

— 2020
Rapport
d'activité —



SOMMAIRE

2020

Année du bilan
du plan stratégique
« Conquérir l'avenir »
P. 8

2020

Ensemble
face à la crise
sanitaire
P. 26

2020

Ensemble
pour construire
l'avenir
P. 36

Profil

du Groupe
La Poste
P. 64

- P. 2** Message du président
P. 6 Le comité exécutif
- P. 14** Conquérir les services de proximité humaine
P. 16 Conquérir tous les colis du monde
P. 18 Conquérir le cœur des villes
P. 20 Conquérir la confiance numérique
P. 22 Répondre aux enjeux de cohésion territoriale
P. 24 Servir l'intérêt général
- P. 30** La Poste, plus que jamais proche et utile
P. 32 Soutenir les acteurs économiques
P. 34 Accompagner les acteurs de la santé
- P. 38** Imaginons ensemble La Poste 2030
P. 44 Notre stratégie « La Poste 2030, engagée pour vous »
P. 46 Engagée pour toujours mieux servir nos clients
P. 48 Engagée à être La Poste des territoires
P. 52 Engagée pour accélérer la transition écologique
P. 54 Engagée pour une société plus inclusive
P. 58 2020 et demain... Aux côtés des postiers
- P. 66** L'essentiel 2020
P. 68 Performances financières
P. 72 Performances sociétales
P. 76 Le modèle d'affaires
P. 78 Plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous »

2020 aura été, pour Le Groupe La Poste, une année particulière, de bilan et de construction. Bilan de son plan stratégique « La Poste : Conquérir l'avenir » ; construction, ensuite, de son nouveau plan « La Poste 2030, engagée pour vous », lancé en 2020 par une vaste démarche consultative de toutes ses parties prenantes.

2020 aura aussi été, comme pour tant d'autres entreprises dans le monde, une année d'aléas, sanitaire comme économique et, en même temps, une année de certitudes : le besoin inaltérable de services postaux exprimé, plus encore cette année, par les Français et l'engagement quotidien des postières et des postiers pour y répondre. 2020, année singulière et contrastée, dont voici le récit.

Interview Philippe Wahl

Président-directeur général
du Groupe La Poste



« Même touchés par la crise, nous avons résisté, et ceci grâce à la réussite de notre plan stratégique 2014-2020 “La Poste 2020 : Conquérir l’avenir”. »

2020 restera une année singulière dans l’histoire de La Poste. Quels enseignements tirez-vous de cette période inédite pour le Groupe ?

L’année 2020 a bouleversé les économies mondiales. Pour nous, Le Groupe La Poste, un des impacts économiques majeurs de la crise aura été l’effacement brutal de nos volumes de courrier. Certes, depuis dix ans, nous perdons chaque année 600 millions de lettres, et presque autant de chiffre d’affaires. Mais, au cours de la seule année 2020, nous aurons perdu 1,6 milliard de plis, soit presque trois années de baisse en volume.

À l’issue de cette année de crise sanitaire sans précédent, au cours de laquelle l’engagement des postières et des postiers a permis d’assurer la continuité du service postal, nos résultats ont été fortement affectés. Le résultat net part du Groupe est de +2,1 milliards d’euros mais, sans les effets de l’intégration de CNP Assurances, il aurait été de -1,8 milliard d’euros, soit la plus forte perte de notre histoire.

Comment Le Groupe La Poste a-t-il témoigné de sa résilience et de son esprit de conquête ?

Nous avons su tirer parti de la très forte croissance des volumes du colis.

En 2020, l’essor planétaire de l’e-commerce a profité à GeoPost, comme à Colissimo en France, et a permis à notre Groupe d’enregistrer le chiffre record de 2339 millions de colis distribués dans le monde, soit une augmentation de 38% par rapport à l’année précédente. Notre Groupe a également poursuivi son développement international avec une prise de participation majoritaire dans BRT, leader du colis sur un marché italien à fort potentiel. À cette opération d’envergure se sont ajoutées la prise de contrôle de Geis Logistics en République tchèque et en Slovaquie et la montée au capital de JadLog, filiale de GeoPost au Brésil. Du côté de la branche Numérique, La Poste a fait l’acquisition d’une nouvelle expertise avec AR24 (lettre recommandée électronique); dans le domaine de la silver économie, la branche Services-Courrier-Colis a pris le contrôle de la start-up Nouveal (leader dans la digitalisation du parcours patient). Les services de proximité humaine de La Poste ont atteint un chiffre d’affaires de 525 millions d’euros.

2020 a en effet constitué une année déterminante puisqu’elle a, à la fois, accéléré notre transformation et confirmé nos choix stratégiques.





Justement, quel bilan tirez-vous du plan stratégique 2014-2020 « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » ?

Même touchés par la crise, nous avons résisté, et ceci grâce à la réussite de notre plan stratégique 2014-2020 « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir ». Ainsi, en sept ans, notre chiffre d'affaires est passé de 21,7 à 31,2 milliards d'euros. De surcroît, nous avons atteint notre objectif de diversification, première étape de notre transformation profonde. Il s'agissait pour nous de désensibiliser notre chiffre d'affaires à la baisse du courrier, en faisant passer la lettre sous les 20%.

« Nous poursuivons notre ambition de devenir la première entreprise européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de nos clients dans leurs projets, et de la société tout entière dans ses transformations. »



Aujourd'hui, le courrier traditionnel contribue à 18,7% du chiffre d'affaires (vs 37,2% en 2013). Par ailleurs, notre chiffre d'affaires à l'international a été multiplié par plus de 3, passant de 3,6 milliards d'euros en 2013 à plus de 12 milliards d'euros en 2020. Enfin, grâce au rapprochement de La Poste avec la Caisse des dépôts, et à celui de La Banque Postale avec CNP Assurances, la puissance de La Poste s'est accrue. Ainsi, au début de l'année 2013, nos capitaux propres s'élevaient à 8,5 milliards d'euros; à la fin de l'année 2020, et malgré la crise mondiale, ils atteignent 18,2 milliards d'euros. Ils constituent une base solide de développement.

Voilà pour les indicateurs financiers. Qu'en est-il de l'extra-financier ?

Les performances sociales, sociétales et environnementales de notre Groupe sont reconnues par les agences de notation extra-financière, notamment avec l'attribution, en décembre 2020, par Vigeo Eiris, du meilleur score global au niveau mondial de 76/100 (avec un score très élevé de 91/100 pour le pilier environnemental). La Banque Postale se classe, pour sa part, première banque mondiale avec un score global de 71/100. En outre, notre Groupe se classe au premier rang mondial des entreprises du secteur « fret aérien et logistique » évaluées par Sustainalytics, La Banque Postale se classant, pour sa part, au premier rang français et au troisième rang mondial des banques.

Après le succès du précédent plan stratégique, quelle nouvelle page de la transformation du Groupe ouvrez-vous aujourd'hui ?

