobbying permettant de faire valoir l'expertise et les positions du Groupe. La DRSE contribue à la diffusion au sein du Groupe des obligations légales et réglementaires en vigueur dans le domaine et sensibilise les dirigeants de l'entreprise à leur respect ;
- **animer les relations** avec les institutions compétentes dans les limites des missions qui sont les siennes et notamment les partenariats établis par le Groupe dans le domaine de la RSE ;
- **promouvoir la culture RSE** et développer l'image RSE du Groupe ;

- **apporter conseil et expertise** aux directions de branches d'activité et directions du Groupe sur l'offre responsable, les appels d'offres des clients sur le volet RSE, l'environnement et l'accessibilité des clientèles vulnérables aux produits et services du Groupe.

Au 1<sup>er</sup> janvier 2017 a été créée une direction de l'engagement sociétal regroupant la DRSE, la direction de la qualité Groupe et la Mission économie sociale et solidaire. Cette création a pour finalité de renforcer la raison d'être sociétale du Groupe.



En 2016, la DRSE a renforcé sa contribution à la recherche de nouveaux services favorisant l'inclusion sociale et la transition écologique. Elle a rejoint l'Institut pour la mobilité inclusive. Une convention nationale réunissant toute la filière RSE a été organisée à Marseille et a permis aux participants de partager leurs réflexions pour améliorer le fonctionnement collectif et le partage des travaux et des compétences de la communauté. La nouvelle vague du baromètre RSE montrant que les postiers expriment de l'enthousiasme à l'égard de la RSE (74 % des collaborateurs ont envie de s'impliquer dans les actions RSE du Groupe et 50 % le font déjà), nous réfléchissons à des nouveaux moyens pour satisfaire ces attentes.



**Christine Bargain,**  
directrice RSE  
du Groupe La Poste



### **Veille réglementaire et collaboration avec la direction juridique et de la conformité du Groupe**

Tous les deux ans, la direction juridique et de la conformité du Groupe construit avec la DRSE un référentiel juridique. Désormais structuré autour des enjeux identifiés dans la matrice de matérialité du Groupe, il recense les réglementations applicables, sujet par sujet. Ce référentiel est par la suite transmis aux correspondants RSE de toutes les branches et filiales, à l'audit interne, à la filière juridique et aux dirigeants du Groupe.

### **Les délégations RSE dans les branches et les filiales**

Chacune des branches du Groupe et un certain nombre de ses filiales ont mis en place leurs propres directions RSE. Elles définissent leurs approches à l'égard des enjeux économiques, environnementaux et sociaux, suivent les plans d'action opérationnels et veillent à ce que le développement durable fasse partie intégrante de leurs processus et de leur gestion. Au niveau local, des représentants RSE sont désignés par chaque division et par les filiales, lorsque cela est justifié par leur taille et leur structure organisationnelle. Ces représentants sont soutenus par les délégations régionales du Groupe (DRG) qui assurent la liaison entre les établissements locaux des branches et des filiales et les parties prenantes locales. Ils sont régulièrement animés par leur branche. La DRSE du Groupe apporte des informations sur les priorités stratégiques et les démarches de communication, les événements nationaux, les initiatives des branches et des DRG. Elle fournit les expertises et les outils de communication utiles et travaille sur l'articulation avec les différents acteurs de la RSE en interne et en externe.

### **Le déploiement de systèmes de management**

Le Groupe La Poste a érigé sa politique de responsabilité sociale et environnementale en catalyseur de son plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », et a choisi de renforcer cette démarche par le déploiement de systèmes de management dont les normes ISO 14001 et AFAQ 26000.

**ISO 14001** : 33 sites du Groupe, l'imprimerie des timbres et des valeurs fiduciaires (ITVF), le siège de ColiPoste, ses 5 structures régionales et ses 15 plates-formes colis, 8 sites de Docapost et 3 sites de Sefas sont certifiés ISO 14001. Le système de management de l'environnement (SME) mis en place contribue à la maîtrise opérationnelle des consommations d'énergie, d'eau, à la diminution des déchets et à la prévention des risques de pollution. En septembre 2016, la branche Services-Courrier-Colis du Groupe La Poste a renouvelé la certification ISO 14001/2004 de ses plates-formes colis.

**EFQM/ISO 26000 (Afnor/EFQM)** : Au total, depuis le début de la démarche, 35 entités (siège, DSCC, DOCN et filiales) ont été évaluées, soit environ 100 000 collaborateurs concernés par le système de management responsable. En 2016, des évaluations de suivi et/ou de renouvellement ont été réalisées avec l'Afnor au sein de 5 entités de la branche.

### **Les initiatives d'animation et de formation des collaborateurs sur le développement durable**

#### **G4-35 à G4-37**

Le Groupe La Poste a mis en place des sensibilisations spécifiques à sa stratégie RSE pour une majorité de ses collaborateurs. Chaque branche organise également des campagnes de sensibilisation axées sur ses propres enjeux et réalisations.

En 2016, une refonte globale des formations des managers a été réalisée au sein de l'Institut du management du Groupe La Poste et la conception d'un espace numérique visant à la mobilisation des postiers sur la RSE est prévue avec un lancement au second semestre 2017.

De nombreux événements ont été l'occasion de sensibiliser et d'impliquer les collaborateurs du Groupe sur des sujets divers tels que : l'installation au village La Poste à Paris et Issy-les-Moulineaux en France (information sur les modalités de tri des déchets, le plan de déplacement entreprise, la mise à disposition

de véhicules électriques, etc.) ou le lancement des solutions postales de covoiturage et d'autopartage. Et comme chaque année, des actions de mobilisation ont eu lieu lors des cinq semaines nationales autour des thématiques suivantes : développement durable, mobilité, investissement socialement responsable, emploi des personnes handicapées et réduction des déchets.

L'animation des correspondants RSE de chaque branche est prise en charge par la direction RSE ou DD de chaque branche. Ainsi, en 2016, s'est tenu le premier comité de pilotage RSE de la branche Numérique réunissant les principaux contributeurs à la démarche RSE : le secrétariat général, la direction des ressources humaines, la direction de la communication et la direction RSE. Un point mensuel est réalisé avec le correspondant RSE de Docapost pour une mutualisation des actions. En 2016, le Réseau a formalisé les feuilles de route des correspondants RSE dans les délégations régionales et pour le réseau des correspondants dans les directions d'appui et de soutien territorial (Dast). Exemples d'actions de formation mises en œuvre dans les branches en 2016 :

- **branche Services-Courrier-Colis** : poursuite du déploiement de la formation « **Le management carbone, un levier de performance** » ciblée sur les directeurs d'établissements, poursuite du déploiement du module de formation en e-learning « **Tous acteurs et ambassadeurs de notre RSE** » pour atteindre 33 000 personnes formées à fin 2016, lancement du nouveau cycle de formation « **Green Days** » destiné aux commerciaux et qui vise à faire de la RSE un atout différenciant dans la relation client, création des « **séminaires LAB** », séminaires de brainstorming pour créer des ruptures sur des sujets croisant la thématique du carbone avec le bâtiment, la distribution, les déchets, etc. ;
- **La Banque Postale** : mise à jour de ses deux modules de formation RSE sur « **les fondamentaux du développement durable et de la RSE** » et « **comment être acteur et déployer la politique RSE de La Banque Postale** ». Ces deux modules sont inscrits au catalogue de formation de l'École de la banque et du réseau et sont ouverts aux 70 000 collaborateurs de la banque, des services financiers et du Réseau La Poste intéressés par la RSE et par sa déclinaison opérationnelle ;

- **branche Numérique** : participation active à la formation des salariés pour la transformation digitale avec le programme Yellow Innovation qui accompagne l'ensemble des branches sur des projets d'innovation numérique. Illustration marquante en 2016, le Lab Postal. Pour en savoir plus voir : <http://legroupe.laposte.fr/actualite/lab-postal-2016-au-coeur-de-la-machine-a-innover-de-la-poste> ;
- **Réseau La Poste** : les correspondants RSE ont la possibilité de suivre une journée de formation sur les enjeux RSE, la politique, le plan d'action et leur rôle dans ce dispositif. Les anciens guichetiers, désormais appelés chargés de clientèle, suivent dans leur parcours « prise de fonction » un module sur la RSE dont l'objectif est de les sensibiliser aux offres, équipements et postures responsables de manière à en être les meilleurs ambassadeurs auprès de leurs clients en bureau ; ce module sera en 2017 élargi aux responsables d'exploitation et directeurs de secteurs qui souhaiteraient le faire. Enfin, sont intégrés à la formation des responsables d'exploitation des thèmes RSE, tels que la gestion des déchets en bureau de poste, par exemple.

Les délégations RSE produisent de nombreux outils pour accompagner les collaborateurs et les managers, quelques exemples en 2016 :

- **branche Services-Courrier-Colis** : création d'un kit de communication RSE destiné aux managers pour s'adresser à tous les collaborateurs ;
- **Poste Immo** : révision et diffusion aux référents RSE du Groupe La Poste et à tous les collaborateurs de Poste Immo de son guide interactif du développement durable, qui présente la politique RSE de la filiale et les fiches techniques à jour avec les enjeux et objectifs définis lors de l'actualisation de la feuille de route « Horizons 2020 » ;
- **branche Numérique** : en collaboration avec la direction des ressources humaines, développement et test de Tredunion, le réseau social d'entreprise du Groupe La Poste, qui permet notamment de diffuser des informations sur la RSE ;
- **GeoPost** : développement d'un outil de promotion de l'engagement de neutralité carbone de la branche et formation de tout le personnel de force de vente, cible prioritaire ;
- **Réseau La Poste** : sur la gestion des déchets, un kit action déchets, complété par des notes opérationnelles et une animation nationale, via notamment le magazine interne *Prod'action*.

## Une communication responsable, vitrine de l'engagement du Groupe

Dès 2009, la filière communication du Groupe La Poste s'est engagée dans une démarche de communication responsable avec la volonté de refléter l'engagement du Groupe en faveur du développement durable. En 2015, dans le cadre de la signature de la charte des annonceurs pour une communication responsable de l'UDA, le Groupe a adopté un code de communication responsable qui guide l'ensemble de ses actions de communication. Il exprime de manière simple l'esprit de son engagement : être plus respectueux, plus solidaires, plus transparents, plus accessibles. C'est dans cet esprit que le Groupe a mené en 2016 deux projets exemplaires : la charte Data du Groupe (voir page 67) et la sensibilisation des collaborateurs à l'accessibilité des supports de communication.

### Vers l'accessibilité des supports de communication du Groupe

**Au-delà du respect des dispositions légales introduites par la loi de 2005, Le Groupe La Poste mène une politique d'accessibilité pour tous prenant en compte les défis sociétaux : vieillissement de la population, précarité et difficultés sociales. Dans ce cadre, Le Groupe La Poste a élaboré un guide pour que ses communicants intègrent des critères d'accessibilité dans la conception de leurs supports de communication (supports papier, supports numériques, audiovisuels et événements).**

## Les processus de contrôle interne et de décision

Le Groupe La Poste a élaboré des outils et des indicateurs visant à assurer le suivi de son empreinte RSE. Le périmètre de ces indicateurs couvre progressivement l'ensemble des activités du Groupe. Ces indicateurs s'appuient sur des cadres nationaux (tels que l'article 225 de la loi Grenelle II transposé dans le Code de commerce et l'outil Bilan Carbone® de l'Ademe) et des normes internationales (principalement les lignes directrices G4 de la GRI) largement utilisées pour le reporting en matière de responsabilité sociale et environnementale. Le Groupe a fixé, en déclinaison de ses engagements, des objectifs de développement durable à atteindre en 2020 (cf. chapitre 3 pages 32 et 33). Les résultats 2016 feront l'objet d'une présentation devant le CQDD. Les résultats de la notation extra-financière du Groupe sont suivis par le comité exécutif.

Le tableau de bord mensuel du président intègre une page consacrée à la RSE. Les branches ont également

mis en œuvre un suivi des résultats RSE. Tous les managers du Groupe, des membres du comité exécutif aux chefs d'équipe, ont dans leur feuille de route des objectifs intégrant une série d'aspects économiques, environnementaux et sociaux. En 2016, comme les deux années précédentes, il leur était obligatoire de fixer des objectifs visant à améliorer la qualité de vie au travail. Parmi les autres sujets faisant fréquemment l'objet d'objectifs pour les managers concernés du Groupe figurent la promotion des produits et services responsables proposés par La Poste, la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES), les achats solidaires, l'égalité des sexes en matière d'embauche et de salaire, la santé et sécurité au travail (taux de fréquence et taux de gravité des accidents du travail), le déploiement de la formation.

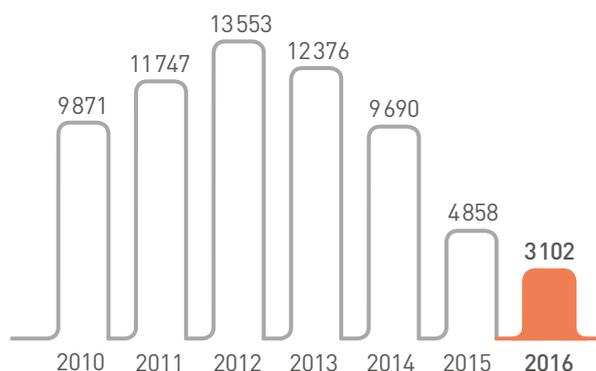
Les performances des managers sur l'ensemble de ces indicateurs RSE déterminent au minimum 20% de leur rémunération variable. La qualité de vie au travail, objectif commun à tous les managers, compte à elle seule pour 20%.

Les impacts économiques, sociaux et environnementaux sont analysés lors de l'évaluation de tous les projets considérés comme importants en termes de montants ou d'enjeux.

## La mobilisation des postiers sur l'innovation

### L'innovation participative

#### Nombre d'idées déposées



72 989

Depuis 2009, total d'idées déposées.

La mobilisation des collaborateurs et collaboratrices se révèle particulièrement au travers de l'innovation participative. Démarche ancienne à La Poste, la mue de l'innovation participative se renforce au travers d'une évolution sensible des usages et des pratiques. Désormais, la qualité des idées prime sur la quantité et la volonté d'une mise en œuvre et d'une duplication plus soutenue de ces idées favorise l'émergence d'une démarche plus collaborative et plus ouverte. En septembre 2016 est née la direction des démarches participatives du Réseau et de La Banque Postale pour harmoniser les deux démarches existantes et favoriser les synergies entre les deux branches. Animés d'une volonté d'ouverture et d'échanges de bonnes pratiques, des membres partenaires de l'association Innov'acteurs<sup>(1)</sup> et des acteurs de l'innovation participative du Groupe ont partagé leurs savoir-faire au cours d'une plénière organisée par le Groupe, dans le cadre d'un atelier collaboratif animé par la branche Services-Courrier-Colis et au travers d'une enquête de benchmarking conduite conjointement par Enedis et Le Groupe La Poste.

### Les trophées Qualiades depuis 2010



Depuis leur création en 2008, les trophées Qualiades ont valorisé 276 projets et reconnu 954 lauréats. En 2016, les 86 porteurs des 28 projets mis en lumière ont démontré leur capacité d'engagement dans la transformation du Groupe comme en témoignent les catégories de prix :

- prix de la relation client ;
- prix de la transformation et du développement du Groupe ;
- prix de l'engagement social, sociétal et environnemental ;
- prix de l'innovation collaborative.

Au fil des années, la palme des catégories de prix revient au management des idées avec 44 projets récipiendaires.

### **20 projets pour 2020**

Avec 126 dossiers de grande qualité, dont 21 venus de filiales internationales, la troisième édition du concours confirme l'énergie intrapreneuriale des postiers et révèle leur nouvelle orientation business. Sponsorisées par un membre du comité exécutif, les équipes lauréates bénéficient d'un accompagnement financier et méthodologique pour structurer et mettre en œuvre leur projet.

### Les quatre équipes lauréates de l'édition 2016 du concours intègrent les nouvelles économies dans leurs innovations

Nom du projet	Description
<b>Activ'Habitat</b>	Plate-forme de mise en relation pour l'habitat mutualisé.
<b>Social Pick Up</b>	Réseau de point relais chez des voisins partenaires.
<b>MooVie</b>	Plate-forme de mise en relation entre seniors souhaitant réaliser un déplacement avec des particuliers/accompagnants pour les escorter.
<b>Duo City Shop</b>	Marketplace pour le commerce de bouche local.

**Au total, 2096 postiers et postières ont proposé 1020 projets depuis la création de 20 projets pour 2020.**

(1) Présidée par La Poste, l'association Innov'acteurs fédère 90 organisations autour du développement de l'innovation participative.



# 5

## Une offre responsable « éco-socio-conçue », utile, simple et accessible à tous

- P. 62 — Analyser et anticiper les transformations de la société pour proposer des offres adaptées
- P. 63 — Faire bénéficier les clients d'une offre à l'empreinte carbone minimisée et compensée
- P. 65 — Intégrer des critères environnementaux, sociaux et sociétaux dans la conception des produits et services
- P. 68 — Progresser dans l'accessibilité à l'offre
- P. 72 — Sensibiliser et accompagner les clients pour une consommation responsable
- P. 74 — Renforcer la satisfaction des clients

Le Groupe La Poste s'efforce de proposer à tous, y compris aux plus vulnérables, des offres de services utiles, à prix compétitifs dans les plus bas du marché, partout et pour tous les jours. Le Groupe a à cœur d'assurer la sûreté des produits, des dépôts, des données qui lui sont confiées par ses clients et d'entrer en relation avec eux par le canal qu'ils souhaitent. Les offres sont responsables, c'est-à-dire qu'elles intègrent, depuis leur conception jusqu'à leur distribution, les préoccupations environnementales et sociales. Les produits courrier, colis, express et numériques, par exemple, font l'objet d'une compensation carbone et les produits bancaires intègrent tous des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). Le Groupe met également en place les dispositifs nécessaires à la protection du consommateur sur les différents volets qui le concernent : protection de la vie privée, des données, de la santé et de la sécurité.

Soucieux de servir au mieux ses clients, le Groupe développe de multiples canaux de distribution et s'attache à faciliter la relation pour tous les consommateurs. Pour répondre aux nouvelles attentes, Le Groupe La Poste s'attache donc à proposer des offres innovantes et responsables, visant à renforcer le lien social et l'accès aux biens essentiels. Il s'agit de maximiser la valeur ajoutée sociétale tout en minimisant les impacts négatifs.

Il s'agit aussi d'accompagner ses clients dans leurs choix de services respectueux des personnes et de l'environnement.

Enfin, le Groupe prend des engagements fermes en matière de service et de satisfaction du client.

#### Résultats obtenus pour les principaux objectifs clés :

	Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2016	
Clients et consommateurs	Offre responsable	Développer la part de l'offre responsable sous pilotage RSE	Compensation des émissions de gaz à effet de serre de l'offre Courrier-Colis-Express Numérique effective depuis 2012	
		Proposer d'« investir responsable »	En 2016, les encours ISR représentent 54 % des encours totaux gérés par LBPAM	
	Adaptation de l'offre aux nouveaux modes et usages de consommation	Développer le chiffre d'affaires de l'offre de nouveaux services pour une économie bas carbone	CA Recy'go : 8 M€ en 2016 CA Bemobi : 3,9 M€ en 2016 CA Action habitat : 0,5 M€ en 2016	
		Proposer de nouveaux services de proximité	CA Silver économie : 3,6 M€ en 2016 CA 2016 Proxi <sup>(1)</sup> : 19,2 M€ en 2016	
	Utilisation responsable des données	Fixation des objectifs en cours	Publication des engagements dans la charte Data	

 Non atteint

 Objectif dépassé

 Progression en ligne avec l'objectif fixé

(1) Proxi : gamme de services de proximité délivrés par les facteurs.

## Analyser et anticiper les transformations de la société pour proposer des offres adaptées

La société française est actuellement en pleine mutation : transition énergétique, accès à l'information et aux services publics, vieillissement de la population, fracture numérique, nouvelles formes d'emploi, attentes croissantes en termes de responsabilité sociétale des entreprises et de service client, préoccupations de santé, etc.

Le Groupe La Poste dispose de plusieurs outils pour capter les attentes des clients et leurs évolutions : **des études de tendances générales**, recensant les évolutions des modes de consommation et des attentes des consommateurs et des citoyens, **des enquêtes de marché** pour comprendre ce que les consommateurs entendent et attendent sur certains sujets clés du positionnement du Groupe (la relation client, le niveau de services, la simplicité), des études spécifiquement orientées sur les attentes concernant **les produits et services** de La Poste et enfin sa présence sur les réseaux sociaux avec par exemple « Lab ». Ce réseau social, comptant 60 000 clients inscrits au sein de l'espace sécurisé du site Internet [labanquepostale.fr](http://labanquepostale.fr), permet également de capter les grands sujets de discussions au travers des 8 500 commentaires laissés sur le site.

### Le Groupe La Poste, attendu dans tous les domaines de la RSE

D'après le baromètre RSE réalisé par CSA Research en juin 2016 pour le compte du Groupe La Poste, les Français lui adressent de nombreuses attentes, et ce, dans tous les domaines de la RSE. Pour le grand public, une entreprise responsable, c'est une entreprise qui fait bien son métier, c'est-à-dire capable à la fois de répondre aux attentes de ses clients en matière d'écoute, de dialogue et de protection et d'accord pour l'utilisation de ses données personnelles. Le grand public donne également une grande importance au développement des territoires ainsi qu'au cadre et aux conditions de travail.

### Quelques exemples d'innovations qui anticipent les attentes des clients

Le développement du **réseau de stations Pickup**, démarré en 2014, s'est poursuivi avec 28 177 points dans 25 pays étrangers et plus de 7 581 points installés partout en France à fin 2016. Avec **Pickup services**, les clients qui passent commande sur Internet ont désormais la possibilité de retirer leurs colis en consigne, en plus des possibilités déjà offertes de livraison à domicile, en bureau de poste ou dans un relais. Accessibles pendant les horaires d'ouverture des gares ou des centres commerciaux où elles sont installées, les consignes permettent ainsi aux clients de retirer leurs colis à n'importe quel moment de la journée, en sortant du travail, sur le trajet domicile-travail, dans un délai de trois jours ouvrés au maximum.

**L'offre d'expédition/retour en boîte aux lettres** permet aussi bien d'envoyer un Colissimo que de retourner un achat effectué sur Internet depuis la boîte aux lettres de son domicile.

Lancé en octobre 2016, **Digiposte+** est un assistant numérique qui simplifie la vie. Il permet de déléguer à une application mobile, véritable assistant administratif et personnel, la gestion de sa vie administrative.

L'utilisateur est accompagné dans la réalisation de ses démarches administratives (renouvellement de pièces d'identité, inscription sur les listes électorales, etc.) avec la fourniture de la liste des documents nécessaires, la gestion par dossiers, le stockage de documents actualisés à chaque envoi. Les utilisateurs de Digiposte+ contrôlent et gèrent eux-mêmes leurs données personnelles et les autorisations de partage. Les envois de documents sont sécurisés lors des partages comme lors de leur récupération. La protection et l'accessibilité des informations personnelles sont garanties par leur conservation dans le coffre-fort numérique de La Poste, Digiposte. Les données sont conservées pour une durée illimitée et hébergées en France.

Pour les particuliers, La Banque Postale propose une **gamme verte** qui se compose du prêt à taux zéro (Éco PTZ), d'un prêt travaux favorisant la rénovation énergétique de son logement, du microcrédit habitat, de prêts pour l'achat de véhicules électriques ou hybrides (voitures mais aussi vélos, deux-roues, voire trottinettes électriques) et d'une assurance dédiée. Pour encourager ses clients particuliers à passer à l'acte, La Banque Postale propose ces offres à une tarification avantageuse.

### Qu'est-ce qu'une entreprise utile ? Le point de vue des Français

D'après une enquête réalisée du 21 au 24 juillet 2016 auprès de 1 164 personnes représentatives de la population française active de 15 ans et plus par Terre de Siennes et l'Ifop :

- 51 % pensent qu'une entreprise doit avant tout servir la société dans son ensemble ;
- 84 % pensent qu'une entreprise est utile si elle crée de l'emploi, et 37 % si elle contribue au lien social ;
- 60 % pensent qu'une entreprise est utile pour ses clients si elle leur propose des produits et des services innovants.

## Faire bénéficier les clients d'une offre à l'empreinte carbone minimisée et compensée

Depuis 2012, Le Groupe La Poste compense, en achetant des crédits sur le marché volontaire, les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux activités de :

- la branche Services-Courrier-Colis ;
- la branche Numérique ;
- la branche GeoPost pour l'ensemble des colis express transportés par 20 de ses filiales européennes.

Dans une démarche de solidarité climatique, Le Groupe La Poste choisit dans ses programmes de compensation carbone des projets permettant le développement économique et social des communautés locales qui les portent.

### Les programmes de compensation carbone des branches Services-Courrier-Colis, Numérique et GeoPost

Le Groupe La Poste a fait l'acquisition de crédits carbone tous reconnus par les standards les plus exigeants (Gold Standard, VCS) qui lui ont permis de compenser, en 2016, 1,487 million de teq CO<sub>2</sub> émises par les branches concernées du Groupe. L'achat de crédits carbone du Groupe La Poste représente près de 9 % des crédits achetés sur le marché volontaire.

La compensation est réalisée d'une part en partenariat avec EcoAct, qui sélectionne, selon des méthodologies validées par le Groupe, le portefeuille des projets générant des crédits carbone sur le marché carbone volontaire, d'autre part dans le cadre de sa participation au fonds de solidarité climatique Livelhoods.

# 1,487

million de tonnes de gaz à effet de serre compensées en 2016.

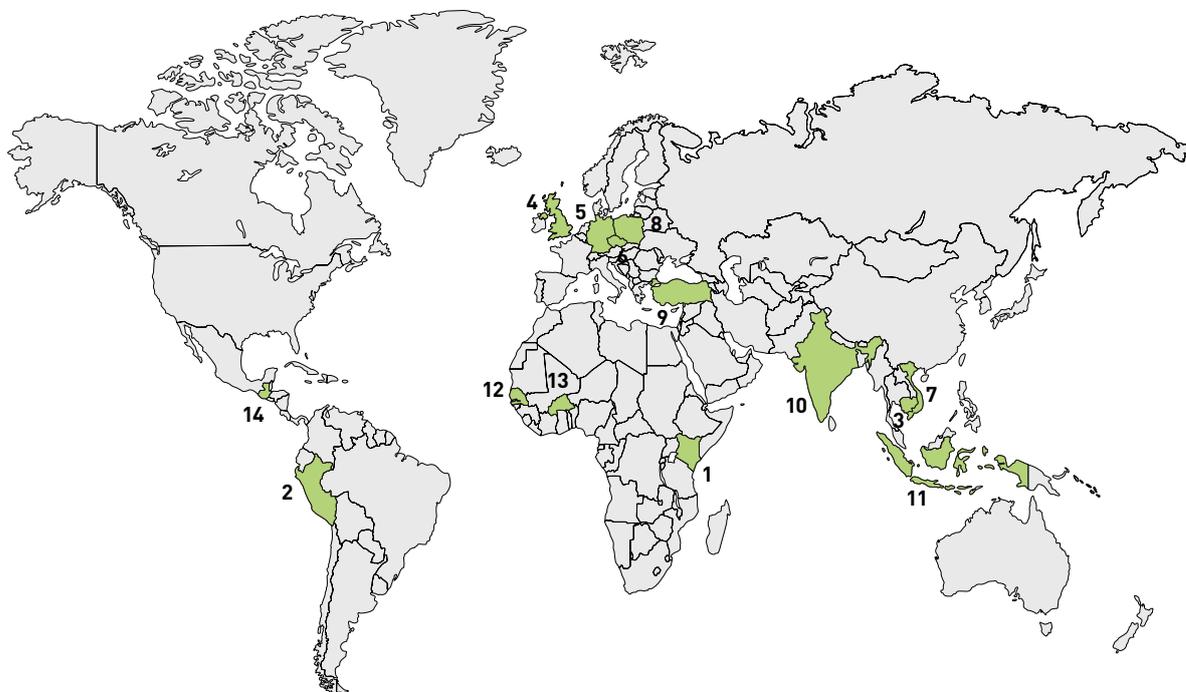
Source EcoAct :

# 9%

du marché volontaire européen.

### Un projet de compensation sélectionné par les postiers et les clients

Depuis 2012, Le Groupe La Poste associe ses collaborateurs et ses clients au choix de ses projets de compensation. En 2016, quatre projets sélectionnés par des postiers rassemblés autour de Pascal Canfin, directeur général du WWF France, ont été proposés au vote des internautes. Le projet Asian Biogas de production d'énergie locale renouvelable au biogaz au Vietnam a été plébiscité. L'objectif est de répondre aux besoins énergétiques du pays en pleine croissance en assurant l'accès à une énergie à un prix abordable et qui préserve le climat. Ce projet contribue en outre à la création locale d'emplois de maçons, et lutte contre la déforestation.



## Les projets de compensation carbone soutenus

**Projets de lutte contre la déforestation au Kenya (1)** (installation de filtres permettant de purifier l'eau sans la faire bouillir au bois de chauffe, et mise en place de techniques alternatives au brûlis), au **Pérou (2)** (gestion durable des forêts) et au **Cambodge (3)** (distribution de foyers améliorés en substitution des poêles traditionnels pour éviter la déforestation).

**Projets de collecte de gaz au Royaume-Uni (4), en Allemagne (5)** (amélioration du mix énergétique local par la capture de méthane et revitalisation de sites miniers abandonnés), en **République tchèque (6)** (collecte de gaz sur des sites d'enfouissement de déchets) et au **Vietnam (7)** (production d'énergie locale et renouvelable grâce au biogaz produit à partir de la fermentation de déjections animales dans des biodigesteurs).

**Récupération des déchets issus de centrales à charbon** (cendres) en **Pologne (8)**, qui sont ensuite utilisés pour la fabrication de matériaux destinés à des travaux d'infrastructure (routes).

**Éolien en Turquie (9) et Inde (10)**, avec 150 turbines éoliennes pour une production totale d'électricité d'environ 530 000 MWh/an.

La Poste participe également au fonds Livelihoods, créé en 2011 à l'initiative de Danone, et depuis rejoint par plusieurs grandes entreprises. Livelihoods est un fonds d'investissement dédié à la compensation carbone au service des communautés rurales des pays en développement. Le fonds soutient et organise des projets qui profitent aux populations défavorisées et à l'environnement à travers le monde, avec notamment :

- des projets de **restauration de la mangrove** en **Indonésie (11)**, en **Inde (10)** et au **Sénégal (12)** ;
- des projets de **protection de la forêt** par la distribution de foyers améliorés au **Burkina Faso (13)** et au **Kenya (1)** ;
- le **développement de l'agroforesterie** au **Guatemala (14)**.

# Intégrer des critères environnementaux, sociaux et sociétaux dans la conception des produits et services

## G4-EN27

Pour le développement des produits et services, le Groupe s'appuie sur une démarche d'écoconception, à laquelle il a intégré une dimension sociale avec la prise en compte des enjeux liés aux droits humains. Cette démarche couvre les étapes depuis la conception jusqu'au service après-vente (SAV) et intègre notamment les points de vente, la communication et les canaux de distribution.

La démarche d'écোসocioconception du Groupe La Poste s'appuie essentiellement sur trois volets :

- l'intégration de critères RSE dans la démarche de conception, de réalisation et de commercialisation pour les offres courrier, colis, express et numérique ;
- l'intégration des critères ESG dans les produits et services bancaires ;
- l'information et la protection du consommateur et de ses données.

### Protection de l'environnement, de la santé et de la sécurité des clients et consommateurs

Les timbres Marianne et les beaux timbres sont fabriqués à base de papier issu de forêts gérées durablement et d'encre végétale. Les produits Prêt-à-Poster sont labellisés NF Environnement. Entièrement recyclables, les emballages Colissimo utilisent jusqu'à 85% de carton recyclé, des encres végétales et des colles à base d'eau et d'amidon de maïs. Les produits de La Poste, comme les Prêts-à-Poster et les timbres, n'utilisent pas de produits dangereux et les tickets des DAB ne contiennent pas de bisphénol A. La Poste veille à ce que soit assurée la sécurité de ses clients dans ses locaux et lors des contacts avec ses agents, grâce à des plans de sûreté, la sensibilisation des managers et l'appui de la filière sûreté.



Emballages neutres en carbone de la gamme Colissimo.

## Intégrer l'écosocioconception dans les services courrier, colis, express et numérique

Après huit ans de travaux menés en collaboration avec les directions marketing, 2016 a été marquée par la conduite d'une évaluation externe du niveau de maturité de la démarche. Dans ce cadre, La Poste a sollicité l'Afnor pour élaborer un référentiel exigeant de mesure du niveau de maturité de la prise en compte de la RSE dans les process de conception, de réalisation et de commercialisation des offres courrier, colis, express et numérique.

Ce référentiel est structuré autour de 4 critères et de 25 sous-critères, avec une logique de notation calée sur une approche d'amélioration continue. L'audit pilote conduit en 2016 a notamment démontré que la politique RSE des 2 branches est bien définie et bien engagée et qu'elle impacte positivement la performance RSE des offres.

Début 2016, les directions des systèmes d'information et de la RSE ont construit un guide d'écoconception logicielle à destination des développeurs (logiciels internes et sites Web) du Groupe. La démarche permet le gain d'espace de stockage, des économies sur la puissance des serveurs et sur les consommations d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre associées. Elle permet également la fluidification des parcours clients : les temps moins importants passés en ligne sont moins consommateurs d'énergie. Cette démarche pionnière a dégagé 49 bonnes pratiques qui sont en cours de déploiement à travers des campagnes de sensibilisation des équipes SI des 2 branches. À ce jour, ce sont près de 10 services en ligne de La Poste qui ont donné lieu à un audit logiciel responsable (écoconception et/ou accessibilité) avec quantification des impacts environnementaux (gaz à effet de serre). Les analyses sont conduites dans une approche cycle de vie sur toute l'infrastructure sous-jacente au-delà du domaine de responsabilité de La Poste (terminal utilisateur par exemple) pour couvrir une unité fonctionnelle complète. En 2016, les audits ont intégré l'analyse du niveau de prise en compte des 49 bonnes pratiques. Ainsi, La Poste contribue aux travaux sur les futurs standards de labellisation/certification relatifs à l'écoconception des services numériques, travaux initiés par les professionnels et les experts du secteur.

## Intégrer les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance dans les produits bancaires

Depuis juin 2009, La Banque Postale veille à ce que les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) soient systématiquement pris en compte dans la conception de son offre de produits et services. Elle s'est donc dotée d'une check-list ESG : un outil déclinant 19 critères ESG (éthique du conseil, transparence, simplicité, clarté, lutte contre le changement climatique, lutte contre l'évasion fiscale, etc.). Suite à la mise en place de l'outil, les responsables produits ont ainsi été formés à son utilisation et sont donc sensibilisés aux principaux enjeux RSE.

La check-list ESG est présente dans chaque dossier produit revu en comité d'examen des nouveaux produits (CEP). En 2016, La Banque Postale a tenu 33 CEP. Ainsi, tous les nouveaux produits proposés par La Banque Postale passent au crible de critères extra-financiers couvrant la conception, la distribution et l'accompagnement des clients.

La Banque Postale Asset Management (LBPAM) a fait de l'investissement socialement responsable (ISR) un de ses moteurs de développement. Suite à la fusion avec Fédéris Gestion d'Actifs en 2016, LBPAM a renforcé sa « philosophie ISR » désormais définie autour de quatre axes : le soutien à la transition énergétique et écologique, le développement des territoires, la gestion durable des ressources, la gouvernance responsable. À la suite du lancement en 2016 du label ISR par le gouvernement français, LBPAM prévoit de présenter la candidature de l'ensemble de ses fonds ISR dès 2017. La prise en compte des critères ESG peut avoir un impact différent sur les décisions d'investissement et sur la composition des fonds, en fonction des classes d'actifs, des attentes des clients ou encore de la stratégie retenue. Afin de distinguer ces différents cas de figure, les encours ISR sont répartis en trois catégories établies par Novethic (centre de recherche sur l'ISR et filiale de la Caisse des dépôts) : ISR de conviction, ISR à impact significatif, ISR à impact modéré.

ISR de conviction	ISR à impact significatif	ISR à impact modéré
<p>Approches de sélection <i>best-in-class</i>, écartant plus de 50 % de l'univers d'investissement</p> <p>Approches de sélection <i>best-in-universe</i>, qui excluent plus de 25 % des titres</p> <p>Les investissements thématiques</p>	<p>Actifs gérés selon une approche de valorisation financière ou de sélection <i>best-in-class</i>, qui écartent entre 25 % et 50 % de l'univers d'investissement</p>	<p>Encours auxquels on applique des contraintes ESG et pour lesquels moins de 25 % des titres sont écartés sur des critères ESG</p>

### Le fonds LBPAM Responsable Actions Environnement

En 2016, le fonds LBPAM Responsable Actions Environnement, dont les encours ont triplé au cours de l'année, pour atteindre près de 90 millions d'euros, a bénéficié de l'attention portée au climat à la suite de la COP21 ainsi que de la loi sur la transition énergétique votée en 2015. Ce fonds a par ailleurs obtenu le label gouvernemental TEEC (Transition énergétique et écologique pour le climat) en janvier 2017.

À fin 2016, les encours ISR de LBPAM s'élevaient à 97,2 milliards d'euros, soit 54 % des encours totaux sous gestion.

Les encours ISR sont quasiment stables sur les trois dernières années. En revanche, les encours ISR à fort impact (soit les deux catégories « ISR de conviction » et « ISR à impact significatif ») ont nettement progressé pour atteindre 3,2 milliards d'euros à fin 2016, contre 2,7 milliards d'euros à fin 2015 et 0,7 milliard d'euros à fin 2014.

### La protection du consommateur et de ses données personnelles

#### La charte Data du Groupe et la modification du serment des postiers

En tant que tiers de confiance Le Groupe La Poste offre à ses clients une solution numérique globale et sécurisée enrichissant son rôle d'opérateur universel d'échanges. L'adoption en mai 2016 d'une charte dédiée à la « data » constitue le point de départ d'un plan d'action concret pour développer de nouveaux services répondant aux attentes des Français.

#### Les six engagements de la charte Data de La Poste

Toutes les activités du Groupe s'appuient de manière croissante sur des données, de natures et aux caractéristiques très diverses : données de gestion, données industrielles, données confiées par les clients particuliers et entreprises, données de partenaires, données d'identification, données de transaction, données d'interaction aux guichets, en bureau de poste, sur les automates, les sites Web et applications mobiles et les objets connectés, etc.

La charte Data porte six ambitions :

- apporter toujours plus de services à ses clients ;
- donner aux personnes le contrôle de leurs données ;
- protéger la donnée et rendre compte de son traitement ;
- garantir des collaborations de confiance entre partenaires (clients, fournisseurs, etc.) ;
- s'engager pour le bien commun (*open data, open innovation*) ;
- se donner les moyens de ses ambitions (*leadership, gouvernance, conduite du changement, démarche de progrès*).

#### La mise à jour de la prestation de serment

Une action clé de cette charte, la mise à jour de la prestation de serment des postiers, ajoute au respect de la confidentialité du courrier, celui des données personnelles électroniques.

Suite à cette mise à jour, Le Groupe La Poste réfléchit aux modalités d'une signature renouvelée de cette version actualisée par tous les postiers déjà signataires.

#### La prestation de serment

*« Je m'engage à respecter scrupuleusement l'intégrité des objets déposés par les clients, l'inviolabilité et le secret des correspondances, y compris électroniques, et la confidentialité des données à caractère personnel et des informations concernant la vie privée d'autrui dont j'aurais connaissance dans l'exécution de mon service. Je m'engage également à respecter le secret professionnel et la confidentialité des données qui me sont accessibles dans mon environnement de travail. »*

## Protection des données et de la confidentialité

Depuis 2007, Le Groupe La Poste est doté d'une antenne de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) : le correspondant informatique et liberté du Groupe (CIL). Il dispose d'une totale indépendance à l'intérieur de l'entreprise. Les branches et filiales du Groupe ont également nommé des CIL. Par ailleurs, dans le cadre de sa nouvelle stratégie numérique, le Groupe a nommé en 2015 un *Chief Data Officer*, dont une des missions, exercée en collaboration avec le CIL, est de mettre en œuvre une politique protectrice des données personnelles. En 2016, Le Groupe La Poste a structuré une « communauté data » composée de l'ensemble des personnes dans les branches, les filiales et au niveau Groupe concernés par la collecte et le traitement des données. Lors d'un séminaire, la charte Data (voir ci-dessus) et la stratégie ont été partagées avec cette communauté, ainsi que les contraintes et opportunités qu'elles créent. L'identification de plus de 60 opportunités a donné lieu à la formalisation de 8 « programmes data », en cours de cadrage à fin 2016.

Un **site data** est en cours d'élaboration, qui permettra à La Poste de prendre la parole sur la data de manière transparente et régulière ainsi que de contribuer à devenir une référence en matière de stratégie data. Ce site sera également un outil clé dans la transformation interne et la conduite du changement. Il sera pour toutes les branches le lieu d'expression des idées et des avancées liées à la data. Une première version de ce site sera en ligne mi-2017. L'acceptabilité de la collecte et de l'usage des données dépend de la capacité donnée à l'utilisateur de reprendre le pouvoir sur sa donnée et de l'équilibre entre la donnée confiée et les services reçus en retour. Le VRM (*Vendor Relationship Management*) renverse la logique du CRM (*Customer Relationship Management*) où l'entreprise contrôle la relation avec le client. L'ouverture d'une première version du portail d'accès aux données personnelles et gestion des droits prévue mi-2017 sera une première étape pour répondre à l'engagement 2 de la charte Data : « Donner aux personnes le contrôle de leurs données ».

Des travaux de cadrage ont été initiés sur **l'achat-revente des données**, avec pour objectif de sécuriser les outils et process permettant au Groupe de réaliser des opérations dans le respect de la réglementation et de la charte Data, et en transparence vis-à-vis des fournisseurs et clients. Ce premier cadrage a permis d'identifier les chantiers suivants : mettre en place un binôme achats/métier pour sélectionner les data/fournisseurs du marché, mettre en place un dispositif de référencement et un process de fourniture, labellisation des fournisseurs de données, sécurisation et certification des outils de traitement, labellisation des consommateurs de données, audits amont et aval.



À fin 2016, 53% des établissements postaux recevant du public sont accessibles au sens de la réglementation de 2014.

## Progresser dans l'accessibilité à l'offre

### G4-S02

En application de la loi relative aux activités postales, La Poste s'est vue confier la mission de service public d'accessibilité bancaire. En outre, Le Groupe La Poste s'engage à faciliter l'accès et l'utilisation de ses services à tous les publics – personnes handicapées, en situation de pauvreté, migrantes ou ayant des difficultés à lire ou à écrire –, grâce à des informations facilement accessibles et compréhensibles, ainsi que des services personnalisés, lorsque cela est nécessaire.

### Faciliter l'accessibilité par le multicanal

Le Groupe La Poste a vocation à être accessible à tous, quel que soit le moyen d'entrer en relation avec ses services : dans tous les établissements où le public est accueilli, grâce aux automates, par téléphone et par Internet.

### Focus sur les établissements postaux recevant du public

Selon la loi de 2005 pour l'adaptation de la société aux personnes handicapées, complétée des réglementations d'octobre 2014, les établissements recevant du public (ERP) ainsi que l'ensemble des fonctionnalités qu'ils hébergent doivent être rendus accessibles aux personnes handicapées et doivent s'adapter aux

difficultés rencontrées par les personnes âgées.

Le Groupe La Poste, malgré l'importance de son parc ouvert au public, s'est montré exemplaire dans la mise en œuvre de ces réglementations conformément aux attentes exprimées par ses clients, les associations et les collectivités territoriales.

À fin 2016, sur les 11300 ERP du Groupe, 53% sont accessibles au sens des réglementations de 2014. Pour les bureaux de poste non accessibles, La Poste a pris l'engagement de réaliser la mise en accessibilité dans le cadre d'un Ad'AP (agenda d'accessibilité programmée) déposé auprès des préfectures. Près des deux tiers des établissements devraient selon cet agenda être accessibles à fin 2018.

Ainsi la foncière Poste Immo a développé une véritable expertise avec 6000 Ad'AP et 5000 attestations de conformité déposés, dont ceux du Groupe La Poste. Elle développe également des prestations externes de mise en accessibilité pour des collectivités.

### Les automates

À la fin de l'année 2016, 98,9% des guichets automatiques bancaires (GAB) situés en façade d'un bureau de poste sont soit directement accessibles aux PMR, soit situés à proximité immédiate d'un autre GAB accessible aux PMR dans le même bureau de poste. La mise en accessibilité des GAB et terminaux libre-service (TLS) de La Banque Postale pour les personnes aveugles ou malvoyantes est également en cours avec un taux d'accessibilité à fin 2016 de 98%, soit 7453 automates.

Concernant les GAB situés à l'intérieur des bureaux, ils sont tous accessibles.

L'ensemble des automates d'affranchissement sont accessibles aux personnes souffrant de déficience visuelle dont 7012 aux non-voyants, tandis qu'un service adapté est proposé aux personnes sourdes et malentendantes.

### L'Internet, le numérique et les supports d'information

Le site [www.laposte.fr](http://www.laposte.fr) est accessible aux personnes malvoyantes et respecte les standards en vigueur. Pour les personnes sourdes et malentendantes, un accès Internet via webcam et en langue française des signes opéré par des postiers sourds est disponible.

Dans le cadre de sa démarche « Oui, communiquons responsables » (voir page 58), le Groupe s'est doté d'un référentiel de communication accessible qui permet à la filière interne de la communication de concevoir des supports accessibles aux personnes handicapées.

### Faciliter la relation pour les consommateurs

Le Groupe La Poste dispose d'un service consommateurs multicanal :

- un numéro court unique non surtaxé (le 3631) ;
- un espace consommateurs mis en valeur sur la page d'accueil du portail Internet du Groupe ([www.laposte.fr](http://www.laposte.fr)) ;
- une adresse postale unique : Service Consommateurs - 99999 LA POSTE.

Le 3631 accueille plus de 900 000 appels par mois, près de 149 000 visiteurs uniques consultent chaque mois l'espace service consommateurs sur Internet, et plus de 19 000 formulaires de réclamation papier sont transmis en moyenne chaque mois au service consommateurs par courrier.

Sur les médias sociaux, depuis juillet 2012, une équipe de téléconseillers du service consommateurs intervient aux côtés du *community manager* du Groupe pour répondre aux demandes des clients et aux réclamations déposées sur la page Facebook du Groupe et via le compte Twitter @lusalaposte.

La Banque Postale propose à ses clients sourds et malentendants l'accès à un conseiller maîtrisant la langue des signes française (LSF), à l'image du service rendu par le 3631 depuis 2013. Le service est accessible à travers une relation vidéo ou tchat via l'« Espace sourds et malentendants » du site [www.labanquepostale.fr](http://www.labanquepostale.fr).

### Le centre d'appel 3631 du Réseau La Poste obtient le label Responsabilité sociale

Créé sous l'égide du ministère de l'Emploi avec l'Association française de la relation client (AFRC), les associations professionnelles des centres de contact et les organisations syndicales, ce label est attribué en évaluant la gouvernance RSE d'une entité, ses conditions de travail, l'intégration et la formation de ses nouveaux collaborateurs, son dialogue social, son engagement sociétal, ses pratiques commerciales et son respect de l'environnement.

Obtenu en 2015 par le centre d'appel 3631, pour une durée de trois ans, il atteste du haut niveau atteint dans son fonctionnement sur la plupart de ses sujets. Il a été acquis à l'issue d'une réelle démarche de co-construction avec les collaborateurs.

Ce label vient compléter la certification NF345 que le Réseau obtient pour la quatrième année consécutive.

## L'accompagnement des clientèles vulnérables

Le Groupe La Poste est attentif à l'accès de tous à l'offre. Il travaille avec de nombreuses associations pour développer la capacité des clientèles vulnérables à utiliser les services de La Poste.

### Accompagner à l'accès et à l'utilisation des services de La Poste

Pour mieux accompagner ses clients en situation de vulnérabilité, le Groupe travaille avec des partenaires nationaux (la Croix-Rouge, la Fédération nationale des associations d'accueil et de réinsertion sociale (Fnars), Unis-Cité, la Fondation agir contre l'exclusion (Face), l'Union nationale des Points d'information médiation multi-services (PIMMS)) et plusieurs associations locales. Dans le cadre du contrat de présence postale territoriale 2014-2016, La Poste, l'État et l'Association des maires de France se sont engagés à faciliter l'accès aux services de La Poste aux clients en situation de vulnérabilité. En 2016, plus de 150 partenaires associatifs ont accompagné les clientèles en situation de vulnérabilité dans plus de 300 bureaux de poste.

La Banque Postale soutient également l'Action Tank Entreprise et pauvreté, association dont l'objectif est de favoriser le développement de projets expérimentaux d'entreprises ayant un impact sur la réduction de la pauvreté et de l'exclusion en France. Les programmes développés par l'ensemble des partenaires du Tank sont promus auprès des personnes contactant l'Appui. La Banque a revu en 2016 son dispositif de relation avec les clients sous protection (majeurs et mineurs protégés), pour mieux les servir, ainsi que leurs représentants légaux. Elle a créé des agences « majeurs protégés » qui comptent plus de 150 collaborateurs spécifiquement formés pour assurer la gestion des opérations liées aux comptes des personnes protégées et répondre aux demandes des représentants légaux, mais aussi des conseillers de La Banque Postale. Des informations spécifiques sur le site internet de La Banque Postale ont été mises en ligne pour les tuteurs et curateurs familiaux ainsi qu'un guide précisant les principales mesures de protection (tutelle, curatelle simple, curatelle renforcée, habilitations familiales, etc.) et les principales opérations à réaliser, notamment vis-à-vis de la Banque, lors de la mise sous protection.

### L'accueil des migrants

Le dispositif national d'accueil des demandeurs d'asile est modifié substantiellement par la loi du 29 juillet 2015. À cette fin, l'Office français de l'immigration et de l'intégration (OFII) assure désormais un rôle d'orientation directive des demandeurs d'asile vers un lieu d'hébergement, décide, coordonne et centralise les données. Il est également en charge depuis

le 1<sup>er</sup> novembre 2015 du paiement de l'allocation dédiée aux demandeurs d'asile.

Partenaires depuis 2010, le Groupe, l'OFII et France terre d'asile ont mis à jour en 2016 le dispositif permettant d'assurer l'accueil de tous les publics migrants dans le contexte inédit de l'accueil des réfugiés : pilotage resserré, mise à jour de la liste des bureaux de poste référents et de ceux proches des centres de rétention administrative et des procédures d'accueil des demandeurs d'asile.

## L'accessibilité aux produits et services financiers et la lutte contre l'exclusion bancaire

La Banque Postale est la seule banque à s'être vu reconnaître la **mission d'accessibilité bancaire** par la loi de modernisation de l'économie de 2008. Accueillir avec considération toute personne, quelle que soit sa condition, et lui proposer des solutions appropriées en matière de bancarisation : tel est son engagement.

Dans le cadre de la loi du 9 février 2010,

La Banque Postale doit également **prévenir le surendettement et promouvoir le microcrédit.**

Dans le contrat de service public pour 2013-2017, La Banque Postale confirme son engagement à mettre en œuvre des actions d'information et de sensibilisation en direction des personnes en **situation de fragilité** financière en leur proposant les produits et les services les plus adaptés, notamment en matière d'accès à des moyens de paiement modernes et peu coûteux. La Banque Postale prend aussi l'engagement de faciliter l'accession sociale à la propriété, par des prêts adaptés aux moyens des personnes modestes.

### Favoriser l'accès de tous aux produits et services financiers

La Banque Postale a vu sa mission d'accessibilité bancaire au titre du Livret A reconnue et définie par la loi et confirmée en juillet 2016. Une large consultation par le Comité consultatif des services financiers (CCSF) a précisé, au sujet de la mission particulière confiée à LBP pour 2015-2020 au travers du livret A, que « *cette mission constitue en effet une réponse équilibrée à des exigences d'usage spécifiques et concrètes exprimées par des populations très spécifiques, en situation parfois d'extrême précarité qui ne sont pas couvertes par les autres dispositifs d'accessibilité* ».

Ses engagements :

- ouvrir un livret A « à toute personne qui en fait la demande » à partir de 1,50 euro (contre 10 euros au minimum dans les autres établissements bancaires) dans les bureaux de poste organisés à cet effet ;
- accepter les domiciliations de virements et de prélèvements de certaines opérations (minima sociaux, factures de gaz et d'électricité...);

- octroyer gratuitement et sans limites des chèques de banque ;
- effectuer gratuitement des virements sur le compte à vue du titulaire du livret A quel que soit l'établissement détenteur du compte à vue ;
- mettre à disposition une carte de retrait utilisable dans les DAB/GAB de La Banque Postale (carte Épargne).

Elle est la seule à proposer le paiement des factures en espèces aux guichets des bureaux de poste. Elle est aussi le seul établissement bancaire français à proposer un service de mandats internationaux qui permet aux populations non bancarisées en France d'accéder à des services de transfert et de réception de fonds vers ou depuis leur pays d'origine.

La Banque Postale est parmi les moins chères des grandes banques à réseau ; elle est aussi la banque qui propose des seuils d'accessibilité à son offre les plus bas du marché.

À fin 2016, près de

**51%**

**des livrets A de La Banque Postale détenus par des personnes physiques, soit plus de 8 millions de comptes, ont un encours inférieur à 150 euros.**

Par ailleurs, La Banque Postale favorise depuis toujours l'accès au compte et aux services bancaires de base pour les populations en situation de fragilité financière : en situation d'interdiction bancaire, de retrait de carte pour usage abusif, de surendettement ou subissant des incidents de paiement récurrents pendant trois mois consécutifs. Elle leur propose une gamme de paiements alternatifs aux chèques.

La Banque Postale favorise également l'accès au crédit pour les clients disposant d'un budget modeste, tout en étant extrêmement vigilante sur la solvabilité de ses emprunteurs. En partenariat avec les acteurs du logement social, La Banque Postale, acteur majeur des prêts d'accession sociale à la propriété (PAS), a financé plus de 54 000 ménages pour un montant global de 7,4 milliards d'euros. Depuis fin 2012, elle est particulièrement attentive au respect des critères d'octroi de prêts afin de préserver l'intérêt de ses clients et d'éviter les cas de surendettement. 22,4 % des emprunteurs en crédit immobilier ont un revenu inférieur à 2 SMIC par mois en 2016.

Enfin, La Banque Postale via son partenariat avec KissKissBankBank et Hellomerci propose des alternatives de financement à des besoins non couverts par l'offre bancaire « classique ».

### Promouvoir le microcrédit

Depuis février 2014, pour les « refus crédit à la consommation », les clients en situation d'exclusion bancaire du fait de leur faible solvabilité se voient présenter le dispositif de **microcrédit accompagné** et sont orientés vers un partenaire pour obtenir ce financement. En effet, depuis 2007, La Banque Postale est partenaire de 146 associations, chargées de détecter et d'accompagner de tels projets (le Secours catholique, l'Union départementale des associations familiales (UDAF), la Croix-Rouge française, les Restaurants du cœur, etc.). L'offre de La Banque Postale est proposée dans 68 départements.

Au total, depuis 2007, La Banque Postale a accordé 10 246 microcrédits personnels pour un montant global de 24,4 millions d'euros, soit une part de marché de 10,2 % (+ 0,6 % en un an). Elle est la quatrième opérateur du microcrédit personnel en France comme, en 2014.



La Banque Postale lutte contre l'exclusion bancaire en accueillant toute personne et en lui proposant des produits et services adaptés.

**10,2%**

**de part de marché sur le microcrédit personnel en 2016.**

Depuis 2014, La Banque Postale expérimente la distribution d'un microcrédit habitat finançant des travaux d'économie d'énergie ou d'aménagement du logement pour cause de handicap ou dépendance. Ces travaux aboutiront en 2017 à la commercialisation de l'offre Éco PTZ « Habiter mieux » pour les clients au budget contraint, éligibles au programme « Habiter mieux » de l'Anah.

### Lutter contre le surendettement

La Banque Postale a placé la prévention du surendettement et l'accompagnement de ses clients au cœur de son approche de prêteur responsable. Elle pratique une gestion prudente du risque et porte une attention régulière à la situation du client. Dans le cas d'un crédit immobilier, le conseiller spécialisé effectue une étude personnalisée de l'opération immobilière et envisage le projet d'acquisition dans une approche globale. Le taux de crédits douteux dans le crédit immobilier à La Banque Postale reste parmi les plus bas du marché (1 % au 31 décembre 2016), pour un encours de crédits gérés dépassant 51 milliards d'euros. Les critères d'octroi des crédits à la consommation sont également exigeants pour éviter au client de tomber dans le surendettement. À cette fin, La Banque Postale a conçu et mis en place un dispositif de prévention du surendettement intervenant dès l'octroi du crédit et se poursuivant pendant toute la durée du contrat. Tous les comptes de La Banque Postale font l'objet d'un suivi attentif afin de contribuer à la prévention du surendettement.

Avec le concours d'acteurs du secteur associatif impliqués dans la lutte contre l'exclusion sociale, tels que l'Union nationale des centres communaux d'action sociale (UNCCAS) ou la Chambre régionale du surendettement social (Cresus). La Banque Postale a créé, en novembre 2013, « **l'Appui de La Banque Postale** », une plate-forme de conseil et d'orientation bancaire et budgétaire accessible à l'initiative du client via un numéro unique non surtaxé. La mission de ce nouveau service est double : d'une part, accompagner tous les clients de La Banque Postale rencontrant des difficultés financières ponctuelles ou récurrentes, et, d'autre part, améliorer la prévention des situations de fragilité financière. Les chargés de clientèle de cette nouvelle plate-forme évaluent, après étude du budget, le « reste pour vivre » du client, afin de détecter l'existence de droits non ouverts ou encore d'identifier les cas de malendettement ou de surendettement. Les chargés de clientèle de l'Appui sont alors en mesure de proposer, le cas échéant, une mise en relation avec des partenaires, associations ou acteurs sociaux volontaires (CCAS, Union départementale des associations familiales (UDAF), Fonds d'action sociale du travail temporaire (FASTT), Fondation agir contre l'exclusion (FACE), etc.) pour favoriser l'accès aux droits ou à des tarifs solidaires ; et pour les situations de malendettement avec des établissements de crédits spécialisés en restructuration ou rachat de crédits, tels que La Banque Postale Financement, ou en cas de surendettement avec la Cresus.

Ce sont plus de 70 000 clients, à fin décembre 2016, qui ont pu être accompagnés, dont près de 30 000 clients, qui ont pu bénéficier de l'accompagnement complet de l'Appui depuis le lancement du service.

## Sensibiliser et accompagner les clients pour une consommation responsable

### G4-PR3

Pour éclairer les consommateurs sur leurs choix et répondre à leurs attentes, Le Groupe La Poste s'attache à les informer et à les sensibiliser sur les conséquences environnementales et sociales de leurs choix en matière de consommation.

### G4-PR4

**Selon les éléments en sa possession, La Poste n'a répertorié aucun incident pour non-respect de la réglementation ou des codes internes volontaires concernant l'étiquetage et l'information sur ses produits et services.**

### Améliorer la connaissance clients des impacts environnementaux

Validé par Bureau Veritas en 2011 et en 2013, un écocalculateur est utilisé pour répondre aux demandes de la clientèle entreprises de la branche Services-Courrier-Colis en ce qui concerne l'empreinte carbone.

Depuis novembre 2012, une version grand public permettant de calculer l'empreinte carbone d'un envoi a été mise en ligne sur un site Internet dédié (objectifzeroco2.laposte.fr). Les clients peuvent également s'informer auprès de leur interlocuteur commercial.

La branche Services-Courrier-Colis met aussi à la disposition du grand public, via son site Internet colissimo.fr, un comparateur multicritère. Cet outil ludique et pédagogique permet à chaque client de comparer, selon son propre scénario, les gains en émissions de gaz à effet de serre, la pollution locale, le temps passé et les coûts de déplacements évités lors d'un achat sur Internet par rapport au même achat en magasin. [http://www.colissimo.fr/particuliers/recevoir\\_un\\_colis/livraison\\_neutre\\_CO2/](http://www.colissimo.fr/particuliers/recevoir_un_colis/livraison_neutre_CO2/).

Le site internet de La Banque Postale propose également des conseils pratiques, pour réduire sa facture énergétique et adopter des gestes pour protéger l'environnement.



Depuis 2012, un marquage « neutre en CO<sub>2</sub> » est apposé sur les produits courrier et colis.

### Rendre visible l'offre compensée

Depuis 2012, un marquage a été mis gratuitement à disposition des clients courrier, colis et numérique, afin de leur permettre d'exprimer leur engagement pour l'environnement en affichant la neutralité carbone de leurs envois.



Le CO<sub>2</sub> émis pour la livraison de votre colis et la fabrication de cet emballage est intégralement compensé.  
Plus d'informations sur [www.laposte.fr](http://www.laposte.fr)



La branche Numérique garantit la neutralité carbone de l'intégralité de ses activités.

### Orienter l'épargne vers des placements plus responsables ou solidaires

Au-delà des solutions de financement, La Banque Postale propose également aux particuliers de concilier placement financier et éthique, avec l'offre ISR Investir autrement. Cette gamme propose notamment trois fonds solidaires, qui permettent à ses clients de soutenir, grâce à leur épargne, des organismes ayant une forte utilité sociale. **LBPAM Responsable Actions Solidaire** et **Décisiel Responsable Actions 70 Solidaire** (fonds d'épargne salariale) ont une partie de leur encours (5% à 10%, conformément à la réglementation) investie directement au capital d'organismes agissant en faveur de l'insertion, par l'emploi ou par le logement. Quant au fonds **Libertés & Solidarité**, la moitié des revenus générés est reversée sous forme de don à la Fédération internationale des ligues des droits de l'homme.

La Banque Postale met également à disposition une solution d'épargne en faveur de la transition énergétique avec le fonds ISR thématique « **LBPAM Responsable Actions Environnement** ». Ce fonds est investi spécifiquement dans des entreprises européennes du secteur de l'environnement agissant en faveur du développement durable et de la transition énergétique.

La Banque Postale propose également à ses clients son service « **Intérêts Solidaires** » qui leur permet de reverser tout ou partie des intérêts d'un livret d'épargne (livret A, livret de développement durable ou livret d'épargne populaire) à l'une des associations membres de « L'Initiative contre l'exclusion bancaire » (voir page 140). Elle accompagne cette démarche solidaire en abondant le montant de leur don de 10%. Ce service bancaire a obtenu en 2015 le label Finansol. La Banque Postale est le premier établissement financier à obtenir le label Finansol pour un service.

## Renforcer la satisfaction des clients

L'ambition de service du Groupe est fondée sur l'excellence de la relation de service. Elle est basée sur trois attitudes clés : accueil, écoute et efficacité, et sur un principe clé : la symétrie des attentions. Le Groupe appréhende la relation client, de la conception de l'offre jusqu'au service après-vente et à la fidélisation.

### Le Groupe La Poste à l'origine de l'association Esprit de Service France

En 2015, Le Groupe La Poste a impulsé la création de l'association Esprit de service France avec 14 grandes entreprises françaises. À fin 2016, l'association compte près de 65 membres : grandes entreprises de services et institutions publiques. L'ambition de l'association : promouvoir un modèle de management Esprit de service® – co-construit par les membres – capable de faire de la France une référence dans l'excellence du service et aider les entreprises françaises à faire de l'accueil et de la signature relationnelle un levier de compétitivité et de performance.

La sixième convention Esprit de service France s'est tenue le 9 décembre 2016 sur le thème « Expérience client et transformation des organisations ».

Ses enseignements sont en cours d'exploitation au sein d'ateliers d'échanges de pratiques qui ont pour objectif la co-construction du label Esprit de service, qui devrait voir le jour courant 2017.

### La satisfaction du client au cœur des travaux du CQDD

En 2016, le CQDD a décidé de faire du « client » le principe unificateur de ses travaux. Ainsi, les différents objets d'étude seront désormais abordés sous deux angles : les évolutions sociétales susceptibles de transformer la demande finale adressée à La Poste et les engagements de La Poste au regard d'exigences de qualité formulées par les clients.

Le comité souhaite également revoir le baromètre de la qualité de nouveaux indicateurs plus en rapport avec l'expérience et les attentes des clients.

Dès 2017, le CQDD prévoit de mener :

- une analyse économique du dispositif de mesure de la qualité : quel en est le coût exact, quel en est le rendement, quel en est le retour sur investissement ?
- une analyse des causes des principaux dysfonctionnements faisant l'objet de réclamations, sans exclure les causes humaines ;
- une réflexion sur le « paradoxe existentiel » d'une

entreprise qui mise sur la personnalisation, le contact humain, la relation de proximité et qui, dans le même temps, doit maintenir sa compétitivité basée sur la massification.

### La mesure de la satisfaction du client

Le Groupe La Poste a déployé de nombreux dispositifs de mesure de la satisfaction client (baromètres, mesures après événements, etc.) qui lui permettent d'intégrer le suivi de l'expérience client dans les dispositifs de pilotage à tous les niveaux de l'organisation, aussi bien stratégiques qu'opérationnels au plus près du client. Les résultats en termes de satisfaction s'appuient sur un très haut niveau de respect des engagements et de la promesse de service. À titre d'exemple, l'engagement sur le passage du facteur le lendemain au plus tard en cas de non-distribution de la tournée est de 96,9% (avec un dédommagement automatique du client en cas de non-respect). Le nouveau service d'expédition en boîte aux lettres enregistré lui aussi de très bons résultats avec un taux de respect de la promesse de 97% (hors ACP). Concernant le traitement des réclamations clients par le courrier, l'objectif de 95% d'envoi des réponses dans le délai annoncé au client dans l'accusé de réception est atteint de nouveau en 2016 à 96% (réclamations traitées au plan national et réclamations traitées localement)



Facteo est un smartphone qui équipe tous les facteurs et qui permet d'améliorer la qualité du service aux clients.

La satisfaction des internautes concernant le site laposte.fr est de 6,7/10 (moyenne des 12 mois en 2016 – 1 000 répondants par mois. Source : baromètre mensuel MetrixLab). Cette note a gagné 0,14 point en 2016. 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, stable par rapport aux années précédentes : 96% sont satisfaits de leur bureau, la moitié affirme en être « très satisfaits » (baromètre Ipsos). Élargie à l'ensemble de la clientèle du Réseau, la satisfaction s'établit à 87% des personnes ayant fréquenté un bureau au cours des six derniers mois (baromètre BVA). Cette excellente performance est soutenue par les qualités relationnelles dont font preuve les agents à l'égard des clients du Réseau La Poste. Dans le détail, la serviabilité, l'écoute et la qualité du contact enregistrent respectivement 91%, 92% et 93% de clients satisfaits (des taux élevés qui se maintiennent chaque année). Les actions engagées depuis de nombreuses années autour des valeurs et des attitudes de service des

postiers constituent les fondations de la relation client d'aujourd'hui. Animé par la volonté d'atteindre l'excellence relationnelle, le Réseau a déployé en 2016 la démarche « Latitude client ». Basée sur les besoins et les attentes de clients, et résolument tournée vers la responsabilisation des équipes managériales en bureaux, cette démarche vise à créer, pour chaque client, les conditions d'une expérience personnalisée, fidélisante et garantissant pour chaque bureau d'être recommandé par ses clients. Pour tenir compte des évolutions des demandes clients, Le Groupe La Poste a modifié son dispositif d'écoute du client et de mesure de la satisfaction. Depuis 2016, il est directement intégré au pilotage des entités opérationnelles. Le *net promoter score* (NPS, indicateur de la propension du client à recommander ou pas un produit ou un service) est désormais capté immédiatement après l'événement et transmis aux entités opérationnelles concernées. Chaque équipe met en œuvre les actions nécessaires pour améliorer ce score.

## Le taux de satisfaction globale à l'égard de la visite en bureau des clients en France du Groupe La Poste

G4-PR5

	2014	2015	2016
Satisfaction globale des Français fréquentant le réseau	95%	96%	94,9%

**Interrogés (par Ipsos) au plus près de leur expérience, juste après avoir effectué leurs opérations, les clients du Réseau manifestent un très fort taux de satisfaction une fois de plus en 2016.**

### L'activité du médiateur du Groupe La Poste en 2016

Le médiateur du Groupe La Poste, tiers impartial et indépendant, intervient à la demande des clients en matière de courrier, colis, services financiers et réseau des bureaux de poste, pour chercher une issue aux litiges non résolus entre La Poste et ses clients. En ce qui concerne les produits et services financiers, il agit en tant que médiateur de La Banque Postale. La Poste dispose d'un médiateur depuis 1995. Conformément à la réglementation européenne et française, La Poste a obtenu pour son dispositif de médiation et pour la nomination du médiateur (sur proposition du président-directeur général) l'agrément de la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECM) en avril 2016. Chaque année il présente au PDG et remet aux branches un rapport, consultable en ligne, sur son activité.

En 2016, le médiateur du Groupe La Poste a reçu 12880 demandes de médiation (+ 14% par rapport à 2015), qui se sont traduites par l'ouverture de 12880 dossiers.

À l'issue d'un examen attentif, les dossiers recevables pour une médiation sont pris en charge par les services du médiateur. Les dossiers non recevables font l'objet d'un accusé de réception au client lui indiquant le service postal compétent pour y apporter le meilleur traitement. La proportion des dossiers recevables par rapport au total des dossiers ouverts est de 29% en 2016. Elle enregistre une légère baisse puisqu'elle était de 32,5% en 2015. 11% des saisines émanent des personnes morales; pour l'activité Services-Courrier-Colis, proportion stable par rapport à 2015. 3745 avis (+ 1,6%) ont été émis en 2016.

Les avis émis ont été systématiquement suivis par les branches du Groupe La Poste concernées.



# 6

## Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique

- P. 78 — Trois engagements forts pour lutter contre le changement climatique et favoriser la transition énergétique
- P. 79 — Consommations d'énergie, émissions de GES et mesure de la qualité de l'air
- P. 83 — La réduction des émissions de GES et des pollutions atmosphériques locales grâce à l'écomobilité et à la logistique urbaine
- P. 90 — La réduction des émissions des GES et polluants atmosphériques locaux issus des bâtiments
- P. 92 — Réduire les émissions de GES liées aux systèmes d'information et de communication
- P. 94 — Contribuer à l'essor de l'économie circulaire
- P. 97 — Préserver la biodiversité

En France, l'État a fait de la transition énergétique et du développement des énergies renouvelables des priorités nationales. Conséquence de ces engagements politiques, l'évolution du cadre réglementaire a un impact substantiel sur l'activité et la stratégie de La Poste, car la livraison de courriers et de colis, l'utilisation d'un vaste parc immobilier et le déploiement de sites Internet et d'autres services numériques exigent une grande quantité d'énergie. Dans cette dynamique, l'année 2016 est une année charnière puisqu'elle est l'année de la mise en œuvre des dispositifs (arrêtés, décrets) de la loi 2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte. Le Groupe s'est organisé pour répondre aux obligations réglementaires et être un fer de lance de cette mise en œuvre.

La consommation d'énergie représente en outre une part importante des dépenses du Groupe. Les mesures mises en place pour réduire ces consommations et privilégier une énergie issue de sources renouvelables ont déjà permis d'atténuer l'empreinte environnementale du Groupe et ses dépenses opérationnelles. La compensation des émissions de gaz à effet de serre liées à une grande partie de l'offre des produits et services permet de réduire encore son empreinte carbone.

Mais ce n'est pas tout : elles ont également ouvert la voie à une multitude d'innovations commerciales, véritable relais de croissance à l'image des services de mobilité responsable ou de logistique inversée.

C'est pourquoi la transition énergétique constitue un axe prioritaire fondamental de la politique énergie-climat du Groupe La Poste, qui œuvre également à la préservation des ressources naturelles en réduisant sa consommation de matières et en encourageant l'économie circulaire.

	Domaine d’action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2016	
Environnement	Climat	Réduction des émissions de GES des activités de La Poste de 15% par rapport à 2013 Pour ce faire :	Moins 16% depuis 2013	
		• Détention d’une des toutes premières flottes mondiales de véhicules électriques, dont 10000 véhicules utilitaires légers	• À fin 2016, Le Groupe La Poste détient 6842 véhicules électriques utilitaires légers, soit 10,9% de sa flotte de véhicules légers	
		• Desserte des 15 principales métropoles françaises par des dispositifs à faibles émissions	• À fin 2016, 7 métropoles sont livrées par des dispositifs à faibles émissions	
		• Approvisionnement en électricité 100% renouvelable à l’horizon 2020 sur le périmètre des bâtiments gérés par Poste Immo	• L’ensemble des consommations électriques sont couvertes depuis le 1 <sup>er</sup> mai 2016	
				Non atteint    Objectif dépassé    Progression en ligne avec l’objectif fixé

## Trois engagements forts pour lutter contre le changement climatique et favoriser la transition énergétique

Afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) de ses activités de 15% par rapport à 2013, La Poste a défini trois objectifs clés qui guident son action :

- se doter d’une des toutes premières flottes mondiales de véhicules électriques, dont 10000 véhicules utilitaires légers ;
- desservir les 15 principales métropoles françaises par des dispositifs à faibles émissions de GES ;
- s’approvisionner en électricité 100% d’origine renouvelable à l’horizon 2020 sur le périmètre des bâtiments gérés par Poste Immo.

Pour atteindre ces objectifs, le Groupe s’appuie sur les plans d’actions de ses branches et deux programmes transversaux, les « projets prioritaires communs », dont la mission est de catalyser les compétences et de permettre les synergies nécessaires pour apporter des réponses concrètes et efficaces face à la transition énergétique et aux évolutions de la logistique urbaine. Ces deux projets prioritaires communs (PPC) sont détaillés dans ce document aux pages suivantes : **transition énergétique** (page 79), **logistique urbaine** (page 83).

### Contribuer à l’objectif de réduction des émissions de GES de l’International Post Corporation

La Poste fait partie de l’association International Post Corporation qui regroupe les grandes organisations postales dans le monde. L’objectif de réduction de 20% des émissions par lettre ou par colis entre 2013 et 2025 pris par IPC, et auxquels l’ensemble de ses membres contribue, a été approuvé et certifié par l’initiative *Science Based Targets* (SBT)<sup>(1)</sup>. Cet objectif est cohérent et aligné avec les niveaux de réduction d’émissions requis afin de limiter le réchauffement climatique à 2 °C.

(1) L’initiative SBT est un partenariat du CDP, du Pacte mondial des Nations unies, du World Resources Institute et du WWF qui vise à accompagner les entreprises dans la définition de leurs objectifs climat en phase avec l’objectif mondial de 2 °C.

# Consommations d'énergie, émissions de GES et mesure de la qualité de l'air

## Consommations d'énergie du Groupe La Poste

G4-EN3/4

### Consommation énergétique liée aux transports et aux bâtiments en GWh (Périmètre : La Poste SA)

	2014	2015	2016
<b>Total des consommations d'énergie – La Poste SA</b>	<b>2 667</b>	<b>2 679</b>	<b>2 616</b>
<b>Répartition par type</b>			
Type 1 : consommation directe des moyens loués ou contrôlés, flotte interne de véhicules de transport et bâtiments	1 138	1 263	1 088
Type 2 : consommation liée à l'électricité et aux réseaux de chaleur	535	516	534
Type 3 : consommation liée aux sous-traitants de transport	995	901	994
<b>Répartition par domaine</b>			
Bâtiments <sup>(1)</sup>	943	993	984
Transports <sup>(2) (3)</sup>	1 724	1 686	1 632

(1) Informations ayant fait l'objet d'un avis d'assurance modéré.

(2) Hors déplacements professionnels et transports internationaux.

(3) Source sectorielle des facteurs de conversion de l'énergie pour les transports : IPC.

### Consommations totales du Groupe en GWh

	2014	2015	2016
<b>Total des consommations d'énergie du Groupe La Poste</b>	<b>5 977</b>	<b>6 180</b>	<b>6 664</b>
Part des consommations de La Poste SA rapportées aux consommations du Groupe	45%	43%	39%

**Émissions de GES liées aux transports et aux bâtiments en t eq CO<sub>2</sub> (Périmètre : La Poste SA)**

	2014	2015	2016	Évolution 2016-2015
<b>Total des émissions de GES – La Poste SA</b>	<b>679 262</b>	<b>663 549</b>	<b>612 932</b>	<b>-8%</b>
<b>Répartition par type</b>				
Type 1 : consommation directe des moyens loués ou contrôlés, flotte interne de véhicules de transport et des bâtiments	264 742	271 186	251 079	-7%
Type 2 : consommation liée à l'électricité et aux réseaux de chaleur	40 448	40 629	15 304	-62%
Type 3 : consommation liée aux sous-traitants de transport	374 072	351 734	346 549	-1%
<b>Répartition par domaine</b>				
Bâtiments <sup>(1)</sup>	129 258	142 525	111 190	-22%
Transports <sup>(2) (3)</sup>	550 004	521 024	501 742	-4%

(1) Informations ayant fait l'objet d'un avis d'assurance modéré.

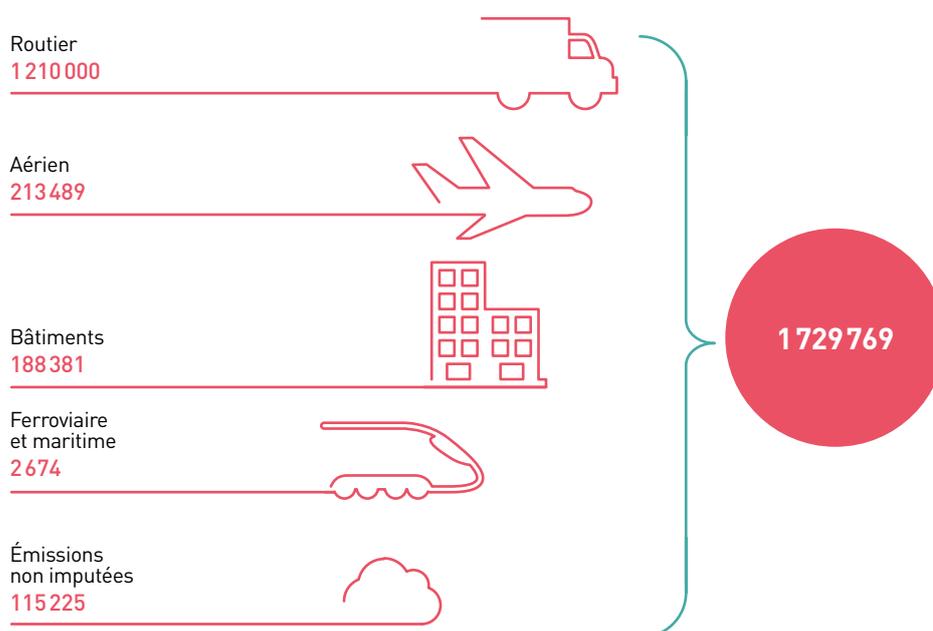
(2) Émissions de GES des types 1 à 3 incluant les sous-traitants de transport et les déplacements professionnels sous-traités des collaborateurs. Les émissions de GES associées aux véhicules électriques sont comptabilisées au niveau des bâtiments.

(3) Source sectorielle des facteurs de conversion de l'énergie pour les transports : IPC.

La diminution continue des émissions de GES de La Poste SA provient principalement, pour les transports, de l'optimisation des trajets et du renouvellement continu de notre flotte. Pour le bâtiment, la baisse est due à l'alimentation électrique d'origine 100% renouvelable depuis le 1<sup>er</sup> mai 2016.

**Répartition des émissions de GES par origine en t eq CO<sub>2</sub> – Groupe La Poste 2016<sup>(1)</sup>**

**G4-EN6 et G4-EN19**



(1) Émissions de GES des types 1 à 3 incluant les sous-traitants de transport et les déplacements professionnels sous-traités des collaborateurs. Les émissions de GES associées aux véhicules électriques sont comptabilisées au niveau des bâtiments.

## Émissions totales de GES du Groupe

	2014	2015	2016	Évolution 2016-2015
Émissions totales de GES du Groupe La Poste	1 529 177	1 685 504	1 729 769	2,6%
Part des émissions de La Poste SA rapportées aux émissions totales du Groupe	44%	39%	35%	

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 traité de 11% entre 2015 et 2016.

Il est toutefois notable que, sur le périmètre du colis express, les émissions de GES par colis ont diminué de 10,1% pour atteindre 0,747 kg eq CO<sub>2</sub>/colis. Les émissions liées aux bâtiments en baisse de 15% représentent 11% du total des émissions du périmètre. Cette forte diminution s'explique par l'augmentation significative de la part de l'électricité d'origine renouvelable dans l'approvisionnement d'énergie des bâtiments.

### La démarche de management des gaz à effet de serre

La démarche de management des émissions de GES a été mise en place pour l'ensemble des activités du Groupe.

Cette démarche se décline en quatre axes :

- 1. Prévenir** : anticiper les émissions de gaz à effet de serre en concevant des offres à faibles émissions. (voir aussi « Une offre responsable « éco-socio-conçue » utile, simple et accessible à tous » en pages 60 à 67).
- 2. Mesurer** l'ensemble des émissions de GES liées à ces activités, en mettant en place un suivi et un pilotage efficaces à tous les échelons pertinents (voir aussi pages 79 à 82).
- 3. Réduire** mettre en œuvre toutes les actions efficaces pour réduire l'empreinte carbone liée aux activités de transport, aux consommations d'énergie des bâtiments et des outils numériques et à la conception des produits et des services (voir aussi pages 83 à 84).
- 4. Compenser** les émissions de GES restantes (voir page 63), grâce au soutien de projets de compensation carbone.

## Les fonds internes liés aux émissions de GES

En 2015, La Banque Postale a lancé la première édition de son fonds carbone. Il s'agit d'un mécanisme de monétisation de ses émissions de gaz à effet de serre permettant d'internaliser le coût que ces émissions représentent pour la société. Le fonds carbone, depuis sa création, a permis de mettre à disposition une enveloppe financière cumulée de 664 216 euros, à la fois pour des projets internes visant à réduire les émissions de GES de la banque et pour des projets externes en France à forte valeur ajoutée environnementale. Cette enveloppe est calculée sur la base des émissions de GES générées par les trois principaux postes d'émissions de la banque, les transports, les bâtiments et l'informatique et la consommation de papier (interne et externe), sur la base de 7 euros la tonne équivalent CO<sub>2</sub> émise.

Chaque année, les projets internes font l'objet d'un appel à candidature et sont sélectionnés sur la base de plusieurs critères, dont la rentabilité économique et les émissions de GES potentiellement évitées. Quelques exemples de projets : travaux de rénovation et d'efficacité énergétique des bâtiments, campagnes de sensibilisation au développement durable, flottes de vélos à assistance électrique, formations à l'écoconduite, étude sur l'optimisation de la flotte de véhicules de La Banque Postale ou encore un projet de télérelève des consommations énergétiques qui permet, grâce à des capteurs intelligents, de décomposer les consommations des bâtiments. Face au succès rencontré par le dispositif, l'appel à candidature au fonds carbone 2017 a été lancé en fin d'année 2016 avec une évolution importante par rapport aux précédentes éditions : l'augmentation du prix de la tonne carbone de 7 euros à 8 euros, afin de maintenir à niveau équivalent l'enveloppe financière malgré la diminution des émissions de La Banque Postale.

Le Réseau La Poste et la branche Services-Courrier-Colis rejoindront en 2017 La Banque Postale dans cette démarche.

En externe, le fonds carbone a permis de financer aux côtés de la branche Services-Courrier-Colis trois projets environnementaux dans le cadre du programme « CLIMAT + territoires » (voir page 103).

## Une démarche de management de la qualité de l’air

### Le management de la qualité de l’air et des nuisances sonores

Les préoccupations liées à la pollution de l’air et aux nuisances sonores sont de plus en plus fortes et aujourd’hui reconnues notamment comme des enjeux de santé publique. Le Groupe La Poste a accentué depuis quelques années sa montée en expertise sur ce sujet. Inspirée de la démarche de management du carbone, une démarche de management de la qualité de l’air a été mise en place pour l’ensemble des activités du Groupe :

**Prévenir.** Afin de réduire les émissions de polluants locaux et le bruit, Le Groupe La Poste améliore sans cesse la qualité de sa flotte de véhicules. Le Groupe est ainsi le détenteur de l’une des toutes premières flottes mondiales de véhicules électriques (6 842 voitures

et véhicules utilitaires électriques en 2016). Sa politique de renouvellement des véhicules lui permet également de maintenir un parc jeune (36,29 mois en moyenne en 2016, contre 37,04 mois en 2015) de véhicules parmi les plus performants.

**Mesurer.** Le Groupe La Poste développe depuis 2015 en partenariat avec l’Ademe et France Nature Environnement des outils de mesure des polluants atmosphériques locaux. La mesure du bruit est la prochaine étape.

**Réduire.** Le Groupe La Poste développe des démarches actives de réduction des polluants atmosphériques locaux et du bruit au travers de sa politique de choix de véhicules et de sa démarche de logistique urbaine (voir page 83), qui consiste à développer des dispositifs de livraison à faibles émissions pour desservir les métropoles et les villes de plus de 100 000 habitants.

### Mesure des polluants atmosphériques locaux

#### G4-EN21 et G4-EN30

Consciente de l’impact sur l’environnement et sur la santé de l’utilisation de sa flotte de véhicules à motorisation thermique, La Poste suit, depuis 2015, les émissions de quatre polluants réglementés dans le cadre des normes Euro. Le périmètre de ce suivi est celui de la flotte de véhicules gérée par Véhiposte, filiale du Groupe.

Ainsi, en 2016, par rapport à 2015, les émissions de monoxyde de carbone (CO) s’inscrivent en baisse de plus de 8%, les émissions d’hydrocarbures (HC) de 0,3%, les émissions d’oxydes d’azote (NOx) de plus de 11% et les émissions de particules fines (PM) de 31%.

### Émissions de polluants atmosphériques de La Poste (en tonnes)

	2014	2016	Évolution 2016-2015
Émissions de monoxyde de carbone	489,59	446,73	-8,76%
Émissions d’hydrocarbures	52,38	52,22	-0,31%
Émissions d’oxydes d’azote	173,99	153,32	-11,88%
Émissions de particules	6,81	4,69	-31,08%

Si une partie de ces diminutions provient d’une baisse des kilomètres parcourus, elles résultent également de plusieurs types d’actions, parmi lesquelles : les formations à l’écoconduite, qui permettent de réduire les consommations de carburant ; le renouvellement

régulier des véhicules automobiles en faveur de modèles moins consommateurs de carburant et moins émetteurs de polluants ; l’augmentation du nombre de véhicules électriques.

# La réduction des émissions de GES et des pollutions atmosphériques locales grâce à l'écomobilité et à la logistique urbaine

## G4-EN33

En 2016, Le Groupe La Poste a émis 1 426 163 t eq CO<sub>2</sub> de GES pour ses activités de transport, ce qui représente 82% de ses émissions de GES. La réduction des émissions liées au transport est donc un enjeu majeur pour le Groupe, dont près de 80% sont issues de la sous-traitance des activités colis et express (voir page 104).

Le périmètre des engagements du Groupe La Poste couvre les scopes 1, 2 et le scope 3 constitué des émissions liées à la sous-traitance transport.

## Le PPC logistique urbaine<sup>(1)</sup> comme levier de la démarche de réduction des polluants locaux

Le plan stratégique du Groupe La Poste, « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », donne une place centrale aux préoccupations environnementales et économiques des villes : nécessité de dépolluer et décongestionner la ville tout en maintenant l'attractivité des centres-villes et en préservant les commerces de proximité.

La logistique urbaine représente un enjeu environnemental et économique majeur : le transport de marchandises en villes représente 20% des véhicules, 30% des émissions de gaz à effet de serre, 40% des émissions de particules fines, 10 millions de livraisons ou d'enlèvements par jour, en France, en zone urbaine.

Pour Le Groupe La Poste, la logistique urbaine revêt aussi un enjeu économique ; il s'agit pour le Groupe d'étendre ses activités existantes et de développer des activités nouvelles et rentables. C'est également un enjeu d'adaptation sociétale, puisque les restrictions d'accès aux centres-villes sont désormais une réalité. Les travaux du PPC logistique urbaine poursuivent donc les ambitions suivantes :

- **étendre les activités existantes de La Poste** et conforter sa position d'acteur de référence de la livraison durable en ville ;
- **développer des activités nouvelles** et rentables (centres de consolidation, transport alimentaire, etc.) ;
- **tirer meilleur parti de ses actifs**, notamment immobiliers pour en faire un levier de désengorgement des villes.

Pour cela Le Groupe La Poste déploie une démarche dans 15 métropoles et 40 unités urbaines dites « grandes villes » de plus de 100 000 habitants qui couvrent 47% de la population et 57% des envois de colis vers les particuliers.

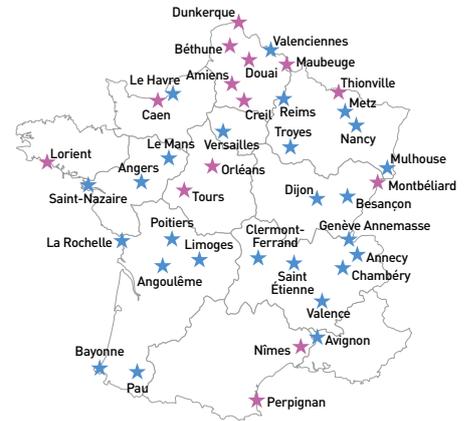
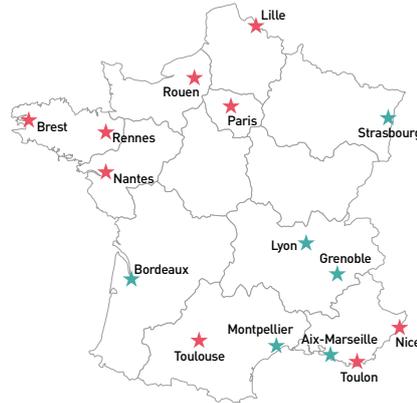
La contribution de La Poste pour accompagner la politique de logistique urbaine des collectivités locales est fondée sur trois principes : la densification des tournées de livraisons, la livraison avec des véhicules propres et le développement de services à valeur ajoutée, déclinés en six missions prioritaires :

- livrer de manière systématique en modes à faibles et très faibles émissions ;
- améliorer l'efficacité de la livraison urbaine ;
- étudier des pistes complémentaires comme l'ouverture des Espaces Logistiques Urbains (ELU) à des acteurs externes au Groupe, ou la création de modèles de centres de consolidation du fret urbain ;
- identifier dans chaque territoire les initiatives privées agissant dans le domaine de la logistique urbaine et les projets innovants et économiquement viables ;
- déployer un réseau de 1 000 Pickup stations (consignes à colis) d'ici à fin 2016 en bureaux de poste et dans les zones de grand flux ;
- étudier la logistique aval des marchés d'intérêts nationaux (MIN) pour le transport en centre-ville des denrées alimentaires et appuyer le lancement, par Chronopost Food, des offres de transport express de marchandises alimentaires.

[1] La logistique urbaine est « **la façon d'acheminer dans les meilleures conditions les flux de marchandises qui entrent, sortent et circulent dans la ville** ». La logistique urbaine est donc le premier ou le dernier maillon d'une chaîne logistique plus globale à laquelle s'ajoute une notion de transport plus propre et plus respectueux de l'environnement tout en garantissant la performance économique.

**Plan de déploiement de logistique urbaine**

	Dans les 15 métropoles françaises	Dans les 40 grandes villes de plus de 100 000 habitants
<b>Objectif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Livraison en mode à faibles émissions en cœur de ville</li> <li>• Déploiement de consignes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Livraison en mode à faibles émissions</li> <li>• Consigne installée dans 1 ou 2 bureaux de poste si l'implantation est stratégique pour Pickup</li> </ul>
<b>Avancement à fin 2016</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 métropoles déployées : Toulouse, Lyon, Bordeaux, Strasbourg, Grenoble, Aix-en-Provence, Montpellier</li> <li>• 286 consignes installées : Paris, Toulouse, Nantes, Rennes, Marseille, Toulon, Strasbourg, SNCF, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lancement effectué dans 26 grandes villes</li> <li>• Lancement différé au premier trimestre 2017 pour 14 autres villes</li> </ul>



Des outils d'impact environnemental des modes de livraison et notamment des consignes sont en cours de développement. Une première étude réalisée en avril 2016 par Opinion Way pour le compte de Pickup esquisse des éléments de mesure de l'intérêt du mode de livraison en consigne d'un point de vue environnemental et de la satisfaction des clients. Ses enseignements sont notamment les suivants :

- 51 % des clients choisissent la consigne pour ses horaires plus pratiques ;
- pour 89 % des répondants la consigne doit être située à moins de deux kilomètres de leur domicile ou de leur lieu de travail ;
- 67 % des clients se rendent à la consigne à pied ;
- pour 68 % des clients, la consigne se trouve sur leur trajet quotidien ;
- 96 % des clients sont satisfaits ou très satisfaits par le service de livraison en consigne.

**En Allemagne, GeoPost teste l'utilisation de microsites et la livraison à vélo dans le centre-ville de Nuremberg**

Ce projet pilote de logistique urbaine, axé sur l'utilisation de microsites, est dirigé par l'Institut de technologie de Nuremberg. Il vise à développer des solutions innovantes de logistique du dernier kilomètre et à les tester en pratique. La filiale DPD Allemagne de GeoPost participe à ce test avec GLS. Concrètement, les colis destinés aux commerces et aux particuliers sont déposés dans des conteneurs, des véhicules ou des bâtiments situés à un emplacement central à partir duquel DPD et GLS effectuent la distribution en mode sans émissions : vélos, chariots, réduisant ainsi l'impact du trafic sur les zones de centre-ville encombrées.

## Les leviers de réduction des émissions de GES, de bruit et de polluants atmosphériques locaux liés au transport de marchandises

### G4-EN30

Le Groupe La Poste, avec plus de 1,6 milliard de kilomètres parcourus par an (hors export), utilise une flotte de plus de 100 000 véhicules qui comprend :

- 27 934 vélos, dont 88 % sont à assistance électrique ;
- des véhicules motorisés : 4 163 deux-roues motorisés, plus de 52 000 véhicules légers et 1 163 poids lourds.

### Chiffres clés des activités de transport du Groupe La Poste

1,426 million de tonnes de GES en 2016 liées au transport.

36 456 véhicules électriques (36 % de la flotte) dont :

- 865 chariots de distribution ;
- 24 604 vélos à assistance électrique ;
- 6 842 voitures et véhicules utilitaires<sup>(1)</sup> ;
- 1 051 Quadéo et quadricycles ;
- 3 094 véhicules à trois roues Staby®.

Afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre, de polluants atmosphériques et la congestion liées au transport de marchandises, Le Groupe La Poste s'appuie sur plusieurs leviers technique, logistique, comportemental et d'achats de prestations.

### Un levier technique, par l'intégration croissante de véhicules plus respectueux de l'environnement dans sa flotte interne

#### Les véhicules électriques et motorisations à faibles émissions

Le remplacement de véhicules thermiques par des véhicules électriques constitue une contribution importante à la réduction des émissions de gaz à effet de serre, des émissions de polluants atmosphériques (notamment particules et NOx) et des nuisances sonores. L'alimentation des véhicules électriques en électricité garantie d'origine renouvelable accroît le bénéfice écologique de ce choix. Le parc du Groupe La Poste fait partie des plus grands parcs de véhicules électriques d'entreprise au monde. Le Staby®, qui remplace notamment les deux-roues motorisés classiques, permet de meilleures conditions de travail grâce à ses capacités d'emport et sa facilité d'usage. Ce véhicule, créé à la demande de La Poste et expérimenté au sein du Groupe, a rencontré des difficultés de mise au point. De ce fait le remplacement total des deux-roues thermiques n'a pu être achevé fin 2016, l'objectif est reporté à fin 2017.

(1) Dont neuf véhicules hybrides.

### La Poste, signataire de la charte « Objectif CO<sub>2</sub> » de l'Ademe

Le 18 décembre 2014, La Poste a signé la charte « Objectif CO<sub>2</sub> – Les transporteurs s'engagent » portée par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). La Poste s'est ainsi engagée à réduire ses émissions de GES de 6,5 % d'ici à 2017.