Notre nouveau plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous » constitue la promesse publique de la priorité donnée à la qualité de service pour nos clients. Il est aussi le signe d'une entreprise engagée au service de la société tout entière, dans les quatre grandes transitions des dix ans à venir : la transition démographique avec les enjeux liés au vieillissement de la population; la transition numérique avec la digitalisation de la société et la lutte contre l'exclusion numérique; la transition territoriale et la nécessité du développement local; enfin, la transition écologique et les défis associés au changement climatique, à la qualité de l'air, à la préservation des ressources et de la biodiversité. À travers ce plan, nous poursuivons notre ambition de devenir la première entreprise européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de nos clients dans leurs projets, et de la société tout entière dans ses transformations. C'est ainsi que sera La Poste en 2030, fidèle à sa raison d'être : « **Au service de tous, utile à chacun, La Poste, entreprise de proximité humaine et territoriale, développe les échanges et tisse des liens essentiels en contribuant aux biens communs de la société tout entière.** »



Le comité exécutif



Philippe Wahl
Président-directeur général
du Groupe La Poste



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



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



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



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



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



Valérie Decaux
Directrice générale
adjointe, en charge des
ressources humaines



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



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



Boris Winkelmann
Directeur général adjoint,
président-directeur général
de GeoPost/DPDgroup

— 2020 —

Année du bilan du plan stratégique « Conquérir l'avenir »

En 2014, le Groupe lançait le plan stratégique baptisé « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir ». Son ambition : devenir la première entreprise de services de proximité humaine pour tous, partout, tous les jours. Retour sur des transformations majeures.



Retour en 2014. Un monde différent et pourtant si proche. Le quotidien de chacun est moins digitalisé que celui de 2020, l'idée d'une pandémie mondiale semble inimaginable. Mais, pour La Poste, les grands défis de l'avenir sont déjà bien présents : l'e-commerce bouleverse les modes de consommation, l'urgence environnementale ne cesse de se confirmer et le courrier poursuit sa chute dans tous les pays d'Europe. Cette baisse fragilise le modèle économique, l'organisation et, tout simplement, l'avenir de La Poste. Les équipes se mobilisent pour définir de nouveaux axes de croissance pour les années à venir. En janvier 2014, le plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » est annoncé, avec une vision fédératrice : faire de la confiance et de la proximité humaine les facteurs clés de la réussite.

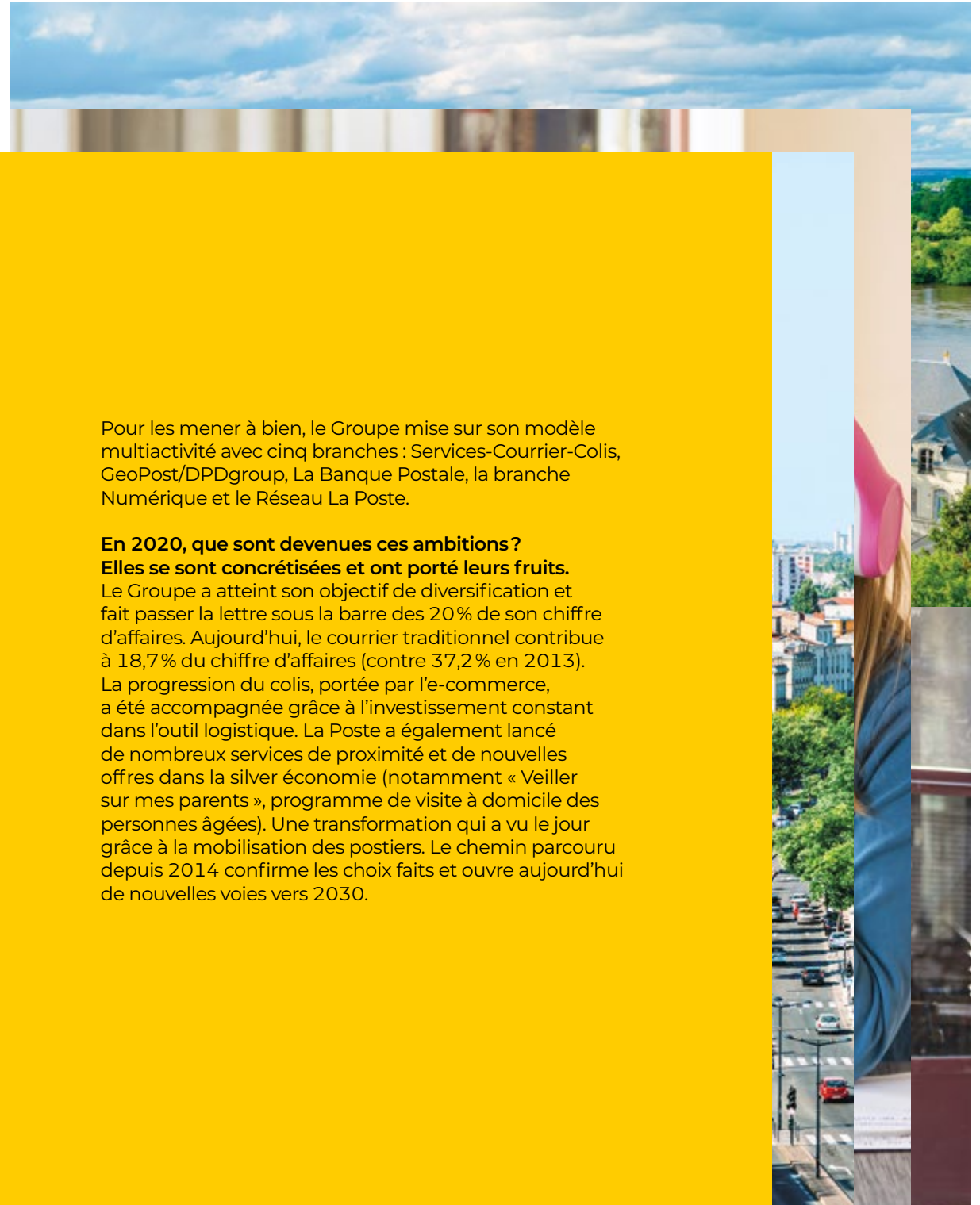
Le plan s'articule autour de cinq projets prioritaires communs : la transition énergétique, l'accompagnement de la révolution de l'e-commerce, la contribution à la modernisation de l'action publique, la logistique urbaine, le développement du numérique et la connaissance approfondie des clients particuliers.

Pour les mener à bien, le Groupe mise sur son modèle multiactivité avec cinq branches : Services-Courrier-Colis, GeoPost/DPDgroup, La Banque Postale, la branche Numérique et le Réseau La Poste.

En 2020, que sont devenues ces ambitions ?

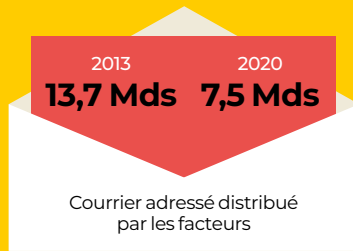
Elles se sont concrétisées et ont porté leurs fruits.