Pour sa part, Chronopost a renouvelé son engagement en 2016 en signant pour la troisième fois la charte pour la période 2016-2018 en s'engageant à réduire ses émissions de GES de 5 % d'ici à 2018.



Nous partageons la vision des collectivités qui s'engagent et nous soutenons leurs initiatives. Il en est ainsi de la mise en place de réglementations progressives pour l'accès en centre-ville, définies en concertation avec les acteurs économiques et les citoyens. C'est aussi l'action visant à la réalisation d'infrastructures de ravitaillement pour les véhicules à faibles émissions afin d'en favoriser la circulation en cœur de ville. Ces enjeux sont également porteurs de formidables opportunités pour les entreprises françaises.



Frédéric Delaval,  
directeur de l'unité  
d'affaires écomobilité  
et directeur du projet  
prioritaire commun  
de logistique urbaine



**Le Groupe expérimente et déploie progressivement d’autres motorisations faiblement émettrices**, comme le gaz naturel pour véhicules (GNV), notamment pour les véhicules supérieurs à 3 m<sup>3</sup> destinés à desservir les centres-villes. Marquant la progression du Groupe dans ce domaine, il est à noter que 2 véhicules GNV (fourgon 10 m<sup>3</sup> et véhicule à hayon) sont ainsi entrés au catalogue « standard » de La Poste. À partir du deuxième trimestre 2017, le catalogue proposera un véhicule utilitaire GNV de 3 m<sup>3</sup> et de 4 m<sup>3</sup>. GeoPost a ainsi acquis 80 véhicules fonctionnant au GNV.

En avril 2016, La Poste s’est dotée d’un premier camion de 19 tonnes fonctionnant au GNV. Ce Renault Trucks D Wide GNV assure des liaisons de transport de courrier et de colis à Paris et en première couronne en région Île-de-France.

Ainsi, en accompagnement des travaux du PPC logistique urbaine (voir page 83), le Groupe s’est doté d’un catalogue privilégiant les véhicules à faibles et très faibles émissions : « Vehigreen, véhicules de distribution en mode doux » à destination de La Poste et des filiales. À fin 2016, plus de 164 commandes de véhicules GNV ont été enregistrées.

En termes de gains environnementaux, le GNV permet une réduction d’environ 15% des émissions de GES, de 50% des NOx et jusqu’à 95% des particules par rapport à un véhicule diesel classique. Les véhicules GNV sont également plus silencieux que les véhicules diesel.

#### **Les projets menés autour de la propulsion à l’hydrogène se sont poursuivis en 2016 :**

- **le projet MobyPost** (projet européen), en cours dans les plates-formes de préparation du courrier (PPDC) d’Audincourt et de Lons-le-Saunier, consiste à faire rouler des véhicules électriques fonctionnant à pile à combustible (hydrogène) pour la distribution du courrier, et à produire, stocker et distribuer l’hydrogène sur place grâce à des panneaux solaires installés sur le parking. Sur les 2 sites équipés, 10 véhicules de 1 m<sup>3</sup> sont co-développés avec les facteurs, équipés d’une pile à combustible. Après un an d’expérimentation en condition réelle d’exploitation, 3500 kilomètres ont été parcourus à ce jour ;
- **le projet Hyway** a pour objectif l’exploitation, avec 18 clients-utilisateurs, de 50 Kangoo ZE avec prolongateurs d’autonomie à hydrogène. La Poste contribue avec 5 Kangoo à hydrogène : 3 à Sassenage sur des stations mutualisées et 2 à Albi ;
- **le projet Vahy** : depuis avril 2015, 10 modèles de vélos à assistance électrique Cycleurope équipés de piles à hydrogène sont expérimentés en collaboration avec Pragma Industries à Mouguerre (64).

En attendant le développement des technologies qui permettrait de n’utiliser que des véhicules à faibles émissions, La Poste rajeunit son parc de véhicules thermiques.

Dès l’entrée en vigueur du programme Crit’Air, destiné à réduire la pollution en favorisant la circulation des véhicules les moins polluants, Le Groupe La Poste a équipé 100% des véhicules gérés par Véhiposte des pastilles adéquates. Il anticipe ainsi les mesures réglementaires à venir. La ministre de l’Environnement, de l’Énergie et de la Mer, Ségolène Royal, a remis le 5 janvier 2017 un prix d’honneur à La Poste pour son engagement en faveur d’une meilleure qualité de l’air.

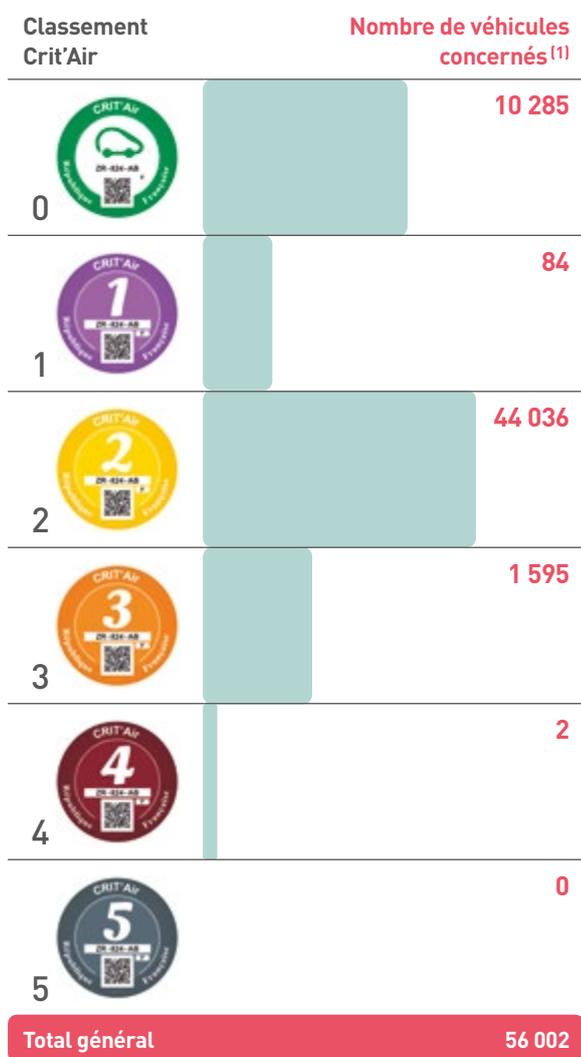
#### **Partenariat du Groupe La Poste avec Renault : une coopération sur les nouvelles mobilités**

Les deux groupes ont signé un partenariat le 31 octobre 2014 avec l’objectif de collaborer sur des sujets prospectifs indépendamment de leurs relations commerciales. Par le biais de travaux et d’études, les deux groupes développeront des projets pilotes autour de quatre axes majeurs :

- améliorer l’autonomie des véhicules utilisés pour en accélérer le déploiement, notamment avec des travaux sur la technologie des batteries aluminium ;
- rendre plus propres les véhicules circulant en milieu urbain ;
- participer à la mobilité routière de demain avec l’avènement du véhicule connecté ;
- travailler sur des véhicules électriques de dimensions différentes.

En 2016, le partenariat a concentré ses efforts sur ce dernier point afin de développer des utilitaires mieux adaptés aux tournées distribuant de moins en moins de courrier et de plus en plus de colis.

**Répartition de la flotte de véhicules automobiles  
gérée par Véhiposte pour Le Groupe La Poste  
selon le classement Crit'Air**



(1) Périmètre : uniquement les véhicules actifs au 31 décembre 2016 hors deux-roues motorisés et dont Véhiposte est propriétaire.

Sur le périmètre de la flotte interne gérée par Véhiposte, 78% du parc des voitures et des utilitaires thermiques sont, à ce jour, conformes à la norme Euro 5. Dans les années à venir, l'écomobilité sera assistée par le développement de la télématique : la plupart des véhicules neufs aujourd'hui mis sur le marché sont dotés d'un boîtier capable de suivre l'état technique et mécanique du véhicule et les comportements du conducteur et de l'en informer en continu. Véhiposte travaille dans ce sens et s'est fixé l'objectif d'équiper 10 000 véhicules de la flotte du Groupe La Poste d'ici à 2017. Avec 3 expérimentations en cours et 2 000 véhicules équipés à ce jour, Véhiposte est en ligne avec son objectif.

**Un levier logistique, en optimisant les tournées et les chargements**

**Nouveaux modèles de distribution**

Depuis 2013, Le Groupe La Poste déploie huit nouveaux modèles d'organisation de la distribution qui permettent de garantir le respect des engagements en matière de qualité du service, d'intégrer les nouvelles offres et services (services à domicile, logistique de proximité), de diminuer la pénibilité et d'augmenter l'employabilité des postiers, de réduire les charges de manière structurelle (immobilier, transport...) et de favoriser la synergie de Groupe à travers la mutualisation des produits distribués et des activités. Parmi ces huit modèles, six permettent d'optimiser les kilomètres parcourus et de développer le recours à des modes moins polluants. À fin 2016, le taux de déploiement de ces nouveaux modèles était de 44%.

**Évolution des modes de chargement et mutualisation des flux**

À fin 2016, 82% des liaisons nationales de l'activité colis étaient réalisées avec le mode de chargement en vrac, contre 79% à fin 2015. Le chargement en vrac permet d'optimiser le volume utile des remorques chargées et une baisse sensible des émissions par colis transporté grâce à la diminution du nombre de remorques nécessaires.

Le mode « vrac » contribue également à faire face à l'enjeu de mutualisation des flux. L'objectif est simple : emporter des objets divers plus nombreux par kilomètre parcouru. La refonte du schéma directeur territorial réalisée en 2016 porte donc l'ambition de construire un réseau mult flux de proximité qui optimise les circuits de livraison et de collecte.

Deux tests de caisse mobile ont été menés en 2016, en collaboration avec Chronopost, entre la plate-forme de Bonneuil et les plates-formes de Lille et de Vitrolles. L'objectif est de mutualiser l'utilisation de caisses mobiles sur des liaisons Chronopost déjà existantes. Ces tests seront poursuivis en 2017 avant un déploiement plus large éventuel.

**Des tournées de distribution à très faibles émissions**

Outre le développement de sa flotte de véhicules à faibles et très faibles émissions, La Poste maintient ses tournées piétonnes et à vélo, notamment avec le remplacement progressif des vélos classiques par des vélos à assistance électrique, offrant de meilleures conditions de travail pour les facteurs, améliorant la capacité d'emport et apportant une réponse à l'allongement des tournées observées dans certains territoires (notamment lié au phénomène d'étalement urbain).

À fin 2016, 53% des tournées facteurs (courrier) sont réalisées en mode électrique ou doux (pied et vélo).

### **Un levier comportemental, par la formation des collaborateurs à l’écoconduite et le pilotage des consommations**

Depuis 2007, plus de 91 700 collaborateurs du Groupe ont été formés à l’écoconduite, et le déploiement du dispositif de contrôle et évaluation à distance de la performance du conducteur, Mobiperf, devrait intervenir en 2017 et être pris en charge par la nouvelle unité d’affaire Bemobi.

Véhiposte a développé un ensemble d’outils permettant le pilotage et l’optimisation des charges liées aux véhicules : simulateur budgétaire, carnet de santé du véhicule, guide mémento avec les bonnes pratiques en matière de gestion des véhicules, etc. Une alerte visuelle permet aux directeurs d’établissement d’avoir une vision instantanée des véhicules du parc les plus consommateurs en énergie. Les collaborateurs peuvent consulter, dans le carnet de santé du véhicule, l’historique des dépenses et consommations des véhicules et agir au plus tôt pour corriger le comportement des conducteurs ou détecter une dérive technique. Les tableaux de bord viennent enrichir ce dispositif en proposant, pour chaque établissement, un benchmark territorial et national. En 2016, un reporting d’alerte a été développé pour ne communiquer aux managers et directeurs d’établissement que les anomalies nécessitant des actions. Ce reporting plus ciblé leur permet de prendre des décisions correctives immédiates.

En 2016, la branche Services-Courrier-Colis a mis à jour et diffusé à nouveau son guide de réduction des émissions de GES à l’attention des managers territoriaux. Il les accompagne à identifier les actions de réduction à leur portée, les bénéfiques associés et leurs modalités de mise en œuvre.

### **Un levier achats, en incluant des critères environnementaux dans le choix des prestataires de transport**

Depuis plusieurs années, les cahiers des charges des prestataires de services de transport prennent en compte des critères environnementaux. Ces critères (consommation de carburant, respect des normes européennes, adhésion à la charte du ministère de l’Écologie « Objectif CO<sub>2</sub> – Les transporteurs s’engagent », proposition de carburants alternatifs (GNV), etc.) sont pondérés à plus de 10% et d’autres critères, comme l’âge du véhicule et la formation à l’écoconduite des conducteurs, sont également analysés. Depuis 2015, la branche Services-Courrier-Colis demande à ses prestataires de lui communiquer la consommation de carburant de chacun des véhicules utilisés afin d’affiner le pilotage des émissions de GES liées au transport sous-traité.

À partir de 2016, un accent supplémentaire a été mis sur le choix de véhicules satisfaisant les dernières normes antipollution (Euro 6) et fonctionnant avec des carburants plus respectueux de l’environnement, tel que le GNV notamment. Un renforcement de la pondération des critères RSE est en cours pour la sélection des transporteurs. Par ailleurs, Viapost a généralisé les contrôles du respect par ses sous-traitants des normes Euro prévues lors des appels d’offres. Les anomalies sont systématiquement remontées et traitées avec le prestataire.

Un audit interne du process achat de transports de la branche Services-Courrier-Colis a été mené en 2016. En matière de RSE, les recommandations suivantes ont été émises : élargir le périmètre des critères RSE dans l’élection et le choix des transporteurs, et renforcer le contrôle des éléments annoncés par les transporteurs lors du processus achats.



Livraison de colis en centre-ville avec un véhicule électrique.

## Les leviers de réduction de l'impact environnemental des trajets professionnels

Les déplacements liés aux activités du Groupe ne sont pas les seuls concernés par l'écomobilité : les trajets professionnels et les trajets domicile-travail des collaborateurs, au travers des plans de déplacements d'entreprise (PDE) mis en place, sont également intégrés dans la politique d'écomobilité du Groupe.

### Les déplacements professionnels

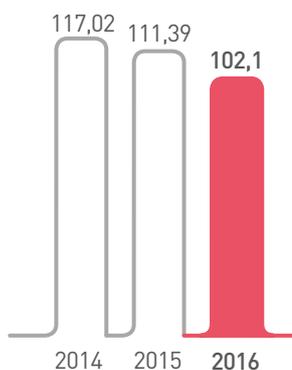
La Poste a adopté une politique relative aux déplacements professionnels qui privilégie le train plutôt que l'avion et les réunions à distance plutôt qu'en présentiel. Cette politique vise notamment à maîtriser et à réduire les émissions de gaz à effet de serre liées à ces déplacements.

Concernant le périmètre France, les voitures de fonction et de service font l'objet d'une gestion par la filiale Véhiposte et par la branche d'activité à laquelle elles sont affectées. Un suivi est réalisé qui permet de piloter finement les kilométrages, les consommations, les émissions de gaz à effet de serre et les coûts, afin de les optimiser. L'application de Véhiposte pour smartphone permet un suivi de ses usages par chaque utilisateur de véhicules de fonction.

La Poste favorise les bonnes pratiques portant sur l'usage des véhicules à faibles émissions pour les déplacements de ses collaborateurs :

- des véhicules hybrides sont proposés dans le catalogue de véhicules de fonction de La Poste ;
- les véhicules de fonction et de liaison proposés dans le catalogue garantissent des émissions de GES plafonnées à 120 geqCO<sub>2</sub> par kilomètre depuis 2010.

### Évolution du taux moyen d'émission de GES du parc de véhicules de service et de fonction géré par Véhiposte (en geqCO<sub>2</sub> par km)



(1) Émissions déjà incluses dans le total transports et bâtiments.

### Évolution des émissions de GES liées aux déplacements professionnels en train et en avion<sup>(1)</sup>

	2014	2015	2016
Émissions de GES liées aux déplacements professionnels en train et en avion en t eq CO <sub>2</sub>	10 504	9 366	9 836

Malgré une politique voyage privilégiant les déplacements professionnels en train en métropole, l'augmentation des émissions de GES de 5% s'explique par une plus grande intensité des déplacements professionnels aériens longs-courriers dans le cadre d'une stratégie de conquête et de développement des activités du Groupe à l'international.

### Les déplacements domicile-travail : une nouvelle dynamique pour des PDE ambitieux

Pour l'année 2016, 14% des postiers bénéficient du remboursement par l'entreprise de 50% de leur abonnement aux transports en commun ou à un service de location de vélo. Depuis 2013, le télétravail a été intégré dans l'accord-cadre pour les collaborateurs de La Poste et se déploie également dans des filiales du Groupe. Par ailleurs, le Groupe déploie les outils numériques qui permettent de limiter les déplacements. La Poste a fêté en 2014 les 10 ans de son premier plan de déplacement d'entreprise (PDE). Aujourd'hui, plus de 60 PDE et PDIE (plans de déplacement interentreprise) existent sur l'ensemble du territoire français. Leur objectif est de faciliter les trajets du domicile au lieu de travail et les trajets professionnels. Ils permettent également de réduire l'impact environnemental de ces déplacements, d'améliorer la qualité de vie au travail, en abaissant les contraintes de trajet et l'accidentologie, d'aménager le lieu de travail pour faciliter l'accès aux piétons et aux cyclistes. Le Groupe La Poste a entamé une nouvelle démarche PDE sur les sites de La Poste de plus de 100 collaborateurs en zones couvertes par un plan de déplacements urbains (PDU). Cette démarche s'inscrit dans le respect d'obligations réglementaires imposées par la loi de transition énergétique, imposant des nouveaux PDE également appelés plans de mobilité. Après avoir réalisé en 2016 sous ce nouveau format le PDE de son siège village La Poste couvrant près de 4 000 collaborateurs, une démarche nationale de déploiement est lancée sur près de 350 sites locaux, avec démarrage en 2016 sur 4 sites pilotes représentatifs. Cette démarche réunit l'ensemble des branches du Groupe concernées, associe les filières RSE, RH, communication et managériales au niveau national et en territoire, et s'appuie sur l'expertise de Bemobi Conseil.

# La réduction des émissions des GES et polluants atmosphériques locaux issus des bâtiments

## Un parc immobilier peu ordinaire, levier stratégique pour la transition énergétique

Réparti sur l'ensemble du territoire, le parc immobilier du Groupe La Poste est l'un des plus grands de France. Géré à plus de 90% par sa filiale Poste Immo, il maille l'ensemble du pays et traduit la mission de service public de La Poste en matière d'aménagement du territoire. Totalement atypique, il est riche d'actifs d'une grande diversité tant par leur taille que par leur nature et leur destination. Il présente également des caractéristiques spécifiques par son ampleur et sa diversité. Ses 6,4 millions de mètres carrés, dont 56% détenus en propre, correspondent à plus de 11 000 immeubles. En matière environnementale, le parc immobilier du Groupe représente un enjeu important : 11% des émissions de GES du Groupe proviennent des bâtiments et la facture énergétique s'élève à 85 millions d'euros par an. Le parc immobilier du Groupe La Poste s'impose donc comme un levier stratégique en matière de transition énergétique. Poste Immo, en tant que foncière du Groupe, prestataire de services et promoteur-développeur, agit sur tous les leviers d'économie d'énergie.

### Le Groupe La Poste, producteur d'énergie renouvelable

Par l'intermédiaire de la création de filiales dédiées, PI Energy I et II, Poste Immo gère, à fin 2016, 45 installations photovoltaïques (représentant 44 000 m<sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques installés sur le toit des bâtiments industriels de La Poste) permettant une production de 5 GWh par an, soit une économie annuelle de 2 250 t eq CO<sub>2</sub> par rapport à une production d'électricité classique. Le Groupe mène également une réflexion sur des solutions au sol, ou sous la forme d'ombrières de parking qui pourraient concourir à développer l'autoconsommation des bâtiments. De plus, le Groupe poursuit un programme de recherche et d'expérimentation sur la production solaire et le stockage d'hydrogène afin d'alimenter des véhicules de distribution, en sus de son parc de véhicules électriques.

## Les leviers de réduction des émissions de GES et polluants atmosphériques locaux du parc immobilier

### L'intégration de critères de performance environnementale dans la politique de gestion patrimoniale et immobilière du Groupe

La politique immobilière menée par Poste Immo répond à une double préoccupation :

- accompagner les branches et Le Groupe La Poste dans le développement de leurs activités tout en optimisant leurs coûts immobiliers ;
- maintenir la valeur du parc et anticiper les opportunités à venir.

Elle se caractérise par trois piliers qui guident les actions de la foncière sur ses trois types d'actifs, commerciaux, logistiques-industriels, tertiaires :

- **recentrer** : repositionner le parc et maîtriser la facture immobilière ;
- **investir** : améliorer le parc et le mettre en valeur ;
- **développer** : créer de la valeur aux bornes du Groupe dans une stratégie de long terme.

Cette politique vise le juste dimensionnement du parc immobilier et son adéquation aux besoins et aux nouveaux usages. Afin d'intégrer la dimension d'optimisation des coûts d'exploitation ou de remise aux standards du marché, elle tient compte de la performance carbone des actifs et des obligations réglementaires en vigueur ou à venir. Plus large que la seule performance énergétique, la prise en compte de l'efficacité carbone des bâtiments embrasse le choix des matériaux, la préservation de la biodiversité, les transports liés au bâtiment et l'énergie. Les décisions de rotation du parc immobilier participent également à l'amélioration de sa performance globale.

Dans le cadre de sa politique RSE, Poste Immo s'est engagé à réaliser un bâtiment Bepos (bâtiment à énergie positive) sur une construction neuve tertiaire. Cette action s'est confirmée en 2016, par l'acquisition en Vefa<sup>(1)</sup> du programme immobilier Opale qui se développe sur 16 900 m<sup>2</sup> et s'intègre dans le programme du village La Poste en jouxtant le Lemnys à Issy-les-Moulineaux. Le programme répond aux exigences du Bepos<sup>(2)</sup> avec une production d'énergie supérieure à ses propres consommations. Il répond également aux niveaux excellents des certifications HQE et BREEAM.

(1) Vefa : vente en l'état futur d'achèvement.

(2) Bepos : bâtiment à énergie positive.

### **L'amélioration de la performance énergétique du parc existant**

Depuis 2015, les travaux de grosses réparations et gros entretiens (GRGE) font l'objet de prescriptions méthodologiques et techniques pour appliquer un niveau de performance énergétique compatible 2050.

Concernant les opérations de rénovation globale, Poste Immo a pour objectif d'atteindre à minima le niveau BBC-Effinergie rénovation et de s'inspirer des certifications ou labels environnementaux reconnus.

Depuis 2010, Poste Immo compte une vingtaine d'opérations livrées ou en cours avec au moins une certification environnementale. Cela représente 4,5% de la surface du parc patrimonial (soit 179 500 m<sup>2</sup>).

Le pourcentage de réduction de la consommation d'énergie sur l'ensemble du parc géré par Poste Immo de 2011 à 2016 atteint 8%, en phase avec l'objectif de -15% que s'était fixé Poste Immo à 2020.

Depuis 2013, Poste Immo a engagé une vaste campagne de signature des annexes environnementales, afin de répondre à l'obligation réglementaire du 4 juillet 2013 (annexe environnementale obligatoire pour les baux de plus de 2000 m<sup>2</sup>).

En décembre 2014, Poste Immo a mis en place une démarche vertueuse de gestion durable appelée « démarche bail vert ». Cette démarche a été labellisée afin d'identifier les sites et de valoriser les actions entreprises auprès des occupants. Elle les sensibilise sur l'importance de leur rôle en matière d'économie d'énergie, notamment au travers de gestes simples du quotidien. La démarche bail vert a été mise en œuvre dans plus de 100 bâtiments via un engagement réglementaire type bail vert ou volontaire comme la charte tertiaire ou Cube 2020.

En 2016, 100% des comités baux verts lancés par Poste Immo ont été réalisés sur les sites concernés. Poste Immo a élargi cette démarche aux baux de plus petite surface : lorsqu'un bâtiment contient un bail soumis à la réglementation, tous les baux dudit bâtiment comportent une annexe environnementale.

Depuis 2014,

**205**

**baux verts ont été signés sur 39 bâtiments.**

Poste Immo participe au concours Cube 2020, organisé par l'Institut français pour la performance des bâtiments (IFPEB). Pendant un an, les utilisateurs de bâtiments tertiaires sont en compétition sur les économies d'énergie qu'ils réalisent en se mobilisant sur les bons usages et le réglage des installations techniques. En 2015-2016, Poste Immo a engagé 40 sites, placé 3 d'entre eux sur le podium et 8 dans le classement général. Poste Immo est ainsi le grand lauréat du concours. Il est également 1<sup>er</sup> de la catégorie des bâtiments non certifiés de moins de 2500 m<sup>2</sup>, 2<sup>e</sup> des bâtiments non certifiés entre 2500 m<sup>2</sup> et 5000 m<sup>2</sup>, 3<sup>e</sup> des bâtiments entre 5000 m<sup>2</sup> et 12000 m<sup>2</sup>. Il place également 2 bâtiments sur le podium des semi-industriels. Au total, Poste Immo remporte 6 médailles de platine, 2 médailles d'or, 8 médailles d'argent et 5 médailles de bronze. Les 40 bâtiments inscrits par Poste Immo ont réalisé 12,6% d'économies d'énergie durant l'année du concours.

### **L'innovation en faveur de l'efficience carbone du parc**

Poste Immo se veut aussi terrain d'innovations avec des expérimentations en cours sur de nouvelles technologies, de nouvelles formes contractuelles et de nouveaux modes de collaboration. La foncière du Groupe La Poste engage également des réflexions et discussions avec des partenaires en vue de déployer à grande échelle des dispositifs innovants de mesure des consommations et de pilotage énergétique des bâtiments.

En 2015, à l'instar de sept autres entreprises, Poste Immo a rejoint le programme d'incubation immobilier lancé par Paris&Co dans le cadre de sa plate-forme d'innovation. Ce programme a vocation à favoriser l'émergence de jeunes entreprises innovantes et à faciliter la rencontre avec de grands groupes. Pour Poste Immo, c'est l'opportunité d'ouvrir le parc immobilier de La Poste, terrain complexe de gestion et d'optimisation, comme laboratoire d'expérimentation de nouvelles technologies, et d'*open innovation*. Six projets expérimentaux sont développés dans ce cadre. Avec rénovation du musée de La Poste, Poste Immo expérimente la « *building information modelisation* » (BIM). Une maquette numérique modélise tous les plans et permet ainsi d'intégrer tous les lots techniques dans le même outil dès la conception du bâtiment, gage d'optimisation de la gestion durable du bâtiment. Enfin, Poste Immo est un des acteurs majeurs de la création de la société SOBRE (voir page 109) avec le cabinet EGIS et la Caisse des dépôts.

### L'approvisionnement en électricité 100 % d'origine renouvelable

Dans le cadre de la loi NOME<sup>(1)</sup>, La Poste avait organisé une première consultation en octobre 2015, concernant 1 300 sites, majoritairement des sites industriels courrier, des agences colis et d'importants sites tertiaires, dont la consommation énergétique représente 66 % de la consommation globale des bâtiments postaux. En 2016, une nouvelle consultation a permis au Groupe d'atteindre un approvisionnement de 100 % de ses sites en électricité d'origine renouvelable, à travers le système des garanties d'origine<sup>(2)</sup> pour les bâtiments gérés par sa foncière. Le marché de fourniture d'électricité a été négocié pour la période allant du 1<sup>er</sup> mai 2016 au 31 décembre 2019. Il permet d'alimenter sa flotte de véhicules électriques en électricité d'origine renouvelable et de diminuer les émissions de gaz à effet de serre du parc informatique du Groupe sur la phase d'usage (voir ci-contre). Les filiales de Viapost (VLC, STP et Neolog) se fournissent également en électricité d'origine renouvelable.

Le passage progressif à un approvisionnement en électricité d'origine renouvelable pour les bâtiments gérés par Poste Immo a permis de réduire les émissions en lien avec la consommation d'électricité de plus de 26 000 tonnes équivalent CO<sub>2</sub>. Ainsi, sur ce périmètre, la consommation d'électricité d'origine renouvelable représente 76 % de la consommation d'électricité des bâtiments, mais seulement 26 % des émissions de GES liées.

### L'amélioration de l'efficacité énergétique et du confort des bureaux de poste

Le réseau de vente de La Poste occupe à fin 2016 1,866 millions de mètres carrés pour 17 133 sites au global, dont 8 835 bureaux de poste. L'efficacité énergétique des bureaux de poste représente donc un enjeu majeur pour la réduction des émissions de GES. Depuis 2012, en collaboration avec Poste Immo, le Réseau La Poste déploie le programme « Volet développement durable pour l'aménagement des bureaux de poste ». Il vise à effectuer, lors des rénovations des bureaux de poste (en moyenne 500 par an), des travaux concourant à l'amélioration de l'efficacité énergétique et au confort d'ambiance. Selon l'ampleur de la rénovation globale, des transformations ont lieu au niveau de l'éclairage, de la ventilation, du confort d'été et de l'isolation.

Souhaitant aller plus loin, le Réseau de La Poste travaille actuellement sur les efforts complémentaires à apporter au niveau de ses travaux de maintenance ainsi que dans le comportement au quotidien des postiers.

## Réduire les émissions de GES liées aux systèmes d'information et de communication

Le Groupe La Poste dispose d'un parc informatique important, incluant l'ensemble des *datacenters*<sup>(3)</sup>, environ 17 000 serveurs, 157 000 postes de travail, 76 000 systèmes d'impression, 40 000 lignes actives de téléphonie mobile pour un usage professionnel ainsi que 100 000 lignes relatives au programme Facteo de la branche Services-Courrier-Colis. La Poste met en place plusieurs actions pour réduire l'empreinte environnementale liée aux systèmes d'information et de communication.

### L'évaluation des émissions de GES du parc informatique

Le Groupe La Poste a développé la solution Greenargile avec Dotgreen/Systancia<sup>(4)</sup>, pour évaluer les émissions de GES du parc informatique en tenant compte des trois phases du cycle de vie (production, usage, fin de vie).

Cette solution permet aussi aux directeurs des services informatiques, acheteurs ou encore techniciens informatiques de comparer l'empreinte des équipements avant tout achat.

Après une phase de recensement du parc informatique relatif à l'année 2015, l'empreinte carbone du parc informatique du Groupe a été calculée sur le périmètre de La Poste SA, La Banque Postale, Poste Immo, Véhiposte, Chronopost SA, Mediapost SA et Docapost. Les émissions de gaz à effet de serre des 600 000 équipements informatiques sont estimées à 51 000 t eq CO<sub>2</sub>. La consommation énergétique est évaluée à 166 GWh.

Le Groupe prévoit de réaliser cette mesure à nouveau en 2018, afin de connaître les économies réalisées grâce aux actions mises en place.

(1) Loi NOME : nouvelle organisation du marché de l'électricité.

(2) Contracter ce type d'offre « verte » signifie que le fournisseur devra acheter suffisamment de garanties d'origine (qui désignent les unités de mégawattheures d'électricité d'origine renouvelable produites et injectées dans le réseau) pour couvrir la consommation du client.

(3) Les plus importants étant basés à Clermont-Ferrand, à Trélazé et à Saint-Ouen.

(4) Dotgreen/Systancia est une jeune PME innovante éditrice de logiciels, qui se caractérise notamment par son implication constante dans l'innovation technologique au service de la réduction énergétique. Elle a développé avec La Poste la solution Greenargile qui permet d'analyser dans le temps l'empreinte carbone du parc, selon une méthode reconnue par l'Ademe.

## La réorganisation des architectures des systèmes d'information et l'amélioration de l'efficacité énergétique des *datacenters*

Outre l'optimisation de ses infrastructures, Le Groupe La Poste a sollicité ses hébergeurs afin d'améliorer l'efficacité énergétique des *datacenters* pour diminuer l'indicateur d'efficacité énergétique (PUE<sup>(1)</sup>), actuellement situé à 1,8.

## La mise en place d'une solution de supervision et d'économie d'énergie sur les postes de travail

Testée au niveau du Groupe (périmètre siège) en 2012, cette solution est déployée sur le périmètre de La Poste (hors filiales).

## Des campagnes de sensibilisation des salariés

Pour développer les bonnes pratiques au quotidien dans l'usage du matériel informatique, des campagnes de sensibilisation sont menées localement sur les sites du Groupe.



Avec Greenargile, La Poste mesure les émissions de GES de son parc informatique, qu'il s'agisse de serveurs, d'ordinateurs, d'imprimantes ou de smartphones.

## Des critères environnementaux pour le choix des équipements informatiques et téléphoniques

Les cahiers des charges de La Poste comportent des exigences de labels (par exemple EPEAT<sup>(2)</sup> Gold pour les ordinateurs) concernant notamment la performance énergétique. Les critères environnementaux pèsent pour 15% à 25% dans la note globale du prestataire. Tous les postes informatiques des bureaux de poste acquis depuis 2012 sont labellisés EPEAT et les imprimantes, photocopieurs et écrans de télévision acquis depuis 2014 bénéficient également du label Energy Star. En 2016, un guide pour aider les acheteurs à la mise en œuvre de consultations a été réalisé et diffusé dans le Groupe. Ce guide concerne à ce jour les achats d'équipements et permet une approche globale intégrant la dimension sociale et la dimension technique de manière approfondie. Ce guide indique les critères minimaux devant être exigés par les acheteurs ou les aide à évaluer les déclarations de fournisseurs, notamment concernant les critères sociaux.

(1) Le PUE (Power Usage Effectiveness) est un indicateur technique universellement reconnu pour traduire l'efficacité énergétique des *datacenters*. Plus le résultat est proche du chiffre 1, plus le *datacenter* est efficace énergétiquement.

(2) EPEAT : label international qui porte sur l'écoconception des produits informatiques et électroniques. Il inclut le label Energy Star.

## Une démarche d'écoconception logicielle pour améliorer l'efficacité des applications informatiques

Début 2016, les directions des systèmes d'information (DSI) et RSE des branches Services-Courrier-Colis et Numérique ont co-construit un guide d'écoconception logicielle à destination des développeurs (logiciels internes et sites Web) du Groupe. La démarche permet le gain d'espace de stockage, des économies sur la puissance des serveurs et sur les consommations d'énergie et les émissions de GES associées. Elle permet également la fluidification des parcours clients : les temps moins importants passés en ligne sont moins consommateurs d'énergie. Cette démarche pionnière a dégagé 49 bonnes pratiques qui sont en cours de déploiement à travers des campagnes de sensibilisation des équipes SI des 2 branches.

À ce jour, près de 10 services en ligne de La Poste ont donné lieu à un audit « logiciel responsable » (écoconception et/ou accessibilité) avec quantification des impacts sur les émissions de GES. Les analyses sont conduites dans une approche cycle de vie sur toute l'infrastructure sous-jacente au-delà du domaine de responsabilité de La Poste (terminal utilisateur par exemple) pour couvrir une unité fonctionnelle complète telle que « réexpédier son courrier en ligne ». Forte de ses premiers retours d'expérience, La Poste contribue aux travaux sur les futurs standards de labellisation/certification relatifs à l'écoconception des services numériques, travaux initiés par les professionnels et les experts du secteur.

### **Le Groupe La Poste, membre du Club Green IT**

Face aux deux enjeux majeurs que représentent la transition numérique et la transition écologique, Le Groupe La Poste et cinq grandes entreprises/organisations françaises – Renault, Pôle emploi, SNCF, IT-CE (Groupe BPCE), SoLocal Group (Pages Jaunes) – ont fondé en 2014 le Club Green IT. En 2016, le Club a publié un benchmark Green IT qui permet aux grandes organisations françaises d'évaluer leur potentiel d'amélioration pour un système d'information plus responsable.

## Contribuer à l'essor de l'économie circulaire

Le Groupe La Poste s'engage dans l'économie circulaire telle qu'elle a été définie par la loi sur la transition énergétique. Les enjeux se concentrent autour des équipements électriques et électroniques et de l'utilisation responsable du papier.

### Intégration du critère économie circulaire dans les achats de ressources

L'intégration du critère « économie circulaire » dans les achats est réalisée par les entités du Groupe selon des degrés divers. La branche Services-Courrier-Colis, par exemple, intègre pour les dossiers concernant l'achat d'énergie, l'achat de stands événementiels ou la fermeture de sites. En 2016, une expérimentation est en cours pour l'habillement, les cartouches d'impression, les prestations de collecte et d'élimination des déchets d'équipements électriques et électroniques.

### Consommations responsables du papier

En 2016, la consommation de papier du Groupe a diminué de 1,8% et s'élève à 21 656 tonnes, dont 90,2% sont du papier responsable (-2,3 points par rapport à 2015). L'augmentation des taux de papier recyclé (+0,6%) et de papier écolabellisé (+3,6%) est significative entre 2015 et 2016. Toutes les entités sont mobilisées pour privilégier le recours à l'utilisation de papier responsable (papier recyclé, écolabellisé ou issu de forêts gérées durablement). L'objectif à terme est d'atteindre 100% de papiers responsables.

## Part du papier responsable – Le Groupe La Poste

### G4-EN1

	2015	2016
Papier issu de forêts gérées durablement	68,1 %	61,6 %
Papier ecolabellisé	18,8 %	22,4 %
Papier recyclé	5,6 %	6,2 %
Papier non responsable	7,5 %	9,8 %

### Assurer le réemploi des matériels, la collecte et la valorisation des déchets

Le Groupe La Poste renouvelle régulièrement certains de ses matériels – comme les véhicules, les mobiliers, les matériels informatiques, etc. – afin d’assurer une bonne qualité de service.

#### Le réemploi des matériels postaux

##### Les véhicules

Le Groupe favorise le réemploi de ses équipements, après leur durée de vie postale. Ainsi, Véhiposte a mis en place la vente de véhicules d’occasion dont La Poste n’a plus l’usage, auprès de professionnels et des collaborateurs du Groupe.

De plus, dans le cadre du partenariat Véhiposte-Renault : véhicules solidaires, une partie des 10 000 véhicules restitués chaque année par La Poste à l’issue de la période de location est revendue via un réseau de garages solidaires.

Dans l’esprit de développer l’économie de la fonctionnalité ou l’économie de l’usage, La Poste a lancé début 2014 « La Voiture Postale », une expérimentation de partage des véhicules postaux non utilisés l’après-midi et le week-end, avec les collaborateurs. Les conclusions de cette expérimentation ont nourri la conception de la nouvelle offre de gestion de flotte en autopartage portée par la marque Bemobi.

##### Les mobiliers

La Poste intègre de plus en plus des démarches de réemploi de ses mobiliers lors de déménagement ou de transformation de sites postaux. Les équipements sont alors principalement redéployés au sein de l’entreprise ou donnés à des structures de l’économie sociale et solidaire. À l’occasion du déménagement des équipes présentes sur le bâtiment Atlantique, dans le XV<sup>e</sup> arrondissement de Paris, vers le village La Poste à Issy-les-Moulineaux, 97 % des 4 400 équipements ont été donnés pour réemploi, dont 750 armoires, 1 600 sièges, 650 bureaux, 680 caissons mobiles, etc. Seuls les mobiliers endommagés ont été considérés comme déchets.

#### Le patrimoine postal

Dans le cadre d’un partenariat signé en 2013 avec l’entreprise d’insertion Extramuros spécialisée dans le design et la création artistique à partir de matériel récupéré, La Poste donne une deuxième vie à son patrimoine postal (toiles postales, casiers de tri, matériels et objets industriels...). En 2016, une convergence a été entamée entre le site Internet [lapetitefabriquepostale.fr](http://lapetitefabriquepostale.fr) et les besoins du musée de La Poste de préserver son patrimoine postal et de mettre en ligne des produits en direction du grand public et ainsi distribuer ces objets en direction des particuliers.

#### Progression spectaculaire de La Poste dans le classement PAP50

La Poste a obtenu une très bonne note dans le classement PAP50 sur l’évaluation des politiques papier de 50 grandes entreprises conduite sur l’année 2016 et se retrouve à la 5<sup>e</sup> place avec une note globale de 75 sur 100. La Poste était à la 22<sup>e</sup> place dans la dernière édition, réalisée en 2013 (avec une note de 49 sur 100).

Les baromètres PAP50 visent à évaluer la politique papier des grandes entreprises implantées en France ou collectivités et institutions publiques, dans le but d’améliorer leurs performances environnementales. Sont analysés : les consommations de papier, la responsabilité environnementale du papier, le tri et la collecte sélective des papiers usagés, les engagements d’amélioration de la politique.

### La gestion des déchets

Les activités exercées par Le Groupe La Poste génèrent des déchets spécifiques et ciblés (notamment déchets d'équipements électriques et électroniques, papiers de bureau usagés, déchets d'emballages, cartons, palettes, plastiques).

#### Concentrer les déchets pour une optimisation de leur gestion

Partout sur le territoire, La Poste génère des déchets dispersés en petites quantités. Aussi souvent que possible, les capacités de transports disponibles sur les liaisons existantes sont utilisées pour concentrer les déchets depuis les petits sites vers les plus grands. Cette concentration permet de remettre aux prestataires des déchets dans des quantités qui les rendent valorisables.

#### Les déchets papiers et cartons

Le tri et le recyclage des papiers de bureau sont déployés progressivement depuis 2012 avec Recy'go papier. Le tri et recyclage des imprimés publicitaires, cartons et plastiques est en cours de déploiement depuis 2014.

À fin 2016, sur la branche Services-Courrier-Colis :

- 80% des volumes cibles de papier sont couverts ;
- 40% des volumes cibles de carton sont couverts.

Le déploiement du plan d'action national doit permettre d'atteindre la totalité de la cible à fin 2017 (soit 1 000 tonnes).

#### Les déchets d'équipements électriques et électroniques

Le Groupe a structuré la chaîne de traitement des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) pour collecter les équipements usagés en vue d'une revalorisation, principalement sous forme de recyclage matière. 89% des DEEE émis par La Poste en 2016 ont été valorisés. Une partie des traitements est confiée aux entreprises de l'économie sociale et solidaire (du secteur protégé/adapté – EA et Esat<sup>(1)</sup>). Au Réseau La Poste, les cartouches d'imprimantes usagées sont recyclées, grâce à un partenariat inédit et innovant avec la société Lexmark, permettant à la fois la collecte dans les petits sites et dans les grands sites, en urbain comme en rural. Ainsi un tiers des cartouches sont nettoyées, réencrées, testées et réemployées. Les cartouches recyclées le sont selon la politique Lexmark de zéro incinération et zéro mise en décharge. Leur recyclage génère 99% de revalorisation matière directement utilisable (métaux ferreux/non ferreux, aluminium, polymères). Le 1% restant génère de la valorisation énergétique.



Tri des déchets d'équipements électriques et électroniques de La Poste par l'Esat LOXY.

#### Les déchets de chantier

Poste Immo s'est engagée à faire évoluer favorablement la gestion des déchets sur ses chantiers. Afin de mieux maîtriser les impacts environnementaux liés à la gestion des déchets et de contribuer à la mise en place d'une économie circulaire des déchets, la foncière du Groupe a décidé de mettre en place l'ensemble des procédures lui permettant d'être exemplaire en matière de prévention et de gestion des déchets de chantier. Celles-ci s'articulent autour de plusieurs principes et objectifs dont l'atteinte d'un taux de valorisation ambitieux des déchets pour tout type de travaux et quelle que soit la taille du chantier :

- un taux de valorisation du tonnage total de déchets inertes de 75% dès 2017, puis de 85% dès 2020 ;
- un taux de valorisation matière du tonnage total de déchets non dangereux non inertes de 70% dès 2017, puis de 80% en 2020.

En 2016, Poste Immo a diffusé un kit pour la prévention et la gestion des déchets de chantiers et sélectionné une dizaine de chantiers pilotes pour mettre en œuvre la politique. Ce guide à destination des opérationnels montre notamment qu'un déchet peut devenir une ressource et l'importance de la prévention et la bonne gestion des déchets dans le secteur de la construction immobilière. Afin de sensibiliser toute la chaîne des acteurs, Poste Immo a effectué un « tour de France » de présentation de sa démarche et les outils. La Poste a participé également au groupe de travail BTP animé par l'Institut de l'économie circulaire (voir page 110).

(1) Esat : établissement et service d'aide par le travail.  
EA : entreprise adaptée.

# Préserver la biodiversité

## G4-EN12

Les impacts potentiels des activités du Groupe sur l'équilibre biologique, les milieux naturels, les espèces animales et végétales protégées sont liés aux émissions de GES et de polluants atmosphériques locaux, et à la consommation de ressources, domaines pour lesquels des politiques actives sont mises en œuvre.

Ils sont également liés à l'emprise au sol des bâtiments détenus ou gérés par le Groupe.

Poste Immo a cartographié l'ensemble de ses bâtiments par rapport aux zones d'intérêt écologique (ZIE) et réalisé des audits biodiversité sur certains bâtiments. Un livret de sensibilisation générique a été mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs du Groupe La Poste et des collectivités territoriales.

Le plan bâtiment durable<sup>(1)</sup> a missionné Poste Immo pour copiloter un groupe de travail « bâtiment et biodiversité » auprès du secteur de l'immobilier.

Le rapport issu de ces travaux, rendu public à fin 2015, propose une synthèse sur les grands enjeux de la biodiversité et formule vingt propositions adressées aux acteurs de la filière pour mieux prendre en compte la biodiversité dans l'acte de construire et rénover, et ce, sur l'ensemble de la chaîne de valeur de l'immobilier.

Poste Immo, à travers ses métiers de foncière, prestataire de services immobiliers et promoteur-développeur, intègre la préservation de la biodiversité dans sa politique RSE. Elle développe des outils de sensibilisation à disposition de tous les acteurs, avec une traduction opérationnelle sur différents projets de rénovations lourdes (voir encadré).

En 2016, La Poste a mis à disposition un premier toit pour développer un projet d'agriculture urbaine sur 700 m<sup>2</sup>. Après une sélection du lieu et des travaux réalisés par Poste Immo, une association de postiers volontaires – la Communauté Facteur Graine – prend en main la création et la gestion participative de cet espace, après avoir été retenue dans le cadre de la première édition des Parisculteurs, un appel à projet de la Ville de Paris pour favoriser la végétalisation, la biodiversité et l'agriculture urbaine.

En outre, Poste Immo met à disposition de ses directions régionales des kits pour installer des ruches sur les toits de certains bâtiments. Sur plusieurs sites de Bretagne, des Pays de la Loire, d'Île-de-France, de la région PACA et de Corse, des ruches ont été implantées, une manière de contribuer à la préservation de la biodiversité. Ces actions menées à l'échelle régionale viennent s'ajouter à des sites urbains emblématiques, comme le siège de La Banque Postale à Paris et le site de Paris-Louvre. Enfin, le programme CLIMAT + territoires (voir page 103) inclut une dimension forte de préservation de la biodiversité dans le Massif central.

### Trois exemples phares d'intégration de la biodiversité dans les projets de rénovations lourdes

**Le projet Marseille TriAngle Saint-Charles, en attente de prise à bail, sera le premier bâtiment labellisé Effinature®.**

**Sur le projet Paris La Boétie, la surface végétalisée a été augmentée de 72% et Poste Immo a participé à l'amélioration des outils d'évaluation de la biodiversité dans le bâtiment en répondant à l'appel à test HQE Performance Biodiversité.**

**Le projet Paris La Poste du Louvre développe une triple certification HQE, BREEAM, LEED, en suivant les recommandations d'un écologue, afin de participer à l'objectif de la Ville de Paris de 100 hectares de végétalisation. Poste Immo est en effet signataire de la charte « Objectif 100 hectares » lancée par la mairie de Paris avec 33 partenaires pour végétaliser les toitures et façades de la ville.**

(1) Lancé en janvier 2009, le plan bâtiment durable fédère un large réseau d'acteurs du bâtiment et de l'immobilier autour d'une mission commune : atteindre les objectifs d'efficacité énergétique de ce secteur. Il a été créé à l'initiative de ministère de l'Égalité des territoires et du Logement et du ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie. <http://www.planbatimentdurable.fr/publication-du-rapport-batiment-et-biodiversite-a943.html>.



# 7

## Le développement économique durable des territoires

- P. 100 — Le Groupe La Poste, acteur de l'aménagement du territoire
- P. 104 — Mettre en œuvre une démarche sur l'ensemble de la chaîne de valeur
- P. 107 — Donner de l'élan à de nouvelles filières
- P. 110 — Soutenir et développer l'économie locale

Par ses activités et notamment ses missions de service public, ses collaborateurs, le nombre et la variété de ses clients et son ancrage territorial, Le Groupe La Poste joue un rôle majeur dans la vie et l'aménagement des territoires. De par son histoire, il porte l'intérêt général dans son ADN. Le développement durable des territoires et de l'emploi est au cœur de son engagement RSE.

Attentif à la bonne exécution de ses missions de service public et à son ancrage territorial, il mobilise ses collaborateurs au service des habitants. Il donne de l'élan aux nouveaux territoires de conquête, condition de réussite de sa transformation.

Il développe l'appui à la mise en œuvre de l'action publique, le soutien aux nouveaux modèles économiques et à l'innovation sociétale.

Par son envergure et son importance dans le paysage économique français, il entend également jouer son rôle de donneur d'ordres de premier rang pour favoriser le développement des filières émergentes (énergies renouvelables, écomobilité, Silver économie, économie circulaire, etc.) et le développement d'un écosystème visant in fine à un meilleur accès de tous aux biens essentiels.

#### Résultats obtenus pour les principaux objectifs clés

	Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2016	
Communautés	Aménagement du territoire	Développer le chiffre d'affaires auprès des collectivités publiques notamment dans le cadre de l'appui à la mise en œuvre de l'action publique	CA MAP : 5 M€ (épreuve théorique générale du code de la route après six mois d'activité)	
		Atteindre les objectifs fixés dans le contrat d'entreprise pour les quatre missions de service public	96,8% de la population est à moins de 5 kilomètres et à moins de 20 minutes en voiture d'un point de contact La Poste	
	Achats responsables	Développer les achats à l'ESS Objectif : 20 millions d'euros par an en 2020 (insertion + secteur adapté et protégé)	21,58 M€ d'achats auprès du secteur de l'insertion et du secteur adapté et protégé	

 Non atteint    
  Objectif dépassé    
  Progression en ligne avec l'objectif fixé

## Le Groupe La Poste, acteur de l'aménagement du territoire

G4-EC7

### Les quatre missions de service public de La Poste

La loi du 2 juillet 1990 a confié à La Poste quatre missions de service public. Les conditions et le cadre d'exercice de ces missions sont définis dans un contrat qui lie La Poste et l'État depuis 2001. Pour en savoir plus sur les missions de service public se référer au document de référence 2016.

Composantes essentielles de l'identité du Groupe La Poste, ces missions de service public sont l'expression de sa contribution au développement des politiques d'intérêt général. Service universel postal, contribution à l'aménagement du territoire, transport et distribution de la presse et accessibilité bancaire : ces quatre missions confiées à La Poste contribuent au maintien et à l'amélioration des liens sociaux au sein de la société française.

### Les obligations

L'article L1 du Code des postes et des communications électroniques précise que « le service postal universel concourt à la cohésion sociale et au développement équilibré du territoire. Il est assuré dans le respect des principes d'égalité, de continuité et d'adaptabilité en recherchant la meilleure efficacité économique et sociale. Il garantit à tous les usagers, de manière permanente et sur l'ensemble du territoire national, des services postaux répondant à des normes de qualité déterminées. Ces services sont offerts à des prix abordables pour tous les utilisateurs. »

Le service universel postal français prévoit des services de levée et de distribution 6 jours sur 7 sur tout le territoire au-delà des 5 jours sur 7 du service universel du cadre européen. Elle peut même aller au-delà pour satisfaire la demande client.

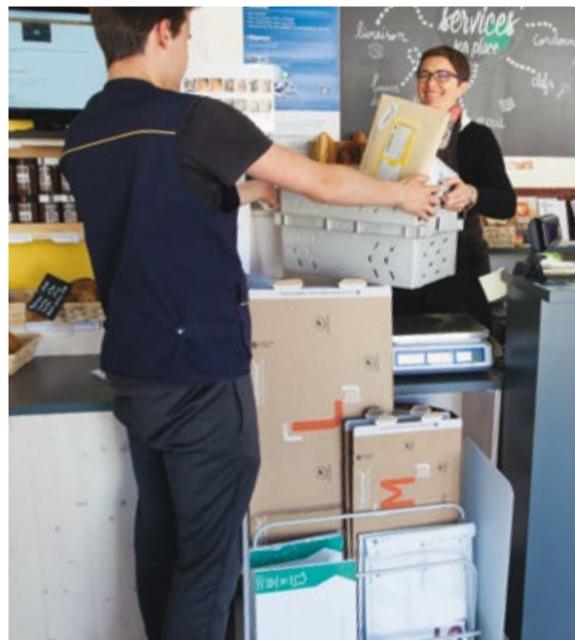
Au bénéfice des particuliers comme des entreprises, la densité de la présence postale fait que 96,8% des habitants sont à moins de 20 minutes ou à moins de 5 kilomètres d'un point de contact en France.

Dans plus de 17 000 points de contact, toutes les opérations postales sont possibles, et ce, de façon simple et moderne depuis l'équipement de 1 059 points de services La Poste agences communales (LPAC) et La Poste Relais (LPR) en tablettes numériques. La présence postale sur l'ensemble du territoire est une préoccupation constante pour les élus locaux. C'est pourquoi des organes institutionnels viennent étayer leurs actions sur la structure des services postaux.

À l'échelle nationale, l'Observatoire national de la présence postale (ONPP), créé en décembre 2007, veille à la mise en œuvre du contrat de présence postale territoriale. À cet égard, il contrôle en particulier la gestion du fonds de péréquation, le travail des commissions départementales de présence postale territoriale (CDPPT) et l'évolution du maillage de La Poste. Il cherche des solutions concrètes pour renforcer les relations entre La Poste et ses partenaires.

### Déployer de nouvelles formes de présence postale

Les partenariats (agences postales et relais poste) se pérennisent et de nouvelles formes de mutualisations (maisons de service au public et facteur-guichetier en bureaux de poste) se développent. Il s'agit de favoriser le maintien d'une présence postale en milieu rural, dans les quartiers en politique de la ville et dans les DOM.



La Poste assure notamment la mission de service public du service universel postal.

### Les nouvelles formes de présence postale

**La Poste Relais** : point de services créé à partir de conventions avec des commerçants (enseignes nationales, commerces de proximité, débitants de tabac, acteurs de l'économie sociale et solidaire), il propose un nouveau service de proximité, sur des horaires élargis, répondant aux besoins des citoyens. Ce format de présence postale peut exister en milieu urbain comme en milieu rural.

### En milieu urbain :

**Le bureau « Expert »** : offre des services personnalisés et une expertise renforcée de La Banque Postale et pour les professionnels.

**Le bureau « Conseil »** : offre un conseil généraliste pour les clients bancaires et Pros.

**Le bureau « Convergence Pros »** : encore en test, il s'agit d'un format conseil et/ou expert avec des îlots Pros et une offre courrier dédiée aux professionnels.

**Le bureau « Services »** : propose toute l'offre socle (La Banque Postale, Services-Courrier-Colis, La Poste Mobile) et des services complémentaires en test (voyages, tourisme, co-working, examen théorique général du code de la route).

### En milieu rural :

**Le facteur-guichetier** : solution permettant de maintenir des bureaux à faible activité en zone rurale et périurbaine, il propose une synergie entre les activités du Réseau et de la branche Services-Courrier-Colis.

**La Poste agence communale/intercommunale** : point de services créé à partir de conventions avec les collectivités locales (communes, intercommunalités, etc.), il est situé le plus souvent dans les mairies.

**La maison de services au public** : La Poste et le ministère du Logement, de l'Égalité des territoires et de la Ruralité ont signé en 2015 un partenariat visant à accélérer le déploiement des maisons de services au public (MSAP). Pour améliorer la proximité et la qualité des services publics, 500 bureaux de poste à faible activité ont été transformés en maisons de services au public à fin janvier 2017.

### Qu'est-ce qu'une MSAP ?

Une maison de services au public est un point d'accueil qui permet d'accéder à une offre polyvalente d'information et de constitution des premiers éléments d'un dossier. Il s'agit de lieux physiques, implantés dans des communes rurales au sens de l'INSEE, c'est-à-dire dont la population agglomérée est inférieure à 2000 habitants. Des lieux dans lesquels est présent un agent ainsi qu'un accès numérique aux opérateurs qui participent à la MSAP (La Poste, EDF, SNCF, Pôle emploi, la Carsat, l'assurance maladie, la MSA, etc.).

## Les savoir-faire du Groupe au service de la sphère publique

Fort de sa présence territoriale et de sa connaissance historique des besoins et attentes des habitants et d'une longue habitude du dialogue et de partenariats avec les collectivités locales, le Groupe souhaite, par le développement de nouvelles offres, accompagner la démarche de modernisation de l'action publique (MAP) lancée par le gouvernement pour la rendre « plus juste, plus efficace et plus simple ». La Poste, entreprise publique, est aujourd'hui en mesure de proposer des offres spécifiques pour accompagner l'État, les collectivités territoriales et les grands acteurs publics dans leur propre mutation et dans trois domaines : présence territoriale et services aux citoyens, administration générale, politiques publiques. Elle le fait en actionnant principalement trois leviers :

- proposer de nouvelles offres qui répondent aux attentes de présence territoriale et services aux citoyens ;
- accompagner la mise en œuvre des politiques publiques par des financements, des services et la R&D ;
- innover et développer des partenariats.

### Proposer de nouvelles offres qui répondent aux attentes de présence territoriale et services aux citoyens

#### Les épreuves théoriques générales du permis de conduire

Dans le cadre de la réforme du permis de conduire inscrite dans la loi du 6 août 2015<sup>(1)</sup>, La Poste a été autorisée dès 2016 à faire passer le code de la route à des dizaines de milliers de candidats partout en France. Dès mai 2016, La Poste a obtenu l'agrément de l'État et a progressivement mis à disposition ses locaux pour permettre aux candidats de passer l'examen du code de la route quand ils le souhaitent et au plus près de chez eux. Les épreuves sont organisées dans des sites collectifs (jusqu'à 18 candidats) ou individuels (dans lesquels les candidats sont seuls dans des espaces réservés), et ce, au prix défini par l'État de 30 euros. 380 sites étaient déployés à fin 2016 (respectant l'obligation faite aux opérateurs de proposer au moins un site par département français). 183000 candidats ont ainsi pu passer le code entre juin et décembre 2016.

(1) Loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques (dite loi Macron) qui prévoit que l'organisation des épreuves de vérification de la connaissance du code de la route dites « épreuves théoriques générales » (ETG) pourra désormais être réalisée par des opérateurs agréés. Cette réforme permettra de recentrer les inspecteurs sur l'épreuve pratique et d'organiser les épreuves au plus près des candidats dans toute la France.

Le Groupe prévoit l'ouverture de 200 nouveaux sites en 2017. Le Groupe La Poste mène également des réflexions pour être au plus proche des candidats, le centre d'examen principal serait par exemple installé temporairement sur un site secondaire où se trouvent les candidats (centre de formation, université, etc.).

### Accompagner la mise en œuvre des politiques publiques par des financements, des services et la R&D

#### Les financements en faveur de la transition énergétique et de l'inclusion

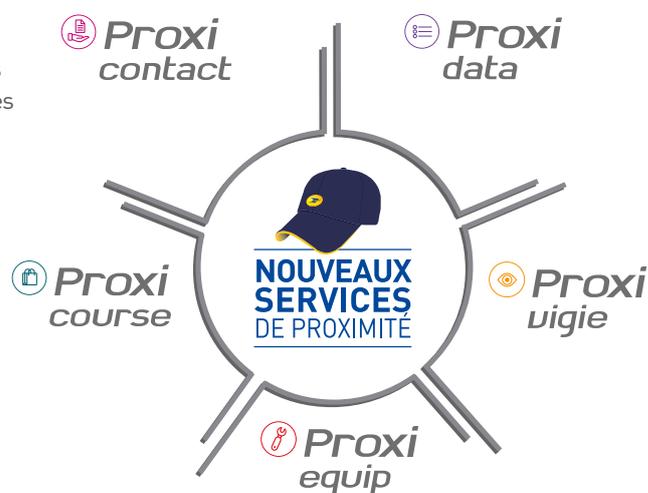
La Banque Postale a renforcé en 2016 ses investissements dans les grands projets en territoires, dont certains sont liés aux énergies renouvelables : 500 millions d'euros ont déjà été investis et 1 milliard pourrait l'être d'ici à 2018. Elle a également développé la collecte d'une épargne responsable et solidaire auprès des particuliers et des institutionnels, avec un fléchage vers des usages liés à la transition énergétique.

#### La rénovation énergétique des logements avec Action habitat

Avec l'ambition affichée au niveau national d'accélérer la rénovation énergétique des logements en France et de permettre la réalisation de l'objectif de la loi de rénover 500 000 logements par an, La Poste propose d'accompagner les collectivités locales dans leur politique de rénovation des bâtiments. L'offre Action habitat propose aux collectivités territoriales une gamme de services complète et modulaire, leur permettant d'optimiser les moyens qu'elles mobilisent dans cette politique publique et de changer d'échelle. Ces services associent la détection et la sensibilisation des particuliers concernés par les travaux de rénovation énergétique, l'aide à la qualification de leurs besoins, l'accompagnement dans la définition de leur projet et un dispositif de pilotage des résultats obtenus. Lancée le 15 juin 2016, Action habitat enregistre 500 000 euros de chiffre d'affaires et couvrait plus de 16 000 ménages sensibilisés sur une quinzaine de territoires à la fin de l'année 2016.

### Les services de proximité du facteur

Les facteurs visitent 100% des communes françaises 6 jours sur 7. La Poste développe depuis plusieurs années des services de proximité opérés par le facteur. La mise en œuvre de ces services a été facilitée par l'équipement entre 2012 et 2015 de tous les facteurs d'un smartphone connecté : Facteo. Les nouveaux services de proximité se sont étoffés au cours du temps et comptent désormais cinq gammes :



**Proxi contact** : contribuer à relayer les politiques publiques, informer les citoyens par la remise commentée de documents, relayer des informations, collecter ou échanger des documents ;

**Proxi data** : accompagner les collectivités territoriales en matière d'aménagement du territoire, identifier pour le compte de la collectivité des personnes fragiles, collecter des informations auprès des nouveaux emménagés, réaliser des enquêtes publiques ou de satisfaction ;

**Proxi vigie** : contribuer à entretenir le lien social par des visites aux personnes isolées, fragiles en relais des aidants, par l'observation des lieux d'habitation en cas d'absence, ou encore par le signalement des dégradations sur des équipements publics ;

**Proxi equip** : contribuer à réduire la fracture numérique et à déployer davantage de services à domicile par l'installation à domicile par le facteur d'équipements simples ou par l'accompagnement à leur prise en main ;

**Proxi course** : contribuer à désenclaver les foyers les plus isolés, notamment les personnes à mobilité réduite ; service de portage à domicile de biens culturels, de médicaments ou divers produits à la demande.

### Accompagner les évolutions par une participation active aux programmes de R&D

L'accompagnement de la modernisation de l'action publique met la co-construction avec les parties prenantes au cœur du dispositif. Ainsi, le Groupe a démarré en 2016 la mise en place d'outils tels que des « accords de R&D ». À travers un contrat passé avec une collectivité locale, le Groupe s'engage à mobiliser du temps de ressources dans ses différents domaines d'expertise pour concevoir et produire avec la collectivité un service nouveau dont elle a identifié le besoin. Engagées conjointement, les deux parties partagent les risques potentiels et les bénéfices attendus. À fin 2016, quatre contrats de ce type ont été signés par Le Groupe La Poste sur l'ensemble du territoire français.

### Innover et développer des partenariats Programme CLIMAT + territoires

Afin de répondre à l'enjeu stratégique de création de valeur socio-environnementale en France, La Poste et La Banque Postale ont développé en 2015 le programme CLIMAT + territoires afin de soutenir des projets innovants. L'objectif est triple : améliorer la performance environnementale locale, favoriser l'adaptation au changement climatique et créer de la valeur dans les territoires.

Dès 2015, un partenariat a été signé entre La Poste, La Banque Postale, le groupement d'intérêt public interrégional pour le développement du Massif central (GIP Massif central), le Centre national de la propriété forestière (CNPFF) et des propriétaires forestiers du Massif central. L'objectif est l'amélioration du scénario traditionnel de gestion des forêts : des groupements de propriétaires forestiers s'engagent à gérer leurs forêts pour maximiser les services environnementaux (protection de la biodiversité, captation et séquestration du carbone, lutte contre l'érosion des sols, filtration des eaux) et économiques (production de bois, d'énergie, de bois d'œuvre, pérennisation et développement des emplois autour de la filière bois).

En 2016, 2 nouveaux projets ont été mis en œuvre : l'un centré sur une meilleure gestion des forêts en Aquitaine (Dordogne) et « Agr'eau » projet centré sur l'agroforesterie et l'agriculture durable, initié par l'Association française d'agroforesterie, l'Institut de l'agriculture durable et l'association Arbre&Paysage 32. Agr'eau vise à renforcer la dynamique territoriale autour de nouvelles pratiques agricoles durables à travers la constitution d'un réseau de 150 fermes pilotes du grand Sud-Ouest et à acquérir de nouvelles connaissances sur l'agroforesterie et les techniques de conservation sols.

### Participation du Groupe La Poste au projet « Parisculteurs »

En 2016, le site postal de Paris La Chapelle a été retenu dans le cadre de l'appel à projets « Parisculteurs » lancé par la mairie, pour accueillir un projet d'agriculture urbaine sur la toiture du bâtiment. Ce projet est développé par la communauté « Facteur graine », association de postiers engagés pour développer une agriculture urbaine fondée sur la permaculture et créer de l'emploi, pour initier les jeunes et moins jeunes à l'agriculture et accompagner des formations vers des emplois durables.

### La Poste membre du Laboratoire de la mobilité inclusive

Créé à l'initiative de Wimoov (anciennement Voiture & co) et de Total, le Laboratoire de la mobilité inclusive<sup>(1)</sup> (LMI) a pour objectif d'associer les grands acteurs de la mobilité – privés, publics, société civile – afin d'analyser les difficultés rencontrées par les publics les plus fragiles (population vieillissante, jeunes en difficulté d'accès à l'emploi) et de proposer des solutions. Le LMI s'efforce de faire émerger les enjeux de la mobilité quotidienne dans le débat public et de promouvoir des solutions favorisant un accès à la mobilité pour tous. Le Groupe La Poste a rejoint le LMI en 2016.

Parmi les actions menées par le LMI, un diplôme interuniversitaire « conseiller mobilité insertion » a été élaboré en lien avec les Universités Paris-Créteil-Val-de-Marne et Paris-Est-Marne-la-Vallée. Il débutera en février 2017 avec une première promotion de professionnels formés. Cette formation co-construite avec les acteurs de la mobilité et de l'insertion permettra par la suite de mailler l'ensemble des besoins du territoire français.

#### Perspectives

En 2017, Le Groupe La Poste continuera en lien avec les acteurs locaux d'explorer de nouvelles pistes, telles que l'agriculture urbaine, l'agroforesterie, les services énergétiques ou les services de mobilité inclusive.

(1) Par mobilité inclusive, on entend une mobilité autonome et accessible à tous, qui vise à proposer des solutions physiquement et financièrement adaptées aux personnes les plus fragiles et à celles aujourd'hui trop souvent exclues d'un accès à la mobilité.

## Mettre en œuvre une démarche sur l'ensemble de la chaîne de valeur

Le montant des achats du Groupe est de 4,7 milliards d'euros, soit environ un cinquième de son chiffre d'affaires. Le Groupe La Poste dénombre près de 40 000 fournisseurs actifs.

Dans les activités d'express et de transport de colis, le recours à la sous-traitance est la pratique de tous les opérateurs, notamment en raison de la forte variabilité des flux (par exemple : doublement des flux entre la période d'été et Noël). Les sous-traitants utilisés pour ces activités sont des entreprises spécialisées dans le transport et la livraison dûment inscrites au registre des transporteurs et qui travaillent pour différents donneurs d'ordres du secteur de la livraison. Le Groupe La Poste recourt à plus de 300 sociétés de transport. En moyenne, 13% des colis sont distribués par des sous-traitants. La Poste est fortement investie dans la maîtrise de sa chaîne d'approvisionnement et développe pour cela un cadre contraignant et une organisation pour intégrer un fort niveau d'exigences environnementales et sociales dans le choix de ses fournisseurs et prestataires.

### Un socle « responsable » dans les pratiques d'achats

#### Le référentiel de déontologie des achats

La direction des achats a élaboré son propre référentiel de déontologie des achats, lequel décline le référentiel du Groupe et s'articule autour des valeurs de l'entreprise et du respect des règles et des pratiques en matière de conduite des affaires. Ce référentiel est diffusé à l'ensemble des acheteurs de La Poste et tous les prescripteurs potentiels sont informés de son existence.

#### Les règles d'achats

Pour promouvoir sa politique RSE et les valeurs de l'entreprise, la filière achats (rassemblant les 500 acheteurs, responsables achats et approvisionneurs du Groupe) a défini un ensemble de règles d'achats responsables applicables à l'ensemble des dépenses externes de l'entreprise.

L'objectif de la filière achats vise à optimiser l'ensemble de ses conditions contractuelles, afin de conserver la qualité des biens et services achetés, et à recenser les fournisseurs responsables et durables. En outre, le processus d'achats s'appuie sur un logiciel SAP et respecte les règles du dispositif de contrôle interne.

Les règles achats garantissent la séparation des rôles et responsabilités, le libre accès aux marchés de La Poste, la transparence, l'équité de traitement dans l'analyse des candidatures des fournisseurs aux appels d'offres et la sélection des fournisseurs.

Le recours à la sous-traitance s'effectue dans des conditions très encadrées : chaque contrat comporte les mêmes règles qui comprennent notamment la déclaration de la sous-traitance, la signature et le respect de la charte d'achats responsables par le prestataire (voir ci-contre), le respect des dispositions légales en matière sociale, y compris celles relatives au travail illégal.

Lors des appels d'offres, une analyse est faite sur la capacité du prestataire à couvrir ses charges et à exécuter ses prestations de façon responsable en cohérence avec le prix proposé.

Au sein du Groupe, chaque donneur d'ordres qui a recours à de la sous-traitance exige du prestataire tous les documents attestant du respect de ses obligations sociales : extrait K-bis datant de moins de six mois, attestation de fourniture des déclarations sociales et de paiement des cotisations et contributions, attestation de toutes les assurances requises, licence de transport en cours de validité, etc. La validité de ces documents peut être vérifiée par le prestataire Provigis.

Pendant la vie du contrat, des réunions sont organisées, le cas échéant, entre le donneur d'ordres et la société sur la qualité de la prestation réalisée au regard des engagements réciproques.

#### Respecter les délais de paiement

Les délais de paiement contractualisés respectent la loi de modernisation économique, et les conditions générales d'achats de La Poste ont été revues en conséquence. La Poste procède au paiement de la facture dans un délai de soixante jours calendaires à compter de sa date d'émission, sauf disposition légale contraire.

Une procédure de paiement urgent en deux semaines peut être mise en place pour un fournisseur en difficulté de trésorerie. Le Groupe La Poste applique aussi les dispositions législatives spécifiques en matière de transport postal ou de restauration alimentaire. Pour ces prestations, La Poste paie à trente jours à compter de la date de la réception de la facture. En 2015, les délais de paiement ont été de 50,6 jours en moyenne, soit un délai inférieur à la moyenne nationale de 52 jours. Les mesures ont été arrêtées afin de produire à compter de 2017 les reportings demandés par le décret d'avril 2016.

## Démarche d'achats responsables

Le Groupe La Poste met en place une démarche d'achats responsables permettant de compléter son plan de vigilance et d'établir des relations durables avec ses fournisseurs clés.

### L'analyse des risques et plans de couverture

En 2015, La Poste a conduit avec ses acheteurs et la direction des risques une analyse du risque RSE sur chaque nature d'achat de La Poste, afin d'établir une cartographie des risques juridiques RSE par nature d'achat. Cette cartographie a mis en évidence quatre natures d'achat à forts risques et enjeux RSE : transport routier, intérim, prestations immobilières, prestations informatiques. En 2016, les acheteurs, avec le soutien de la DRSE et sa filière, ont analysé plus finement ces enjeux et risques sur trois natures d'achat (transport routier, intérim, prestations immobilières) afin de proposer des plans de couverture en cours de finalisation.

### La promotion des principes fondamentaux du Pacte mondial

Signataire du Pacte mondial des Nations unies en février 2003 et de la charte des relations interentreprises, Le Groupe La Poste s'est engagé à respecter et à promouvoir, à travers ses activités et sa sphère d'influence, un ensemble de principes fondamentaux dans les domaines des droits de l'homme, des normes du travail et de l'environnement, de la lutte contre la corruption. La mise en œuvre de ces principes est décrite dans les paragraphes suivants.

#### La charte d'achats responsables

##### G4-EC8

Depuis janvier 2008, le Groupe invite ses fournisseurs à s'engager et à agir à ses côtés, à travers l'adhésion à sa charte des achats responsables. Elle engage le Groupe et le prestataire à respecter les textes fondamentaux et règles internationales. Elle permet au Groupe La Poste de partager les valeurs d'ouverture, d'équité, de solidarité et de développement sociétal qui lui sont propres et d'associer ses prestataires à une démarche de progrès commune.

La charte favorise les échanges de bonnes pratiques et la contractualisation de plans de progrès. En la signant, le prestataire retenu s'engage à respecter les principes du Pacte mondial et les huit conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT). Il doit non seulement être en conformité avec les réglementations sociales et environnementales pertinentes, mais aussi mettre en place des actions visant à se rapprocher des meilleures pratiques de sa profession.

La Poste recommande également à ses fournisseurs de diffuser la charte auprès de leurs propres sous-traitants.

Ainsi, aujourd'hui, la quasi-totalité des 40 000 fournisseurs actifs de La Poste a signé cette charte (<http://legroupe.laposte.fr/fournisseurs>).

### Le nouveau gilet des guichetiers

Pour être cohérent avec l'évolution de son offre de service en bureau de poste et maintenir un niveau d'accueil et de conseil en rapport avec les attentes des clients, le Réseau La Poste a renouvelé le modèle de gilets des guichetiers.

Deux critères ont présidé au choix de ce nouveau gilet : il est fabriqué à partir de coton équitable africain labellisé Max Havelaar et le procédé de teinture est labellisé Oeko-Tex Standard 100, garantissant la quasi-absence de substances indésirables pour la santé. 27 000 anciens gilets ont été collectés par les facteurs, afin d'être démantelés puis transformés en une nouvelle matière innovante : le plastique biosourcé. Avec ce dispositif inédit, confié en partie aux acteurs de l'économie sociale et solidaire, La Poste participe à l'innovation au sein de la filière de recyclage du textile et a ainsi recyclé 9,5 tonnes de tissus.

### Limitier le risque de dépendance économique

Les acheteurs sont extrêmement vigilants sur l'état de dépendance économique de leurs fournisseurs vis-à-vis de La Poste. Lorsque le seuil fixé par La Poste est dépassé, les acheteurs avertissent le prestataire du risque engendré par cette dépendance économique et engagent une démarche de suivi de ce taux en encourageant le prestataire à rechercher d'autres clients. Par ailleurs, lorsque La Poste souhaite remettre en concurrence le marché, un processus est mis en place afin que tout désengagement éventuel avec des fournisseurs en situation de dépendance soit anticipé et géré de manière progressive.

### Mettre en œuvre une sélection équitable

La Poste est assujettie pour la passation de ses marchés publics à la directive 2014/25/EU du 26 février 2014, laquelle est transposée en droit français par l'ordonnance du 23 juillet 2015 et le décret du 25 mars 2016. Ces textes prévoient notamment l'ouverture à la concurrence, l'égalité de traitement et la transparence dans l'attribution des marchés. Le processus d'achats est réglementé afin de garantir une réelle concurrence.

Le cadre légal oblige La Poste à publier au *Journal officiel de l'Union européenne* (JOUE) chaque opération d'achat à partir de certains seuils. La Poste a volontairement décidé de publier – sauf exception – sur son espace fournisseur chaque consultation d'un montant supérieur à 100 000 euros, pour une meilleure accessibilité des fournisseurs à ses marchés. Pour les PME, le site

du Pacte PME relaie automatiquement l'ensemble des opportunités publiées sur le site par le Groupe. De plus, les PME ont la possibilité de s'adresser à un médiateur au sujet d'une difficulté rencontrée dans le cadre du processus d'achats. Depuis 2011, seuls 16 dossiers ont été traités par le médiateur à la suite d'une saisine effectuée par un fournisseur. Ces dossiers, traités en moyenne dans un délai de deux mois, portent principalement sur le non-respect du délai de paiement, le non-respect d'une clause du contrat ou encore sur le non-renouvellement du contrat d'un prestataire suite à une consultation.

#### Des outils pour accompagner les acheteurs

Un référentiel d'autoévaluation achats responsables, élaboré à l'issue d'un travail collaboratif impliquant l'ensemble de la filière achats du Groupe, permet à l'acheteur d'évaluer grâce à différents critères RSE le caractère responsable de son achat.

Les acheteurs ont à leur disposition 45 fiches achats responsables reprenant les critères et enjeux RSE de chaque famille d'achats de La Poste (données sur les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux par famille, la réglementation, les labels et certifications, la maturité RSE de leur marché fournisseurs). Les acheteurs peuvent ainsi mieux connaître les capacités des marchés concernés et établir leur grille d'analyse avec des critères pertinents et adaptés à leur achat.

#### Des formations spécifiques

Pour accompagner l'appropriation de ces outils et sensibiliser les acheteurs et prescripteurs aux enjeux RSE, La Poste a mis en place des formations dédiées. À fin 2015, tous les acheteurs du Groupe avaient suivi la formation de deux jours aux achats responsables. Cette formation leur donne les clés pour construire leurs stratégies achats en prenant en compte la responsabilité

sociétale du Groupe. Elle leur apprend à identifier les leviers pour sensibiliser les prescripteurs, acheteurs et utilisateurs, et à déployer, au sein de leur équipe et auprès de leurs clients internes, une démarche d'achats responsables.

Des modules spécialisés sur l'insertion ont été déployés en 2016 (cf. ci-après).

#### Le suivi pendant la vie du contrat

La Poste attache un soin particulier à tisser des relations durables avec ses fournisseurs et prestataires. La pérennité et la qualité de ces relations sont indispensables pour le Groupe qui doit pouvoir s'appuyer sur des partenaires qui connaissent ses métiers et garantissent une bonne qualité de service.

Pendant la durée du contrat, La Poste s'efforce d'accompagner ses fournisseurs dans la prise en compte des enjeux RSE. Pour les domaines d'achats à forts enjeux économiques, environnementaux et/ou sociaux, des rencontres sont organisées avec les prestataires afin d'identifier les pistes de progrès mutuels.

### Appuyer les entreprises à forte valeur ajoutée sociétale

En 2015 et en 2016, dans le cadre de l'Alliance dynamique (voir page 110) et de l'objectif d'achat à l'insertion et au secteur adapté et protégé que s'est fixé La Poste, 123 personnes ont suivi une formation d'une journée au sein d'un établissement de l'ESS. Pour faciliter le passage à l'acte, un guide acheteur et un guide prescripteur ont été déployés, des rencontres fournisseurs/prestataires ont été organisées et le suivi et l'analyse des résultats d'achats largement diffusés. Des exemples de recours à des entreprises de l'ESS sont décrits dans les encadrés ci-contre.

#### Montant des achats effectués

	La Poste	La Banque Postale	Poste Immo	Total 2016
Montant des achats <sup>(1)</sup> en M€ HT	3 463,8	ND	ND	ND
dont montant des achats en M€ HT effectués auprès :				
• du secteur adapté et protégé	14,76	0,73	0,46	15,9
• du secteur de l'insertion	4,65	0,046	0,93	5,6
Dépenses d'intérim en M€ HT <sup>(2)</sup>	221,01	ND	ND	ND

(1) Les achats comprennent l'ensemble des biens et prestations achetés à l'extérieur (matériels, transport/logistique, informatique, frais généraux, etc.) donnant lieu à immobilisation ou comptabilisés sous forme de charges. Pour le Groupe : montant connu au 6 mars 2017.

(2) Montants en HTND pour La Poste, en HT pour les autres entités du Groupe.

### Deux entreprises d'insertion engagées lors du déménagement au village La Poste

Dans le cadre du projet de déménagement du village La Poste, Kinnarps®, une des entreprises en charge du déménagement, a recouru à deux entreprises d'insertion : Ares et Extramuros.

Ares est une entreprise spécialisée dans la gestion du mobilier tertiaire. Les salariés ont été en charge du déchargement, de la manutention et de la distribution dans les étages. Ce sont 2778 heures d'insertion qui ont été effectuées.

Extramuros est spécialisée dans la récupération et le réemploi des déchets d'ameublement.

**Pour le village La Poste, Extramuros a :**

- fabriqué 24 objets à partir de matériaux recyclés : 6 tables « Pong », 14 petites tables rondes et 4 tables « industrielles » ;
- réutilisé environ 1,4 tonne de matériaux ;
- mobilisé ses collaborateurs pendant 760 heures d'insertion.

En 2016, le travail réalisé pour la fabrication de ces 24 meubles pour La Poste a contribué à faire passer l'effectif des salariés en insertion de 1 à 3 chez Extramuros.

## Donner de l'élan à de nouvelles filières

Partenaire de confiance des territoires,

Le Groupe La Poste entend assurer son développement économique et sa compétitivité par le déploiement d'offres qui répondent aux enjeux auxquels la société française fait face (vieillesse de la population, explosion des échanges numériques, modernisation de l'État, transition énergétique et écologique, nouvelles économies, etc.). Une gamme de nouveaux services a été développée par La Poste spécifiquement pour répondre aux attentes des clients particuliers, entreprises et collectivités territoriales. La Poste, compte tenu de ses atouts, s'est particulièrement centrée sur la transition énergétique et l'économie circulaire ainsi que sur le développement des services de proximité.

### Développer la filière des services de proximité

Le vieillissement de la population et le mouvement démographique des populations vers les périphéries et les campagnes conduisent à des phénomènes d'isolement et d'exclusion. Le Groupe La Poste s'engage pour développer les services de proximité, en lien avec l'écosystème local.



La Poste a développé un ensemble de savoir-faire autour de la transition énergétique, pour elle-même et ses clients.

### Services de proximité pour tous

En 2016, Le Groupe La Poste a renforcé sa position sur le marché des services de proximité en investissant dans la start-up Hellocasa. Depuis sa création en 2014, Hellocasa propose des services de travaux à domicile, que ce soit auprès des particuliers comme des entreprises. Hellocasa simplifie les travaux de ses 10 000 clients en offrant plus de 300 prestations forfaitisées, à commander en quelques clics. Hellocasa accompagne également ses clients dans leurs travaux de rénovation en s'appuyant sur un réseau de près d'un millier de professionnels, sélectionnés avec soin et régulièrement évalués, qui interviennent partout en France pour apporter des prestations de qualité. Nourrissant son ambition de devenir la plus grande entreprise de services de proximité humaine, La Poste a pris une participation majoritaire dans le groupe Axeo Services, qui devient filiale de la branche Services-Courrier-Colis du Groupe La Poste.



La Poste a développé toute une gamme de services pour faciliter la vie des personnes âgées.

Axeo Services est un réseau de services aux particuliers et professionnels reconnu sur le marché depuis dix ans et implanté partout en France au travers de 180 agences. Axeo Services propose une gamme complète de services autour de la maison, du maintien à domicile, de la vie quotidienne (jardinage, ménage, bricolage, etc.) et des PME (propreté, maintenance, etc.).

### Une offre de services dédiée aux personnes âgées

Bien vieillir, aujourd'hui, c'est avant tout être autonome le plus longtemps possible. Face à l'émergence des nouveaux besoins des seniors et de leurs proches et à la demande de maintien à domicile plébiscité par 80% des Français, Le Groupe La Poste développe une offre diversifiée.

Le contrat de filière Silver économie signé par le Groupe avec le ministère du Redressement productif et le ministère des Personnes âgées et de l'Autonomie a été l'occasion de développer de nouveaux services (veille au domicile assurée par les facteurs pour le compte d'entreprises ou d'organismes à vocation sociale, portage de médicaments, installation d'équipements, etc.). Le Groupe a lancé en 2016 « Veiller sur mes parents ». Ce service permet de choisir la fréquence et les jours de visites, du lundi au samedi et la ou les personnes de confiance à alerter en cas de besoin. Enfin, les souscripteurs reçoivent sur leur smartphone les comptes rendus transmis par le facteur à chaque visite. Ces informations sont aussi disponibles dans un dossier personnel « Veiller sur mes parents », accessible sur un espace dédié sur laposte.fr.

Développée en partenariat avec Tikeasy, filiale du Groupe La Poste, la tablette numérique Ardoiz est disponible dans tous les bureaux de poste depuis octobre 2016. 10000 tablettes ont été vendues. Dans un contexte de lent déclin amorcé des tablettes numériques, Ardoiz répond à un besoin croissant puisque près des deux tiers des plus de 70 ans ne sont pas internautes<sup>(1)</sup>. Conçue en partenariat avec *Notre temps*, cette tablette à l'ergonomie simplifiée facilite l'utilisation d'Internet : les applications essentielles sont préinstallées, la navigation simplifiée, la taille des caractères réglable. Pour accompagner les détenteurs d'Ardoiz, des postiers ont été formés pour aider les seniors à mettre en service leur tablette à leur domicile. Un numéro vert est mis à disposition pour répondre aux questions des utilisateurs. En 2016, Le Groupe La Poste, en partenariat avec meSoigner.fr et Medissimo, a lancé le site « Mes médicaments chez moi », une solution innovante pour renforcer le lien entre pharmaciens et patients. Avec ce service, le facteur passe au domicile du client à sa demande, pour récupérer son ordonnance, en toute confidentialité. Une fois la prescription préparée par le pharmacien, les médicaments sont livrés à domicile par le facteur. En phase de test auprès des pharmacies bordelaises depuis octobre 2016, cette initiative sera élargie au niveau national à partir de janvier 2017.

### Services pour tous pour la transition énergétique et l'économie circulaire

Engagée dans sa propre transition énergétique, La Poste a pour ambition de devenir un acteur déterminant et exemplaire du nouveau modèle énergétique français, plus sobre, plus responsable et plus participatif. C'est l'objet du programme prioritaire commun transition énergétique, qui, après les études de marchés et de conception d'offres menés en 2015, a consacré l'année 2016 à la création d'unités d'affaires. Elles ont confirmé que La Poste peut apporter des solutions innovantes sur quatre marchés clés de la transition énergétique (recyclage et réemploi, rénovation énergétique, écomobilité et management de l'énergie) qui se développent dans le cadre du lancement des « nouveaux services ».

(1) Source : CREDOC, baromètre du numérique 2015.

## L'écomobilité

Le Groupe La Poste s'est particulièrement investi dans le développement de flottes de véhicules plus écologiques. Les besoins des entreprises publiques, d'une vingtaine d'entreprises privées, des collectivités locales et de l'État ont abouti à une commande de près de 20 000 véhicules électriques, dont 10 000 pour La Poste, ce qui a permis le développement de filières industrielles. Le Groupe a développé depuis plusieurs années des offres destinées aux entreprises, aux collectivités et aux administrations qui souhaitent réduire l'impact environnemental de leurs déplacements ainsi que l'accidentologie. L'expertise acquise de longue date par La Poste dans le domaine de l'écomobilité en fait un des acteurs les mieux placés pour développer ces offres au bénéfice de ses clients. En 2016, La Poste a rassemblé les offres de ses trois filiales – Greenovia, Véhiposte et Mobigreen – pour donner naissance à la marque Bemobi, nouvelle référence dédiée à la mobilité durable, au service des entreprises et des collectivités publiques. Bemobi couvre l'ensemble des problématiques écomobilité :

- **le conseil**, pour comprendre et manager sa mobilité : optimiser ses trajets, son parc de véhicules, les déplacements domicile-travail de ses collaborateurs, et définir un plan d'action adapté. L'expertise et la capacité de conseil acquises par La Poste (voir page 89) sur le plan de mobilité lui ont permis d'élaborer une offre adaptée aux besoins des entreprises et des collectivités ;
- **la gestion** et l'optimisation des flottes, multisites, multisegments et multi-énergies : gestion pour compte tout au long du cycle de vie des véhicules (*fleet management*), analyse de l'existant et élaboration de plans d'action concrets et mesurables (restitution/revente télématique embarquée, outil d'aide au pilotage de la sinistralité, etc.) ;
- **la formation**, pour changer les comportements des conducteurs : réduire l'accidentologie, réaliser des économies et se conformer à la réglementation en matière de prévention des risques professionnels.
- **La création de Bemobi** s'est accompagnée de deux nouvelles offres de mobilité collaborative, à usage professionnel, en partenariat avec WayzUp pour le covoiturage, et Mobility Tech Green pour l'autopartage. Ces offres répondent non seulement aux évolutions actuelles favorables à l'économie du partage, mais aussi à l'obligation (dans le cadre de la loi de transition énergétique) qui est faite aux grandes entreprises d'établir au plus tard en 2018 un plan de mobilité<sup>(1)</sup>. Elles apportent des bénéfices évidents sur le plan économique, environnemental et sociétal.

## Le management de l'énergie

Le Groupe La Poste, via sa filiale Poste Immo, la Caisse des dépôts et EGIS, bureau d'études et d'ingénierie dans le domaine de la construction, filiale du groupe Caisse des dépôts se sont associés en 2016 pour créer une société commune au service de la transition énergétique : SOBRE. Cette société proposera, après une phase d'expérimentation sur les parcs des groupes actionnaires, des solutions concrètes pour le pilotage et la baisse des consommations d'énergie aux professionnels de l'immobilier. Dans le tertiaire, la facture énergétique peut être réduite de 30% par une simple modification des usages. C'est l'objet de la solution SOBRE qui sera commercialisée à partir de 2017.



La transition énergétique est au cœur de l'ADN de La Poste. Nous avons l'ambition de développer une économie responsable au service de l'intérêt général, alliant l'utilité sociétale et l'entrée du Groupe La Poste sur de nouveaux marchés de services, rentables et porteurs d'avenir pour notre entreprise.



**Sophie-Noëlle Nemo,**  
directrice de la  
délégation à la  
transition énergétique  
du Groupe La Poste



(1) Le plan de mobilité inscrit dans la loi de transition énergétique l'obligation, pour toutes les entreprises de plus de 100 salariés sur un site placé dans une zone de déplacement urbain, d'élaborer ce qui était anciennement appelé « plan de déplacement entreprises » et de le communiquer à l'autorité organisatrice du PDU.

## L'économie circulaire ou les filières de préservation des ressources naturelles

Grâce à son expertise dans le domaine de la gestion responsable de la ressource papier et de la gestion des déchets, combinée à ses capacités logistiques, le Groupe développe des offres de logistique inversée afin de collecter des matières en vue de leur réutilisation ou de leur recyclage (papier, carton, piles, capsules de café, etc.). Ces offres, développées sous la marque Recy'go, s'adressent en particulier aux stocks diffus de matières, notamment au sein des PME.

Ces actions se destinent en priorité aux TPE, aux PME et aux entreprises à réseau.

### Le papier

Plus de 5300 entreprises, ainsi qu'une partie des sites internes de La Poste, ont choisi l'offre de collecte des papiers de bureau soit un volume de plus de 32000 tonnes de papier, carton, collectées par les facteurs. La Poste s'est engagée à faire recycler tous les papiers collectés et à le faire effectuer en France. L'essentiel du tri pour les entreprises de recyclage est effectué par des entreprises de l'ESS (partenaires locaux et filiale Nouvelle Attitude). La gamme de Recy'go est aujourd'hui enrichie de solutions de désarchivage et de destruction de papiers confidentiels grâce à un contenant dédié et de collecte d'emballages carton.

**120 000**  
utilisateurs de Recy'go.

### Les capsules usagées

Nespresso a choisi Le Groupe La Poste pour proposer à ses clients entreprises la collecte de leurs capsules usagées. Les entreprises se voient remettre des sacs de recyclage et bacs dédiés à installer dans leur espace courrier, que les facteurs récupèrent selon des échéances fixées conjointement avec chaque entreprise, selon sa consommation. Les capsules ainsi collectées sont acheminées vers un centre de traitement adapté et financé par Nespresso. Le marc de café y est séparé de l'aluminium pour être valorisé en filière agricole, ou en intrant des jardins filtrants pour la dépollution des eaux usées. L'aluminium est, quant à lui, broyé, fondu et coulé en lingots pour être réutilisé.

La Poste et Nespresso entendent aller plus loin encore et travaillent à la collecte de capsules usagées depuis des points d'apports volontaires pour les particuliers.

### Les piles

En 2016, Le Groupe La Poste a testé la collecte de piles auprès de 45 000 particuliers équipés d'une boîte à lettres normalisée sur les communes de l'Union, de Saint-Jean (Haute-Garonne) et du Grand Rodez (Aveyron). En 2017, la collecte sur bornes d'apports volontaires sera également testée.

### La Poste, membre fondateur de l'Institut de l'économie circulaire (IEC)

La Poste est l'un des huit membres fondateurs de l'Institut de l'économie circulaire, lancé en 2013.

La principale mission de l'Institut est de porter une vision de l'économie circulaire et de jouer un rôle fédérateur, en réunissant les acteurs pour échanger, faire avancer la connaissance, les concepts et la mise en œuvre. Après une phase de développement rapide, marquée par le déploiement d'initiatives variées, l'IEC se positionne clairement pour devenir un partenaire bien identifié par les pouvoirs publics et les autres parties prenantes. Pour cela, l'IEC a défini sa feuille de route autour de quatre piliers visant à l'installer comme un lieu de réflexion, de rencontre, d'influence et de formation.

## Soutenir et développer l'économie locale

### L'Alliance dynamique : s'élancer avec l'ESS

Le 14 octobre 2014, Le Groupe La Poste et les acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) signaient la création de l'Alliance dynamique.