Le Groupe a atteint son objectif de diversification et fait passer la lettre sous la barre des 20% de son chiffre d'affaires. Aujourd'hui, le courrier traditionnel contribue à 18,7% du chiffre d'affaires (contre 37,2% en 2013). La progression du colis, portée par l'e-commerce, a été accompagnée grâce à l'investissement constant dans l'outil logistique. La Poste a également lancé de nombreux services de proximité et de nouvelles offres dans la silver économie (notamment « Veiller sur mes parents », programme de visite à domicile des personnes âgées). Une transformation qui a vu le jour grâce à la mobilisation des postiers. Le chemin parcouru depuis 2014 confirme les choix faits et ouvre aujourd'hui de nouvelles voies vers 2030.

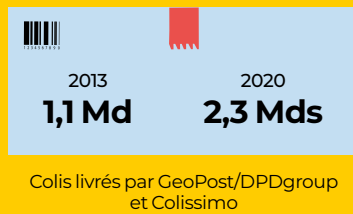


**PLAN
STRATÉGIQUE 2020 :
LES REPÈRES DE
LA TRANSFORMATION**

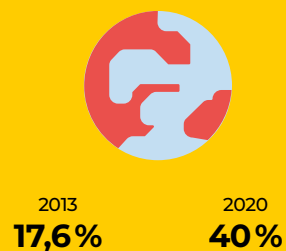
La chute des volumes de courrier s'est accélérée



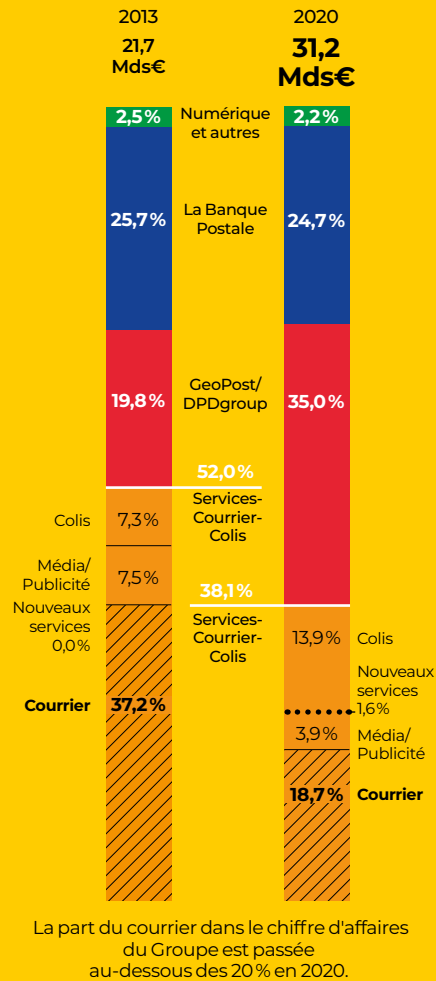
Le colis est porté par l'essor de l'e-commerce



La Poste s'est internationalisée
Part du chiffre d'affaires réalisé à l'international



Le chiffre d'affaires du Groupe a augmenté de près de 10 Mds d'euros en 7 ans



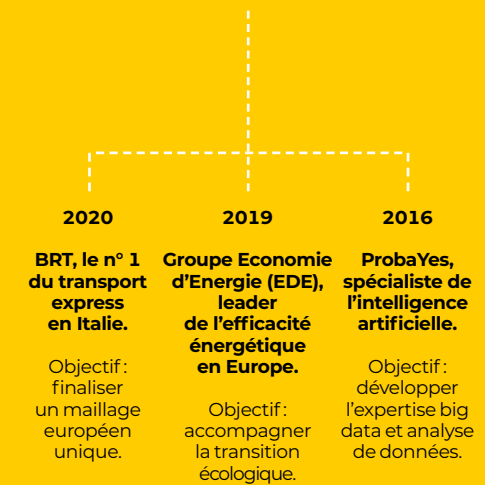
La Banque Postale se diversifie et devient un grand groupe public de bancassurance européen

2013	2017	2018	2019	2020
Acquisition de BPE, banque privée ancrée dans les territoires.	Acquisition de KissKissBankBank, plate-forme de crowdfunding. Création de la Banque de Financement et d'Investissement.	1 ^{er} partenariat en gestion d'actifs avec Aegon AM et Malakoff Médéric.	Lancement de Ma French Bank, la banque 100% mobile de La Banque Postale.	Rapprochement avec CNP Assurances Entrée dans le grand pôle financier public constitué avec la Caisse des dépôts.

Le palmarès des innovations de services



Des acquisitions qui ont transformé Le Groupe La Poste



Conquérir les services de proximité humaine

LES FACTEURS AU CŒUR DE LA TRANSFORMATION



27

millions de prestations de services de proximité en 2020.

Plus de 640

millions de kilomètres parcourus chaque année par les facteurs.

110 880

tonnes de matières collectées pour recyclage et réemploi dans le cadre de Recygo.



Ils ont mené la révolution de leur métier, adopté le numérique, initié les nouveaux services qui simplifient le quotidien des Français et font vivre la fibre humaine de La Poste : les 65 000 facteurs sont des acteurs clés de la transformation depuis 2013.

Pour bien vieillir chez soi

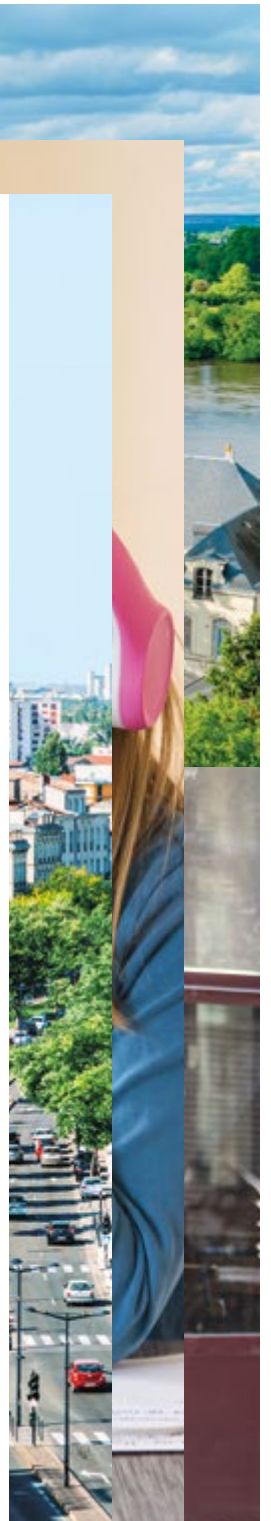
On peut compter sur les facteurs. Ils ont porté 1 million de repas à domicile pendant la crise sanitaire et leur visite régulière « Veiller sur mes parents » rompt déjà l'isolement de milliers de seniors. Les services de proximité représentent 525 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020.

Pour dynamiser l'action publique

Les facteurs sillonnent les villes, alors qui mieux qu'eux pour repérer les nids-de-poule, le mobilier urbain dégradé et les zones blanches ? C'est le service embarqué Geoptis qui aide les collectivités locales à optimiser leurs travaux et leurs dépenses. Toujours au plus proche du quotidien des Français et des territoires, des postiers spécialement formés ont fait passer plus de 3 millions d'examen du Code de la route dans toute la France en cinq ans.

Pour réussir la transition écologique

En 2020, les facteurs ont collecté 25 000 tonnes de papiers et cartons pour recycler les déchets de bureau avec Recygo. Autre facette de l'engagement environnemental : la rénovation énergétique. Ainsi 700 000 foyers de 150 collectivités ont été sensibilisés et ont pu bénéficier de diagnostics dans le cadre de l'offre Action Habitat.



Conquérir tous les colis du monde

UNE IMPLANTATION MONDIALE
ET UN OUTIL INDUSTRIEL PERFORMANT



Hub ultra moderne de GeoPost/DPDgroup, situé à Hinckley dans le comté du Leicestershire (Royaume-Uni).

— L'essor de l'e-commerce est aussi celui des colis. Dans le monde entier, La Poste gère ce flux en constante croissance grâce à son expertise logistique.

Implanté dans 49 pays, GeoPost/DPDgroup et ses 97 000 experts sont aujourd'hui n° 1 sur le marché européen du transport de marchandises. En 2020, la filiale a poursuivi son déploiement international avec la montée à 85 % au capital de BRT, le leader italien sur le marché du colis. Une avancée majeure qui consolide le maillage européen avec plus de 50 nouveaux hubs ouverts en 2020. GeoPost/DPDgroup a ainsi livré 1 868 millions de colis en 2020 et enregistré une croissance de son chiffre d'affaires de 42,1%. GeoPost/DPDgroup va investir 200 millions d'euros d'ici à 2025 pour réduire son empreinte carbone dans 225 villes européennes, avec notamment le déploiement de 7 700 véhicules de livraison alternatifs à zéro ou faibles émissions de CO₂ et 100 % des livraisons propres.

Asendia, co-entreprise entre La Poste française et Swiss Post a été fondée en 2012. Expert de l'e-commerce et spécialiste des flux transfrontières, elle a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de **1 793 millions d'euros**, en progression de 50 % par rapport à 2019.



58 000

points Pickup dans le monde, dont plus de 13 000 en France.

1,9

milliard de colis livrés dans le monde par GeoPost/DPDgroup en 2020 (+40%).

471

millions de Colissimo livrés en 2020, +30% en un an.

450 M€

investis pour moderniser l'outil industriel et logistique.

Conquérir le cœur des villes

LA POSTE, PIONNIÈRE DE LA LOGISTIQUE URBAINE DURABLE

40 millions de personnes, vivant dans les 115 plus grandes villes de l'Union européenne, sont exposés à une qualité de l'air médiocre. Le trafic de marchandises représente 40% des embouteillages en centre-ville.

Le succès de l'e-commerce se traduit par une forte progression des livraisons avec 10 millions de livraisons ou enlèvements de colis par jour en France. La logistique urbaine s'impose donc aujourd'hui comme un enjeu sociétal et environnemental majeur. Depuis 2017, Urby, la filiale logistique urbaine de La Poste, propose une organisation conjuguant mutualisation des marchandises et modes de transport durables. Les résultats sont là. Une étude d'impact menée sur trois sites pilotes Urby a montré des réductions de la circulation dense pouvant atteindre 26%. Les émissions de GES sont réduites de 19% et les polluants atmosphériques locaux de 76%. En 2020, Urby a accéléré son développement grâce à un investissement conjoint de La Poste et de la Caisse des dépôts (via la Banque des Territoires) qui en détiennent respectivement 60% et 40%. Le service est désormais déployé dans 17 grandes villes et ambitionne, d'ici à 2025, de couvrir 10% de la massification des flux de 22 métropoles françaises.

Avec **6 800** voitures, **7 400** Staby, **1 300** Quadeo électriques et **18 800** vélos à assistance électrique, La Poste s'est dotée d'une des premières flottes de véhicules propres au monde.



Transporteurs
Pour tout type de marchandise dépassant 30 kg, entrant ou sortant des villes.

Dépôt en périphérie
Hôtels logistiques urbains multiopérateurs opérant en centres de mutualisation de 2000 m² à 4000 m².

La chaîne de valeur Urby



Transports propres
Les flux du premier et du dernier kilomètre sont assurés par la flotte de véhicules à faible émission d'Urby (véhicules électriques ou roulant au gaz, vélos cargos).

Transporteurs et recyclage



Centre de stockage
Établissements de logistique urbaine (ÉLU), de 200 m² à 400 m², collectant et stockant les marchandises des commerces et des entreprises.

Flux entrants
Clients Urby : transporteurs.

Flux sortants
Clients Urby : commerces et entreprises.



À Bordeaux, l'hôtel de logistique urbaine de 4700 m² rassemble trois entités du Groupe : Colissimo, Chronopost et GeoPost/DPDgroup France. 17 quais réceptionnent les marchandises, et une flotte de 72 véhicules (à 70% électriques) assure les livraisons en centre-ville.

Conquérir la confiance numérique

DEVENIR LE TIERS DE CONFIANCE
DE LA SOCIÉTÉ DIGITALE

Depuis 2015, la branche Numérique accompagne la transformation numérique de La Poste et développe de nouveaux services pour les entreprises, les collectivités et les particuliers.

Des services novateurs et utiles

La branche Numérique affiche une maîtrise unique de l'ensemble de la chaîne de confiance numérique. Sa filiale Docaposte est aujourd'hui le leader des solutions de confiance numérique dans les secteurs banque et assurance, santé, et secteur public et compte, en 2020, plus de 23 000 clients, dont 90% des entreprises du CAC 40.

Elle confirme son développement et sa diversification avec les acquisitions récentes d'Index Éducation, leader français des solutions numériques pour le monde de l'enseignement, et d'AR24, créatrice de la première solution de lettre recommandée électronique qualifiée eIDAS en France. L'Identité Numérique La Poste propose la création 100% en ligne d'une identité électronique sécurisée. Elle permet d'accéder à plus de 800 services publics via FranceConnect. À la fin 2020, 300 000 identités numériques ont été créées.

Un numérique éthique et responsable

La Poste promeut l'utilisation responsable des données personnelles. Elle garantit la confidentialité des données numériques : son modèle ne s'appuie pas sur l'exploitation des données des utilisateurs mais sur un service payant pour les entreprises et gratuit pour les particuliers. Ce modèle repose aussi sur le choix de technologies robustes permettant d'assurer la sécurité et l'intégrité des données dans la durée ; celles-ci sont hébergées et opérées dans des datacenters en Europe. Le Groupe s'engage par ailleurs à favoriser l'inclusion numérique dans les territoires.



5,5

millions de boîtes aux lettres numériques, intelligentes et sécurisées Digiposte ouvertes à fin la 2020.

29

millions de visiteurs uniques en moyenne par mois sur le site laposte.fr en 2020.



Répondre aux enjeux de cohésion territoriale

UNE PRÉSENCE POSTALE QUI S'ADAPTE AUX TERRITOIRES



Le nouveau bureau de Dijon Mansart, près de l'Université de Bourgogne et de ses 30000 étudiants, s'adresse en priorité aux jeunes de 15 à 30 ans. Il est possible d'y passer son Code de la route, d'y ouvrir un compte ou d'y bénéficier d'un espace de coworking.