Rassemblant plus de 49 réseaux partenaires à fin 2016, cette alliance est née de la volonté de favoriser le développement des territoires et des services aux populations. Dans le cadre de cette alliance, Le Groupe La Poste tisse des relations privilégiées avec les acteurs de l'économie sociale et solidaire et favorise la création de passerelles entre ces acteurs pour faire émerger des solutions innovantes et mettre en place de nouveaux modèles économiques pour répondre aux besoins de la société actuelle. Huit axes de coopération ont été identifiés et après une première année (2015) qui avait permis la signature d'une déclinaison locale de l'Alliance dynamique dans toutes les régions de France, 2016 a permis de dresser un premier bilan prometteur. Le tableau ci-contre présente quelques réalisations sur chacun des axes de travail :

Axe	Principales actions 2016
Les lieux partagés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• À fin 2016, 14 locations sont effectives et une dizaine de négociations de lieux de 20 m<sup>2</sup> à 2000 m<sup>2</sup> est en cours. Quelques ventes à des opérateurs de l'ESS de locaux postaux sont également en cours de négociation.</li> <li>• Le Réseau La Poste a précisé le paysage de partenaires avec lesquels une collaboration est pertinente : Ehpad, Esat<sup>(1)</sup>, épiceries sociales, Pimms, conciergeries rurales et urbaines, Scop, etc. Des discussions sont également en cours avec des associations de services à domicile, des magasins bio, etc.</li> </ul>
Les produits bancaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016 a enregistré une progression des opérations réalisées avec divers grands réseaux de l'économie sociale et solidaire.</li> <li>• La Banque Postale a mandaté Finansol<sup>(2)</sup> pour la réalisation d'une étude des stratégies possibles en matière de produits de la finance solidaire.</li> <li>• De premiers contacts ont été établis entre les réseaux de l'ESS investis dans les projets favorables aux énergies renouvelables et l'entité en charge du financement des ENR au sein de La Banque Postale.</li> </ul>
Les mobilités professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En 2016, 12 espaces mobilité Groupe ont été mis en place en région, offrant à 130 postiers de se mettre au service de l'ESS, au bénéfice de 44 structures associatives.</li> </ul>
Les achats responsables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les achats du Groupe auprès du secteur adapté se sont élevés à 15,95 millions d'euros.</li> <li>• Les achats du Groupe auprès du secteur de l'insertion par l'activité économique se sont élevés à 5,63 millions d'euros créés ou maintenus.</li> <li>• En 2016, Le Groupe La Poste a lancé un appel d'offres dans toutes les régions françaises auprès des entreprises de travail temporaire d'insertion (ETTI). 127 ETTI ont ainsi été référencées (voir encadré page suivante).</li> <li>• Au total, le nombre de prestataires de l'économie sociale et solidaire avoisine 1000.</li> </ul>
La transition énergétique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recy'go a multiplié en 2016 les partenariats avec des acteurs de l'ESS avec par exemple : un contrat de sous-traitance du tri avec Les Genêts d'or dans le Finistère, le soutien au tri sur les sites de Nouvelle Attitude (APF (EA) et Delos APEI (Esat)) ou encore un contrat de sous-traitant de collecte pour un désarchivage spécifique avec Vitamine T dans le Nord et Tri 37 (EI).</li> <li>• Deux offres Bemobi sont identifiées comme particulièrement pertinentes pour l'ESS : l'autopartage et le covoiturage.</li> <li>• Trois ventes de véhicules postaux d'occasion ont eu lieu en 2016 concernant 30 véhicules.</li> <li>• Enfin, Poste Immo, la foncière du Groupe, développe une approche pour accompagner des réseaux ESS propriétaires dans la réhabilitation de leurs patrimoines bâtis.</li> </ul>
Le numérique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La faisabilité de l'accompagnement des acteurs du secteur sanitaire et social pour leur transition numérique tenant compte de l'« universalité » des protocoles établis entre les réseaux et au sein de chaque réseau est étudiée. Cet accompagnement permettrait d'améliorer divers postes de fonctionnement et de moderniser l'animation des réseaux internes.</li> <li>• Un groupe de travail avec les organisations de médiateurs et divers réseaux de l'Alliance dynamique est mis en place, afin d'informer les populations bénéficiaires de l'ESS du dispositif Digiposte+, un dispositif gratuit de protection de données personnelles et de renouvellement des pièces administratives diverses.</li> </ul>
Les offres aux salariés de l'économie sociale et solidaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'Alliance dynamique a permis la signature de divers accords avec des réseaux ESS.</li> <li>• Elle souhaite bâtir une stratégie marketing pour les 138 restaurants interentreprises et leur fournir tous les employeurs ESS de leur périmètre.</li> <li>• L'ambition pour 2017 est de mieux faire connaître l'offre au sein des réseaux demandeurs.</li> </ul>
Les mobilités des biens et des personnes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plusieurs accords et partenariats pour la distribution du dernier kilomètre ont été signés avec Colissimo, Chronopost et Chronopostfood. D'autres partenariats logistiques nationaux sont à l'étude. Certaines prestations directes dans l'alimentaire ont été réalisées pour des acteurs de l'ESS.</li> <li>• L'ambition pour 2017 est d'explorer les boucles locales.</li> </ul>

(1) Établissements et services d'aide par le travail.

(2) Finansol est une association créée en 1995 avec pour objet de promouvoir la solidarité dans l'épargne et la finance.

## Soutenir l'innovation sur les territoires d'implantation du Groupe

Pour soutenir l'innovation dans ses territoires d'implantation, Le Groupe La Poste identifie, accompagne et soutient au quotidien ceux qui innovent.

### Start'inPost

Lancé en juin 2014, Start'inPost, l'accélérateur du Groupe La Poste constitué en filiale, est un dispositif d'innovation ouverte dont la vocation est de permettre aux entités opérationnelles du Groupe d'innover plus facilement avec des start-up.

Les projets sont sélectionnés selon cinq thématiques clés au cœur de la stratégie de La Poste :

- les solutions de confiance numérique (*fintech*, moyens de paiement innovant, sécurisation des échanges, portefeuille ou coffre-fort électronique, identité numérique, etc.);
- les offres innovantes de logistique, de transport ;
- le B2B numérique (marketing digital, logiciel SaaS, e-commerce, *big data*, solution pour le secteur public, papier connecté, réalité augmentée, etc.);
- la transition énergétique (écomobilité, recyclage, optimisation énergétique, etc.);
- les nouveaux services de proximité (Silver économie, e-santé, objets connectés, services mobiles, etc.).

À fin 2016, Start'inPost a accompagné

30 expérimentations par des start-up innovantes, soit en moyenne un test business par mois.

10 tests se sont prolongés par un partenariat par exemple avec Shippeo (solution de tracking via mobile pour optimiser le transport), Heuritech (outils de *data science* pour la recommandation personnalisée et l'analyse prédictive), LegalBox (solution globale de dématérialisation et de gestion de documents entrants, internes et sortants), etc. Dix sont encore en cours et dix se sont conclus par un « No go ». Dans tous les cas, le coût de l'expérimentation est pris en charge par Start'inPost, et la start-up bénéficie de la mise en relation et du travail en commun avec les équipes de La Poste expertes sur son domaine ainsi que d'un retour d'expérience accéléré lui permettant de faire évoluer son offre ou son modèle d'affaires.

Start'inPost a également initié en 2016 le déploiement national de BigUp4Startup, l'initiative de *sourcing* mutualisé de start-up dans les territoires. Trois événements BigUp4Startup regroupant systématiquement Orange, la Caisse des dépôts, Cisco et La Poste, rejoints localement par d'autres grands groupes ou entreprises de taille intermédiaire, ont été organisés à Montpellier, à Toulouse et à Bordeaux. Ils ont donné lieu à plus de 380 rendez-vous d'affaires qualifiés entre des start-up locales et des directeurs innovations nationaux des partenaires ainsi que 52 contrats signés entre jeunes pousses et grands groupes dont 19 contrats pour La Poste.

## Un vivier d'entreprises de travail temporaire d'insertion pour toutes les entités du Groupe La Poste

Afin de contribuer à l'insertion des personnes éloignées de l'emploi, un vivier de 127 entreprises de travail temporaire d'insertion (ETTI) a été identifié pour cinq ans dans le cadre d'un appel d'offres régionalisé.

Les ETTI retenues présentent un maillage géographique très fin permettant au Groupe de recourir à des personnels intérimaires en situation d'insertion sur les territoires où elle répond aux appels d'offres comprenant une clause insertion. Afin de faciliter le recours à ce vivier, un kit à destination des postiers qui l'utiliseront et des outils de sensibilisation seront diffusés au début de l'année 2017.

### Donner les moyens

#### La Banque Postale en soutien de l'économie collaborative

La Banque Postale soutient depuis juin 2011 l'économie collaborative grâce au partenariat avec KissKissBankBank, une plate-forme de financement participatif permettant de collecter des fonds auprès de son entourage et du grand public. Chaque mois, La Banque Postale finance à hauteur de 50% un projet coup de cœur : 57 projets ont ainsi été soutenus depuis le lancement du partenariat. Plus de 20 projets ont obtenu le soutien de La Banque Postale sur cette plate-forme.

Ce partenariat comprend aussi, depuis 2013, Hellomerci, plate-forme de prêts solidaires entre particuliers. La Banque Postale a pris en 2016 une participation de 10% au capital de WeShareBonds, nouvel acteur du financement participatif spécialiste du crédit aux PME afin de favoriser le financement de l'économie réelle et le développement des entreprises françaises. La Banque Postale et WeShareBonds espèrent contribuer ainsi à traiter la difficulté actuelle à financer rapidement les PME.

#### Le microcrédit pour les professionnels avec l'Adie

Depuis 2012, La Banque Postale propose une offre de microcrédit professionnel en partenariat avec l'Adie, association spécialisée dans l'aide aux microentrepreneurs. L'objectif est de permettre à des personnes exclues du marché du travail et n'ayant pas accès au crédit bancaire de créer leur entreprise grâce à un prêt à faible montant, souscrit sur une durée courte. L'Adie apporte son expertise pour former les conseillers bancaires à l'accompagnement de ces porteurs de projets.

### Accord de développement Poste Immo/Startway

Poste Immo et Start-Way, leader indépendant du co-working, ont signé en 2016 un accord de développement permettant à Start-Way de louer des surfaces appartenant à Poste Immo dans les principales agglomérations françaises pour en faire des espaces de co-working. Start-Way est une solution d'espaces de travail partagés (poste nomade, poste résident, salle de réunion) à destination des grandes entreprises et des PME/TPE, qui sont à la recherche de solutions de bureau flexibles et souples pour leurs salariés.

Les clients de Start-Way pourront s'appuyer sur les services développés par Le Groupe La Poste pour les entreprises (banque/assurance, services numériques, affranchissement, etc.) en plus des services déjà mis en place (accompagnement d'experts-comptables, juridiques, social, RH, etc.).

### Promouvoir les initiatives responsables, solidaires et écologiques avec les Élanceurs

Les Élanceurs (<http://www.leselanceursdugroupelaposte.fr>) promeuvent depuis l'été 2015 des initiatives responsables (une trentaine en ligne), solidaires et écologiques. En leur donnant de la visibilité, le Groupe souhaite les démultiplier, les partager, les amplifier, et ainsi favoriser leur développement. Au-delà, la parole donnée aux 20 experts et personnes inspirantes contribue à faire de ce site une source d'idées pour les TPE, PME, les collectivités, les grands groupes, etc. Le trophée des Élanceurs destiné à récompenser et soutenir des projets responsables qui répondent aux attentes des habitants des territoires a été reconduit en 2016. 120 projets ont été déposés, les lauréats sélectionnés lors d'une journée de pitches avec une quinzaine de jurés postiers et entrepreneurs responsables ont été dévoilés lors du Salon pro durable en mars 2017.

### GeoPost partenaire d'Enercoop

Avec ses nombreux partenariats novateurs pour promouvoir le développement durable, GeoPost incite ses différentes entités à mener des expérimentations prospectives visant à améliorer l'efficacité énergétique de ses agences. Après Paris Concorde et Beaugrenelle, la filiale Chronopost déploie l'énergie renouvelable sur ses espaces logistiques urbains de Toulouse et Lille avec Enercoop, la première et plus grande coopérative en France qui fournit de l'énergie 100% renouvelable. Plus qu'un rapport client-fournisseur d'énergie, c'est une relation de partenariat qui s'est établie entre Chronopost et Enercoop. Enercoop construit notamment des services et outils de reporting sur-mesure afin d'adapter son offre d'électricité 100% renouvelable et aboutir ainsi à un modèle économique viable et durable pour les deux partenaires.

### Accompagner

#### GeoPost, partenaire des entrepreneurs sociaux

GeoPost via Ashoka<sup>(1)</sup> (renouvellement du partenariat en 2014) soutient la détection et l'accompagnement d'entreprises en France et à l'étranger, en particulier dans les domaines de la logistique urbaine (livraison, sécurité urbaine, mutualisation, circulation en ville, etc.), des technologies de communication, du recyclage des emballages, du développement économique local dans les quartiers, des projets environnementaux liés à la réduction de l'impact carbone.

(1) Depuis 2010, GeoPost est partenaire d'Ashoka, le premier réseau mondial d'entrepreneurs sociaux créé il y a 35 ans. Ashoka identifie et accompagne plus de 3300 entrepreneurs sociaux nommés « Fellows » dans 85 pays. Ce partenariat, renouvelé pour la période 2014-2016, implique un soutien financier à des entrepreneurs sociaux en particulier dans les domaines de la mobilité et de l'emploi.



# 8

## Développer les compétences

- P. 116 — Le profil humain du Groupe La Poste
- P. 118 — Une politique d'emploi responsable
- P. 119 — La conduite du changement
- P. 120 — Santé, sécurité et qualité de vie au travail
- P. 123 — Politique d'évolution professionnelle, de formation et de promotion
- P. 126 — Diversité et égalité des chances
- P. 129 — Politique de rémunération globale
- P. 133 — Relations sociales, représentation du personnel et dialogue social

Le choix opéré par Le Groupe La Poste d'un développement responsable, conjuguant amélioration de la performance et attitude exemplaire aux plans social, sociétal et environnemental, passe par un modèle social fort fondé sur l'emploi de qualité, l'égalité des chances, la diversité et l'accompagnement des projets professionnels.

Afin de poursuivre ce développement responsable dans un environnement en forte évolution, et de faire de chaque collaborateur l'acteur et le bénéficiaire de la transformation de l'entreprise, La Poste a bâti le volet social du plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » présenté en 2014.

La politique de progrès social de La Poste comprend quatre axes majeurs :

- la formation ;
- l'évolution professionnelle ;
- la santé et la qualité de vie au travail ;
- le développement managérial et la transformation de la filière RH.

Après les nombreux accords qui furent signés en 2015, l'année 2016 a continué de manifester un dialogue social dynamique : cinq nouveaux accords ont été signés et sept chantiers de négociation nouveaux ont été ouverts.

	Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2016	
Collaborateurs	Relations et qualité de vie au travail	Baisse régulière du nombre et du taux de gravité des accidents du travail	Après une baisse continue pendant trois ans (sur la période de 2012 à 2014), une remontée de l'accidentologie a été mesurée en 2015 et en 2016 malgré des réussites locales  Un plan contenant des mesures fortes sur la santé des postiers, « Bien dans son travail », est en cours de déploiement en 2017 qui produit de premiers effets	✘
	Développement professionnel	80% des collaborateurs de La Poste bénéficient d'une formation chaque année et 100% sur deux ans	En 2016, 76% des collaborateurs ont bénéficié d'une formation et 93% sur 2015-2016	⇒
		100 heures de formation par postier sur cinq ans à partir de 2015	En 2016, le renforcement de l'investissement formation s'est traduit par une sensible augmentation du nombre d'heures de formation par personne formée, qui passe de 27,5 heures à 33,6 heures en moyenne	⇒
		10000 parcours professionnels accompagnés par an	12 584 nouveaux parcours qualifiants ont été entamés durant l'année 2016.	⇒

✘ Non atteint

✻ Objectif dépassé

⇒ Progression en ligne avec l'objectif fixé

## Le profil humain du Groupe La Poste

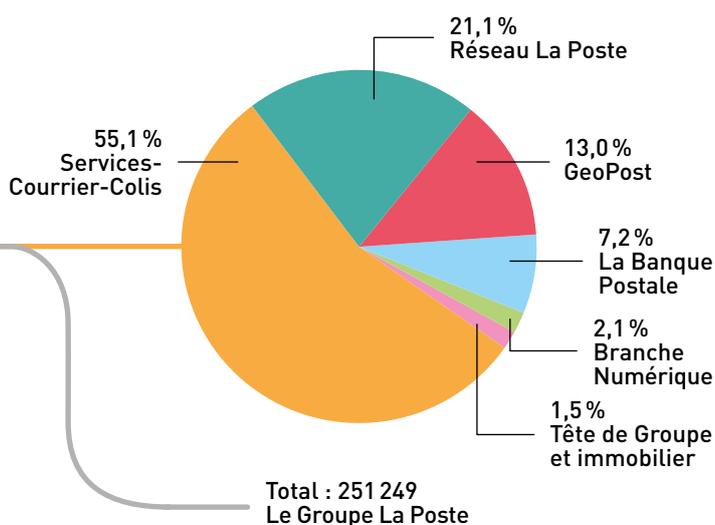
G4-10

L'effectif total du Groupe La Poste s'élève à 251 249 équivalents temps plein en moyenne en 2016, en diminution de 0,75% par rapport à 2015. L'évolution des effectifs résulte du seul solde des départs naturels (principalement constitués de départs en retraite) et des recrutements (Le Groupe La Poste a notamment recruté 12 967 nouveaux collaborateurs en 2016, dont 10 220 en CDI en France).

Le périmètre couvert par les indicateurs sociaux est de 88,7% en équivalents temps plein, sauf mention contraire au niveau de l'indicateur.

### Répartition de l'effectif du Groupe par branche

En équivalents temps plein en moyenne



Le monde change, les technologies changent, les besoins des clients changent, nos métiers et nos compétences évoluent. Cette transformation est profonde et constitue un grand défi. C'est au cœur même de cette transformation que La Poste, acteur majeur du progrès social en France, continue d'offrir, et d'élargir, la possibilité de développement pour tous les postiers. Sa politique RH, résolument orientée sur l'inclusion sociale en France, permet à chacun, avec l'aide de son manager, de progresser et grandir professionnellement. Pour réussir, nous voulons que chaque postier voie son horizon professionnel s'élargir et développer ses compétences. La formation est au cœur de notre politique, humaine et responsable, tout comme l'est l'amélioration des conditions de travail. Nous bâtissons notre avenir par le dialogue social, méthode qui nous a permis, après les onze accords de 2015, de signer à nouveau cinq accords en 2016, et par le dialogue avec les postiers, au plus près du terrain.



Sylvie François,  
directrice générale  
adjointe, en charge des  
ressources humaines  
et des relations sociales



### Effectif de La Poste

	2014	2015	2016
Personnes physiques au 31 décembre	231 347	224 045	220 572

### Effectif du Groupe en France

Personnes physiques au 31 décembre 2016	2015	2016
La Poste maison mère	224 045	220 572
La Banque Postale	4 059	4 218
Sofipost	18 826	18 732
GeoPost	5 875	5 942
Poste Immo	624	624
Autres	35	36
<b>Total</b>	<b>253 464</b>	<b>250 124</b>

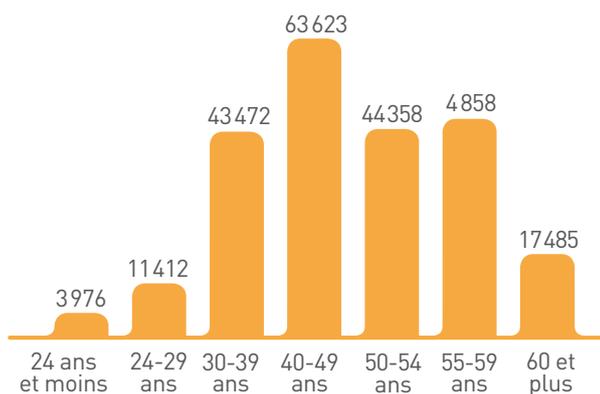
## Répartition par type de contrat de travail et par sexe pour La Poste et ses filiales

Indicateurs	Le Groupe La Poste <sup>(1)</sup>	
	2015	2016
En personnes physiques au 31 décembre <sup>(1)</sup>	253 464	250 124
Dont contrats à durée déterminée	16 080	19 435
Femmes	50,7%	50,7%
Hommes	49,3%	49,3%

(1) Inclut La Poste maison mère et toutes les filiales situées en France.

## Répartition des effectifs du Groupe en France selon l'âge

Effectif en personnes physiques au 31 décembre 2016 – fonctionnaires et salariés CDI



# 100%

des collaborateurs du Groupe en France bénéficient du régime d'une convention collective ou sont fonctionnaires. La négociation salariale annuelle est obligatoire.

G4-11

## L'organisation du travail

Indicateurs	Le Groupe La Poste <sup>(1)</sup>	
	2015	2016
Part des effectifs à temps partiel parmi l'effectif au 31 décembre en personnes physiques (hors CDD)	12,97%	12,64%
Part de l'effectif occupant des emplois avec des horaires de nuit parmi l'effectif au 31 décembre en personnes physiques (hors CDD)	2,81%	2,75%
Nombre de journées d'absence pour maladie (en jours calendaires)	5 504 479	5 596 496
Nombre d'heures supplémentaires	2 946 817	2 987 861

(1) Inclut La Poste maison mère et toutes les filiales situées en France.

L'organisation du travail dans les sociétés du Groupe La Poste en France (qui représentent 88,7% des effectifs du Groupe et 79% du chiffre d'affaires consolidé) est basée sur une moyenne hebdomadaire de 35 heures en travail de jour et de 32 heures en travail de nuit. Le travail de nuit ne concerne ni La Banque Postale ni Mediapost.

## Une politique d'emploi responsable

### La politique d'emploi du Groupe La Poste

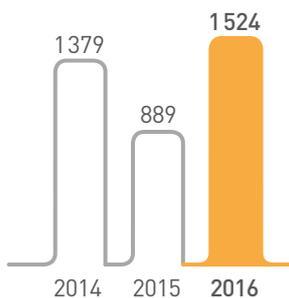
La Poste est l'un des premiers acteurs du marché de l'emploi en France. Elle mène une politique d'emploi responsable dans une conjoncture et un environnement difficiles, marqués par la diminution des volumes de courrier et la baisse de fréquentation des bureaux de poste. Elle met notamment au cœur de sa politique d'emploi deux grandes thématiques :

- elle favorise les effectifs en contrats permanents (93,9% des effectifs en 2016). La candidature de toute personne ayant exercé une fonction à La Poste est examinée de manière prioritaire lors du recrutement en CDI sur la même fonction. En 2016, 1524 collaborateurs ayant préalablement exercé en CDD ont été embauchés en CDI après 889 en 2015 et 1379 en 2014;
- elle promeut résolument une politique de recrutement ouverte à la diversité, respectueuse de l'égalité des chances et porteuse des engagements du Groupe en la matière.

Par exemple, en 2016, dans le total des recrutements en CDI :

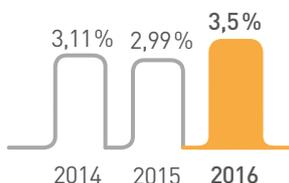
- la proportion de femmes a été de 44,8% ;
- la proportion des personnes âgées de 45 ans et plus, de 8,3%.

#### Nombre d'embauches en contrat à durée indéterminée de collaborateurs ayant préalablement exercé en CDD – La Poste



#### Taux de turnover de La Poste

Le taux de turnover est faible par rapport à d'autres entreprises de taille comparable.



### La politique d'emploi en faveur des jeunes

La politique de recrutement dynamique de La Poste soutient par ailleurs activement l'insertion des jeunes dans l'emploi et favorise l'inclusion sociale. La Poste est engagée depuis 2008 en faveur de l'emploi des jeunes des quartiers à travers l'Engagement national pour l'emploi des jeunes dans les quartiers (2008), la charte « entreprises et quartiers » (2013-2014), le partenariat signé le 14 avril 2015 avec le ministère de la Ville pour la période 2015-2016 et, depuis l'automne 2016 en région parisienne, une expérimentation avec les jeunes du Service militaire volontaire du ministère de la Défense. Pour plus d'informations sur la politique d'emploi du Groupe La Poste en faveur des jeunes, voir page 129 « Gestion des âges et de l'intergénérationnel ».

#### **Politique active en matière d'alternance**

La Poste s'est résolument engagée depuis de nombreuses années dans une politique d'insertion des jeunes dans l'emploi à travers le développement de l'alternance (contrats d'apprentissage et contrats de professionnalisation qui permettent d'acquérir des diplômes ou des titres professionnels, du CAP jusqu'au master).

La politique de La Poste en matière d'alternance s'inscrit ainsi dans une logique de formation et d'insertion dans la vie active, en donnant aux jeunes la possibilité d'obtenir un diplôme et une première expérience professionnelle qui contribueront à leur employabilité. La Poste s'est engagée à recruter 12000 jeunes en contrat d'alternance sur la période 2016-2018, au titre de l'accord majoritaire signé le 3 octobre 2016 sur l'insertion des jeunes et l'emploi des seniors. Cet engagement reconduit celui qui prévalait sur la période 2013-2015 avec le précédent accord, engagement qui avait été dépassé (13788). Sur l'année 2016, 5736 jeunes ont bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation (4481 en 2015).

Pour élargir encore son approche, enfin, La Poste est partenaire depuis 2016 de la Fondation innovations pour les apprentissages (FIPA). L'objectif en est de favoriser toutes les formes d'apprentissage en alternance, en lien avec d'autres entreprises, et d'innover notamment autour de quatre thématiques : l'apprentissage et les contrats de professionnalisation, les dispositifs d'insertion alternée et les dispositifs d'orientation, le dispositif de formation professionnelle continue/GRH alternée (parcours de formation pour la réorientation professionnelle des salariés en cours de carrière).



Étudiants du lycée professionnel au sein du Foyer de Cachan.

# 5 736

**jeunes ont bénéficié en 2016 d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation à La Poste.**

### Engagement en faveur des quartiers

Présente sur tout le territoire français, La Poste a signé l'Engagement national pour l'emploi des jeunes dans les quartiers en 2008 et la charte « entreprises et quartiers » pour les années 2013-2014. Elle s'est ainsi engagée au niveau national pour l'insertion professionnelle des jeunes des quartiers, en contribuant à leur offrir des perspectives de développement des compétences, un accès à l'emploi ou la création d'entreprises, et en favorisant leur lien avec le monde professionnel. La Poste est par ailleurs partenaire :

- de l'association Nos quartiers ont des talents (NQT) (voir page 142) ;
- des Écoles de la 2<sup>e</sup> chance (E2C) pour l'insertion des jeunes âgés de 18 à 25 ans sortis du système scolaire sans diplôme (voir page 142) ;
- elle mène depuis l'automne 2016, en région parisienne, une expérimentation avec des jeunes du Service militaire volontaire, du ministère de la Défense, visant à ouvrir une formation professionnelle à la distribution et des formations certifiantes à des jeunes peu ou pas qualifiés.

## La conduite du changement

Instituée début 2013 au travers de l'accord sur la qualité de vie au travail, la méthode de conduite du changement de La Poste est, depuis cette date, déployée pour accompagner tous les projets impactant l'organisation et le fonctionnement des services au sein de La Poste. Du lancement d'un projet au bilan de son déploiement, cette méthode intègre un certain nombre d'étapes obligatoires et indispensables pour assurer le partage du sens et la concertation autour des projets, l'information continue des organisations syndicales et des postiers sur leur avancement, l'écoute individuelle des collaborateurs sur leurs préoccupations, au plan professionnel, en matière de conditions de travail, d'équilibre vie professionnelle-vie privée.

En associant les équipes médico-sociales, la méthode permet d'établir un diagnostic faisant apparaître les impacts éventuels pour les postiers, notamment en termes de santé et de conditions de travail, pour y associer des plans d'actions et concilier au mieux les objectifs du projet et les aspirations individuelles, en concertation avec les organisations syndicales. Pour garantir le bon respect de ces principes, La Poste a également institué un dispositif d'alerte sociale qui permet, depuis 2013, aux organisations syndicales de saisir le directeur local, puis si nécessaire la DRH du Groupe, de tout manquement qu'elles estimeraient constater dans la mise en œuvre de ses engagements de dialogue social, de conduite du changement et de respect des accords signés.

### Le rôle RH du manager

Afin d'apporter appui et soutien aux nouveaux managers, une formation obligatoire spécifique portant sur le rôle RH du manager a été mise en place en 2013 pour permettre au manager :

- de savoir exercer son rôle dans l'accompagnement de ses collaborateurs et en particulier dans l'accompagnement de leur évolution professionnelle ;
- d'accompagner son collectif dans les processus de changement ;
- de savoir créer les conditions individuelles et collectives de la qualité de vie au travail au sein de son équipe.

D'une durée de deux jours, cette formation est obligatoire et dispensée avant ou dès la prise de poste effective. En 2016, 1 314 nouveaux managers de La Poste ont été formés à leur rôle RH. En complément, La Poste désigne désormais un référent expérimenté pour chaque nouveau manager, afin de l'accompagner dans les premiers mois de sa prise de poste.

## Les responsables RH de proximité

Plus de 1 000 responsables RH de proximité ont été déployés et formés dans tous les territoires et dans chacune des branches de La Poste. Plusieurs des filiales du Groupe ont également retenu ce principe.

Leur activité, réalisée au bénéfice de chaque manager (qu'ils rencontrent au moins deux fois par an) et de chaque collaborateur (qu'ils rencontrent au moins une fois tous les deux ans), recouvre deux grandes dimensions :

- la gestion RH de proximité orientée vers la mise en œuvre, auprès des managers opérationnels, de l'animation du dialogue social et de la conduite du changement au niveau local. Elle nécessite de solides compétences techniques ;
- la relation RH de proximité davantage orientée vers les personnes, qui se traduit concrètement par la mise à disposition des collaborateurs d'interlocuteurs RH généralistes, capables d'aborder, en premier niveau, tous les aspects de la vie professionnelle, dans le respect de la confidentialité et de la liberté d'expression des personnes. Cette seconde dimension sollicite des compétences relevant davantage du savoir-être et s'appuie en particulier sur une posture proactive.

Les missions des responsables RH de proximité sont communes, quel que soit leur rattachement. On en compte quatre principales :

- informer et traiter les questions courantes relevant de la gestion administrative ;
- informer et conseiller en matière d'évolution professionnelle ;
- être un interlocuteur de confiance en cas de situation difficile de l'agent, professionnelle ou personnelle ;
- accompagner les managers dans la gestion et le développement professionnel des membres de l'équipe.

L'accord du 5 février 2015 « Un avenir pour chaque postier » prévoit la mise en place de l'École RH sur la durée du plan stratégique, entamée en 2015, pour l'ensemble des acteurs de la filière RH, et dont l'objectif est de promouvoir les pratiques, outils et compétences au service des managers et des postiers ainsi qu'une culture commune et des comportements adaptés à l'évolution de l'environnement et des activités de la fonction RH.

# 1314

**managers ont été formés  
à leur rôle RH en 2016.**

## Santé, sécurité et qualité de vie au travail

Les conditions de santé et de sécurité au travail sont définies pour La Poste et ses filiales françaises dans le cadre du droit du travail et font l'objet de négociations régulières.

La Poste a une politique active en matière de vie au travail qui inclut la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail des salariés et engage l'organisation de l'entreprise et son management. Cet engagement s'est traduit par la signature de deux accords sociaux : un accord « Qualité de vie au travail » signé en janvier 2013 pour une durée de trois ans puis l'accord « Un avenir pour chaque postier » signé en février 2015 qui s'applique à l'ensemble du personnel de La Poste pour une durée de cinq ans.

La qualité de vie au travail (QVT) constitue une exigence permanente, dans chaque projet, dans chaque mode d'organisation, afin de garantir :

- la qualité du travail (organisation, contenu, sens et conditions de travail) ;
- la qualité des relations de travail au sein du collectif de travail et avec le management ;
- la qualité de l'accompagnement personnel (dont le développement et l'évolution professionnels, la conduite du changement et les actions favorisant la conciliation vie privée-vie professionnelle).

La Poste a engagé, le 26 octobre 2016, une négociation portant sur l'amélioration des conditions de travail et l'évolution des métiers des facteurs et de leurs encadrants (voir encadré).

Cette négociation complète des accords importants déjà signés dans les branches : accord sur les conseillers bancaires de 2014, accord sur les chargés de clientèle du Réseau de mars 2016, accord sur le management commercial de juillet 2015, accord sur les métiers et parcours professionnels des conseillers bancaires de mars 2016, accord sur les métiers bancaires des centres financiers de décembre 2015.

De plus, une négociation sur les conditions de travail des conseillers bancaires a débuté en novembre 2016, et une négociation a été ouverte le 8 novembre 2016 sur la mise en place en 2017 des futures directions régionales du Réseau.

## Actions en matière de qualité de vie au travail

Sur l'ensemble des sujets relevant de la qualité de vie au travail, les accords QVT et « Un avenir pour chaque postier » se sont notamment traduits par :

- l'accès à la formation, considérablement renforcé depuis 2013 ;
- le développement du télétravail : à fin 2016, plus de 1 600 collaborateurs bénéficient du dispositif de télétravail ;
- la mise en place de près de 1 000 responsables RH de proximité ;
- un dispositif de temps partiel aménagé senior ;
- l'octroi de jours de repos supplémentaires pour les postiers seniors occupant des fonctions exposées à des facteurs de pénibilité.

Des expérimentations d'espaces de discussion sur le travail ont été menées : elles consistent à dédier du temps pour permettre un échange entre l'encadrant et son équipe sur les conditions de réalisation du travail de chacun et à identifier des solutions à des problèmes qui seraient rencontrés.

Plus de

# 1600

collaborateurs bénéficient du télétravail.

### Signature d'un accord sur les conditions de travail des facteurs et de leurs encadrants

Le 7 février 2017, l'accord sur l'amélioration des conditions de travail et sur l'évolution des métiers des facteurs et de leurs encadrants a été validé par les syndicats CFDT, FO, CFTC, CGC, à l'issue d'un dialogue avec l'ensemble des partenaires sociaux.

Les principales mesures prises portent sur la charge de travail, les remplacements, les équipements et l'amélioration des locaux, des organisations de travail repensées, un accompagnement managérial visant à garantir santé et qualité de vie au travail.

Par cet accord, La Poste souhaite apporter des mesures concrètes pour l'amélioration des conditions de travail des facteurs et de leurs encadrants.

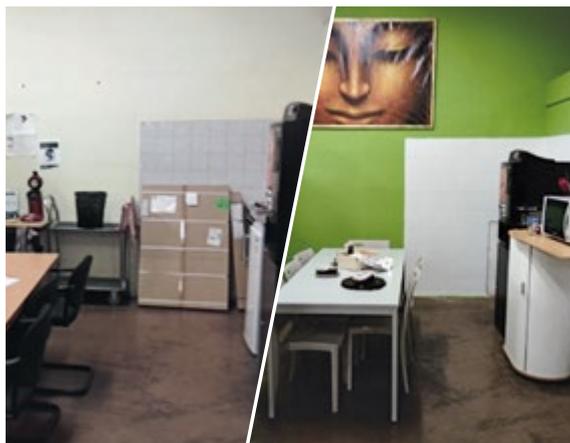
Pour La Poste, il s'agit d'un accord historique qui accompagne l'évolution du métier de facteur au moment où son activité change et se diversifie, en particulier avec le développement des nouveaux services.

La Poste a poursuivi la mise en œuvre du droit à la déconnexion, dont le principe était prévu par l'accord de juillet 2015. Tout en tenant compte de l'organisation de l'entreprise qui fonctionne 24 heures sur 24, ce droit est organisé à partir d'un temps de déconnexion de référence défini pour chacun et de nouveaux usages de la messagerie professionnelle. Des actions de communication auprès des managers et de tous les postiers concernés ont été réalisées.

Par ailleurs, le projet « Bien dans son travail » a été élaboré. Il vise à promouvoir la santé des postiers dans son ensemble : politiques de prévention, soutien accru aux postiers confrontés aux incivilités, promotion de l'expression de tous dans les équipes, adaptation des parcours professionnels aux capacités de chacun et suivi particulier aux collaborateurs en situation d'absence.

### Le projet Boloco, pour garantir un cadre de vie professionnelle adéquate

En 2016, La Poste a engagé une action d'amélioration des locaux professionnels (programme Boloco), afin de garantir à tous les postiers un cadre de vie professionnelle adéquat, une bonne hygiène de vie au travail et des équipements standards adaptés pour les espaces collectifs. Ce programme, qui concerne un tiers des sites de travail de La Poste, a permis près de 1 100 actions en 2016 et se poursuivra en 2017.



La rénovation d'un espace collectif dans le cadre du programme Boloco.

## Actions en matière de prévention des risques professionnels et des accidents du travail

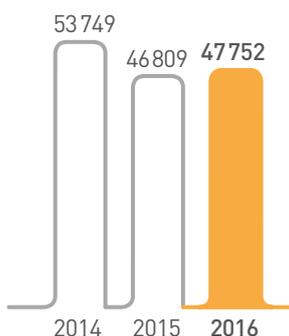
### Prévention des accidents du travail et des troubles musculo-squelettiques

En matière de prévention des accidents du travail et des troubles musculo-squelettiques, La Poste agit à plusieurs niveaux :

- **déploiement de nouveaux équipements de travail** permettant de réduire les risques : par exemple, suppression progressive des deux-roues à moteur et mise en place d'un nouveau véhicule trois-roues à moteur (le Staby®) pour réduire les risques routiers, port obligatoire du casque à vélo, déploiement d'outils d'aide à la manutention dans les plates-formes industrielles et d'autres matériels adaptés en bureaux de poste, etc. ;
- **modules de formation** : formation de managers et des agents à la réduction des risques de manutention et aux postures professionnelles et à la prévention des incivilités et agressions externes, etc.
- **poursuite de dispositifs d'habilitation** pour tous les collaborateurs exerçant une activité de conduite.

En 2016 La Poste a lancé trois nouveaux programmes de formation en matière de prévention pour la filière prévention, les directeurs d'établissement et les présidents de CHSCT.

### Formation en matière de sécurité routière et de manutention – La Poste



**80,5%**

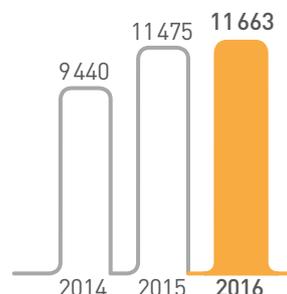
des collaborateurs avaient bénéficié d'une visite médicale depuis moins de deux ans à la fin de l'année 2016.

### Prévention des risques psychosociaux et équilibre vie privée-vie professionnelle

La Poste a mis en place plusieurs dispositifs en matière de prévention des risques psychosociaux :

- des règles communes en cas de changement d'organisation, permettant un dialogue social de qualité et de conduire des études d'impact des changements, donnant lieu à des plans d'action ;
- des formations sur les fondamentaux du management et sur l'évaluation et la prévention des risques psychosociaux en établissement ;
- un dispositif de prévention et de traitement des situations en lien avec le harcèlement moral et le harcèlement sexuel ;
- un dispositif d'écoute et d'accompagnement psychologique par téléphone, déployé sur tout le territoire avec un numéro pour tous les collaborateurs et un numéro spécifique pour les managers et les acteurs RH ;
- en 2016, 2 666 managers ont été formés dans le cadre de l'Institut du management sur la qualité de vie au travail et l'écoute et l'accompagnement des personnes en situation difficile.

### Formation sur la prévention et la gestion des incivilités et des agressions – La Poste



### Accompagner les fournisseurs et les sous-traitants dans la prévention des risques professionnels

Voir page 105 « Démarche d'achats responsables ».

### Suivi médical

Afin de renforcer la surveillance en santé au travail des collaborateurs, tout collaborateur doit être convoqué en visite médicale tous les deux ans. L'animation des équipes médicales a été renforcée. La Poste s'appuie, pour le déploiement de ses politiques, sur ses services de santé au travail et les assistants sociaux. À fin 2016, elle comptait 146 médecins du travail, 144 infirmiers en santé au travail, 109 assistants en service santé au travail et 280 assistants sociaux.

## Performances en matière de santé et sécurité au travail – La Poste

Indicateurs	Le Groupe La Poste <sup>(3)</sup>	
	2015	2016
Taux d'absentéisme maladie	6,30%	6,59%
<b>Accidents du travail :</b>		
Taux de fréquence (1)	24,71	26,21
Taux de gravité (2)	1,36	1,44

(1) Nombre d'accidents du travail avec arrêt (hors trajets domicile-travail) par millions d'heures travaillées. Les heures travaillées sont calculées sur la base des effectifs moyens que multiplie le nombre d'heures de travail annuel.

(2) Nombre de jours d'arrêt pour accident du travail (hors trajets domicile-travail) par milliers d'heures travaillées. Les jours perdus pour accident du travail sont comptabilisés en jours calendaires. Le nombre d'accidents du travail avec arrêt ainsi que le nombre de jours d'arrêt occasionnés sont extraits des systèmes de gestion RH en date du 31 décembre.

(3) Inclut La Poste maison mère et les filiales du Groupe en France, hors filiales à l'étranger.

L'augmentation du taux d'absentéisme maladie est notamment liée au vieillissement de la population des postiers (plus de 46 ans en moyenne) et aux congés de longue maladie.

Les taux de fréquence et de gravité des accidents du travail ont augmenté en 2016. Ces résultats comportent une part liée aux accidents du travail consécutifs aux incivilités et agressions qui sont en forte hausse (+22% en 2016 par rapport à 2015).

Des actions renouvelées ont été définies à travers le projet « Bien dans son travail » qui s'appliquera jusqu'en 2020 pour favoriser la santé au travail des postiers.

### Le fonctionnement des instances

Les commissions nationales santé et sécurité au travail se sont réunies régulièrement toute l'année. Ces commissions ont notamment traité de la prévention des risques et des accidents, de l'absentéisme, des nouveaux programmes de formation à la prévention pour les managers, les préventeurs, les acteurs des services santé et sécurité au travail, du compte personnel de prévention de la pénibilité, etc. Les filiales françaises appliquent le droit du travail français, tandis que les filiales étrangères, implantées principalement en Europe de l'Ouest et dans l'Union européenne, se conforment à la législation de leur pays.

## Politique d'évolution professionnelle, de formation et de promotion

Le pacte social qui accompagne le projet stratégique du Groupe « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » place l'évolution professionnelle et la formation au cœur des politiques de gestion des ressources humaines.

### Évolution professionnelle

La Poste promeut une évolution professionnelle respectueuse des personnes et ouverte à la diversité des projets professionnels, ayant pour finalités :

- **de répondre aux souhaits** d'évolution professionnelle des collaborateurs, dans toute la diversité de leurs projets (mobilité interne, géographique ou fonctionnelle, mobilité vers les fonctions publiques, création d'entreprise) ;
- **d'accompagner la modernisation** de l'entreprise en permettant la mobilisation des compétences là, où et quand elles sont nécessaires ;
- **de consolider la mise en place d'une gestion des ressources humaines par les compétences.**

Après la Semaine de l'évolution professionnelle, qui avait été organisée chaque année depuis 2013, La Poste a élargi son dispositif en 2016 avec la mise en place des Saisons de l'évolution professionnelle. Chaque établissement de La Poste organise, au moins une fois par an, un événement lié à l'évolution professionnelle.

### Mobilité interne

La Poste développe les opportunités d'évolution professionnelle au sein du Groupe. À ce titre, elle met en œuvre diverses actions :

- elle a déployé en 2014 une nomenclature qui regroupe l'ensemble des fonctions exercées dans l'entreprise en filières et familles professionnelles communes à l'ensemble de ses activités. Ce référentiel commun facilite la construction de parcours professionnels à l'échelle de toute La Poste et le développement de travaux de gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences ;
- elle permet aux collaborateurs de l'entreprise d'être acteurs de leur projet professionnel en créant et en renforçant les conditions de leur prise d'initiative : règles de mobilité interne, bourse d'emplois accessible à tous sur intranet et Internet, développement d'un réseau de conseillers répartis dans les différentes branches de l'entreprise, site dédié à l'évolution professionnelle. La bourse d'emplois a connu un développement significatif du nombre d'offres publiées en deux ans, passé de 5773 publications en 2014 à 10989 publications en 2016. En outre, en 2016, La Poste a terminé de déployer les espaces mobilité Groupe (EMG), qui contribuent, au niveau régional, à l'évolution professionnelle des postiers. Avec 10 nouveaux EMG en 2015, leur nombre final s'établit à 12 en France. De même, la généralisation dans l'ensemble des services de La Poste de la fonction de conseiller en évolution professionnelle, depuis 2015, a permis d'atteindre le chiffre de 244 conseillers à fin 2016 (260 conseillers en cible en 2017) ;
- elle poursuit le développement de parcours professionnels croisés entre ses branches et ses domaines professionnels. Ainsi, en 2016, plus de 31 000 collaborateurs ont évolué professionnellement dans le Groupe, en France.

1629

collaborateurs ont réalisé une mobilité interbranche en 2016.

### Mobilité externe

#### Mobilité vers les fonctions publiques

Pour apporter une réponse aux demandes exprimées par les collaborateurs de mobilité vers l'une des trois fonctions publiques (d'État, territoriale et hospitalière), La Poste déploie un dispositif juridique de détachement puis d'intégration des personnels fonctionnaires. Ce dispositif dérogatoire commun aux trois fonctions publiques a été institué par la loi n° 2007-148 du 2 février 2007, puis régulièrement prorogé par la loi, jusqu'au 31 décembre 2020.

En 2016, La Poste a accompagné 198 mobilités de collaborateurs vers les fonctions publiques.

198

mobilités vers les fonctions publiques en 2016.

#### Création d'entreprises

La Poste conduit une politique active d'accompagnement des projets d'entrepreneuriat exprimés par ses collaborateurs (création ou reprise d'une activité économique), au travers de mesures spécifiques : un numéro vert d'information, l'accompagnement par des conseillers spécialisés, l'accès à des formations et des aménagements du temps de travail, une aide financière, un suivi post-crédation et un droit au retour organisé.

298

collaborateurs ont pu créer ou reprendre une entreprise en 2016.



Chaque postier est incité à devenir acteur de son propre parcours professionnel, pour bénéficier des opportunités d'évolution qui lui sont offertes.

### Mobilité vers l'économie sociale et solidaire

Le secteur de l'économie sociale et solidaire (ESS) est un secteur économique en croissance sur le territoire, qui propose une grande diversité de métiers dans différents types de structures (associations, coopératives, mutuelles, etc.).

La Poste et l'ESS se sont engagées dans un partenariat porteur d'opportunités : l'Alliance dynamique, lancée en octobre 2014, dont un des volets vise à faciliter les projets professionnels des postiers exprimés en direction des structures de l'ESS (voir aussi page 110).

Dans ce cadre, La Poste accompagne désormais de plusieurs façons les projets professionnels des postiers : accompagnement à la création d'une structure de l'ESS, engagement en fin de carrière dans une cause d'intérêt général ou encore projet d'évolution professionnelle vers une structure de l'ESS.

# 75

collaborateurs ont fait aboutir leur projet d'évolution vers l'ESS en 2016.

## Formation

### Enjeux de la formation

Dans un contexte de mutations économiques et sociales, le plan stratégique de La Poste porte des ambitions fortes en matière de développement d'activités, de qualité de service aux clients et de qualité de vie au travail. Pilier de l'évolution professionnelle, la formation est plus que jamais perçue comme un investissement pour l'avenir et répond à différents enjeux :

- **anticiper et répondre aux besoins** de développement/évolution/émergence de compétences attendus par l'entreprise et par les collaborateurs ;
- **développer la visibilité et l'accessibilité d'une offre de formation unifiée** pour l'ensemble des postiers notamment autour d'une offre transverse de formation ;
- disposer des moyens d'un **pilotage unifié de la formation** pour le Groupe et les branches ;
- **professionnaliser les acteurs de la formation** et la communauté élargie aux développeurs de compétences ;
- utiliser au mieux les ressources pour **développer le niveau de qualité de l'offre**, améliorer la performance, l'expérience utilisateur et optimiser les coûts.

### Les programmes de formation

Les programmes de formation se poursuivent :

- un programme de **50 000 parcours qualifiants** avec certification interne entre 2015 et 2020, dont 6 600 démarrés en 2015 et près de 12 600 autres en 2016, pour un total de 19 271 engagés à fin 2016, pour développer les compétences clés et favoriser les projets professionnels des postiers ;

- un programme de **formation au numérique** avec une offre « Tous numériques ! » visant à permettre à tous les postiers de se développer sur les enjeux de l'innovation et renforcer leurs compétences numériques en fonction de leurs besoins ; à fin 2016 déjà plus de 60 000 postiers ont suivi au moins l'une de ces formations ;
- une **offre commune de développement des compétences managériales**, portée par l'Institut du management du Groupe, lancée en janvier 2014. Cette offre, articulée autour de la charte managériale du Groupe, comprend, à fin 2016, 20 programmes de formations en présentiel, un parcours pour les nouveaux managers, une bibliothèque de 50 formations en ligne et en libre-service, un cycle de conférences et une chaîne de ressources vidéo sur le management. Les inscriptions à ces programmes sont accessibles à tous les managers du Groupe via un portail dédié. Durant l'année 2016, l'Institut du management a aménagé, en complément du site parisien, 6 sites en région à Bordeaux, Lyon, Marseille, Nancy, Rennes et Villeneuve-d'Ascq, dans le but d'augmenter la facilité d'accès pour les postiers. Tous les programmes en présentiel rassemblent des participants des différentes branches en favorisant chaque fois que possible le brassage hiérarchique.

À fin 2016, plus de 10 000 managers ont participé à l'un des nouveaux programmes de l'Institut du management depuis sa création.

En 2016, pour la quatrième année consécutive, le taux d'accès à la formation a été important avec 8 collaborateurs sur 10 ayant bénéficié d'au moins une formation et 9 collaborateurs sur 10 ayant été formés sur deux ans. Les objectifs, issus de l'accord « Un avenir pour chaque postier » de février 2015, restent de 80 % des collaborateurs formés chaque année, de 100 % des collaborateurs formés sur deux ans, avec une durée moyenne de 100 heures de formation pour chaque collaborateur sur cinq ans et de 50 000 parcours qualifiants au sein de son métier ou vers un nouveau métier. Cette politique dynamique et ambitieuse doit permettre à chacun d'acquérir et de maintenir les compétences nécessaires à l'accomplissement de sa mission et de son projet professionnel.