La Poste ajuste en permanence ses formes de présence pour mieux répondre aux usages et exigences des clients tout en anticipant leurs besoins futurs.

Près de 17000 points de présence postale contribuent à la vitalité du lien social et au dynamisme de la vie locale. Le nouveau contrat de présence territoriale, couvrant la période 2020-2022, prévoit une enveloppe de 531 millions d'euros sur trois ans pour maintenir le maillage de La Poste dans les territoires et couvrir les besoins des publics.

323 bureaux Maisons de services au public et 191 bureaux labellisés France Services accueillent des opérateurs et collectivités publiques souhaitant mutualiser l'accès à leurs services en zone à faible densité et périurbaines.

Aller au plus près des besoins

Le réseau s'adapte aussi aux modes de vie avec des bureaux de poste qui proposent des services spécifiques pour les jeunes ou encore pour les clientèles touristiques dans des villes comme Nice, Chamonix, Arcachon et Fort-de-France. Par ailleurs, plus de 1000 bureaux experts apportent, sur l'ensemble du territoire, des services personnalisés à des clients aussi diversifiés que les patrimoniaux, les professionnels ou ceux qui se trouvent en situation de vulnérabilité.

Le développement des partenariats

Grâce aux 2827 La Poste relais ouverts avec des commerçants, les services essentiels de La Poste sont proposés dans des lieux de vie offrant des horaires élargis. 6550 La Poste agences communales sont hébergées en mairie, contribuant par ailleurs à renforcer la présence postale dans les zones peu denses.



3913

bureaux de poste ont été rénovés depuis 2013.

55,3%

des points de contact sont en partenariat en 2020.

Servir l'intérêt général

GRÂCE AU GRAND PÔLE FINANCIER PUBLIC

Le 4 mars 2020 restera une date historique pour Le Groupe La Poste : le double rapprochement, entre La Poste et la Caisse des dépôts d'une part, entre La Banque Postale et CNP Assurances d'autre part, est officiellement finalisé pour donner naissance à un grand pôle financier public au service de l'intérêt général.

Ce grand pôle financier public contribuera fortement au développement économique et social des territoires, via des chantiers de coopération : logistique urbaine, confiance numérique... Cette opération intensifie la transformation et la diversification des activités de La Poste tout en ouvrant un nouveau chapitre essentiel pour le futur du service public en France.

Mise en œuvre du modèle de bancassureur intégré

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



5
chantiers
de coopération
au service
des territoires

- La lutte contre les fractures territoriales.
- La logistique urbaine et la ville intelligente.
- Le tiers de confiance numérique.
- La silver économie et les enjeux de santé.
- La transition énergétique et écologique.





— 2020 —

Ensemble face à la crise sanitaire

La Poste amorçait la dernière ligne droite de son plan stratégique quand la pandémie s'est déclarée.

Elle a pris des mesures de protection pour les postiers et pour les clients et a su résister.

Le 16 mars 2020, le déclenchement de la crise sanitaire prenait littéralement la plupart des pays du monde, dont la France, « de court » et créait une sidération sans précédent. En quelques heures, dans notre pays, le quotidien des citoyens, des collectivités et des entreprises se modifiait radicalement et exigeait de se mobiliser, de s'adapter, et surtout **de penser autrement**. **Se mobiliser**, un enjeu capital pour La Poste, pour qui la **proximité humaine** est une composante structurelle et essentielle de son identité et de son activité. Accessibilité, continuité, adaptabilité sont alors les trois mots d'ordre. La mobilisation des postiers permet à La Poste de garantir le versement des prestations sociales à 1,5 million de personnes. Pendant les huit semaines du premier confinement, 860 millions de lettres et 80 millions de colis sont distribués; et les services à domicile continuent d'être assurés. En un temps record, La Poste a su relever cet incroyable défi industriel, pour une entreprise de main-d'œuvre employant plus de 200 000 personnes réparties sur près de 20 000 sites en France.

Imaginer des solutions pour soutenir l'ensemble de la société

Face à l'ampleur de la crise, La Poste a élargi son champ d'action pour accompagner l'ensemble de la société. Sa filiale Docaposte conçoit ainsi une plate-forme numérique capable de distribuer, dans des délais très courts, 10 millions de masques lavables aux PME et TPE. Ma Ville Mon Shopping, filiale du Groupe La Poste, a accompagné les commerçants, artisans, producteurs locaux et restaurateurs en mettant à leur disposition une plate-forme de vente en ligne locale qui inclut des services logistiques de livraison à domicile. Plus tard, lors du deuxième confinement, La Poste a accompagné

l'activité des librairies indépendantes, avec un service de collecte chez les libraires et de livraison à domicile des livres à partir de 2 euros. De son côté, La Banque Postale a aussi soutenu les commerçants de proximité fermés pour raisons administratives avec une solution de paiement « Scellius » par SMS ou e-mail opérationnelle en quelques clics. Autre sujet majeur en temps de confinement : la continuité pédagogique. Le Groupe, appuyé sur sa filiale Docaposte, a livré du matériel informatique aux familles non équipées ainsi que les devoirs au domicile des jeunes en situation de déconnexion, grâce à la plate-forme « Devoirs à la maison ».

Penser l'avenir

La Poste tire aujourd'hui les enseignements, pour l'avenir, de l'adaptation continue de son organisation et de la mobilisation des postiers au cours de l'année 2020. Cette crise a confirmé l'importance de l'accessibilité aux services postaux. La Poste prévoit de consolider sa présence physique dans les territoires et passer en 2025 à 40 000 points d'accès, contre 32 000 aujourd'hui. Ceux-ci comptent près de 17 000 points de contact (bureaux de poste, La Poste agences communales, La Poste relais commerçants) et 15 000 points d'accès à un service postal (relais Pickup, Carrés pros, consignes ou encore drive colis). Autre point d'attention : la situation sanitaire a augmenté la fracture numérique, en France. Pour aider à la réduire, La Poste s'attache à renforcer son rôle de médiateur et de tiers de confiance entre le monde physique et le monde digital, afin d'accompagner l'ensemble de ses clients. Détecter les besoins, puis accompagner, pas à pas, ceux qui restent éloignés des services numériques, telle est sa mission. Autant de tendances qui constituent des axes prioritaires pour l'avenir de La Poste.

Le Groupe a revu son organisation pour répondre en priorité aux publics les plus vulnérables et les plus touchés par la crise sanitaire. Une mission d'autant plus importante pour La Banque Postale, qui compte dans sa clientèle plus de 50% des 3,7 millions de clients financièrement fragiles⁽¹⁾. La Poste a également mis en œuvre plusieurs actions à destination des personnes isolées et des scolaires. Distribution de masques, accès à des services dédiés... Le point en chiffres.

La Poste, plus que jamais proche et utile



La Caisse des dépôts s'engage

Pour aider ses clients et ses partenaires à faire face à la crise du Covid-19, la Caisse des dépôts a assuré la continuité de ses services de retraites, d'accompagnement des employeurs publics, de formation professionnelle via Mon compte formation et de soutien au handicap via sa gestion du FIPHP⁽²⁾.

(2) Fonds pour l'insertion des personnes handicapées dans la fonction publique.



Devoirs à la maison

Ce site Internet, conçu pour maintenir la continuité pédagogique, a été lancé par La Poste, accompagnée par sa filiale Docaposte, dès le 10 avril 2020. 150 000 élèves ont pu en bénéficier et 21 000 établissements scolaires l'utilisent.



1,5 million

C'est le nombre de clients allocataires de La Banque Postale. En une semaine, au printemps 2020, 600 millions d'euros d'espèces ont été retirées aux guichets et aux distributeurs de La Banque Postale malgré les urgences d'adaptation opérationnelle du début de la pandémie.



1 million de repas

portés au domicile des seniors par les facteurs en 2020.



Une fin d'année sans précédent pour Colissimo

Crise sanitaire et achats de Noël ont incité plus de Français à commander en ligne. À la fin 2020, La Poste a traité jusqu'à 4 millions de colis par jour. Un volume 50% supérieur à celui de 2019. La Poste s'est mobilisée en déployant un dispositif exceptionnel pour accompagner ses clients. Pour livrer les colis partout en France, 18 plates-formes Colissimo ont traité jusqu'à 35 000 colis par heure.

Laposte.fr, un lien indispensable

Les solutions digitales sont devenues encore plus utiles avec la crise du Covid-19. Laposte.fr s'est imposé comme une source d'information indispensable et a connu une forte progression de ses consultations avec 32 millions de visiteurs uniques par mois pendant le premier confinement (+69%, source AT Internet⁽³⁾). Avec 300 millions d'euros de chiffre d'affaires, le site a pleinement joué son rôle d'espace de services. La consultation du suivi de colis a par exemple doublé, ainsi que le nombre de lettres recommandées envoyées en ligne, et plus de 59 millions de timbres ont été imprimés depuis chez soi en 2020.

Pour répondre aux besoins autour de l'expédition, le site laposte.fr commercialise désormais, en plus des services et des produits postaux, plus de 150 000 références.

(3) Par rapport à la même période l'année précédente.

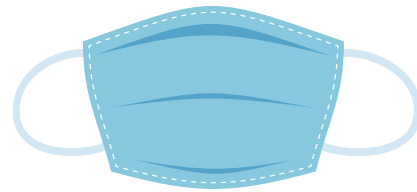


50 millions

de masques de protection ont été distribués par les facteurs à 8,2 millions de Français en situation précaire.

(1) Données de l'Observatoire de l'inclusion bancaire (OIB) de la Banque de France fin 2020.

L'empreinte socio-économique de La Poste est forte. Avec ses 493 000 emplois directs, indirects et induits soutenus, le Groupe représente 1,8% de l'emploi en France mais aussi 5,6 milliards d'euros d'achats à 81% aux PME-TPE-ETI. Sa contribution globale au PIB atteint 15 milliards d'euros. Pendant la crise sanitaire, Le Groupe La Poste a prouvé que son soutien aux acteurs économiques allait bien au-delà de sa force d'entraînement et de son poids économique. Les postières et les postiers se sont distingués par leur soutien citoyen et solidaire aux entreprises.



3 millions de masques distribués

Grâce au site masques-pme.laposte.fr, 48 000 entreprises ont pu commander près de 3 millions de masques indispensables à la poursuite de l'activité.

Plus de 6 000 PGE accordés par La Banque Postale

Plus de 6 000 prêts garantis par l'État ont été accordés par La Banque Postale en 2020, à des entreprises dont 85% de professionnels et de micro-entrepreneurs. Ces prêts représentent un montant global de plus de 1 milliard d'euros.



Soulager les trésoreries des acteurs essentiels

Durant la crise sanitaire, plus de 350 millions d'euros de financement à court terme et à taux zéro ont été accordés pour soulager la trésorerie des collectivités, acteurs de la santé et de la solidarité.

Soutenir les acteurs économiques



La collecte et la livraison des livres

Pour soutenir l'activité des libraires, La Poste a proposé la collecte et la livraison à domicile des livres à partir de 2 euros. Un dispositif qui soutient le commerce local et favorise les achats de proximité, indispensables pendant la crise sanitaire.



12 000 boutiques de vente en ligne

Ma Ville Mon Shopping, filiale du Groupe La Poste, a accompagné les commerçants, artisans, producteurs locaux et restaurateurs en mettant à leur disposition une plate-forme de vente en ligne locale incluant des services logistiques de livraison à domicile par le facteur ou les coursiers de sa filiale Stuart. La Poste s'est attachée à rendre sa solution accessible au plus grand nombre de professionnels pendant la crise sanitaire : gratuité de la commission pour les commerçants, premières livraisons offertes, abonnement offert pour les collectivités...

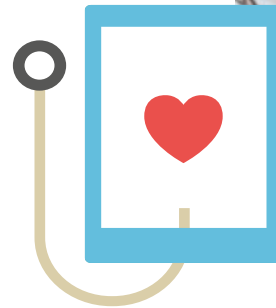
— Soutenir les professionnels de santé, accompagner la recherche, livrer des masques... Face à la pandémie de Covid-19, La Poste a multiplié les actions de soutien. Dons, solutions digitales, financement : retour sur l'engagement de tout un Groupe.

12 millions de Français

se sont connectés à MaladieCoronavirus.fr, l'application d'e-santé la plus utilisée en France, portée par l'Alliance Digitale contre le Covid-19 et codéveloppée par Docaposte. Mis à disposition gratuitement dès le début du confinement, ce service permet de mieux évaluer la gravité des symptômes, et ainsi de réduire le nombre d'appels aux numéros d'urgence comme le 15. Il permet aussi à chacun de suivre l'avancée de la maladie.



Accompagner les acteurs de la santé



Sourcecovid.fr

Lancé en décembre 2020 par plusieurs acteurs dont La Poste, le site sourcecovid.fr permet d'identifier les sources de propagation depuis la deuxième vague de Covid-19 avec l'aide des patients.

500 000 masques transparents

ont été livrés par Chronopost, sur le territoire français (métropole et outre-mer), dans 17 000 établissements d'accueil du jeune enfant et 3 500 maisons d'assistantes maternelles. Une opération menée en association avec les caisses d'allocations familiales. Les masques acheminés étaient fabriqués par APF France handicap.



1 million d'euros pour l'Institut Pasteur

La Banque Postale a organisé une campagne au profit de l'Institut Pasteur. Le principe était simple : 2 centimes étaient prélevés sur chaque transaction sans contact entre 30 et 50 euros. Résultat : près de 1 million d'euros collectés pour aider le travail des chercheurs.



CNP Assurances s'engage

« Un bon repas pour bien soigner », c'est le nom du programme de la Fondation des Hôpitaux à destination des soignants. Dans ce cadre, CNP Assurances a fait un don de 100 000 euros pour améliorer le quotidien des soignants. Autre initiative, un don de 200 000 euros pour soutenir l'indispensable effort de recherche. Une opération effectuée dans le cadre de l'appel Flash ANR Covid-19, lancé par l'Agence nationale de la recherche médicale.