# 9

collaborateurs sur 10 ont bénéficié d'une formation dans les deux ans à La Poste.

## La formation à La Poste

Indicateurs	La Poste	
	2015	2016
Nombre total d'heures de formation <sup>(1)</sup>	4 776 017	5 164 677
Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation dans l'année <sup>(2)</sup>	81 %	76 %
Dépenses de formation en pourcentage de la masse salariale	3,92 %	4,02 %

(1) Nombre total d'heures de formation internes ou externes suivies par l'ensemble du personnel (effectif total présent au cours de l'année y compris les alternants). Les heures de formation des CIF, CFP, VAE et bilans de compétences ne sont pas prises en compte en tant qu'actions de formation. Les formations sont comptabilisées dans l'année où elles se terminent.

(2) La base des collaborateurs correspond aux effectifs moyens desquels sont exclus les effectifs absents de plus de six mois.

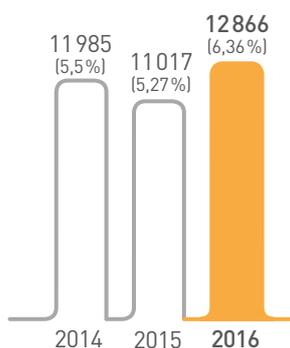
## La politique de promotion à La Poste

En cohérence avec une gestion des ressources humaines centrée sur le développement des compétences, La Poste met en œuvre trois dispositifs de promotion :

- la reconnaissance des acquis professionnels pour progresser d'un niveau de classification ;
- la reconnaissance du potentiel professionnel pour progresser de plusieurs niveaux de classification ;
- la reconnaissance de l'expérience professionnelle pour progresser d'un niveau de classification sur la base du mérite et de l'ancienneté.

En 2016, 12866 collaborateurs ont bénéficié d'un de ces trois dispositifs de promotion, soit un taux de promotion de 6,36 %.

### Nombre de collaborateurs ayant bénéficié d'une promotion (taux de promotion) à La Poste



## Diversité et égalité des chances

La Poste mène une politique active de promotion de la diversité afin que l'égalité des chances soit une réalité au sein du Groupe. Cette politique, portée par les membres du comité exécutif, est déployée à travers un réseau de référents diversité dans les structures territoriales.

### La lutte contre les discriminations et promotion de toutes les diversités

Signataire de la charte de la diversité depuis 2006, elle dispose d'un code de déontologie et d'un règlement intérieur qui précisent les engagements du Groupe en matière de lutte contre les discriminations.

Le Groupe La Poste s'est doté d'une charte de recrutement en 2010. À travers cette charte, le Groupe s'engage notamment en matière d'égalité des chances, de considération de toutes les candidatures, d'objectivité et de respect dans le cadre des recrutements.

Pour l'ensemble de ses activités, La Poste est détentrice du label Diversité (obtention en 2009), qui lui a été attribué pour la seconde fois en 2013 pour une durée de quatre années. Ce label récompense l'ensemble des engagements et des bonnes pratiques de l'entreprise en faveur de l'égalité des chances et contre les discriminations.

La Poste donne, dès l'étape du recrutement, toutes ses chances à chaque candidat, en le sélectionnant sur ses seules compétences, qualifications, expériences et motivations. Elle favorise la diversité dans ses recrutements en utilisant plusieurs moyens (recrutement dans les quartiers prioritaires de la ville, contrats de professionnalisation, contrats d'apprentissage, méthode de recrutement par simulation).

Par ailleurs, La Poste conduit des actions de sensibilisation à la diversité en direction de ses collaborateurs. Les cadres supérieurs nouvellement nommés suivent une formation et des campagnes d'information et de communication sont réalisées sur ces thèmes dans les équipes.

# 313

**cadres supérieurs nommés en 2016 ont été formés à la diversité et l'égalité des chances.**

## Nombre total d'incidents de discrimination et mesures prises

G4-HR3

Sur les 180 plaintes déposées auprès du médiateur national défenseur des droits en 2016 :

- 82 concernaient la vie au travail, dont 15 % sur les conflits interpersonnels et 11 % sur la prise et la tenue de poste.
- 52 concernaient l'application de la règle.

L'ensemble de ces saisines ont été traitées ou sont en cours de traitement, la faiblesse du nombre de cas (stable depuis 2015) montre la pertinence des plans d'action engagés.

## Emploi et insertion des travailleurs en situation de handicap ou d'inaptitude

La Poste met en œuvre une politique volontariste en faveur de l'emploi et du développement professionnel des personnes en situation de handicap ou d'inaptitude. En mai 2015 a été signé le sixième accord en faveur de l'emploi des collaborateurs en situation de handicap, sur la période 2015-2017.

Un réseau national de référents handicap permet d'appuyer la mise en œuvre de cette politique.

En matière d'emploi, priorité est donnée au maintien dans l'emploi des personnels en situation de handicap, grâce à l'adaptation des postes de travail aux reclassements dans l'entreprise. 46% du budget de l'accord handicap sont consacrés à ces mesures.

Par ailleurs, le taux de bénéficiaires de l'obligation d'emploi (BOE) continue à progresser : il est de 5,8% en 2016 (5,1% en 2015). L'entreprise compte aujourd'hui plus de 10269 collaborateurs avec une reconnaissance du handicap. L'engagement de La Poste au titre de l'accord est de recruter 350 personnes en situation de handicap en trois ans. À fin 2016, 310 recrutements ont d'ores et déjà été effectués en CDI, en alternance et en CDD d'une durée de six mois et plus.

La Poste continue de recourir à des entreprises du secteur adapté et protégé, avec un objectif de plus de 35,5 millions d'euros HT de prestations réalisées en trois ans.

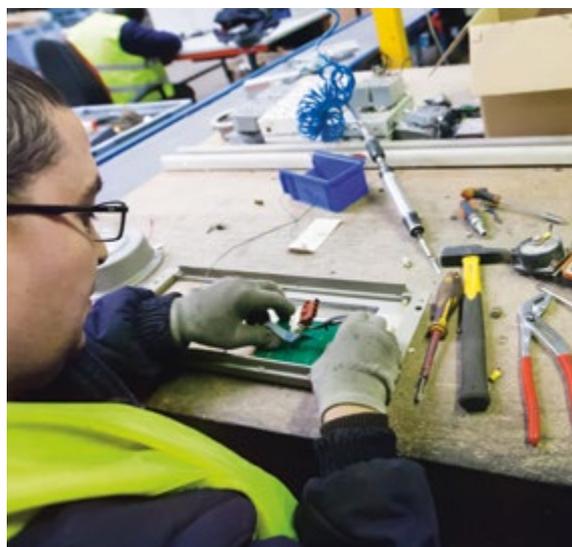
Des dispositions spécifiques ont été mises en place pour une bonne conciliation vie personnelle-vie professionnelle des postiers handicapés. Un temps partiel aménagé senior (TPAS) spécifique aux personnes BOE est défini à des conditions plus favorables en termes de conditions d'âge et de temps libéré et neuf jours supplémentaires d'autorisation exceptionnelle d'absence sont créés pour les postiers qui doivent réaliser des démarches liées au handicap.

Enfin, l'accessibilité numérique des supports de communication et des applications est développée.

Le Groupe participe également à divers événements autour du handicap et de la lutte contre les discriminations pour sensibiliser les collaborateurs, notamment la Semaine pour l'emploi des personnes handicapées (SEPH).

# 5,8%

**de bénéficiaires de l'obligation d'emploi à La Poste en 2016.**



Le démontage de déchets électriques et électroniques du Groupe La Poste au sein d'un Esat contribue à l'emploi de personnes en situation de handicap.

## Égalité femmes/hommes

### 2015 : signature du sixième accord « Égalité » à La Poste

**G4-LA13**

La Poste a signé un sixième accord sur l'égalité professionnelle en juillet 2015 qui fixe de nouveaux engagements pour la période 2015-2017.

Cet accord vise à favoriser la mixité des recrutements et de l'emploi, garantir une évolution professionnelle équivalente entre les femmes et les hommes, garantir des niveaux de rémunération et des évolutions de carrière équivalents, garantir l'égal accès à la formation, sensibiliser et communiquer auprès des salariés et développer la conciliation vie professionnelle-vie personnelle.

Par ailleurs, La Poste est également signataire :

- du Pacte mondial des Nations unies et de l'engagement des PDG pour l'égalité femmes/hommes dans le monde ;
- de la charte de la parentalité, depuis 2008 ;
- d'une convention cadre pour la féminisation des instances de gouvernance, signée le 9 avril 2013 avec 16 autres grands groupes et la ministre des Droits des femmes.

Sa politique active en matière d'égalité femmes/hommes permet à La Poste d'afficher en 2016 :

- un taux de 52% de femmes dans l'entreprise, de 48,5% de femmes parmi les cadres et de 31,7% parmi les cadres dirigeants ;
- des recrutements en CDI proches de l'équilibre avec 44,8% de recrutements féminins en 2016 au sein de La Poste ;
- un taux de 54,3% des promotions à La Poste obtenues par des femmes ;
- un écart salarial globalement très faible entre les femmes et les hommes et qui se réduit, s'établissant à 0,9% à La Poste.

# 54,3%

**des promotions à La Poste ont été obtenues par des femmes en 2016.**

### Part des femmes membres du comité de management du Groupe

Indicateurs	2014	2015	2016
Part des femmes au sein du comité de management <sup>(1)</sup>	31,32%	30,15%	30,1%

(1) Les membres du comité de management sont titulaires des fonctions stratégiques de La Poste et de ses filiales françaises, telles que définies par le comité exécutif du Groupe.

### Écart de rémunération entre les femmes et les hommes – La Poste<sup>(1)</sup>

	2015	2016
Fonctionnaires	-3,33%	-3,30%
Salariés	-0,64%	-0,32%

(1) Inclut La Poste maison mère et les filiales du Groupe en France, hors filiales à l'étranger.

### Présentation du rapport comparé de l'égalité homme/femme au conseil d'administration

À l'occasion de l'examen de ce rapport, le conseil a constaté que sur la plupart des indicateurs qui lui ont été soumis l'égalité entre les femmes et les hommes à La Poste progresse et se situe au-dessus du niveau généralement atteint dans les entreprises. Les écarts de rémunération sont extrêmement faibles et se sont encore réduits. Le taux de féminisation dans l'encadrement a progressé et de nombreuses mesures en faveur de l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle ont été mises en place.

Le conseil a demandé à la direction de l'entreprise de poursuivre dans cette voie, en progressant dans la mixité au sein des cadres stratégiques et dirigeants, et en veillant à maintenir les efforts pour l'égal accès à la promotion.

### La prise en compte de la parentalité

#### G4-LA3

La Poste, signataire de la charte de la parentalité, a intégré, comme un de ses engagements principaux, la mise en avant de la parentalité dans la vie professionnelle. La parentalité est prise en compte depuis l'annonce de la grossesse et concerne aussi bien les pères que les mères.

L'accord du 3 juillet 2015 en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes prévoit des aides financières spécifiques pour les familles monoparentales ainsi qu'un accès facilité aux formations.

Les contraintes particulières des parents élevant des enfants en situation de handicap sont également prises en compte par des mesures d'aide ou des facilités spécifiques d'absence. Par ailleurs, il existe des prestations d'action sociale permettant la prise en charge des frais de garde des enfants de moins de six ans, avec des compléments pour garde en horaire décalé. La Poste offre également aux postiers une prestation de soutien scolaire via une plate-forme externe.

### Gestion des âges et de l'intergénérationnel

La Poste a mis en place un plan d'action de gestion des âges, afin de favoriser l'intégration, l'employabilité et le développement des compétences des jeunes et des seniors. Elle a signé le 3 octobre 2016 un accord avec les organisations syndicales sur l'Insertion des jeunes et l'emploi des seniors, qui prévoit une attention spéciale aux échanges entre générations et à l'équité intergénérationnelle, et vise à répondre à trois enjeux :

- l'insertion durable dans l'emploi des jeunes ;
- le maintien dans l'emploi et le recrutement des seniors ;
- la transmission des savoirs et des compétences.

### La politique d'emploi en faveur des jeunes

Voir page 118.

## Politique de rémunération globale

### Politique salariale

Pour le personnel sous statut de fonctionnaire, les mesures propres à la fonction publique (valeur du point) sont appliquées.

S'agissant du personnel salarié, la politique de rémunération est définie par la convention collective et par la négociation salariale annuelle. Elle doit essentiellement s'adapter au caractère spécifique de La Poste, qui est une entreprise de main-d'œuvre, dont l'activité s'exerce de façon individuelle ou au sein de petites entités. Ceci rend la qualité du service dépendante de l'attitude de chaque salarié. La Poste recherche donc la fidélisation de ses opérateurs et agents de production, tout en conservant une nécessaire compétitivité de ses coûts de personnel. La politique de rémunération comporte principalement une évolution annuelle négociée ainsi qu'une certaine progression à l'ancienneté reconnaissant l'évolution des compétences dans une fonction. Elle est complétée par des dispositifs de promotion valorisant les parcours et les évolutions professionnelles. Un dispositif de complément pour charges de famille permet de prendre en considération les charges spécifiques des salariés dans l'évolution de leur vie personnelle.

L'année 2016 a été marquée par la signature d'un nouvel accord salarial illustrant la poursuite d'une dynamique d'évolution des rémunérations, positive et équilibrée, en accompagnement et en appui des évolutions de La Poste.

S'agissant du personnel des filiales françaises, la rémunération est définie par la convention collective du secteur où elles opèrent et la négociation salariale annuelle conformément au Code du travail. Les filiales étrangères appliquent la réglementation locale. En ce qui concerne les cadres, la politique de rémunération comporte à la fois des évolutions individuelles de la rémunération fixe en fonction de la contribution et du potentiel et un dispositif de part variable sur objectifs annuels, quantitatifs et qualitatifs. Les personnels de la force de vente (commerciaux du courrier, du colis et conseillers bancaires, soit plus de 10 000 personnes) bénéficient d'un dispositif de rémunération variable adapté à la politique d'action commerciale, notamment dans le domaine bancaire.

### Intéressement

Le dispositif d'intéressement en vigueur à La Poste depuis 2007 se base sur un résultat économique complété par des résultats de qualité de service et de développement responsable.

Un nouvel accord triennal d'intéressement a été signé en 2015, pour trois ans. L'intéressement est désormais proportionnel au résultat d'exploitation du Groupe et donc en lien plus direct avec l'action de chaque collaborateur.

Afin de sensibiliser les personnels à la progression du résultat, un bonus de surperformance est en outre distribué si les résultats sont supérieurs au budget de l'année approuvé par le conseil d'administration.

Un avenant à l'accord d'intéressement 2015 a été signé le 27 juin 2016, renforçant encore l'impact du résultat d'exploitation sur le montant distribué.

L'intéressement permet ainsi de valoriser les efforts accomplis et de développer l'association des personnels à la bonne marche et aux résultats de l'entreprise. Au titre de l'exercice 2016, il s'est élevé à La Poste à 83,1 millions d'euros.

Il existe par ailleurs des accords d'intéressement dans la plupart des filiales.

### Plan d'épargne Groupe (PEG) et plan d'épargne retraite collectif (Perco)

La Poste et cinq organisations syndicales (FO, CFDT, CFTC, CGC et UNSA) ont signé en décembre 2006 deux accords sociaux instituant respectivement le plan d'épargne Groupe (PEG) et le plan d'épargne retraite collectif (Perco).

Ces plans d'épargne collectifs sont proposés à l'ensemble des collaborateurs, salariés et fonctionnaires du Groupe La Poste dès trois mois d'ancienneté. En effet, les filiales peuvent y adhérer lorsqu'elles remplissent les conditions d'adhésion fixées par l'accord : filiale et/ou participations de La Poste pour au moins 50% et dont les comptes sont consolidés au niveau du Groupe. À ce jour, douze filiales ont choisi d'adhérer aux dispositifs d'épargne salariale du Groupe, notamment Mediapost, Poste Immo et Chronopost parmi les plus importantes.

#### Le Groupe La Poste compte

**113 815**

**personnes adhérentes aux dispositifs d'épargne salariale Groupe au 31 décembre 2016, soit une progression de 48,3% par rapport à 2015.**

#### La Poste maison mère compte

**105 180**

**adhérents pour un encours total de 666,4 millions d'euros au 31 décembre 2016.**

**48,32%**

**part de l'investissement socialement responsable dans les encours de l'épargne salariale (PEG/Perco).**

### Participation des salariés aux résultats

Il n'existe pas à ce jour à La Poste de dispositif de participation des salariés aux résultats. Voir la page 245 du document de référence du Groupe La Poste pour plus d'informations. Il en existe dans les filiales françaises dans le cadre du Code du travail.

## Rémunérations au sein du Groupe La Poste

Indicateurs	Le Groupe La Poste <sup>(3)</sup>	
	2015	2016
Rémunération brute annuelle en moyenne <sup>(1)</sup>	29 956 €	30 395 €
Évolution N/N-1	ND	+1,5%
Ratio du salaire moyen par rapport au salaire du président	6,6%	6,7%
Montant versé au titre de l'intéressement sur les résultats de l'exercice	103,1 M€	101,1 M€
Nombre de collaborateurs détenant un PEG et/ou un Perco <sup>(2)</sup>	83 630	123 887
Abondement net versé par l'entreprise	22,5 M€	27,1 M€
Part de l'investissement socialement responsable dans les encours de l'épargne salariale (PEG/Perco)	36,6%	48,32%

(1) L'indicateur est calculé sur la base des rémunérations fixes brutes versées. La rémunération moyenne intègre les éléments de rémunération à périodicité mensuelle hors primes variables. L'effectif pris en compte est l'effectif moyen en ETP de l'année.

(2) La Poste et certaines filiales dont Mediapost adhèrent au plan d'épargne Groupe (PEG) et au plan d'épargne retraite collectif du Groupe (Perco). La Banque Postale possède ses propres plans d'épargne salariaux (PEG et Perco).

(3) Inclut La Poste maison mère et les filiales du Groupe en France, hors filiales à l'étranger.

## Participation des collaborateurs dans le capital de l'émetteur

L'article 1<sup>er</sup> de la loi n° 2010-123 du 9 février 2010 dispose que le capital de La Poste est détenu par l'État et par d'autres personnes morales de droit public à l'exception de la part du capital pouvant être détenue au titre de l'actionariat des personnels.

Cette disposition de la loi qui prévoit la faculté d'un actionariat salarié spécifique n'a pas été utilisée à ce jour : La Poste n'a pas de salariés actionnaires.

## Avantages sociaux

### Régime de retraite

#### G4-LA2, G4-EC3

Les personnels de La Poste sont placés chacun dans le régime de droit commun correspondant à son statut juridique : régime des pensions civiles pour les fonctionnaires, régime général pour les salariés.

La Poste n'est concernée par aucun régime spécial.

S'agissant du financement des retraites des fonctionnaires, la loi n° 2006-1771 du 30 décembre 2006 a mis en place un dispositif de contribution libératoire, exonérant La Poste de toute dette afférente à ce régime. Le taux de cette contribution, selon le principe d'équité concurrentielle, est calculé de manière à égaliser les niveaux de charges sociales et fiscales obligatoires assises sur les salaires entre La Poste et les autres entreprises relevant du droit commun des prestations sociales, pour ceux des risques qui sont communs aux salariés de droit commun et aux fonctionnaires de l'État. Depuis 2010, seul le taux d'équité concurrentielle s'applique.

## Couverture sociale complémentaire

Par accord du 19 mai 2006, un régime collectif obligatoire de prévoyance complémentaire et de prise en charge des frais de santé est en place depuis l'année 2007 pour les personnels salariés. Un dispositif de cotisations organise sur l'ensemble du régime une solidarité en faveur des familles et des plus bas revenus.

Pour les personnels fonctionnaires, un régime de remboursement de frais de santé est en place depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2012, dans le cadre de la possibilité ouverte par la loi du 9 février 2010 (loi n° 2010-123 du 9 février 2010 relative à l'entreprise publique La Poste et aux activités postales). Un accord a en effet été conclu le 7 juillet 2011. Il s'agit d'un régime collectif obligatoire, à cotisations définies, régi par le droit commun de la Sécurité sociale (art L. 911-1 du Code de la Sécurité sociale).

Les bons résultats des deux régimes de remboursement des frais de santé ont permis une amélioration du niveau des garanties depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2013.

### Les activités sociales

L'offre d'activités sociales, proposée à tous les personnels de La Poste SA<sup>(1)</sup>, représente un budget total de 205,9 millions d'euros en 2016 et couvre principalement quatre secteurs :

- l'offre de restauration, composée de restauration collective et de titres-restaurant (moyenne de 102800 bénéficiaires par jour) (46,9% du budget total en 2016) ;
- les activités culturelles et de loisirs (20,4% du budget total en 2016) ;
- l'aide à l'enfance et la jeunesse (19,9% du budget total en 2016). Elle se matérialise par des aides pour la garde d'enfants, pour les séjours en centres de vacances et pour le soutien scolaire ;
- les actions d'entraide et de solidarité (6,5% du budget total 2016), constituées d'aides aux familles d'enfants handicapés, aux grands malades, aux personnels victimes d'addiction, aux donneurs de sang, aux secouristes, aux personnes en situation de handicap.

Par ailleurs, La Poste a développé des prestations individuelles d'action sociale relevant de sa politique d'entreprise, telles que des chèques-vacances (44559 plans d'épargne bénéficiaires), des allocations de scolarité et des chèques emploi service universel préfinancés. En 2016, La Poste a développé une offre de soutien en direction des postiers aidants familiaux.



Le prix Clara est un des prix décernés par la Fondation La Poste pour encourager l'écriture chez les plus jeunes.

### Répartition des dépenses en matière d'activités sociales

<i>(en millions d'euros)</i>	2016	en %	2015
Restauration et secteur économique	96,6	46,9%	96,8
<i>Dont titre-restaurant</i>	39,4	19,1%	34,9
Activités culturelles et de loisirs	41,9	20,4%	42,9
Enfance	41,0	19,9%	41,2
Prévoyance et solidarité	13,3	6,5%	14,8
Gestion et frais de structure	13,1	6,3%	13,2
<b>Total</b>	<b>205,9</b>	<b>100%</b>	<b>208,1</b>
Montant moyen par collaborateur (en euros)	1 058		1 028

(1) Depuis 2013, l'ensemble de l'offre sociale, qui était principalement réservée aux personnels permanents, est progressivement rendue accessible aux personnels en CDD de plus de trois mois.

La gestion des activités sociales est prise en charge par le Conseil d'orientation et de gestion des activités sociales (Cogas), composé de 24 membres regroupant des représentants de l'entreprise (8), des syndicats (8) et des associations nationales (8 à raison de 2 représentants pour chacun des 4 secteurs couverts). Il est présidé par la directrice des ressources humaines du Groupe La Poste. Le Cogas s'appuie, pour la préparation de ses décisions, sur les travaux de la direction nationale des activités sociales. Afin de permettre une meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle pour les personnes en situation d'aidant familial, le Cogas a mis en place le **guichet des aidants familiaux postiers**. Cette offre complète le guide des aidants familiaux publié en décembre 2015. Ce guichet se matérialise par un numéro de téléphone accessible en journée pour répondre aux interrogations des aidants familiaux : il peut faire pour leur compte des recherches sur des solutions adaptées à leur situation, les accompagner dans leurs démarches administratives, les orienter vers les prestations d'activités sociales de La Poste et les associations reconnues par le Cogas. De plus, depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2016, en fonction des besoins, le guichet des aidants familiaux propose aux appelants répondant aux critères d'obtenir le certificat d'aidant familial. Conditionné au niveau de dépendance de l'aidé et au lien de parenté, ce certificat donne accès à des prestations ou à des offres réservées aux aidants familiaux. Toujours dans une optique de conciliation de la vie professionnelle et privée, une aide aux devoirs gratuite est à la disposition des enfants de postiers depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2016.

### Logement des postiers

La politique de logement des postiers contribue activement au plan stratégique du Groupe La Poste. Le Groupe est le premier contributeur de la participation des employeurs à l'effort de construction (Action Logement, ex-1% logement). Il mène une politique active, négociée depuis 2006 dans le cadre d'accords successifs signés avec l'ensemble des organisations syndicales. Cette politique s'appuie sur l'offre de services proposée par Action Logement mais également sur des moyens additionnels et sur un parc historique de logements sociaux. Ceux-ci sont principalement réservés auprès des structures HLM du groupe Poste Habitat, structure qui regroupe 4 sociétés HLM et représente plus de 15000 logements sociaux occupés à plus de 50% par des postiers, actifs ou retraités.

Les offres de logements (hébergement temporaire, locatif social, accès au parc intermédiaire, accession à la propriété) et des services associés (conseil, cautionnement, crédit immobilier, prêt travaux, aide financière) permettent à La Poste de proposer des solutions adaptées aux besoins des postiers à chaque étape de leur parcours résidentiel, de leur évolution professionnelle ou de leur vie personnelle. Cette politique a permis en 2016 d'accompagner plus de 9000 postiers dont 2300 pour un accès à un logement locatif social.

## Relations sociales, représentation du personnel et dialogue social

### Statut particulier du personnel à La Poste

Constituée à la fois d'agents fonctionnaires, d'agents contractuels de droit public et de salariés de droit privé, La Poste s'emploie à appliquer à ces populations des règles RH soit communes, soit comparables. Cette politique est indispensable dans la mesure où chaque établissement de l'entreprise est constitué à la fois de fonctionnaires et de salariés sur les mêmes postes de travail.

Depuis 2002, le Groupe recrute ses nouveaux collaborateurs sous statut de droit privé. Le nombre des collaborateurs régis par les statuts de la fonction publique est en réduction constante et s'établit à fin 2016 à 35,5% de l'effectif de l'ensemble du Groupe (38,4% en 2015).

Selon l'article 29 de la loi du 2 juillet 1990, les personnels fonctionnaires de La Poste sont régis par des statuts particuliers pris en application de la loi n° 83-634 du 13 juillet 1983 portant droits et obligations des fonctionnaires et de la loi n° 84-16 du 11 janvier 1984 portant dispositions statutaires relatives à la fonction publique de l'État.

Selon l'article 31 de la loi du 2 juillet 1990, l'emploi des agents contractuels est soumis au régime des conventions collectives.

La loi n° 2010-123 du 9 février 2010, relative à l'entreprise publique La Poste et aux activités postales, n'a pas modifié les dispositions préexistantes relatives au statut des personnels.

## Dialogue social et représentation du personnel

### Institutions représentatives du personnel à La Poste (IRP)

**G4-LA5**

Les IRP de La Poste sont largement empreintes du droit de la fonction publique, à l'exception des CHSCT, qui ont été mis en place à La Poste le 15 novembre 2011 et qui répondent, dans une très large mesure, aux règles du Code du travail.

La transformation de La Poste d'établissement public à caractère industriel et commercial en société anonyme en 2010 n'a pas modifié la nature des IRP (hormis pour les CHSCT mis en place à fin 2011). En effet, en matière de représentation du personnel, la cohabitation de plusieurs catégories de personnel (fonctionnaires, agents contractuels de droit public et salariés) implique de garantir des règles de représentation et de dialogue social homogènes de ces collaborateurs dans l'entreprise.

# 100%

**des personnels du Groupe sont représentés  
dans les comités d'hygiène, de sécurité  
et de conditions de travail (CHSCT).**

Outre les IRP, La Poste dispose de plusieurs instances d'information et de concertation :

- **la commission d'échanges sur la stratégie de La Poste (CESP)** et la commission de dialogue social de La Poste (CDSP), encadrées par un accord signé le 21 juin 2004 par La Poste et les organisations syndicales et consolidées dans la loi n° 2005-516 du 20 mai 2005 ;
- **la commission d'échanges sur la stratégie du Groupe La Poste (CESG)**, instance de dialogue social et d'information au niveau du Groupe, mise en place en 2011, dans le cadre du renforcement du dialogue social.

Les filiales françaises de La Poste respectent le droit français relatif à la représentation du personnel et les relations avec les partenaires sociaux.

Au niveau européen, le comité d'entreprise européen (CEE) de GeoPost regroupe les filiales de GeoPost présentes dans les pays suivants : Allemagne, Belgique, Croatie, Espagne, Estonie, France, Hongrie, Irlande, Lettonie, Lituanie, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Royaume-Uni, Slovaquie, Slovénie et Suisse. Le CEE compte au total une quinzaine de membres : des représentants du personnel élus (dont le nombre varie en fonction de l'effectif de salariés du pays), des représentants de l'entreprise, ainsi que le président et le DRH de GeoPost. Le CEE se réunit au moins une fois par an.

### Les élections professionnelles à La Poste

Les élections professionnelles ont lieu tous les quatre ans : les dernières se sont tenues en décembre 2014. Lors de ce scrutin, les collaborateurs ont élu leurs représentants aux comités techniques (CT), commissions administratives paritaires (CAP) ou commissions consultatives paritaires (CCP), tant au niveau national qu'au niveau local.

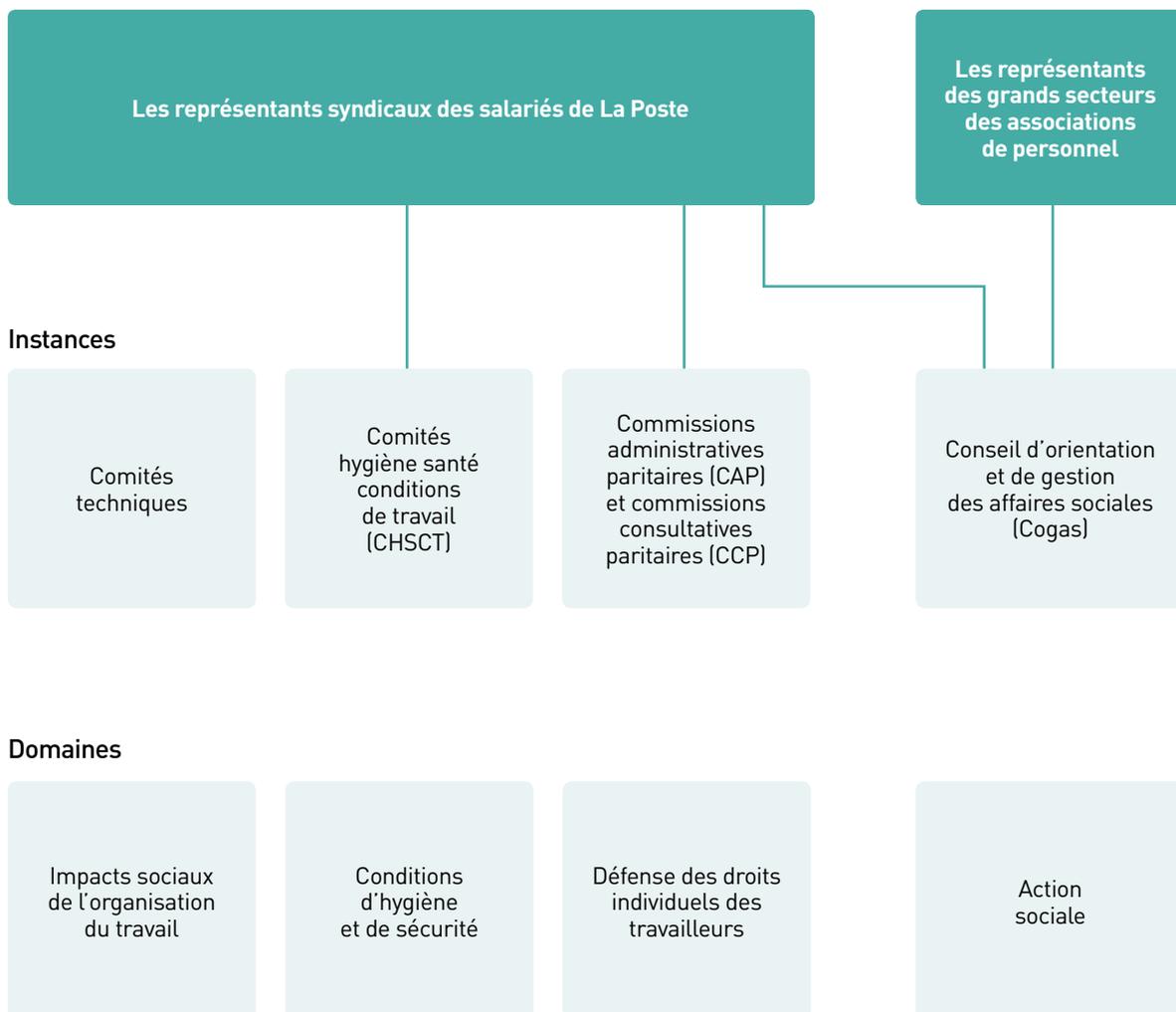
Le taux de participation à l'élection des représentants au CT national s'est élevé à 75,63 %, un taux stable et élevé qui reflète l'attachement collectif des postiers au bon fonctionnement de la démocratie sociale.

Les représentants du personnel aux CT sont directement élus par l'ensemble des personnels de La Poste sans distinction de statut, et la représentativité des syndicats est directement issue des résultats de ces élections aux CT au niveau concerné.

Les nouveaux mandats ont débuté le 1<sup>er</sup> février 2015, pour une durée de quatre ans.

Résultats des élections des représentants du personnel au comité technique national : 4 représentants élus CGT, 3 CFDT, 3 SUD, 3 FO, 2 CFTC-CGC-UNSA.

## Institutions représentatives du personnel à La Poste (IRP)



## Nombre de jours perdus pour fait de grève

	Groupe La Poste <sup>(2)</sup>	
	2015	2016
Nombre de jours perdus pour fait de grève <sup>(1)</sup>	125 002	200 775

(1) Il s'agit du nombre de jours d'arrêt de travail du fait de grèves nationales ou locales issu du système de paie. Il est donc restreint aux jours de grève non payés.

(2) Inclut La Poste maison mère et les filiales du Groupe en France, hors filiales à l'étranger.

L'augmentation constatée en 2016 résulte de mouvements sociaux à valeur nationale, débordant le seul cadre de La Poste.

## Négociations et accords

### Synthèse des accords signés en 2016

	La Poste	La Banque Postale	GeoPost	Sofipost	Poste Immo
Nombre total d'accords sociaux signés (y compris avenants)	5	25	3	71	5

### **Accords et avenants nationaux signés en 2016 à La Poste**

Après la signature de onze accords et avenants en 2015, dont l'accord « Un avenir pour chaque postier », qui est le cadre principal des mesures d'accompagnement social du plan stratégique du Groupe pour 2015 à 2020 (avec notamment la mise en place d'une gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences, le développement de la mobilité interne, un effort de formation sans précédent, l'accompagnement des managers et l'intensification de la prévention et de l'amélioration des conditions de travail), l'année 2016 a été marquée par la conclusion des accords suivants :

- l'accord relatif au dispositif d'accompagnement social dans le cadre du projet village La Poste, projet de regroupement des sièges du Groupe (signé le 8 janvier par la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA) ;
- l'accord social sur les guichetiers/chargés de clientèle (signé le 1<sup>er</sup> mars par la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA) ;
- l'accord relatif aux mesures salariales pour l'année 2016 (signé le 15 mars par la CFDT et la liste commune CFTC-CGC-UNSA) ;

- l'avenant à l'accord d'intéressement à La Poste pour la période 2015-2017 (signé le 27 juin par la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA) ;
  - l'accord relatif à l'insertion des jeunes et l'emploi des seniors pour 2016-2018 (signé le 3 octobre par la CFDT, FO et la Liste commune CFTC-CGC-UNSA) ;
- En outre, sept négociations majeures ont été engagées :
- une négociation sur l'amélioration des conditions de travail et sur les métiers des facteurs et de leurs encadrants. Cette négociation a débouché sur un accord signé en février 2017 ;
  - une négociation sur le dialogue social lui-même, ayant pour objectif de réaffirmer l'importance du dialogue social à tous les niveaux de l'entreprise par le développement de l'information, de la concertation et de la négociation entre La Poste et les organisations syndicales représentatives. Cet accord viendra remplacer l'accord sur le dialogue social à La Poste du 21 juin 2004, actuellement en vigueur ;

- une négociation sur le droit syndical, ayant pour objectif de définir les droits et les moyens permettant aux représentants syndicaux d'exercer leur mandat en lien avec l'accord sur le dialogue social, et de conduire un dialogue social de qualité. Cet accord, qui remplacera l'accord du 27 janvier 2006 annulé par le Conseil d'État en 2009, vise également à reconnaître et valoriser les parcours syndicaux ;
- une négociation sur la mise en place d'une « instance de Groupe » en vue de permettre à la direction et aux représentants syndicaux d'examiner et de discuter des questions stratégiques relatives à l'ensemble du Groupe. Cette future instance aura vocation à remplacer l'actuelle commission d'échanges sur la stratégie du Groupe La Poste (CESG) regroupant les organisations syndicales représentatives au niveau national et la direction générale de La Poste ;
- une négociation sur l'évolution des régimes de protection complémentaire santé et prévoyance afin notamment d'assurer leur adaptation aux évolutions législatives et réglementaires ;
- une négociation sur les conditions de travail des conseillers bancaires et une négociation sur l'accompagnement de la mise en place en 2017 des futures directions régionales du Réseau.

### **Suivi des engagements pris dans les accords en vigueur en 2016 à La Poste**

L'ensemble des accords précités font l'objet d'une commission de suivi qui se réunit au moins une fois par an. Cette commission donne lieu notamment à une présentation de la mise en œuvre des dispositions conventionnelles aux organisations syndicales signataires.

#### **Dialogue social**

**Ces accords sont le fruit d'un dialogue social fécond avec toutes les organisations syndicales représentatives.**



# 9

## De nouvelles solidarités pour une meilleure inclusion sociale

P. 140 — Le Groupe La Poste engagé pour les grandes causes

P. 142 — Favoriser l'accès à l'emploi, à l'éducation et à la culture

Le Groupe La Poste est convaincu que pour un développement durable des territoires, il est fondamental d'améliorer la qualité de vie des habitants et leur inclusion dans la société. Pour ce faire, le Groupe crée, anime et soutient des initiatives de solidarité dans l'objectif de désenclaver les zones rurales et les quartiers défavorisés des villes et prévenir toute forme d'exclusion financière, de détérioration du lien social, d'éloignement de l'emploi, etc. Il met l'accent sur deux leviers : l'accès des personnes vulnérables à la culture et à l'éducation et la création d'emplois de proximité.

Les différentes entités du Groupe soutiennent des associations et créent avec elles des solutions innovantes. Partout à La Poste, l'engagement bénévole des postiers au bénéfice des causes de leur choix est facilité, qu'ils souhaitent donner du temps ou des compétences.

#### Chiffres clés de l'action en faveur des communautés en 2016

Nature de l'engagement	Entité		Budget en €
Mécénat	La Poste	Mécénat fiscalement déductible de La Poste dont : • Fondation d'entreprise La Poste	8 016 475 1 000 000
	La Banque Postale	Mécénat fiscalement déductible de La Banque Postale dont : • L'Envol, le campus de La Banque Postale	3 798 630 2 418 752
	GeoPost	Mécénat Institut Pasteur, Ashoka, Foyer de Cachan, etc.	202 880
<b>Total</b>			<b>12 017 985</b>
		Budget du comité pour l'histoire	80 000

## Le Groupe La Poste engagé pour les grandes causes

Le Groupe La Poste soutient historiquement des opérations en faveur de grandes causes nationales. Elles ont été choisies pour leur connexion avec les valeurs de l'entreprise et parce qu'elles répondent au souhait de mobilisation des postiers.

### L'engagement du Groupe en faveur de grandes causes nationales ou de projets d'intérêt général

Depuis près de trente ans, le Groupe est partenaire de l'opération **Pièces Jaunes** pour améliorer la vie des enfants hospitalisés (un million de tirelires dans les bureaux de poste, un million de cartes de remerciements remises aux enfants par les postiers, 1,8 million d'euros récolté en 2016).

Le Groupe est également partenaire du **Téléthon** (collecte de fonds pour financer la recherche contre les maladies génétiques neuromusculaires et l'accompagnement des malades). En 2016, près de 1 000 postiers bénévoles ont contribué au succès du Téléthon en traitant 500 000 promesses de dons dans 54 centres de promesse. L'entreprise a remis un chèque de près de 400 000 euros au Téléthon.

La Poste a remis en 2016 un chèque de 1 788 000 euros à la **Croix-Rouge** dont elle est partenaire depuis 101 ans. Enfin, depuis plus de 50 ans des postiers répondent à plus d'un million de lettres au Père Noël venant de plus de 140 pays.

### Accompagner l'engagement des arbitres et les valeurs qu'ils portent

Acteurs de terrain et de confiance, les arbitres comme les postiers s'engagent pour l'intérêt général et agissent pour tous, partout en France. Depuis 10 ans, La Poste est partenaire de « **Tous arbitres** », programme d'accompagnement et de valorisation des 58 000 arbitres élités et amateurs des fédérations et ligues professionnelles de football, rugby, handball et basket. Ce programme a une triple ambition : accompagner concrètement les arbitres dans l'exercice de leur pratique, valoriser la fonction arbitrale et susciter des vocations. En 2016, la participation de Teddy Riner aux Journées nationales de l'arbitrage a valorisé l'esprit sportif auprès des jeunes, une valeur commune entre l'arbitrage et l'olympisme.

La Poste est partenaire de « **Paris 2024** », le comité de candidature de Paris pour l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques autour d'un angle commun avec l'arbitrage : l'esprit sportif et ses valeurs.

### La lutte pour l'inclusion financière et sociale

La Banque Postale et le Réseau La Poste soutiennent plusieurs projets de pédagogie bancaire :

- Membre du conseil d'administration de « La Finance pour tous » (association dont un des collaborateurs est un employé de La Banque Postale en mécénat de compétences), La Banque Postale diffuse auprès de ses conseillers des documents éducatifs et pédagogiques sur la bonne gestion de son budget à destination des clients.
- 80 nouveaux collaborateurs ont bénéficié en 2016 des nouvelles formations aux ateliers budgétaires qui sont ensuite déployés auprès du public bénéficiant de la garantie jeunes en mission locale, mais également auprès d'un public de primo-arrivants ou en situation difficile. En collaboration avec les associations : Face, Pimms ou encore Passerelles et Compétences. Ce sont aujourd'hui plus de 200 collaborateurs de La Banque et du Réseau qui sont engagés bénévolement dans ces programmes.
- La Banque Postale soutient l'association Cresus, dans ses actions en faveur de l'éducation budgétaire, participe à la promotion du jeu Dilemme® (quand le budget devient un jeu) et aux journées budget initiées en 2014 à Strasbourg.
- Enfin, La Banque Postale et le Réseau La Poste ont soutenu la création du magazine *Debout*, destiné aux 8,6 millions de personnes vivant sous le seuil de pauvreté (soit 14 % de la population française selon l'INSEE) mais aussi aux foyers modestes, aux étudiants et aux travailleurs sociaux. Gratuit, ce magazine distribué dans les organismes sociaux et les associations propose des conseils, fiches pratiques, bons plans et modes d'emploi.

Convaincue que seule une coopération active et structurée permettra de répondre aux enjeux de l'exclusion bancaire et financière, La Banque Postale a créé en octobre 2012 « L'Initiative contre l'exclusion bancaire », club de réflexion et d'action afin de mieux répondre aux besoins des clientèles en situation de fragilité financière. Une vingtaine d'acteurs du monde social, associatif et bancaire travaillent à :

- faire progresser la connaissance réciproque entre les populations en difficultés financières et les acteurs qui interagissent avec elles ;
- se former ensemble pour élaborer et expérimenter des produits, des services et des pratiques adaptées à ces clients ;
- promouvoir et défendre, notamment auprès des pouvoirs publics, les solutions les plus pertinentes.



La Banque Postale et le Réseau La Poste s'engagent pour l'inclusion bancaire à travers une série d'actions et de partenariats.

Afin de lutter contre la fracture numérique pour les publics en situation de pauvreté, La Poste a répondu à l'expérimentation lancée par la Direction générale de la cohésion (DGCS, direction du ministère des Affaires sociales). Cette expérimentation, mise en place en septembre 2016 pour une durée d'un an, associe La Poste, l'UNCASS et les CCAS volontaires de Besançon (Doubs), du Plateau de Haye et de Briey (Meurthe-et-Moselle). L'objectif est d'offrir aux usagers (publics des CCAS) via Digiposte un coffre-fort numérique, véritable espace de conservation gratuit et sécurisé pour leurs documents administratifs, en priorité les documents d'identité, les justificatifs de domicile, les avis d'imposition et les attestations liées à la couverture maladie.

## Le soutien aux initiatives de solidarité engagées par les postiers

La Poste a continué en 2016 à soutenir le bénévolat postier et à le promouvoir en renouvelant l'organisation d'une **semaine du bénévolat sur tout le territoire**. Cette opération a permis aux associations de se faire connaître et à des territoires de présenter l'engagement des collaborateurs via un minisite créé pour l'occasion. Une collecte de plus de 2000 livres a par ailleurs été réalisée. La Poste soutient activement ses **associations de personnel** qui œuvrent dans le domaine de la solidarité, telles que : Don du sang, AGEF de Nuits-Saint-Georges et du Pays de Brive, Unass (Union nationale des secouristes et sauveteurs), etc. Celles-ci œuvrent bien au-delà de la sphère des postiers. La Poste facilite l'engagement de ses collaborateurs au sein de ses associations de personnel et leur reconnaissance : près de 2% des postiers actifs y sont engagés à titre bénévole sans compter l'investissement fort des postiers retraités dans ce type de structure<sup>(1)</sup>. L'engagement de La Poste se caractérise également par la mise à disposition de plus de 200 postiers.

Le troisième concours « Bourse solidarité », qui récompense les engagements personnels ou associatifs de postiers actifs en dehors du cadre professionnel, avait pour thématique en 2016 « l'aide intergénérationnelle ». Les trois lauréats ont reçu un soutien financier de La Poste et ont été valorisés dans le cadre du dispositif des postiers méritants.

(1) Source : Baromètre des activités sociales, enquête interne réalisée fin 2014 auprès de 9224 postiers.

## Favoriser l'accès à l'emploi, à l'éducation et à la culture

### L'accompagnement des jeunes et des personnes vulnérables vers l'emploi

Le Groupe La Poste s'implique pour l'emploi des personnes vulnérables en s'appuyant sur l'expertise d'associations partenaires, notamment :

- en informant les jeunes et les demandeurs d'emploi les plus vulnérables sur ses métiers et de façon plus générale sur les métiers en tension ;
- en développant le tutorat et le parrainage des jeunes et des personnes vulnérables par des postiers ;
- en contribuant à leur accès à la culture.

### S'engager en faveur de l'éducation et de l'emploi des jeunes

#### Une politique volontariste en matière d'apprentissage

Soucieuse de soutenir les territoires dans la formation des jeunes, La Poste poursuit sa politique en faveur de l'apprentissage en prenant en charge, dans le cadre de la taxe d'apprentissage, l'intégralité des coûts relatifs à la formation de ses apprentis. Plus de 2000 apprentis sont ainsi formés chaque année sans aucun coût supplémentaire pour les centres de formation qui les accueillent, ni nécessité de faire appel à des subventions régionales. Par ailleurs, afin d'accompagner les autres établissements de formation, le barème de la taxe d'apprentissage de La Poste est versé à des partenaires partageant ses valeurs d'inclusion sociale notamment vis-à-vis des personnes handicapées, en insertion ou issues de la diversité.

La Poste veille également à un équilibre de ses versements entre les établissements publics et privés du supérieur ainsi qu'aux collèges et lycées.

#### Des partenariats avec des associations expertes pour un meilleur accès des jeunes de toutes origines et tous niveaux scolaires à l'éducation et à l'emploi.

La Poste s'implique sur tout le territoire, au travers de réunions de découverte des métiers, ateliers de préparation des entretiens, construction du réseau, prise de confiance en soi réalisés par de nombreux bénévoles postiers.

#### Nos quartiers ont des talents

En septembre 2015, Le Groupe La Poste a renouvelé pour trois ans son partenariat avec Nos quartiers ont des talents (NQT) qui œuvre pour l'insertion professionnelle de jeunes diplômés issus de quartiers prioritaires et de milieux sociaux défavorisés. Près de 150 postiers sont engagés auprès de cette association qui organise

notamment le parrainage des jeunes diplômés bac + 3, bac + 4 ainsi que tout jeune de condition modeste : quartiers, zones rurales, ou personnes en situation de handicap pour trouver un emploi.

#### L'Envol, le campus de La Banque Postale s'engage depuis 2012 auprès des jeunes potentiels

Souhaitant favoriser le parcours de jeunes élèves talentueux issus de milieux modestes, urbains comme ruraux, et accompagner les élèves dans leur diversité de parcours et l'excellence des formations, « L'Envol, le campus de La Banque Postale » a renouvelé en 2016 son partenariat avec l'Éducation nationale. Deux parcours, voie générale et voie professionnelle, permettent d'accompagner individuellement les élèves sur les méthodes de travail, l'ouverture culturelle, les choix d'orientation, etc.

#### « L'Envol » en chiffres

À fin 2016, « L'Envol, le campus de La Banque Postale » ce sont :

- 30 académies représentées
- 374 élèves
- 526 parrains
- 1 000 jours de bénévolat

Une vingtaine de postiers s'est engagée auprès de « Passeport Avenir », partenaire depuis septembre 2016 de Docapost afin de contribuer à l'émergence d'une génération de leaders d'entreprise chez des jeunes issus des milieux populaires par du tutorat et des animations en lycée et études supérieures.

#### Accompagner les décrocheurs avec les Écoles de la deuxième chance (E2C)

Membre de la fondation du réseau des E2C, La Poste a renouvelé pour trois ans en 2015 son partenariat avec le réseau des Écoles de la deuxième chance (E2C), qui représente 43 écoles et 14 385 jeunes de moins de 26 ans sortis du système scolaire. Pour accompagner ces jeunes, La Poste, qui apporte également une forte contribution par la taxe d'apprentissage, a développé un programme original d'actions pour l'accès à l'emploi en :

- préparant les jeunes aux entretiens de recrutement par des simulations d'entretien ;
- les sensibilisant à l'image de soi : ateliers photo avec l'association de photographes de La Poste, apprentissage des codes en entreprise, etc. ;
- organisant des ateliers d'écriture avec le soutien de la Fondation La Poste ;
- faisant découvrir des technologies numériques avec des ateliers sur les objets connectés ainsi que pour la recherche d'emploi.

### Partenariat avec le Foyer de Cachan : 100 ans de solidarité et d'accompagnement de jeunes en difficulté

Créé il y a plus d'un siècle, le Foyer de Cachan, association reconnue d'utilité publique subventionnée depuis l'origine par La Poste, est resté fidèle à sa vocation au service des jeunes en difficultés. Grâce à son lycée professionnel privé sous contrat, l'objectif est de maximiser leurs chances de réussite scolaire et d'insertion dans la vie active.

Une convention complémentaire signée en 2016 entre Le Groupe La Poste et le Foyer de Cachan renforce la collaboration favorisant :

- l'intervention de postiers pour témoigner sur les métiers (commercial) et répondre à leurs interrogations ;
- la sensibilisation à la RSE et à ses enjeux au moyen de travaux dirigés ;
- le parrainage des jeunes par des salariés de l'entreprise ou d'autres entreprises ou volontaires.

### Le soutien à l'entrepreneuriat des jeunes

Le Groupe encourage l'entrepreneuriat des jeunes, quelques exemples :

- 20 collaborateurs, avec **Entreprendre pour apprendre** accompagnent des lycéens dans la création de mini-entreprises, notamment en leur faisant découvrir le monde économique et le fonctionnement d'une entreprise ;
- 20 parrains en Ile-de-France, avec **La Finance pour tous**, accompagnent des élèves de terminale sur leur cas d'entreprise ;
- La Banque Postale, MakeSense et KissKissBankBank ont porté pour la troisième année consécutive la Social Cup, coupe de France de l'entrepreneuriat social étudiant. En 2016, cette compétition a mobilisé plus de 1 400 étudiants motivés à créer leur entreprise sociale. 120 dossiers ont été présentés, qui répondent aux grands enjeux sociétaux (éducation, santé, environnement, alimentation, etc.). Les 12 projets finalistes ont reçu une dotation financière de La Banque Postale pour leur première campagne de *crowdfunding* lancée sur KissKissBankBank.

### Sauvegarder la mémoire et le patrimoine avec le musée de La Poste

Depuis sa création en 1946, et de par sa nature même, le musée de La Poste est partie prenante de la politique RSE poursuivie par La Poste. Grâce aux collections postales et philatéliques de l'État dont il a la charge, il agit auprès de tous les publics pour sauvegarder la mémoire et le patrimoine et favoriser la connaissance de l'histoire. Par ses expositions – historiques, artistiques, sociétales –, il transmet et promeut la culture à toutes les générations.

Depuis plusieurs années, le musée multiplie les nouvelles initiatives en faveur de la RSE dans et hors ses murs.

#### Au sein du musée

Le projet de rénovation en cours a été pensé et conçu pour permettre une accessibilité universelle des publics (personnes en situation de handicap moteur, psychique, mental ou sensoriel).

Le chantier lui-même est un chantier à faibles nuisances : minimisation de la production de déchets, traçabilité des déchets, valorisation des matériaux issus de la déconstruction, économie de matériaux et d'énergie, limitation des risques et des nuisances causés aux riverains du chantier, des risques sur la santé des ouvriers et des pollutions de proximité lors de la déconstruction. De plus, les riverains ont à leur disposition une adresse internet dédiée permettant de poser leurs questions à propos du chantier (les réponses sont apportées par les équipes immobilières).

Provisoirement installée à proximité du musée, la boutique s'attache également à proposer des produits fabriqués par des structures d'insertion et de recyclage telles qu'Extra-muros ou issues du commerce équitable (carnets, cahiers, bijoux, etc.).

#### Hors les murs

Le musée propose des animations en Île-de-France à différents types de publics : scolaires, seniors, enfants hospitalisés, et notamment aux acteurs sociaux pour lesquels a été développée une programmation gratuite touchant des adultes étrangers en apprentissage du français, des jeunes en insertion, des habitants de quartiers « politique de la ville ». Près de 100 animations « champ social » ont été réalisées en 2016 (1 463 personnes) dont 22 pour les Écoles de la deuxième chance. L'animation « Aux timbres citoyens ! », qui aborde la citoyenneté et les valeurs de la République à travers les timbres, est très demandée par les structures sociales. En mettant également à la disposition de tous – collectivités territoriales, associations, médiathèques, etc. – des expositions itinérantes sur des thèmes tels

que « *La Poste... une histoire extraordinaire* », « *Les Femmes de La Poste* », « *Les postes dans la Grande Guerre* », « *Éthique et déontologie* », le musée de La Poste contribue à la diffusion sur le territoire national de l'histoire et des valeurs de La Poste.

Le musée soutient également de jeunes compagnies théâtrales ou musicales (La Compagnie des dramaticules, l'Ensemble Artifices, etc.) et des artistes émergents.

Via ses publications, le musée informe par ailleurs des dizaines de milliers de personnes passionnées d'histoire, de philatélie et de culture de son actualité, de ses initiatives, de ses projets, etc. et contribue ainsi à créer du lien social et du sens.

### Le comité pour l'histoire : le soutien à la recherche historique

Créé en 1995, et placé depuis lors sous l'égide du président-directeur général de La Poste représenté par la directrice de la culture et du patrimoine, le comité pour l'histoire de La Poste (CHP) regroupe des postiers et des universitaires.

Le rôle du CHP est de contribuer à une meilleure connaissance de l'histoire de La Poste depuis l'Ancien Régime à nos jours sous différentes thématiques : l'histoire de l'État, des institutions, de l'administration, mais aussi des hommes et de leurs métiers, de

l'entreprise et des techniques, de la société française.

Le CHP accompagne et encourage les recherches d'étudiants et de professionnels sur l'histoire des postes, diffuse la connaissance, noue des relations avec des associations et organismes de même nature, aussi bien dans d'autres entreprises françaises qu'à l'étranger.

Les objectifs du CHP sont :

- de constituer un fonds d'archives orales et écrites en recueillant les souvenirs et témoignages des acteurs de la vie de La Poste ;
- d'organiser périodiquement des concours autobiographiques basés sur des récits de vie ;
- d'établir des inventaires, guides et annuaires statistiques ;
- d'orienter, favoriser et provoquer des recherches en attribuant des bourses aux étudiants de master et de doctorat, ainsi qu'à des recherches postdoctorales ;
- de promouvoir la recherche en histoire postale en organisant des colloques et des journées d'études, ou en y participant ;
- de diffuser et publier les travaux intéressant l'histoire de La Poste.

Depuis 1995, plus de 130 travaux universitaires ont été soutenus, dont 25 thèses de doctorat, près d'une quarantaine de publications directes ou subventionnées. En 2015 et en 2016, le rôle de La Poste et des postiers durant la Première Guerre mondiale ont donné lieu à de nombreux travaux et conférences.



Parrains et filleuls de l'Envol réunis au Siège de La Banque Postale, à Paris.

## La Fondation La Poste : par l'écriture, transmettre la culture, la solidarité et l'innovation

La Fondation d'entreprise La Poste, qui célèbre en 2016 son 20<sup>e</sup> anniversaire, favorise le développement humain et la proximité à travers l'écriture, pour tous, sur tout le territoire et sous toutes ses formes. Un choix qui exprime les valeurs de référence de La Poste : elle est quotidiennement proche, citoyenne, solidaire.

L'écriture au cœur de La Poste est évidente : elle transmet un patrimoine et une somme de savoirs, elle crée et renforce le lien social, elle facilite l'intégration, offre aux individus la possibilité d'un mieux-être. L'écriture est le complément de la lecture. Écrire, c'est pouvoir agir au quotidien, c'est s'affirmer et affiner sa pensée, c'est braver l'oubli et la distance, c'est communiquer, échanger, accéder et prendre place dans le monde du numérique.

Il est difficile de ne pas être en mesure d'utiliser ni de maîtriser ce mode d'expression. C'est pourquoi la Fondation La Poste s'engage contre toutes les formes d'illettrisme de l'écrit, que le support en soit traditionnel ou numérique. Elle s'intéresse également à l'écriture littéraire, illustrant l'échange, et en particulier les correspondances, avec le souci de les présenter à un large public, de les rendre vivantes en les associant à un autre art et de faire connaître ce patrimoine. Enfin, elle encourage l'écriture vivante et novatrice à travers son soutien aux jeunes talents qui associent textes et musique et en dotant des prix qui la récompensent. La Fondation veille à ce que les actions qu'elle soutient soient réparties sur l'ensemble du territoire. Elle souhaite que les postiers s'y reconnaissent et s'y engagent.

En 2016, la Fondation a consacré 18% de son budget aux actions solidaires liées à l'écriture, ce qui a permis de financer 108 initiatives bénéficiant à près de 21 000 personnes. En particulier, 40 associations ont bénéficié du soutien de la Fondation La Poste pour mettre en place des initiatives en faveur de l'écriture pour tous : animation d'ateliers d'écriture au profit de détenus dans les prisons, d'adolescents en travail thérapeutique, de jeunes déscolarisés souhaitant reprendre leurs études, de personnes résidant en maison de retraite et de leur personnel soignant, ou encore activités ludiques au bénéfice d'élèves du CP ayant des fragilités en écriture et en lecture. L'accès à l'écriture ou à la lecture est utilisé sous toutes ses formes pour aider chacun à trouver ou à retrouver sa place dans la société, ou un lien avec lui-même et les autres.



La Fondation d'entreprise La Poste, prorogée jusqu'en 2021, ancre son action sur l'ensemble du territoire, dans trois grands domaines d'intérêt général : l'éducation, la solidarité et la culture qui constituent les bases du développement humain, de la vie en société et de l'ouverture au monde. Elle s'efforce de développer le lien social et le mieux-être qu'apporte l'écriture et entend être toujours davantage la Fondation de tous les postiers.

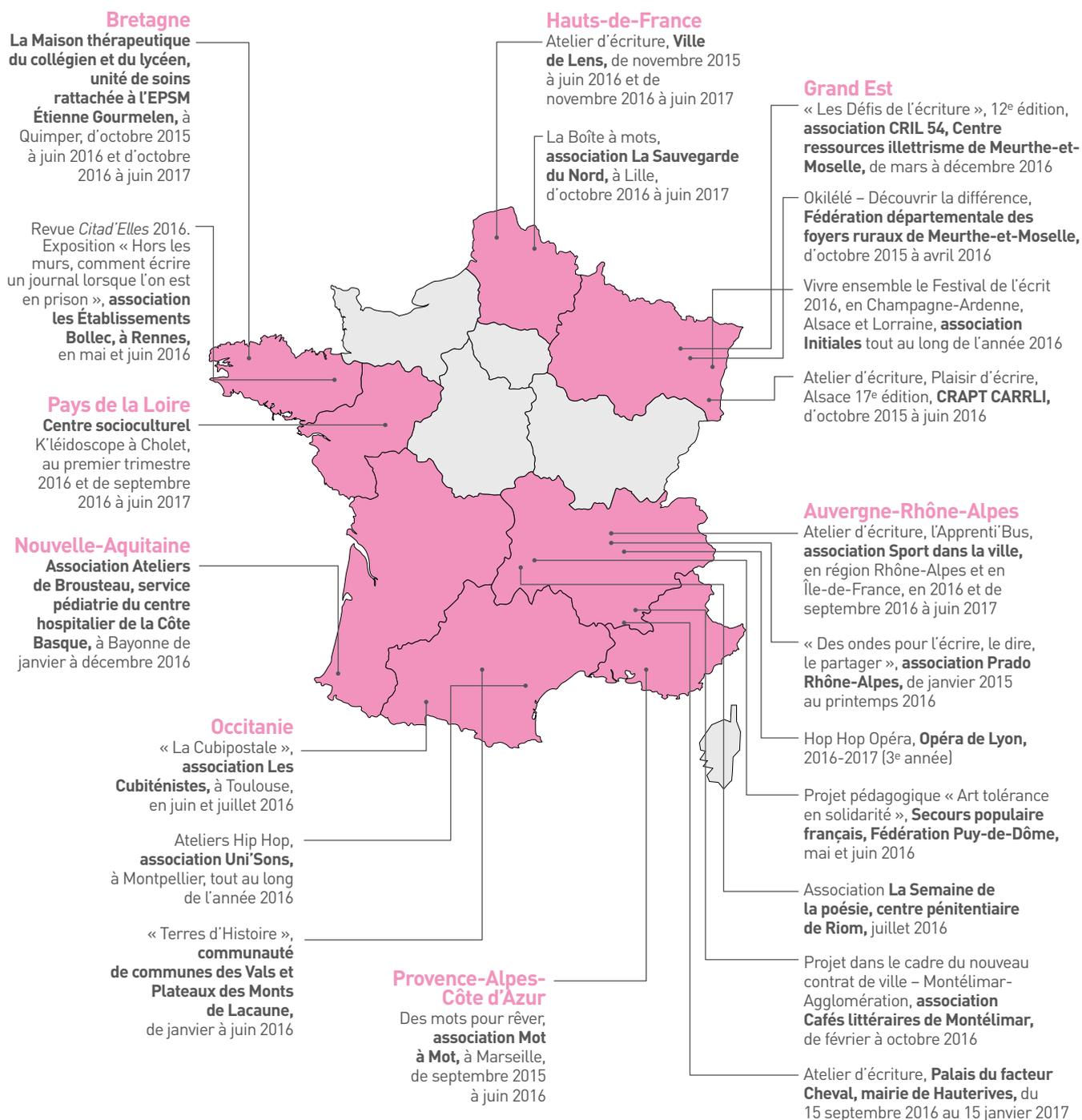


**Dominique Blanchecotte,**  
déléguée générale  
de la Fondation



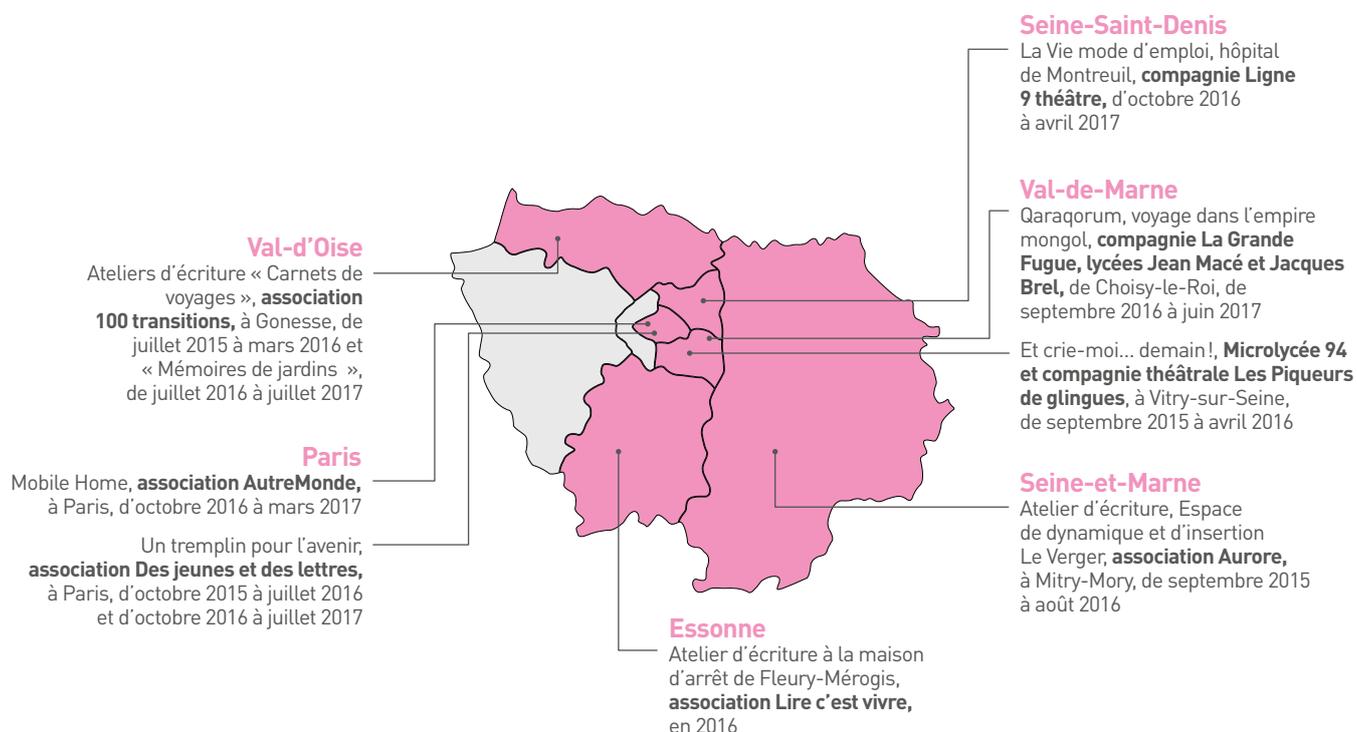
# Actions solidaires Fondation 2016

en France métropolitaine

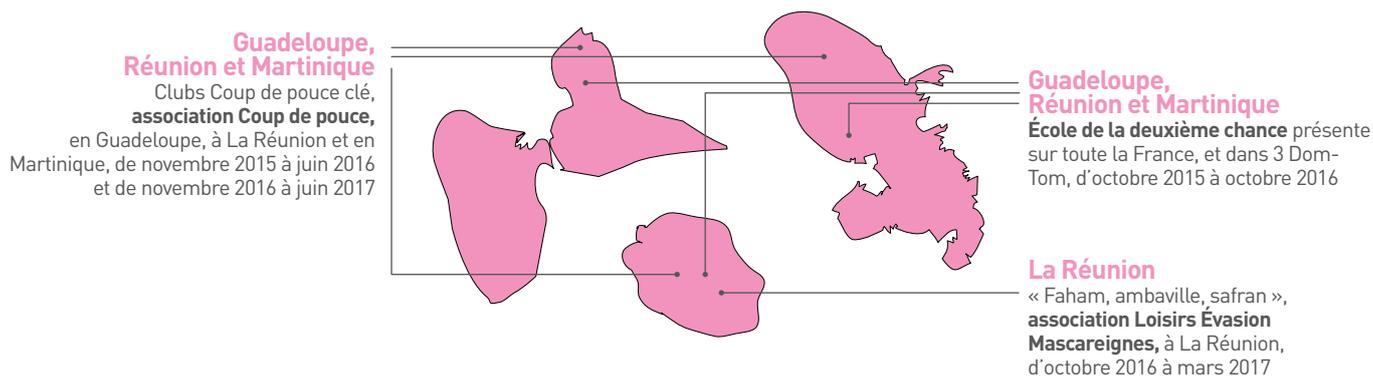


# Actions solidaires en 2015

## en Île-de-France



## dans les Dom



## Projets nationaux

### — Agir pour l'école

— Concours : Vie citoyenne 2016, restitution Assemblée nationale 3 novembre 2016, **Réseau E2C** (40 Écoles de la deuxième chance sur le territoire)

— Récits de vie de personnes migrantes, **association Service social familial migrants (ASSFAM)**, en Île-de-France et en région Rhône-Alpes, d'octobre 2016 à septembre 2017

— Ateliers d'écriture, l'Apprenti'Bus, **association Sport dans la ville**, en région Rhône-Alpes et en Île-de-France en 2016 et de septembre 2016 à juin 2017



# 10

## Annexes

P. 149 — Table de référencement GRI-G4

P. 163 — Tableau des indicateurs

P. 179 — Note méthodologique : périmètre et méthodologie de reporting

P. 182 — Glossaire

# Table de référencement GRI-G4

## Article 225 du Grenelle II, COP du Pacte mondial et ODD

DR = Document de référence / RRSE = Rapport RSE / LGLP = Le Groupe La Poste / LBP = La Banque Postale / LP = La Poste (maison mère) / NA = Non approprié / ND = Non disponible / NC = Non communiqué

LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION</b>							
<b>1. Stratégie et analyse</b>							
<b>G4-1</b> – Déclaration du PDG sur le développement durable et la stratégie du groupe	LGLP			I.2.a.i			2.2 – 2.2a 3.1 – 3.1e
<b>G4-2</b> – Description des impacts, risques et opportunités majeurs	LGLP		1, 3	I.2.a.i			2.1 – 2.2 3.1a 5.1 – 6.1
<b>2. Profil de l'organisation</b>							
<b>G4-3</b> – Nom de l'organisation	LGLP		1	I.2.a.i, ii II.2.a.i, II.3.c.i			
<b>G4-4</b> – Principales marques, et principaux produits et services	LGLP		1	I.2.a.i, ii II.2.a.i, II.3.c.i			
<b>G4-5</b> – Siège social	LGLP		1	I.2.a.i, ii II.2.a.i, II.3.c.i	---		
<b>G4-6</b> – Pays où l'organisation opère	LGLP		1	I.2.a.i, ii II.2.a.i, II.3.c.i	---		
<b>G4-7</b> – Nature du capital et forme juridique	LGLP		1	I.2.a.i, ii II.2.a.i, II.3.c.i	---		
<b>G4-8</b> – Marchés desservis	LGLP		1	I.2.a.i, ii II.2.a.i, II.3.c.i	---		
<b>G4-9</b> – Taille de l'organisation	LGLP		1	I.2.a.i, ii II.2.a.i, II.3.c.i	---		
<b>G4-10</b> – Répartition des salariés	LP et LGLP		8	I.a.i, ii, iii	6 à 8	8	
<b>G4-11</b> – Salariés couverts par une convention collective	LGLP		8	I.c	6 à 8	8	
<b>G4-12</b> – Décrire la chaîne d'approvisionnement de l'organisation	LGLP		7	I.2.a.i, ii, iii II.3.c	---	12	
<b>G4-13</b> – Changements durant la période de reporting	LGLP		1	I.3.c.i	2		

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>Engagements externes</b>							
<b>G4-14</b> – Principes de précaution	LGLP et LBP		4	---	1		
<b>G4-15</b> – Chartes, principes et autres initiatives d'origine extérieure	LGLP		2, 4	---	1 à 21		2.3 – 2.3c
<b>G4-16</b> – Affiliation à des associations ou des organisations de défense des intérêts	LGLP		2	---	15 à 17		
<b>3. Enjeux matériels identifiés et périmètre</b>							
<b>G4-17</b> – Entités incluses dans les états financiers consolidés	LGLP			I.2.a.i, ii, iii II.3.c.i	---		
<b>G4-18</b> – Procédure pour définir le contenu du rapport	LGLP		3		---		
<b>G4-19</b> – Aspects matériels	LGLP		3	---	---		
<b>G4-20</b> – Périmètre des enjeux matériels au sein de l'organisation	LGLP		3		---		8.4 – 8.4.a
<b>G4-21</b> – Périmètre des enjeux matériels en dehors de l'organisation	LGLP		3		---		
<b>G4-22</b> – Reformulation d'information	LP		10		---		
<b>G4-23</b> – Changements concernant le champ d'étude et le périmètre	NA		10		---		
<b>4. Implication des parties prenantes</b>							
<b>Dialogue avec les parties prenantes</b>							
<b>G4-24</b> – Liste des parties prenantes	LGLP		2	I.3.b.i	21	17	
<b>G4-25</b> – Identification et sélection des parties prenantes	LGLP		2	I.3.b.i	21	17	
<b>G4-26</b> – Implication des parties prenantes	LGLP		2	I.3.b.i	21	17	
<b>G4-27</b> – Sujets soulevés via le dialogue avec les parties prenantes	LGLP		2	I.3.b.i	21	17	
<b>5. Profil du rapport</b>							
<b>G4-28</b> – Période de reporting	LGLP		10	---	---		
<b>G4-29</b> – Rapport le plus récent	LGLP		10	---	---		
<b>G4-30</b> – Cycle du reporting	LGLP		10	---	---		
<b>G4-31</b> – Point de contact	LGLP		10	---	---		

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>Index du contenu du GRI</b>							
G4-32 – Option de « conformité » choisie pour l'index GRI4	LGLP		1		---		8.6 – 8.6a – 8.7 – 8.7a – 8.8 – 14.2 – 14.2a
<b>Validation par des tiers</b>							
G4-33 – Vérification externe du rapport	LGLP	DR 102			1, 20		8.6 – 8.6a – 8.7 – 8.7a – 8.8 – 14.2 – 14.2a
<b>6. Gouvernance</b>							
<b>Structure et composition de la gouvernance</b>							
G4-34 – Structure de gouvernance de l'organisation	LGLP		4	---	1, 20	5, 16	1.1 – 1.1a
G4-35 – Délégation de l'autorité pour la RSE	LGLP		4	---	---	5, 16	
G4-36 – Responsables des thèmes environnementaux, sociaux et sociétaux	LGLP		4	---	---	5, 16	1.1a
G4-37 – Processus de consultation entre les parties prenantes	LGLP		2	I.3.b, I.3.b.i	---	5, 16	
G4-38 – Composition du conseil d'administration et des comités	LGLP		4	---	---	5, 16	
G4-39 – Préciser participation du PDG à l'instance supérieure de gouvernance et ses fonctions	LGLP		4	---	---	5, 16	
G4-40 – Processus de nomination et de sélection pour l'instance supérieure de gouvernance et ses comités	LGLP		4	---	1, 20	5, 16	
G4-41 – Indiquer si les conflits d'intérêts sont divulgués aux parties prenantes	LGLP		4	---	1, 2, 20	5, 16	
<b>Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la détermination de la mission, des valeurs et de la stratégie de l'organisation</b>							
G4-42 – Rôles du conseil et des cadres dirigeants dans la RSE			4	---	---		
<b>Compétences et évaluation de la performance de l'instance supérieure de gouvernance</b>							
G4-43 – Développer et améliorer les connaissances collectives				I.e	---		
G4-44 – Évaluation du Conseil selon des critères de RSE	LGLP		4	I.a.ii, I.a.iii	1		

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE			
	Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la gestion des risques</b>								
<b>G4-45</b> – Rôle de l'instance supérieure de gouvernance	LGLP		4	---		1, 20		2.1 – 2.1a, b, c
<b>G4-46</b> – Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'examen de l'efficacité de la gestion des risques			4	---		---		2.1 – 2.1a, b, c
<b>G4-47</b> – Fréquence de l'examen des impacts, risques et opportunités			4	---		1, 20		2.1 – 2.1a, b, c
<b>Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans le reporting extra-financier</b>								
<b>G4-48</b> – Indiquer le comité ou le poste de plus haut niveau qui examine le rapport de développement durable			4	---		---		
<b>Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'évaluation des performances économiques, environnementales et sociales</b>								
<b>G4-49</b> – Informer l'instance supérieure de gouvernance des réclamations majeures			4	---		---		
<b>G4-50</b> – Nature et nombre total de réclamations	LGLP		4	---		---		
<b>Rémunérations et incitations</b>								
<b>G4-51</b> – Politiques de rémunération pour le Conseil et les cadres dirigeants	LGLP		4	I.a.iii		1, 20	5	1.2 – 1.2a
<b>G4-52</b> – Processus de détermination de la rémunération	LGLP		4	---		---	16	
<b>G4-53</b> – Mode de sollicitation et de prise en compte des opinions des parties prenantes en matière de rémunération			2	---		---	16	
<b>G4-54</b> – Ratio de la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée de l'organisation	LGLP		4	---		---	16	
<b>G4-55</b> – Ratio du pourcentage d'augmentation de la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée de l'organisation			4	---		---	16	
<b>7. Éthique et intégrité</b>								
<b>G4-56</b> – Code de conduite	LGLP		4	II.3.d		12	16	
<b>G4-57</b> – Helplines et conseils pour les employés	LGLP		4	---		---		
<b>G4-58</b> – Mécanismes d'alerte	LGLP		4	---		---		

LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change	
								ÉLÉMENTS SPÉCIFIQUES D'INFORMATION
Description de l'approche managériale								
G4-DMA	LGLP	Éléments spécifiques d'information et ensemble des items ci-dessous	3	---	---			
		Présence sur le marché	1					
		Pratiques d'achats	7					
		Environnement	3, 6					
		Énergie	11					
		Biodiversité	6					
		Émissions	6					
		Effluents et déchets	6					
		Produits et services	9					
		Transport	6					
		Évaluation environnementale des fournisseurs	7					
		Pratiques en matière d'emploi et de travail décent	8					
		Relations employeurs/employés	8					
		Santé et sécurité au travail	8					
		Formation et éducation	8					
		Diversité et égalité des chances	8					
		Égalité de rémunération entre hommes et femmes	8					
		Évaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs	7					
		Droits de l'homme	4, 7					
		Non-discrimination	8					
Liberté syndicale et droit de négociation	8							
Interdiction du travail des enfants	4							
Abolition du travail forcé et obligatoire	4							

LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI		Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
G4-DMA	Évaluation du respect des droits de l'homme chez les fournisseurs	LGLP		4				
	Communautés locales			9				
	Lutte contre la corruption			4				2.3 - 2.3.a, e, f, g
	Politiques publiques			4				
	Comportement anticoncurrentiel			4				
	Évaluation de l'impact des fournisseurs sur la société			7				
	Étiquetage des produits et services			5				
	Communication marketing liée aux produits			4				
	Vie privée des clients			5				
	Conformité environnementale			DR				
	Conformité liée aux produits			DR				
	Conformité sociétale			DR				
<b>ÉCONOMIE</b>								
Performance économique								
G4-EC1	Valeur économique directe créée et distribuée	LGLP		Schéma de répartition de la valeur	I.a.iii	15, 16	1, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 16	
G4-EC2	Risques et opportunités liés au changement climatique	LGLP	6		II.2.a.i	15, 16	12, 13	5.1 – 5.1a, b, c 6.1a, b, c
G4-EC3	Étendue de la couverture des régimes de retraites à prestations définies	LGLP	8		---	15, 16		
G4-EC4	Subventions et aides publiques reçues	LGLP		Schéma de répartition de la valeur	---	15, 16		

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>Impacts économiques indirects</b>							
<b>G4-EC7</b> – Investissements en infrastructure et d'appui	LGLP		Création de valeur	I.3.a I.3.b.ii	15, 16	1, 4, 5, 11, 12, 13	
<b>G4-EC8</b> – Impacts économiques indirects substantiels	LGLP		Création de valeur	I.3.a.ii	15, 16	1, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 16	
<b>Pratiques d'achats</b>							
<b>G4-EC9</b> – Dépenses auprès des fournisseurs locaux	LGLP		9	I.a.ii I.3.a.ii	15, 16	1, 8, 10, 12, 16	
<b>ENVIRONNEMENT</b>							
<b>Matières</b>							
<b>G4-EN1</b> – Consommation de matières	LGLP		6	I.2.c.ii.2	11	12	
<b>G4-EN2</b> – Pourcentage de matières consommées provenant de matières recyclées	NA		6	I.2.c.ii.2	11	12	
<b>Énergie</b>							
<b>G4-EN3</b> – Consommation énergétique au sein de l'organisation (scope 1)	LGLP		6	I.2.c.ii.3	11	7, 12, 13	11.2 – 11.3 – 11.3a – 11.4 – 11.5
<b>G4-EN4</b> – Consommation énergétique en dehors de l'organisation	LGLP		6	I.2.c.ii.3	11	7, 12, 13	
<b>G4-EN5</b> – Intensité énergétique	LGLP		6	- - -	11	7, 12, 13	
<b>G4-EN6</b> – Réduction de la consommation énergétique	LGLP		6	I.2.c.ii.3	11	7, 11, 12, 13	
<b>G4-EN7</b> – Réductions des besoins énergétiques des produits et services	LGLP		6	I.2.c.ii.3	10	9, 12	3.2 – 3.2a
<b>Eau</b>							
<b>G4-EN8</b> – Volume total d'eau prélevé	LGLP		10	I.2.c.ii.1	11	6	
<b>G4-EN9</b> – Sources d'approvisionnement en eau touchées par les prélèvements	NA			I.2.c.ii.1	11	6	
<b>G4-EN10</b> – Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée	NA			I.2.c.ii.1	11	6	

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>Biodiversité</b>							
<b>G4-EN11</b> – Emplacement et superficie des terrains détenus, protégés et riches en biodiversité	ND			II.2.c.i I.2.e.i	10	6, 15	
<b>G4-EN12</b> – Impacts substantiels sur la biodiversité	NA			I.2.e.1	9	6, 15	
<b>G4-EN13</b> – Habitats protégés ou restaurés	NA			I.2.e.1	9	6, 15	
<b>G4-EN14</b> – Nombre total d'espèces menacées figurant sur la liste rouge mondiale de l'UICN	NA			I.2.e.1	11	6, 15	
<b>Émissions</b>							
<b>G4-EN15</b> – Émissions directes de gaz à effet de serre (scope 1)	LGLP	6		I.2.d.i	11	3, 11, 12, 13, 15	7.1–7.2– 7.2a–7.3– 7.4–8.1– 8.2–8.5– 8.9–8.9a– 9.1–9.1a– 9.2–9.2a, c, d
<b>G4-EN16</b> – Émissions indirectes de gaz à effet de serre (scope 2) liées à l'énergie	LGLP	6		I.2.d.i	11	3, 11, 12, 13, 15	7.1–7.2– 7.2a–7.3– 7.4–8.1– 8.5–8.3– 8.3a–10.1– 10.1a–10.2 et 10.2a, c
<b>G4-EN17</b> – Émissions indirectes de gaz à effet de serre (scope 3)	LGLP	6		I.2.d.i	11	3, 11, 12, 13, 15	8.9 – 8.9a – 14.1
<b>G4-EN18</b> – Intensité des émissions de gaz à effet de serre	LGLP	6		I.2.d.i	9, 11	3, 11, 12, 13, 15	12.2 – 12.3
<b>G4-EN19</b> – Réduction des émissions de gaz à effet de serre	LGLP	6		I.2.d.i	11	3, 11, 12, 13, 15	3.1b–3.3a– 12.1– 12.1a– 14.3– CC14.3a
<b>G4-EN20</b> – Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone (SAO)	ND			I.2.b.i	11	3, 11, 12, 13, 15	
<b>G4-EN21</b> – NOX, SOX, et autres émissions atmosphériques substantielles	LGLP	6		I.2.b.i	11	3, 11, 12, 13, 15	

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>Effluents et déchets</b>							
<b>G4-DMA</b> – Approche managériale	LGLP		6	---	---		
<b>G4-EN22</b> – Rejets d’eau, par type et par destination	NA			I.2.b.i	11	6, 14, 15	
<b>G4-EN23</b> – Déchets, par type et par mode de traitement	ND			I.2.c.i	11	3, 6, 12, 15	
<b>G4-EN24</b> – Déversements substantiels	NA			I.2.b	11	3, 6, 12, 15	
<b>G4-EN25</b> – Déchets dangereux	NA			I.2.b.iii	11	3, 6, 12, 15	
<b>G4-EN26</b> – Identification des plans d’eau et de leur écosystème	NA			I.2.b.i I.2.e.i	11	3, 6, 12, 15	
<b>Produits et services</b>							
<b>G4-EN27</b> – Mesures d’atténuation des impacts environnementaux	LGLP		5	II.3.d.ii	11	12, 15	3.2 – 3.2a
<b>G4-EN28</b> – Pourcentage de produits vendus et de leurs emballages recyclés	ND			I.2.c.i	11	12, 15	
<b>Conformité</b>							
<b>G4-EN29</b> – Amendes substantielles et nombre total de sanctions	LGLP			---	11		
<b>Transport</b>							
<b>G4-EN30</b> – Impacts environnementaux du transport des produits	LGLP			I.2.a.iii	11	11, 12, 13	
<b>Généralités</b>							
<b>G4-EN31</b> – Dépenses et investissements de protection de l’environnement, par type	ND			I.2.a.iii	11	11, 12, 13	
<b>Évaluation environnementale des fournisseurs</b>							
<b>G4-EN32</b> – Nouveaux fournisseurs contrôlés à l’aide de critères environnementaux	ND			II.3.c.i	---	11, 12, 13	
<b>G4-EN33</b> – Impacts sur l’environnement dans la chaîne d’approvisionnement	LGLP			I.3.c, II.3.c	---	11, 12, 13	
<b>Mécanismes de règlement des griefs environnementaux</b>							
<b>G4-EN34</b> – Nombre de griefs concernant les impacts environnementaux	LGLP			---	---	3, 11, 12, 13	

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>SOCIAL – Pratiques en matière d’emploi et de travail décent</b>							
<b>Emploi</b>							
<b>G4-LA1</b> – Salariés embauchés et taux de rotation du personnel	LGLP	8	I.1.a.i I.1.a.ii, iii		6 à 8	5, 8	
<b>G4-LA2</b> – Avantages sociaux offerts aux salariés à temps plein	LGLP	8	---		6 à 8	5, 8	
<b>G4-LA3</b> – Retour au travail et maintien en poste après congé parental	ND			I.f.i, iii	6 à 8	5, 8	
<b>Relations employeurs/employés – approche managériale</b>							
<b>G4-LA4</b> – Délai minimal de préavis en cas de changement opérationnel	ND			I.c.i	6 à 8	5, 8	
<b>Santé et sécurité au travail</b>							
<b>G4-LA5</b> – Pourcentage représenté dans des comités mixtes, Direction, salariés d’hygiène et de sécurité au travail	LGLP			I.d.i	6 à 8	3, 8	
<b>G4-LA6</b> – Accidents, maladies professionnelles, absentéisme et décès liés au travail	LGLP	8		II.1.d.i	6 à 8	3, 8	
<b>G4-LA7</b> – Salariés exposés directement et fréquemment à des maladies liées à leur activité	ND			I.d.i, II.1.d.i	6 à 8	3, 8	
<b>G4-LA8</b> – Thèmes de santé et de sécurité couverts par des accords formels avec les syndicats	LGLP	8		I.d.i	6 à 8	3, 8, 17	
<b>Formation et éducation</b>							
<b>G4-LA9</b> – Nombre moyen d’heures de formation par an	LGLP	8		I.e.ii	6 à 8	4, 5, 8	
<b>G4-LA10</b> – Programmes de développement des compétences et de formation	LGLP	8		I.e.ii	6 à 8	4, 5, 8	
<b>G4-LA11</b> – Pourcentage de salariés bénéficiant d’entretiens d’évaluation et d’évolution de carrière périodique	ND			I.e.ii	6 à 8	4, 5, 8	
<b>Diversité et égalité des chances</b>							
<b>G4-DMA</b> – Approche managériale	LGLP	8		---	---		
<b>G4-LA12</b> – Composition des instances de gouvernance et critères de diversité	LGLP			I.f	6 à 8	5, 8, 16	

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>Égalité de rémunération entre hommes et femmes</b>							
<b>G4-LA13</b> – Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes par rapport aux hommes	LGLP		8	I.f.i I.3.c.i, II.3.c	6 à 8	5, 8, 10	
<b>Évaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs</b>							
<b>G4-LA14</b> – Nouveaux fournisseurs évalués selon des critères de diversité	ND			I.3.c	---	5, 8, 16	
<b>G4-LA15</b> – Impacts négatifs sur les pratiques en matière d'emploi dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	ND			II.3.c.i	---	5, 8, 16	
<b>Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux pratiques en matière d'emploi</b>							
<b>G4-LA16</b> – Nombre de griefs concernant les pratiques en matière d'emploi déposés, examinés et réglés	ND			---	---	16	
<b>DROITS DE L'HOMME</b>							
<b>Investissement</b>							
<b>G4-HR1</b> – Nombre d'accords d'investissement incluant des clauses relatives aux droits de l'homme ou ayant été soumis à un contrôle sur ce point	ND			II.3.e	3 à 5	16	
<b>G4-HR2</b> – Nombre d'heures de formation des salariés sur les politiques et procédures relatives aux droits de l'homme	ND			I.e.ii II.3.e	3 à 5	16	
<b>Non-discrimination</b>							
<b>G4-HR3</b> – Nombre d'incidents de discrimination et actions correctives mises en place	LGLP		8	I.f.iii	3 à 5	16	
<b>Liberté syndicale et droit de négociation</b>							
<b>G4-HR4</b> – Liberté d'association et à l'appartenance syndicale	ND			I.c, II.3.e	3 à 5	8, 16	
<b>Interdiction du travail des enfants</b>							
<b>G4-HR5</b> – Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque d'incidents liés au travail des enfants et mesures prises	ND			I.3.c.i II.3.c.i II.3.e	3 à 5	8, 16	

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE			
	Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>Abolition du travail forcé et obligatoire</b>								
<b>G4-HR6</b> – Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque d'incidents relatifs au travail forcé ou obligatoire et mesures prises	ND				I.3.a.ii I.3.c.i II.3.c.i II.3.e	3 à 5	8, 12, 16	
<b>Pratiques en matière de sécurité</b>								
<b>G4-HR7</b> – Agents de sécurité formés en matière de droits de l'homme	ND				II.3.e	3 à 5	16	
<b>Droits des peuples autochtones</b>								
<b>G4-HR8</b> – Nombre d'incidents de violations des droits des peuples autochtones et mesures prises	NA				I.3.a.ii II.3.e	3 à 5	16	
<b>Évaluation</b>								
<b>G4-HR9</b> – Sites qui ont fait l'objet d'examen relatifs aux droits de l'homme ou d'évaluation des impacts	ND				I.3.c.i II.3.c.ii	3 à 5	16	
<b>Évaluation du respect des droits de l'homme chez les fournisseurs</b>								
<b>G4-HR10</b> – Nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux droits de l'homme	ND				II.3.c.ii	---	12, 16	
<b>G4-HR11</b> – Impacts négatifs sur les droits de l'homme dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	ND				II.3.c.ii	---	8, 12, 16	
<b>Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux droits de l'homme</b>								
<b>G4-HR12</b> – Nombre de griefs concernant les impacts sur les droits de l'homme déposés, examinés et réglés	ND				II.3.e	3 à 5	8, 12, 16	
<b>SOCIÉTÉ</b>								
<b>Communautés locales</b>								
<b>G4-S01</b> – Sites ayant mis en place une participation des communautés locales, des évaluations des impacts et des programmes de développement	LGLP		9		I.3.a.i, ii	12 à 14	1, 2, 3, 4, 5, 8	
<b>G4-S02</b> – Activités avec d'importantes conséquences sur les communautés locales	LGLP		9		I.3.a.ii	12 à 14	1, 2, 3, 4, 5, 8	

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2016 Climate Change
<b>Lutte contre la corruption</b>							
<b>G4-S03</b> – Sites qui ont fait l'objet d'une évaluation des risques de corruption	ND			II.3.d.i	12 à 14	16	
<b>G4-S04</b> – Communication et formation en matière de lutte contre la corruption	LGLP	4		II.3.d.i	12 à 14	16	
<b>G4-S05</b> – Cas avérés de corruption et mesures prises	LGLP			II.3.d.i	12 à 14	16	
<b>Politiques publiques</b>							
<b>G4-S06</b> – Valeur financière des contributions politiques versées	NA			---	12 à 14	16	
<b>Comportement anticoncurrentiel</b>							
<b>G4-S07</b> – Nombre d'actions en justice pour comportement anticoncurrentiel, pratiques antitrust et monopolistiques et leurs issues			4	---	12 à 14	16	
<b>Conformité</b>							
<b>G4-S08</b> – Montant des amendes et nombre de sanctions pour non-respect des législations et réglementations	ND			---	12 à 14	16	
<b>Évaluation des impacts des fournisseurs sur la société</b>							
<b>G4-S09</b> – Nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux impacts sur la société	ND			II.3.c.ii	---	8, 12	
<b>G4-S010</b> – Impacts négatifs sur la société dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	ND			II.3.c.ii	---	8, 12	
<b>Mécanismes de règlement des griefs relatifs à l'impact sur la société</b>							
<b>G4-S011</b> – Nombre de griefs concernant les impacts sur la société déposés, examinés et réglés	ND			---	---	16	

LE GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIATION GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
	Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial (critères concernés)	ODD
<b>RESPONSABILITÉ LIÉE AUX PRODUITS</b>							
<b>Santé et sécurité des consommateurs</b>							
<b>G4-PR1</b> – Catégories importantes de produits et de services pour lesquelles les impacts sur la santé et la sécurité sont évalués aux fins d'amélioration	ND			II.3.d.ii	---	3	
<b>G4-PR2</b> – Nombre d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits et des services	ND			II.3.d.ii	---	3	
<b>Étiquetage des produits et services</b>							
<b>G4-PR3</b> – Type d'information sur les produits et services et leur étiquetage et catégories importantes de produits et de services soumises à ces exigences en matière d'information	LGLP			II.3.d.ii	---	12	
<b>G4-PR4</b> – Nombre d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant l'information sur les produits et services et leur étiquetage	LGLP			II.3.d.ii	---	12	
<b>G4-PR5</b> – Résultats des enquêtes de satisfaction client	LGLP			---	---		
<b>Communication, marketing</b>							
<b>G4-PR6</b> – Vente de produits interdits ou controversés	ND			II.3.d.ii	---	12, 16	
<b>G4-PR7</b> – Nombre d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires relatifs à la communication marketing	LGLP			II.3.d.ii	---	16	
<b>Vie privée des clients</b>							
<b>G4-PR8</b> – Nombre de plaintes pour atteinte à la vie privée et pour la perte de données des clients	LGLP			II.3.d.ii	---	16	
<b>G4-PR9</b> – Montant des amendes reçues pour non-respect des lois et réglementations concernant la mise à disposition et l'utilisation de produits et de services	ND			II.3.d.ii	---	16	