— 2020 —

Ensemble pour construire l'avenir

Depuis 2014, le Groupe n'a cessé de se transformer pour accompagner l'évolution des modes de vie.

Et, comme la crise sanitaire l'a confirmé, La Poste est au cœur du quotidien des Français.

Que seront les évolutions futures ? Quels nouveaux services pour répondre à de nouvelles attentes ? Comment être utile à l'ensemble de la société ?

Pour dessiner l'avenir, le nouveau plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous » a été lancé en février dernier.

Imaginons La Poste 2030

Pour tracer la route vers l'avenir, La Poste a choisi le dialogue et la concertation. Cette démarche participative, lancée en septembre 2020, a donné la parole aux postiers et aux clients mais aussi aux élus, aux associations et aux partenaires. Ces échanges ont mis en lumière les principaux atouts de La Poste pour le présent comme pour l'avenir : le maillage territorial et la proximité humaine. Ils ont également été l'occasion d'exprimer les préoccupations prioritaires : pour tous les contributeurs, internes et externes, la qualité de service et l'expérience client demeurent des sujets clés, décisifs pour l'avenir du Groupe. Cette approche citoyenne et ouverte à toutes et à tous a constitué l'un des socles pour formuler le nouveau plan stratégique.

« La Poste de 2030 doit se construire en restant utile à la société tout entière, et pour y parvenir, il est indispensable d'être à l'écoute et de recueillir les besoins de l'ensemble de nos parties prenantes : postiers, clients, élus, partenaires... Tous les avis sont précieux pour nous améliorer en permanence et proposer les services de demain. »

Philippe Wahl, Président-directeur général du Groupe La Poste

Donner la parole au plus grand nombre

135 539

postières et postiers ont contribué à la démarche participative La Poste 2030.

6 586

contributeurs externes.

1

plate-forme Internet dédiée, laposte.fr/2030, pour recenser les contributions de tous les citoyens.

Tous les acteurs consultés

7

rencontres de Philippe Wahl avec des parlementaires et des associations d'élus.

60 000

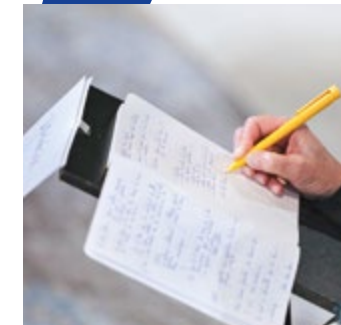
clients entreprises invités par la branche Services-Courrier-Colis à contribuer sur laposte.fr/2030.

48 000

clients professionnels bancaires, 40 000 associations, 3 000 fournisseurs, 600 start-up, 200 buralistes et 100 partenaires numériques et innovation consultés par e-mailing.

12

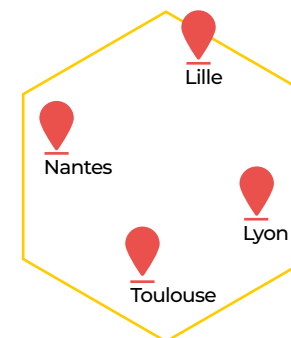
ateliers avec les écosystèmes numériques en région.



Un dialogue au cœur des territoires

4

conférences citoyennes en région, organisées à Nantes, Toulouse, Lyon, Lille.



Des postiers engagés et fiers

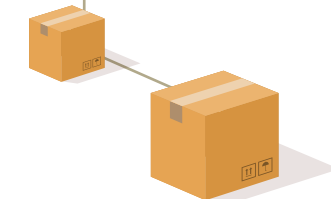
Durant ces différentes consultations, les postiers se sont exprimés sur ce qui fait la force de La Poste et renforce leur fierté.

58%

des postiers ont cité les visites des facteurs aux personnes âgées.

50%

des collaborateurs du Groupe ont cité la plus importante flotte de véhicules électriques au monde.



1er

réseau de transport de colis par la route en Europe, grâce à Colissimo et GeoPost, mis en avant par 23% des postiers.

Imaginons La Poste 2030

Et vous, comment voyez-vous La Poste dans 10 ans ?

« Nous avons besoin de La Poste pour dépister en masse et prévenir la dépendance des personnes âgées. Son réseau de proximité nous permettra de toucher les personnes les plus éloignées des systèmes de santé. »

— Bruno, professeur du Gérontopôle de Toulouse

« La Poste doit s'adapter non seulement à une nouvelle réalité mais aussi à des réalités multiples d'un territoire à l'autre. J'ai presque l'impression que La Poste va devoir faire du sur-mesure d'une ville à l'autre, d'un département à l'autre. J'ai également été frappée par le nombre de sujets que La Poste doit maîtriser : transition numérique, services à la personne, nouveaux modes de livraison, services aux entreprises... »

— Séverine, citoyenne formatrice au sein d'une administration publique

« La Poste a un rôle important à jouer dans cette nouvelle économie qui s'esquisse, car son activité s'inscrit au carrefour des services numériques en plein boom – tous ceux facilement automatisables et pour lesquels l'intelligence artificielle apporte rapidité et personnalisation – et des services de proximité humaine dont on aura besoin demain. »

— Nicolas, entrepreneur et essayiste

Nos atouts pour prendre en main l'avenir

Six ans de transformation : un socle solide pour agir

De 2014 à 2020, La Poste a mené une transformation considérable. Deux facettes de l'activité du Groupe demeurent particulièrement emblématiques de ce chemin parcouru : les nouveaux services et le développement de l'international. Une évolution réalisée en restant fidèle à son histoire et à ses métiers grâce à son modèle multiactivité. Cette transformation réussie lui donne les atouts pour voir plus loin.

Une réelle compréhension des enjeux et des clients

Pour mener à bien sa transformation, La Poste a identifié quatre transitions sociétales majeures : la transition territoriale (60% de la population vit en périphérie urbaine, dans les petites villes ou les territoires ruraux et redoutent d'être délaissés), la transition numérique, la transition écologique, la transition

démographique (en 2030, les plus de 60 ans représenteront plus d'un tiers de la population française). Une analyse au plus près des attentes des clients qui guide sa stratégie et ses développements futurs.

Un « besoin de Poste » renforcé par la crise sanitaire

La présence, la proximité et les services de La Poste se sont révélés essentiels pour les particuliers comme pour les entreprises durant la pandémie. La crise du Covid-19 a accéléré les tendances qui modelaient les activités du Groupe ces dernières années : dématérialisation du courrier et de la banque, explosion de l'e-commerce et donc du transport des colis... La mobilisation des postières et des postiers a renforcé le lien de proximité et de confiance avec tous les publics, notamment les plus fragiles.

Imaginons La Poste 2030

« La Poste 2030, engagée pour vous » : une nouvelle page de l'histoire de La Poste

Après la réussite du plan stratégique 2014-2020 « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », qui aura été marquée par la diversification, l'internationalisation et la progression du chiffre d'affaires, La Poste ouvre désormais une nouvelle page de sa transformation, avec le plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ».