# Tableau des indicateurs

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
<b>PROFIL</b>							
<b>G4-6</b>	Rayonnement international	Le Groupe La Poste	Nombre de pays	<b>40,0</b>	<b>44,0</b>	<b>43,0</b>	<b>12</b>
<b>G4-6</b>	Répartition de l'effectif du Groupe par continent	France	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	<b>91,7</b>	<b>90,7</b>	<b>88,8</b>	<b>12</b>
		Autres pays de l'Europe de l'Ouest	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	<b>5,6</b>	<b>6,2</b>	<b>7,0</b>	<b>12</b>
		Pays de l'Europe de l'Est et Russie	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	<b>1,4</b>	<b>1,7</b>	<b>2,7</b>	<b>12</b>
		Autres pays	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1,5</b>	<b>12</b>
<b>G4-7</b>	Part de l'État français		%	<b>73,7</b>	<b>73,7</b>	<b>73,7</b>	<b>8</b>
<b>G4-7</b>	Part de la Caisse des dépôts	La Poste	%	<b>26,3</b>	<b>26,3</b>	<b>26,3</b>	<b>8</b>
<b>G4-8</b>	Clients actifs particuliers	La Banque Postale	Million	<b>10,8</b>	<b>10,8</b>	<b>10,7</b>	<b>11</b>
<b>G4-8</b>	Clients entreprises et organismes	La Banque Postale	Nombre	<b>425 000</b>	<b>423 000</b>	<b>Plus de 396 000</b>	<b>11</b>
<b>G4-9</b>	Relais Pick-up	Europe dont France	Nombre	<b>16 000</b>	<b>22 100</b>	<b>29 000</b>	
		France		<b>7 000</b>	<b>7 700</b>	<b>7 700</b>	
<b>G4-9</b>	Effectif	La Poste	Effectif moyen en équivalents temps plein	<b>212 077</b>	<b>204 421</b>	<b>197 397</b>	
		Le Groupe La Poste	Effectif moyen en équivalents temps plein	<b>257 890</b>	<b>253 158</b>	<b>251 249</b>	
			Effectif total en personnes physiques au 31 décembre	<b>259 899</b>	<b>253 464</b>	<b>250 124</b>	<b>116</b>
<b>G4-9</b>	Maisons de services au public	La Poste	Nombre			<b>500</b>	<b>9</b>
<b>G4-9</b>	Poste Relais	La Poste	Nombre			<b>188</b>	<b>9</b>
<b>G4-9</b>	Centres d'examen collectifs du code la route	La Poste	Nombre			<b>380</b>	<b>9</b>
<b>G4-9</b>	Centres de traitement, plateformes de distribution et dépôts	Le Groupe La Poste	Nombre	<b>3 200</b>	<b>Près de 3 000</b>	<b>3 824</b>	

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-9	Chiffre d'affaires	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros	22,2	23,0	23,3	10
		France	% du chiffre d'affaires	83,1	79,1	77,6	10
		International	% du chiffre d'affaires	17,9	20,9	22,4	10
G4-9	Répartition du chiffre d'affaires par branche	Autres	% du chiffre d'affaires	0,2	0,2	0,3	10
		La Banque Postale	% du chiffre d'affaires	25,5	24,9	24,0	10
		Services-Courrier-Colis	% du chiffre d'affaires	50,2	48,6	47,4	10
		Numérique	% du chiffre d'affaires	2,2	2,0	2,1	10
		GeoPost	% du chiffre d'affaires	21,9	24,3	26,2	10
G4-9	GeoPost chiffre d'affaires	GeoPost hors France	% du chiffre d'affaires	77	78	77	
G4-9	Dette nette	Hors activité bancaire du Groupe	Milliards d'euros	4	4	4	10
G4-9	Fonds propres	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros	9	10	11	
G4-9	Ratio d'endettement net sur fonds propres	Le Groupe La Poste		44	38	34	10
G4-9	Client par jour	La Poste	Millions	1,7	1,6		
G4-9	Courrier annuel	La Poste	Milliards	23,5	22,3	21,9	11
G4-9	Colis	Le Groupe La Poste	Milliards		1	1,4	11
G4-9	Livrets A	La Banque Postale	Millions		17,5	16	
G4-9	Chiffre d'affaires réalisé en ligne	La Poste	Millions	132	152	161,5	
G4-9	Points de contact France	Le Réseau La Poste	Nombre	17 104	17 111	17 159	11
G4-9	Bâtiments	Le Groupe La Poste	Nombre	12 490	12 475	12 363	11
			Milliers de m <sup>2</sup>	9,8	6,7	10,1	
G4-10	Effectif employé hors France	Le Groupe La Poste	En équivalents temps plein	19 600	23 670	28 186	
G4-10	Effectif du Groupe en France	Le Groupe La Poste	Personnes physiques	259 899	253 464	250 124	116
		La Poste	Personnes physiques	231 347	224 045	220 572	116
		La Banque Postale	Personnes physiques	3 942	4 059	4 218	116
		Sofipost	Personnes physiques	18 395	18 826	18 732	116
		GeoPost	Personnes physiques	5 531	5 875	5 942	116
		Poste Immo	Personnes physiques	644	624	624	116
		Autre	Personnes physiques	40	35	36	116

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-10	Nombre de collaborateurs en CDD	Le Groupe La Poste	Personnes physiques (France)	16 476	16 080	19 435	
G4-10	Femmes	Le Groupe La Poste	% de l'effectif total (France)	50,6	50,7	50,7	117
G4-10	Hommes	Le Groupe La Poste	% de l'effectif total (France)	49,4	49,3	49,3	117
G4-10	Évolution de l'effectif	La Poste		- 3	- 4	- 2	
		Le Groupe La Poste			- 1,8	- 1	
G4-10	Répartition des effectifs par branches	Services-Courrier-Colis	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	57,0	56,2	55,1	116
		Le Réseau La Poste	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	21,0	21,9	21,1	116
		GeoPost	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	10,0	11,0	13,0	116
		La Banque Postale	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	8,0	7,4	7,2	116
		Le Groupe La Poste	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	2,0	1,0	1,1	116
		Poste Immo	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)		0,4	0,4	116
		Numérique	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	2,0	2,1	2,1	116
G4-10	Répartition des effectifs permanents selon l'âge (Groupe en France)	24 ans et moins	Nombre	4 370	4 194	3 976	117
		25-29 ans	Nombre	13 231	12 109	11 412	117
		30-39 ans	Nombre	47 646	45 442	43 472	117
		40-49 ans	Nombre	67 878	65 697	63 623	117
		50-54 ans	Nombre	49 937	47 314	44 363	117
		55-59 ans	Nombre	46 870	46 980	46 358	117
		60 ans et plus	Nombre	13 491	15 648	17 485	117
G4-10	Taux de collaborateurs âgés de 50 ans et plus	Le Groupe La Poste	% (hors contrat CDD)			46,9	117
G4-10	Nouveaux collaborateurs recrutés	Le Groupe La Poste	Nombre		10 531	12 967	
G4-10	Collaborateurs engagés en CDI	La Poste	Nombre	4 525	3 644	1 524	118
		Le Groupe La Poste (France)	Nombre	7 905	8 056	10 220	116
		Le Groupe La Poste	Nombre			12 967	

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-10	Collaborateurs engagés en CDI ayant préalablement travaillé en CDD	La Poste	Nombre	1 379	889	1 524	118
G4-10	Femmes engagées en CDI	La Poste	%	47,5	45,3	44,8	118
G4-10	Collaborateurs âgés de 45 ans et plus engagés en CDI	La Poste	%	7,6	7,6	8,3	
G4-10	Jeunes ayant bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation	La Poste	Nombre	4 201	4 481	5 736	118
		Le Groupe La Poste (France)	Nombre		4 897	6 161	
G4-10	Responsables RH de proximité	La Poste	Nombre	1 100	1 100	1 000	120
G4-10	Part de l'effectif à temps partiel	Le Groupe La Poste (France)	% de l'effectif au 31/12 en personnes physiques hors CDD		12,97	12,64	117
G4-10	Part de l'effectif occupant des emplois à horaires de nuit	Le Groupe La Poste (France)	% de l'effectif au 31/12 en personnes physiques hors CDD		2,81	2,75	117
G4-10	Facteurs-guichetiers	La Poste	Nombre			564	9
G4-12	Achats	La Poste	Millions d'euros HT	3 046,2	3 205,7	3 463,8	106
G4-12	Achats effectués auprès du secteur adapté et protégé	La Poste	Millions d'euros	12,6	14,4	14,8	108
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Millions d'euros	13,8	15,6	16,5	
G4-12	Achats effectués auprès du secteur de l'insertion	La Poste	Millions d'euros	2,1	2,2	4,7	106
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Millions d'euros	2,1	2,2	5,6	
<b>PARTIES PRENANTES</b>							
G4-26	Taux de participation aux élections des représentants du personnel	Le Groupe La Poste	%	76,4	75,63 (CT national)	75,63 (CT national)	134
G4-26	Nombre d'accords nationaux signés	Le Groupe La Poste (France)	Nombre	71	92	109	
<b>GOVERNANCE</b>							
G4-34	Membres du conseil d'administration	Le Groupe La Poste	Nombre	21	21	21	44
G4-34	Femmes membres du conseil d'administration	Le Groupe La Poste	Nombre	9	9	9	46

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-34	Administrateurs représentant les actionnaires	Le Groupe La Poste	Nombre	12	12	11	44
G4-34	Administrateurs représentant les consommateurs et les clients	Le Groupe La Poste	Nombre	2	2	2	44
G4-34	Membres du comité exécutif	Le Groupe La Poste	Nombre	11	10	10	46
G4-34	Femmes membres du comité exécutif	Le Groupe La Poste	Nombre	2	3	3	46
G4-51	Rémunération annuelle brute moyenne	La Poste	Euros	28 911	29 368	30 395	131
		Le Groupe La Poste (France)	Euros		29 956	30 395	131
G4-51	Intéressement	La Poste	Millions d'euros	84,2	81,3	83,1	130
		Le Groupe La Poste (France)	Millions d'euros		103,1	101,1	131
G4-54	Ratio du salaire moyen par rapport au salaire du président	La Poste	Ratio	15,6	15,3	14,8	47
G4-54	Taux de présence des administrateurs au conseil d'administration	Le Groupe La Poste	%	82,5	78,3	83,0	45
<b>ÉCONOMIE</b>							
G4-EC1	Chiffre d'affaires issu des activités commerciales	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros	16,5	17,3	17,7	
G4-EC1	Coûts d'exploitation	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros	7,3	8,0		
G4-EC1	Quote-part du résultat des sociétés sous contrôle conjoint	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	18	3	6	
G4-EC1	Quote-part du résultat des autres sociétés mises en équivalence	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	200	207	191	
G4-EC1	Résultat d'exploitation	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	719	875	975	
G4-EC1	Rémunérations et charges sociales	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	13	12	13	
G4-EC1	Rémunérations, salaires, primes et indemnités	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros	8,7	8,7	8,9	
G4-EC1	Cotisations de retraites, de sécurité sociale et de charges sociales	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros	3,3	3,0	3,0	

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-EC1	Dotations aux provisions au titre des obligations liées aux avantages sociaux	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	105	308		
G4-EC1	Impôts et cotisations salariales	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	790	784	782	
G4-EC1	Frais de financement nets	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	157	133		
G4-EC1	Résultat net d'autres postes financiers	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	41	21		
G4-EC1	Impôts locaux	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	150	153	151	
G4-EC1	Autres impôts et taxes	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	85	140	92	
G4-EC1	Charge de l'impôt sur les bénéficiaires	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	182	253	104	
G4-EC1	Montant reçu au titre du CICE	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	349	344	338	27
G4-EC1	Dividendes versés aux actionnaires	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	171	173	174	27
G4-EC1	Accessibilité bancaire	La Poste	Millions d'euros			225	
G4-EC1	Aménagement du territoire	La Poste	Millions d'euros			170	
G4-EC1	Mécénat financier	La Poste, La Banque Postale, GeoPost	Millions d'euros		6,5	12,07	139
G4-EC1	Fonds versés à la Fondation La Poste	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	2	1	1	139
G4-EC1	Partenariats sportifs	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		0,218		
G4-EC1	Encours ISR à fort impact	La Banque Postale	Milliards d'euros	0,7	2,7	3,2	67
G4-EC1	Produit net bancaire	La Banque Postale	Milliards d'euros	5,6	5,7	5,6	
G4-EC1	Nombre de clients téléphonie mobile	La Poste Mobile	Millions			1,3	11
G4-EC7	Capitalisation Start'inPost	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	5			
G4-EC7	Français résidents à moins de 5 km d'un point de contact postal	Le Groupe La Poste	%	96,6	96,6	96,8	33
G4-EC7	Achats auprès du secteur protégé et de l'insertion par l'activité économique	La Poste	Millions d'euros	14,7	16,6	19,4	33

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-EC7	Collaborateurs ayant consacré une partie de leur temps et savoir-faire à une cause éducative ou socio-économique	La Poste	Nombre	550	665	1 000	
G4-EC7	Initiatives financées	La Fondation La Poste	Nombre	128	118	108	145
G4-EC8	Distributeurs automatiques de billets (DAB) accessibles ou situés dans un bureau de poste qui possède au moins un DAB accessible en façade	La Banque Postale	Nombre	4 690	5 680	7 453	69
G4-EC8			%	96	89	99	69
G4-EC8	Accessibilité (L2014) Établissements recevant du public	Le Groupe La Poste	%		35	53	68
G4-EC8	Accessibilité (L2014) Établissements recevant du public	Le Groupe La Poste	Nombre		4 000	5 989	68
G4-EC8	Automates d'affranchissement accessibles aux personnes souffrant de déficience visuelle	Le Réseau La Poste	Nombre	1 769	2 314	7 453	68
G4-EC8	Encours ISR	La Banque Postale	%			54	67
			Milliards d'euros			97	67
G4-EC8	Investissement dans des projets numériques (2016-2019)	Branche Numérique	Millions d'euros		550		
G4-EC8	Chiffre d'affaires	Branche Numérique	Millions d'euros		560	609	
G4-EC8	Coffres-forts électroniques	Branche Numérique	Nombre en millions		1,6	1,6	
<b>ENVIRONNEMENT</b>							
G4-EN1	Entreprises ayant choisi l'offre Recy'go	Le Groupe La Poste	Nombre	2 845	3 764	5 500	
G4-EN1	Chiffre d'affaires Recy'go	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	2	3	8	61
G4-EN1	Collecte de papier par les facteurs Offre Recy'go	Le Groupe La Poste	Tonnes	4 332	5 255	5 611	
G4-EN1	Offre Recy'go totale	Le Groupe La Poste	Tonnes	16 000	26 647	30 970	
G4-EN1	Chiffre d'affaires Écomobilité Bemobi	Le Groupe La Poste	Millions d'euros			4	61

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-EN1	Chiffre d'affaires Action habitat	Le Groupe La Poste	Million d'euros			0,5	61
G4-EN1	Papier responsable	Le Groupe La Poste	Tonnes	28 732	22 061	19 543	
G4-EN1		Le Groupe La Poste	% du total	94,7	92,5	90,2	95
G4-EN1	Papier issu de forêts gérées durablement	Le Groupe La Poste	% du total	75,7	68,1	61,6	95
G4-EN1	Papier recyclé	Le Groupe La Poste	% du total	4,7	5,6	6,2	95
G4-EN1	Papier non-responsable	Le Groupe La Poste	% du total	5,3	7,5	9,8	95
G4-EN1	Papier écolabellisé	Le Groupe La Poste	% du total	14,3	18,8	22,4	95
G4-EN1	Déchets d'équipement électriques et électroniques valorisés lors de leur traitement	La Poste	%	82	85	89	96
G4-EN3	Consommation énergétique : total	La Poste	GWh	2 667	2 679	2 616	
G4-EN3	Consommation énergétique : total	La Poste	% de la consommation du Groupe	45	43	39	79
G4-EN3	Consommation énergétique : bâtiments	La Poste	GWh	943	993	984	79
G4-EN3	Consommation énergétique : transport	La Poste	GWh	1 724	1 686	1 632	79
G4-EN3	Consommation énergétique : total	Le Groupe La Poste	GWh	5 977	6 180	6 664	79
G4-EN3	Consommation énergétique : type 1	La Poste	GWh	1 138	1 263	1 088	79
G4-EN4	Consommation énergétique : Type 2	La Poste	GWh	535	516	534	79
G4-EN5	Taux de couverture des bâtiments en énergie renouvelable	Poste Immo	[31/12]		66	100	33
G4-EN4	Consommation énergétique : type 3	La Poste	GWh	995	901	994	79
G4-EN5	Efficacité des transports routiers	Le Groupe La Poste	Kg de CO <sub>2</sub> e/km courrier	0,16	0,1		
G4-EN5			Kg de CO <sub>2</sub> e/km colis	1,17	1,6		
G4-EN6	Parc immobilier patrimonial	Le Groupe La Poste	%		26	40	

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-EN6	Valeur vénale du parc immobilier	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros		4		
G4-EN6	Bâtiments concernés par les baux verts	Sites patrimoniaux Poste Immo	Nombre	36	36	39	91
G4-EN6	Baux verts	Sites patrimoniaux Poste Immo	Nombre	186	186	205	91
G4-EN8	Consommation d'eau	Le Groupe La Poste	En dam <sup>3</sup>	1 696	1 693	1 775	
G4-EN15	Émissions GES : total	La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>	679 262	663 549	612 932	80
G4-EN15	Émissions GES : Total	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>		1 685 504	1 729 769	80
G4-EN15	Émissions GES : type 1	La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>	264 742	271 186	251 079	80
G4-EN3	Émissions GES : type 1	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>		402 310	390 183	
G4-EN16	Émissions GES : type 2	La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>	40 448	40 629	15 304	80
G4-EN16	Émissions GES : type 2	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>		94 562	66 573	
G4-EN17	Émissions GES : type 3	La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>	374 072	351 734	346 549	80
G4-EN17	Émissions GES : type 3	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>			1 273 013	
G4-EN19	Émissions GES : bâtiments	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>			188 381	80
G4-EN19			% du total			11	
G4-EN19	Émissions GES : non imputées	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>			115 225	80
G4-EN19			% du total			7	
G4-EN19	Émissions GES : transport	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>			1 426 163	
G4-EN19			% du total			82	83
G4-EN19	Émissions GES : routier	Le Groupe La Poste	% du total	72,5	71,7	70	
G4-EN19	Émissions GES : aérien	Le Groupe La Poste	% du total	14	14	12,3	
G4-EN19	Émissions GES : gaz	Le Groupe La Poste	% du total	5,5	6,8	5,9	
G4-EN19	Émissions GES : électricité	Le Groupe La Poste	% du total	5,8	5,8	3,6	
G4-EN19	Émissions GES : chauffage urbain	Le Groupe La Poste	% du total	0,4	0,4	0,3	
G4-EN19	Émissions GES : fuel	Le Groupe La Poste	% du total	1,5	1,3	1,0	
G4-EN19	Émissions GES : ferré et maritime	Le Groupe La Poste	% du total	0,3	0,2	0,2	80

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-EN19	Émissions liées aux déplacements professionnels en train ou en avion	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>	10 504	9 366	9 836	89
G4-EN19	Taux moyen d'émissions de GES du parc de véhicules de fonction	Parc géré par Véhiposte	GeqCO <sub>2</sub> /100 km	117,02	111,39	102,1	89
G4-EN21	Émissions de monoxyde de carbone	La Poste	Tonnes		489,59	446,73	82
G4-EN21	Émissions d'hydrocarbures	La Poste	Tonnes		52,38	52,22	82
G4-EN21	Émissions d'oxydes d'azote	La Poste	Tonnes		173,99	153,32	82
G4-EN21	Émissions de particules	La Poste	Tonnes		6,81	4,69	82
G4-EN27	Km parcourus chaque année par les postiers	Le Groupe La Poste (hors GeoPost)	Milliard de km	1,4	1,4	1,4	
G4-EN30	Deux-roues motorisés thermiques	Le Groupe La Poste	Nombre	9 445	7 123	4 163	85
G4-EN30	Véhicules légers thermiques	Le Groupe La Poste	Nombre	47 000		54 547	
G4-EN30	Poids lourds	Le Groupe La Poste	Nombre	328	297	1 163	
G4-EN30	Vélos à assistance électrique	Le Groupe La Poste	Nombre	18 476	22 272	24 604	85
G4-EN30	Trois-roues électriques, Staby®	Le Groupe La Poste	Nombre	100	418	3 094	85
G4-EN30	Quadricycles électriques	Le Groupe La Poste	Nombre	1 327		1 501	85
G4-EN30	Véhicules électriques légers	Le Groupe La Poste	Nombre	4 617	5 576	6 842	85
G4-EN30	Chariots électriques	Le Groupe La Poste	Nombre			865	85
G4-EN19	Distribution en mode à faibles émissions	La Poste	%		46	53	87
G4-EN19	Distribution en mode pied/vélo	La Poste	%		36		
G4-EN30	Employés formés à l'écoconduite depuis 2007	Le Groupe La Poste	Nombre	82 220	87 900	91 702	
G4-EN30	Plans de déplacement entreprise	Le Groupe La Poste	Nombre	60	60	60	89

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-EN19	Liaison en vrac Colis	La Poste	%	72	79	82	87
G4-EN19	ISO 14001 : sites	Le Groupe La Poste	Nombre		33	33	56
G4-EN19	AFAQ 26000 : sites/effectifs	Le Groupe La Poste	Nombre		29/75000	35/100000	56
G4-EN31	Métropoles françaises desservies par des dispositifs à faibles émissions de GES	Le Groupe La Poste	Nombre		1	7	84
G4-EN31	Installations photovoltaïques	Le Groupe La Poste	Nombre (parc immobilier Poste Immo)	45	45	45	90
G4-EN31	Panneaux photovoltaïques	Le Groupe La Poste	m <sup>2</sup> (parc immobilier Poste Immo)	44 000	44 000	44 000	90
G4-EN31	Production annuelle des installations photovoltaïques	Le Groupe La Poste	GWh		5	5	90
G4-EN31	Émissions compensées volontairement	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>	1 424 748	1 467 791	1 486 746	63
G4-EN31	Part du marché de compensation volontaire européen	Le Groupe La Poste	%		5	9	63
G4-EN31	Fonds de compensation interne	La Banque Postale	Milliers d'euros		330		
G4-EN31	Fonds de compensation interne	Le Réseau La Poste	Milliers d'euros		128		
<b>SOCIAL</b>							
G4-LA1	Taux de turnover	La Poste		3,11	2,99	3,50	118
G4-LA1	Collaborateurs du Groupe détenant un PEG ou un Perco	Le Groupe La Poste (France)	Nombre		83 630	123 887	131
G4-LA2	Collaborateurs du Groupe détenant un PEG ou un Perco Groupe	Le Groupe La Poste (France)	Nombre	74 650	76 764	113 815	130
G4-LA2	Montant total PEG et Perco Groupe	La Poste	Millions d'euros	534	601	666	130
G4-LA2	Montant total PEG et Perco Groupe	Filiales	Millions d'euros			27	
G4-LA2	Collaborateurs détenant un PEG ou un Perco Groupe	La Poste	Nombre	64 715	67 644	105 180	130
G4-LA2	Collaborateurs détenant un PEG ou un Perco Groupe	Filiales	Nombre			8 635	

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-LA2	Abondement net versé par l'entreprise	Le Groupe La Poste (France)	Millions d'euros		22,5	27,1	131
		La Poste	Millions d'euros	17	18	22	
		Filiales	Millions d'euros		1,0	1,1	
G4-LA2	Part de l'investissement socialement responsable dans les encours de l'épargne salariale	La Poste	%	45	44		
G4-LA2		Le Groupe La Poste (France)	%		37	48	
G4-LA2	Répartition des dépenses en matière d'activités sociales	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	213,1	209,2	205,9	132
G4-LA2	Restauration et secteur économique	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	97,8	96,8	96,6	132
G4-LA2			%	46	46	47	
G4-LA2	Activités sportives et culturelles	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	44,8	43,6	41,9	132
G4-LA2			%	21,0	20,9	20,4	
G4-LA2	Enfance	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	41,7	40,6	41,0	132
G4-LA2			%	20	19	20	
G4-LA2	Prévoyance et solidarité	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	15,6	15,4	13,3	132
G4-LA2			%	7	7	7	
G4-LA2	Montant moyen par collaborateur	Le Groupe La Poste	Euros	1 015	1 033	1 058	132
G4-LA5	Collaborateurs représentés dans les instances de représentation collective CHSCT	La Poste	%	100	100	100	134
G4-LA5		Le Groupe La Poste	%		91		
G4-LA6	Jours d'absence pour accidents du travail et de trajet ou maladies professionnelles	Le Groupe La Poste (France)	Nombre en jours calendaires		773 969	782 689	
G4-LA6	Taux de fréquence des accidents du travail	Le Groupe La Poste (France)	Nombre d'accidents du travail avec arrêt par millions d'heures travaillées		24,71	26,21	123
G4-LA6	Taux de gravité des accidents	Le Groupe La Poste (France)	Nombre de jours d'arrêt pour accident du travail par milliers d'heures travaillées		1,36	1,44	123
G4-LA6	Accidents mortels sur le lieu de travail	La Poste	Nombre	5	6,0		
G4-LA6	Accidents mortels sur le trajet domicile-travail	La Poste	Nombre	2	2		

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-LA6	Absentéisme pour maladie	Le Groupe La Poste (France)	Taux		6,30	6,59	123
G4-LA6	Jours d'absence pour maladie	Le Groupe La Poste (France)	Nombre en jours calendaires		5 504 479	5 596 496	
G4-LA6	Médecins du travail	La Poste	Nombre	161	147	146	122
G4-LA6	Infirmiers en santé du travail	La Poste	Nombre	147	143	144	122
G4-LA6	Assistants sociaux	La Poste	Nombre			280	122
G4-LA6	Collaborateurs chargés du secrétariat médical	La Poste	Nombre	109	112	109	122
G4-LA6	Collaborateurs en télétravail	La Poste	Nombre (données arrondies)	1 000	1 400	1 600	121
G4-LA8	Personnes en situation de handicap recrutées	La Poste	Nombre	643	147	163	
G4-LA8	Personnes en situation de handicap recrutées CDI	La Poste	Nombre	86	60	45	
G4-LA8	Bénéficiaires de l'obligation d'emploi	La Poste	Taux	4,1	5,1	5,8	127
		La Banque Postale	Taux	3,1	3,0	3,2	
G4-LA8	Collaborateurs avec une reconnaissance du handicap	La Poste	Nombre	8 000	9 463	10 269	127
G4-LA8	Collaborateurs ayant bénéficié d'un examen médical au cours des deux dernières années	La Poste	%	92	90	81	122
G4-LA9	Dépenses de formation	La Poste	% de la masse salariale	3,5	3,9	4,02	126
G4-LA9	Collaborateurs ayant reçu au moins une formation	Le Groupe La Poste (France)	Nombre		173 632	161 550	
G4-LA9	Collaborateurs ayant suivi au moins une formation dans l'année	La Poste	%	77	81	76	125
G4-LA9	Heures de formation	Le Groupe La Poste (France)	Nombre		4 777 133	5 432 771	
G4-LA9	Heures de formation par personne formée	La Poste	Nombre		27,5	33,6	
G4-LA9	Jours de formation	Le Groupe La Poste (France)	Nombre		682 448	776 110	

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-LA10	Managers ayant suivi une formation à leur rôle RH	La Poste	Nombre	1 922	3 380	1 314	119
G4-LA10	Collaborateurs ayant reçu une formation en matière de sécurité routière et de manutention	La Poste	Nombre	53 749	46 809	47 752	122
G4-LA10	Collaborateurs ayant reçu une formation sur la prévention et la gestion des incivilités et des agressions	La Poste	Nombre	9 440	11 475	11 663	122
G4-LA10	Collaborateurs ayant reçu une formation au numérique	La Poste	Nombre			60 000	125
G4-LA11	Collaborateurs ayant évolué vers une autre branche grâce à la mobilité interne	Le Groupe La Poste	Nombre	1 387	1 324	1 695	124
G4-LA11	Collaborateurs ayant évolué vers les fonctions publiques	La Poste	Nombre	172	222	198	124
G4-LA11	Collaborateurs qui ont pu créer ou racheter leur entreprise	La Poste	Nombre	132	175	298	124
G4-LA11	Collaborateurs ayant évolué vers l'ESS	La Poste	Nombre		70	75	125
G4-LA11	Collaborateurs ayant débuté un parcours qualifiant	La Poste	Nombre		6 600	12 600	125
G4-LA11	Collaborateurs promus	La Poste	Nombre	11 985	11 017	12 866	126
		Le Groupe La Poste (France)	Nombre		12 613	14 783	
G4-LA11	Taux de promotion	Le Groupe La Poste	Taux	5,6	5,3	6,4	
G4-LA11	Conseillers en évolution professionnelle	La Poste	Nombre			244	124
G4-LA12	Femmes cadres dirigeantes	Le Groupe La Poste	%	31,5	30	31,7	128

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-LA12	Femmes membres du comité exécutif	Le Groupe La Poste	%	25	30	30	128
G4-LA12	Promotions obtenues par des femmes	Le Groupe La Poste	%	52	54	54,3	128
G4-LA12	Cadres supérieurs formés à la diversité et à l'égalité des chances	La Poste	%		100	100	
G4-LA13	Écart de rémunération entre les hommes et les femmes	La Poste (France)	%		entre 0,64% et 3,33%	entre 0,32% et 3,30%	128
G4-LA13	Heures supplémentaires	Le Groupe La Poste (France)	Nombre		2 946 817	2 987 861	117
G4-LA13	Postiers formés à l'expertise bancaire	La Banque Postale	Nombre		60 000	60 000	
G4-LA13	Innovation participative : idées déposées	Le Groupe La Poste	Nombre (en cumul sur 8 ans)		69 820	72 989	58
G4-LA13	Innovation : 20 projets pour 2020	Le Groupe La Poste	Nombre de projets (cumul sur 3 ans)			1 020	
		Le Groupe La Poste	Nombre de collaborateurs candidats (cumul sur 3 ans)			2 096	
<b>DROITS HUMAINS</b>							
G4-HR3	Plaintes déposées auprès du médiateur national défenseur des droits	Le Groupe La Poste	Nombre	6	2		
G4-HR3	Plaintes traitées par la médiatrice vie au travail	Le Groupe La Poste	Nombre		195	180	127
<b>SOCIÉTÉ</b>							
G4-S01	Dépenses d'intérim	La Poste	Millions d'euros	127	196	221,0	
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Millions d'euros	135	208	221,2	
G4-S02	Microcrédits personnels	La Banque Postale	Millions d'euros (cumul)		19	24,4	
G4-S02	Part du marché du microcrédit personnel	La Banque Postale			9,6	10,2	
G4-S02	Partenariats microcrédits accompagnés	La Banque Postale	Nombre		132		

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2014	2015	2016	Page
G4-S02	Clients accompagnés par l'Appui	La Banque Postale	Nombre (en cumul)		16 200	70 000	72
G4-S01	Chiffre d'affaires Silver économie	La Poste	Millions d'euros			3,6	32
G4-S01	Services à la personne : offre Proxi nombre de contrats	Le Groupe La Poste	Nombre en millions		4,5	4,5	
G4-S01	Services à la personne : offre Proxi chiffre d'affaires	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		9	19,2	33
G4-S01	Services à la personne – Offres Proxi : nombre de contrats dans les contrats de prévoyance individuels	Le Groupe La Poste	Nombre en millions		2,7		
G4-S02	Livrets A détenus avec encours inférieur à 150 euros	La Banque Postale	%	53	54	51	71
<b>PRODUIT</b>							
G4-PR5	Satisfaction globale des Français fréquentant le réseau	La Poste	%	91	90	95	75

# Note méthodologique : périmètre et méthodologie de reporting

## Références

La démarche de reporting social, environnemental et sociétal du Groupe est conduite conformément aux dispositions prévues par les articles L. 225-102-1 et R. 225-104 à R. 225-105 du Code de commerce. Les indicateurs sociaux sont élaborés selon la méthodologie employée pour le bilan social. Les indicateurs environnementaux s'appuient sur des référentiels reconnus.

### Référentiels nationaux :

- méthodologie de l'outil Bilan Carbone de l'Ademe, pour le calcul des émissions de la majorité des énergies hors électricité à l'étranger ;
- les facteurs d'émissions et autres sources de la Base carbone.

### Référentiels internationaux :

- GHG Protocol pour la définition des scopes 1, 2, 3 ;
- les lignes directrices pour le reporting de développement durable G4 de la Global Reporting Initiative (GRI 4) ;
- les facteurs de consommations ou d'émissions fournis par l'Agence internationale de l'énergie (rapport 2016) pour le calcul des émissions liées aux consommations d'électricité à l'étranger (moyenne des trois dernières années).

### Cas particuliers :

Facteurs d'émission de l'électricité d'origine renouvelable : les facteurs d'émission en équivalents CO<sub>2</sub> relatifs à la consommation d'électricité d'origine renouvelable sont fournis directement par les fournisseurs d'électricité.

À défaut, le facteur appliqué correspond au facteur moyen d'émission du mix énergétique renouvelable du pays de la consommation.

## Période de référence

La période de référence du reporting social 2016 est fondée sur une année calendaire (du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2016) pour assurer une cohérence avec la réglementation française et le bilan social des sociétés françaises.

La période de référence du reporting environnemental est fondée sur une année glissante de décembre 2015 à fin novembre de l'année 2016 à l'exception des consommations de papier et du nombre de véhicules (31 décembre 2016).

## Périmètre de reporting

Le Groupe choisit de communiquer sur le périmètre de La Poste (qui ne produit pas son propre rapport) et sur le périmètre du Groupe. Les filiales soumises à l'obligation légale produisent leurs propres informations sociales, sociétales et environnementales. Les données concernant les services financiers sont intégrées dans les données concernant La Banque Postale dans le présent reporting.

Depuis l'exercice 2015, le périmètre des indicateurs sociaux est élargi aux sociétés de messagerie express françaises (branche GeoPost, sociétés DPD France et Chronopost). En 2016, le périmètre des indicateurs sociaux s'étend à toutes les filiales françaises du Groupe. Depuis 2014, les indicateurs environnementaux les plus significatifs intègrent les sociétés de messagerie express de la branche GeoPost : consommations énergétiques des bâtiments et émissions de gaz à effet de serre liées aux transports et bâtiments. Pour l'exercice 2016, ces indicateurs sont étendus à l'ensemble des sociétés du Groupe (dont les filiales internationales).

Les autres filiales du Groupe font l'objet de démarches d'harmonisation des indicateurs et des plannings de reporting extra-financier, ainsi que de projets d'informatisation, qui permettront d'élargir le périmètre de consolidation pour les exercices à venir.

## Extrapolation des indicateurs

Afin de répondre au 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.

Les données 2015 ont fait l'objet d'une extrapolation a posteriori afin de permettre la comparaison sur le même périmètre. L'extrapolation des données est calculée soit à partir d'un ratio en émissions de GES par colis pour GeoPost, soit à défaut à partir d'un ratio : émissions en keq CO<sub>2</sub> pour 1000 euros de chiffre d'affaires. Par convention, les données extrapolées sont imputées sur le type 3 dans le tableau des émissions du Groupe et sont non imputées dans le graphique des émissions totales.

## Taux de couverture des indicateurs

Les taux de couverture des indicateurs, pour les différents périmètres de publication sont, précisés ci-dessous.

Les ratios sont effectués sur le périmètre des sociétés en intégration globale.

Le périmètre des indicateurs sociaux est précisé dans le chapitre 17 du document de référence.

Périmètre des indicateurs	Indicateurs	Part du CA consolidé du Groupe	Part des effectifs du Groupe exprimés en équivalents temps plein
Périmètre d'engagement du Groupe (environnement)		45 %	83 %
La Poste	Indicateurs environnementaux	45 %	75 %
Le Groupe	Consommations énergétiques des bâtiments	100 %	100 %
	Émissions de GES liées aux transports et aux bâtiments	100 %	100 %

Le périmètre des indicateurs sociaux est précisé dans le chapitre 17 du document de référence.

## Protocoles

Les indicateurs sont décrits dans un protocole de reporting détaillé établi par la direction de la responsabilité sociale et environnementale du Groupe, en charge du reporting. Ce protocole précise la définition des indicateurs, les modes de recueil et de calcul des informations, les estimations ou extrapolations effectuées le cas échéant, les contrôles réalisés et les responsabilités de collecte et de validation.

### Indicateurs environnementaux

#### Objectifs du Groupe concernant la baisse des émissions de GES

Le périmètre d'engagement correspond majoritairement aux émissions de GES des transports du courrier, du colis, du réseau, du corporate, des services financiers (par exception aux principes posés dans la note méthodologique), de l'activité numérique et des bâtiments gérés par la filiale Poste Immo. Il s'agit des émissions directes et émissions indirectes liées à la consommation d'électricité, vapeur, chaleur ou froid et des émissions incluant les sous-traitants de transport et les déplacements professionnels sous-traités des collaborateurs. Les transports pris en compte sont les transports routier, aérien, ferré et maritime.

#### Émissions de gaz à effet de serre

Émissions de GES de types 1 et 2 au sens du « GHG Protocol » : émissions directes et émissions indirectes liées à la consommation d'électricité, vapeur, chaleur ou froid.

Émissions de GES de type 3 : incluant principalement les sous-traitants de transport et les déplacements professionnels sous-traités des collaborateurs.

Les transports pris en compte sont les transports routier, ferré, aérien et maritime. Pour les capacités aériennes louées à destination de l'étranger et des départements d'outre-mer, les distances prennent en compte les escales.

Les véhicules de fonction ou d'entreprise sont inclus à partir de l'exercice 2016.

Les déplacements professionnels effectués par les collaborateurs avec leur véhicule sont exclus du périmètre de l'indicateur.

Les données environnementales de GeoPost sur les consommations énergétiques des bâtiments et les émissions de GES liées aux transports et aux bâtiments sont calculées sur une période glissante (4<sup>e</sup> trimestre 2015-3<sup>e</sup> trimestre 2016).

### **Kilomètres parcourus**

Il s'agit des kilomètres parcourus ou achetés routier, aérien et ferroviaire de la flotte détenue ou opérée et des sous-traitants.

### **Consommation d'énergie des bâtiments**

Les énergies prises en compte sont l'électricité, le gaz, le fioul, le chauffage urbain, le propane et le GPL.

Le reporting sur les consommations énergétiques des bâtiments est basé sur les montants facturés du 1<sup>er</sup> décembre 2015 au 30 novembre 2016 ; les prix moyens utilisés pour convertir ces montants en kWh sont soit issus des bases statistiques ou calculés à partir d'échantillons représentatifs de factures. Pour certains bâtiments, les consommations ont été extrapolées sur la base des surfaces occupées.

Par exception, les données 2015 ont été basées sur les montants facturés du 1<sup>er</sup> novembre 2014 au 31 octobre 2015 en raison d'un changement de fournisseur.

Les consommations énergétiques des bâtiments cédés au cours de l'exercice ne sont pas prises en compte.

Les consommations d'électricité et les émissions de GES associées pour les véhicules électriques sont comptabilisées au niveau des bâtiments.

### **Déchets**

Le périmètre correspond aux équipements informatiques, de sûreté et de télécommunications traités par la filière spécialisée ou, pour 12,4 tonnes, ayant fait l'objet de dons ou de ventes.

Depuis 2014, le taux de valorisation est extrapolé pour l'ensemble du périmètre à partir des résultats sur des matériels représentant 89,3% du total des DEEE traités par la filière spécialisée.

### **Consommation de papier**

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.

### **Consommation d'eau**

Une partie des consommations d'eau est estimée sur la base des dépenses facturées au cours de l'exercice et d'un prix moyen.

## **Indicateurs sociétaux**

### **Achats**

Les achats comprennent l'ensemble des biens et prestations achetés à l'extérieur (matériels, transport/logistique, informatique, frais généraux, etc.) donnant lieu à immobilisation ou comptabilisés sous forme de charges.

Les montants sont calculés en HTND pour La Poste, en HT pour les autres entités du Groupe.

Le périmètre d'engagement concerne La Poste et ses filiales Poste Immo et La Banque Postale. L'impact territorial (données Groupe) présente les données de La Poste et ses filiales Poste Immo, La Banque Postale, Docapost et Mediapost.

# Glossaire

**Achats responsables** : « Les achats responsables sont des achats de biens ou services qui, tout au long du processus d'approvisionnement, intègrent une responsabilité sociale, environnementale et économique, basée sur les principes du développement durable, favorisant l'équité des échanges et s'inscrivant dans une transparence optimum » (source : Afnor).

**ACP** : Agence ColiPoste.

**Afep-Medef** : Association française des entreprises privées – Mouvement des entreprises de France.

**AFMD** : Association française des managers de la diversité.

**AMF** : Association des maires de France.

**AMGVF** : Association des maires des grandes villes de France.

**AMRF** : Association des maires ruraux de France.

**ANEM** : Association nationale des élus de montagne.

**ARF** : Association des régions de France.

**Avere** : Association pour le développement de la mobilité électrique.

**BBC** : Bâtiment basse consommation.

**BOE** : Bénéficiaire de l'obligation emploi.

**BREEAM** : Méthode d'évaluation de la performance environnementale des bâtiments développée par le Building Research Establishment.

**CAP** : Commission administrative paritaire.

**CAP** : Certificat d'aptitude professionnelle.

**CCP** : Commission consultative paritaire.

**CDDEEP** : Club développement durable des établissements et entreprises publics.

**CDPPT** : Commission départementale de présence postale territoriale.

**CEE** : Comité d'entreprise européen.

**CFDT** : Confédération française démocratique du travail.

**CFTC** : Confédération française des travailleurs chrétiens.

**CGC** : Confédération générale des cadres.

**CGPME** : Confédération générale du patronat des petites et moyennes entreprises.

**CGT** : Confédération générale de travailleurs.

**Chaîne de valeur** : Séquence complète d'activités ou d'acteurs qui fournissent ou reçoivent de la valeur sous forme de produits et services (ISO 26000).

**CHSCT** : Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail.

**Client** : Organisation ou particulier achetant des biens, produits ou services à des fins commerciales, privées ou publiques (ISO 26000).

**Comité 21** : Composé de quatre collèges, il réunit les parties prenantes concernées en France : entreprises (multinationales et PME), collectivités (des communes aux régions), associations (d'environnement, de développement, de solidarité locale, de défense des droits humains...), institutions, établissements d'enseignement supérieur et médias.

**Consommateur** : Particulier achetant ou utilisant des biens, des produits et services à des fins privées (ISO 26000).

**COP21** : Conférence Paris-Climat 2015.

**DEEE** : Déchets d'équipements électriques et électroniques.

**Développement durable** : « Un développement qui répond aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs » (ISO 26000). C'est un concept et un objectif essentiel au niveau mondial.

**Développement responsable** : Manière dont Le Groupe La Poste entend mettre en œuvre son développement économique en y intégrant chacune des composantes de la responsabilité sociétale des organisations.

**DRSE** : Direction RSE Groupe.

**EFQM** : European Foundation for Quality Management.

**Employé** : Individu placé dans une relation reconnue comme étant « une relation de travail », dans la pratique ou dans la législation nationale (ISO 26000).

**Engagement solidaire** : C'est pour Le Groupe La Poste la réalisation conjointement par La Poste et les postiers d'actions de solidarité active dans le prolongement de l'activité de La Poste et de ses missions de service public.

**Environnement** : Milieu naturel dans lequel opère une organisation, constitué de l'air, de l'eau, des sols, des ressources naturelles, de la flore, de la faune, des êtres humains, de l'espace extérieur, y compris de leurs interactions (ISO 26000).

**EpE** : Entreprises pour l'environnement.

**ERP** : Établissements recevant le public.

**ESG** : Environnementaux, sociaux et de gouvernance.

**ESS** : Économie sociale et solidaire.

**ETC** : Espace temps communication.

**E2C** : École de la deuxième chance.

**FNE** : France nature environnement.

**FNH** : Fondation Nicolas Hulot.

**FO** : Force ouvrière.

**Green IT** : *Green information technology* ou *green computing* (en français : informatique écoresponsable) ou encore écoTIC (les écotecnologies de l'information et de la communication) vise à réduire l'empreinte écologique, économique et sociale des technologies de l'information et de la communication (TIC). Il s'agit à la fois de réduire les nuisances liées à la fabrication et à la fin de vie (pollution, épuisement des ressources non renouvelables) et à la phase d'utilisation (consommation d'énergie).

**Gouvernance d'une organisation** : Système au moyen duquel une organisation prend et applique des décisions dans le but d'atteindre ses objectifs (ISO 26000).

**Groupe vulnérable** : Groupe d'individus partageant une ou plusieurs caractéristiques qui constituent la base d'une discrimination ou de circonstances défavorables en matière sociale, économique, culturelle, politique ou touchant à la santé et qui empêchent les individus en question de disposer des moyens leur permettant de mettre leurs droits en application ou par ailleurs de bénéficier d'opportunités légales (ISO 26000).

**HQE** : Haute qualité environnementale.

**IMS – Entreprendre pour la cité** : Institut du mécénat de solidarité.

**IPC** : International post corporation. Créée en 1989, IPC est une association coopérative d'opérateurs postaux d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie-Pacifique. Ses principales missions sont d'améliorer la qualité de service internationale, de réaliser des études et recherches dans le domaine postal et d'animer des forums d'échanges sur les questions postales.

**ISR** : Investissement socialement responsable.

**Management responsable** : Façon de manager qui intègre l'identité managériale (un manager à la fois performant et responsable des conséquences de ses décisions, novateur et fidèle aux valeurs du Groupe, coopératif et attentif à chacun, courageux et respectueux des femmes et des hommes) et dans la prise de décision toutes les facettes, économique, sociale, environnementale et sociétale, en cherchant le meilleur équilibre.

**MAP** : Modernisation de l'action publique.

**Marketing responsable** : Il a pour finalité d'intégrer les préoccupations environnementales, sociales et sociétales dans le processus des filières marketing afin d'améliorer progressivement la performance environnementale et sociale de l'ensemble des offres du Groupe et de contribuer à la promotion de la consommation responsable auprès du plus grand nombre.

**NQT** : Nos quartiers ont des talents.

**OCDE** : Organisation de coopération et de développement économiques.

**OFII** : Office français de l'immigration et de l'intégration.

**Orée** : Association multi-acteur, créée en 1992, qui rassemble plus de 150 entreprises, collectivités territoriales, associations professionnelles et environnementales, organismes académiques et institutionnels, pour développer une réflexion commune sur les meilleures pratiques environnementales et mettre en œuvre des outils pratiques pour une gestion intégrée de l'environnement à l'échelle des territoires.

**Organisation** : Entité ou groupe de personnes et d'installations, structuré sur la base de responsabilités, d'autorités et de relations, et ayant des objectifs identifiables (ISO 26000).

**Partie prenante** : Individu ou groupe ayant un intérêt dans les décisions ou activités d'une organisation (ISO 26000).

**PDE** : Plan de déplacement entreprise.

**PDIE** : Plan de déplacement interentreprises.

**PDU** : Plan de déplacements urbains.

**Pimms** : Point information médiation multiservices.

**PPC** : Projet prioritaire commun.

**PMR** : Personne à mobilité réduite.

**Postiers** : Vise l'ensemble des employés du Groupe.

**Produit** : Article ou substance proposés à la vente ou faisant partie d'un service délivré par une organisation (ISO 26000).

**RBR 2020** : Réglementation bâtiment responsable 2020.

**RSE** : Responsabilité sociale et environnementale.

**La définition de la Commission européenne de la RSE est la suivante** : « Un concept qui désigne l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes. »

**Responsabilité sociétale des organisations (ISO 26000)** :

Responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités (comprenant des produits, des services et des processus) sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société, prend en compte les attentes des parties prenantes, respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement, et est intégré dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations (correspondant aux activités de l'organisation dans sa sphère d'influence).

**Service** : Action d'une organisation visant à répondre à une demande ou à un besoin (ISO 26000).

**Sphère d'influence** : Portée/ampleur des relations politiques, contractuelles, économiques ou autres à travers lesquelles une organisation a la capacité d'influer sur les décisions ou les activités de personnes ou d'autres organisations (ISO 26000).

**SUD (solidaire, unitaire, démocratique)** : Confédération syndicale.

**Territoire** : Zone géographique plus ou moins étendue (de la commune à l'ensemble de la planète).

**Travailleur** : Quiconque effectue un travail, en tant qu'employé ou personne travaillant en indépendant (ISO 26000).

**Udaf** : Union départementale des associations familiales.

**UNSA** : Union nationale des syndicats autonomes.

**UPU** : Union postale universelle.

**WWF** : World Wildlife Fund, fondation pour la sauvegarde de l'environnement.



Conception et réalisation :  havas *paris*

Conception-rédaction : Elsa Boniface

Crédits photo : Philippe Baudui, Eric Huynh, Fatima Jellaoui, Thomas Laisné, Julien Millet, Guillaume Murat, Vincent Prieur, Stéphane Rémaël / La Company, Sarai Suarez, Getty Images, Médiathèque Groupe La Poste, Photothèque La Banque Postale.



LE GROUPE LA POSTE

DIRECTION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE  
9, RUE DU COLONEL-PIERRE-AVIA – 75757 PARIS CEDEX 15  
Tél. : +33 (0)1 55 44 00 00  
[www.legroupe.laposte.fr](http://www.legroupe.laposte.fr)

La Poste – Société anonyme au capital de 3800000000 euros – 356 000 000 RCS PARIS  
Siège social : 9, RUE DU COLONEL-PIERRE-AVIA – 75015 PARIS