Vers un modèle économique pérenne

Ce nouveau plan stratégique affirme une ambition claire pour l'ensemble du Groupe : devenir la première plate-forme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de ses clients dans leurs projets et de la société tout entière dans ses transformations. Cette ambition passe par un objectif essentiel, garant de la solidité de l'entreprise : développer des relais de croissance rentables dans des marchés porteurs. Seul un modèle économique pérenne peut en effet permettre à La Poste de poursuivre ses investissements. Et ces derniers sont essentiels pour que le Groupe puisse remplir ses missions et poursuivre sa diversification. Pour y parvenir, « La Poste 2030, engagée pour vous » s'articule autour de sept priorités stratégiques : servir les clients au plus haut niveau de qualité ; s'affirmer toujours plus présente grâce à la puissance combinée des réseaux physiques, numériques et humains ; accélérer la transformation digitale, développer les services de confiance numérique, contribuer

à l'inclusion numérique ; s'engager en tant qu'entreprise leader de la transformation écologique ; devenir une entreprise à mission ; capter la croissance internationale ; renforcer la fierté d'être postier via un nouveau pacte social et une nouvelle organisation plus agile. Sept axes qui guideront toutes les actions de toutes les équipes.

Quatre transitions pour les dix ans à venir

Tout comme le mot « conquérir » donnait le ton du précédent plan, l'adjectif « engagée » est capital dans la définition de cette nouvelle phase de développement. Avec ces sept priorités, La Poste veut être utile à la société tout entière, afin d'accompagner avec des services pertinents les quatre transitions essentielles des années à venir : la transition démographique avec les enjeux liés au vieillissement de la population, la transition numérique avec la digitalisation de la société et l'engagement en faveur de l'inclusion numérique, la transition territoriale et le développement du dynamisme local et, enfin, la transition écologique et les défis qu'imposent le réchauffement climatique, la qualité de l'air et le traitement des déchets. Avec « La Poste 2030, engagée pour vous », le Groupe se fixe un nouveau cap et réaffirme la relation fondée sur la confiance et la proximité qui le lie à l'ensemble de ses clients dans le monde entier.

Une entreprise à mission

Forte de ses missions historiques de service public, La Poste va devenir, avec ce nouveau plan stratégique, une entreprise à mission avec une raison d'être claire : « Au service de tous, utile à chacun,

La Poste, entreprise de proximité humaine et territoriale, développe les échanges et tisse des liens essentiels en contribuant aux biens communs de la société tout entière. »

1**ambition**

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

1**objectif**

Développer des relais de croissance rentables dans des marchés porteurs.

3**dynamiques****1**

Conforter le socle des activités historiques du Groupe et de ses missions de service public.

2

Accélérer le développement de ses moteurs de croissance.

3

Construire la croissance de demain en préparant les nouveaux modèles.

Ces trois dynamiques seront déployées dans chacune des cinq activités du Groupe que sont la logistique (courrier, colis, services à l'e-commerce),

la bancassurance, les services numériques de confiance, les services de proximité (dont la silver santé) et son réseau de distribution.

Notre stratégie

« La Poste 2030, engagée pour vous »

7 priorités stratégiques pour y parvenir

1 Servir les clients au plus haut niveau de qualité, rester l'intermédiaire privilégié des clients et conquérir de nouvelles clientèles (professionnels, jeunes...).
Objectif : 100% de satisfaction client.

2 S'affirmer toujours plus présente, grâce à la puissance combinée de ses réseaux physiques, numériques et humains, au service des clients et du développement.
Objectif : 150 millions de prestations de nouveaux

services rendus par les facteurs par an, en 2030.

3 Accélérer la transformation digitale, développer les services de confiance numérique et contribuer à l'inclusion numérique.
Objectif : 100% des produits et services postaux destinés aux particuliers et aux professionnels seront digitalisés et accessibles par Internet d'ici à 2025.

4 S'engager en tant qu'entreprise leader de la transformation écologique et la rendre accessible à tous.
Objectif : une livraison 100% propre (zéro ou faibles émissions de CO₂) dans 225 villes en Europe, dont 22 métropoles françaises, à l'horizon 2025 et inventer ainsi l'e-commerce responsable. D'ici à 2023, la Banque Postale doublera ses encours dans le financement de projets de transition énergétique.

5 Devenir une entreprise à mission dont l'activité crée un impact positif pour la société, et donner les preuves de sa responsabilité citoyenne, sociale et sociétale.
Objectif : intensifier l'engagement d'employeur responsable.

6 Dépasser les frontières géographiques en captant la croissance internationale.
Objectif : doubler le chiffre d'affaires du Groupe à l'international entre 2020 et 2030.

7 Renforcer la fierté d'être postier, présenter un nouveau pacte social et une nouvelle organisation permettant l'agilité.
Objectif : poursuivre et intensifier les actions en faveur de l'amélioration de la qualité de vie au travail, stimuler l'évolution professionnelle, renforcer la formation, en particulier au numérique.



Engagée pour toujours mieux servir nos clients

Le plus haut niveau de qualité de service s'impose comme la toute première priorité du nouveau plan stratégique. Qu'il soit particulier, entreprise, ou collectivité, le Groupe place le client au cœur de son plan stratégique.

La Poste innove pour offrir une expérience client intuitive et valorisante avec un accompagnement dans des parcours personnalisés de bout en bout, que ce soit par un canal physique ou par un canal numérique. Elle s'engage sur l'accessibilité de l'offre 24h/24 et 7j/7, une réponse sous 24 heures à toute demande. La nouvelle signature du Groupe, « vous simplifier la vie » est le reflet de cette volonté.

La Poste vise 100% de satisfaction client. Pour y parvenir, le suivi de la qualité de service client figure ainsi parmi les indicateurs pilotés par la direction de la qualité. Satisfaction en sortie des bureaux de poste, NPS (la qualité de service mesurée) et taux de recommandation sur certains services colis et courrier... Autant d'outils mis en place au service de la qualité.



Le label

Human for Client

a été attribué, en 2020, aux centres de contacts 3631 pour la qualité de leur relation client et leur engagement sociétal.

93%

des clients se déclarent satisfaits en sortie de bureau.

Devenir la banque préférée des Français

L'objectif de La Banque Postale est de se classer parmi les leaders de la satisfaction client d'ici à 2023 sur les services à distance et d'ici à 2025 pour tous les services. Un challenge que la Banque va relever en s'appuyant sur la création d'une direction de l'expérience client.

WeStart, pour répondre aux besoins des plus jeunes

Ma French Bank a élargi sa gamme de produits en lançant WeStart, un compte dédié aux 12-17 ans. Une offre 100% mobile de La Banque Postale, accessible pour 2 euros par mois, sécurisée et pédagogique, en parfaite adéquation avec les attentes des parents pour accompagner leurs adolescents.

Une boucle courte pour traiter les réclamations

« Savoir que notre client va être rappelé dans les 48 heures après le dépôt d'une réclamation est une véritable avancée. »

Marine, chargée de clientèle au bureau de poste de Cernon (39)

Désormais, le client peut déposer sa réclamation soit en bureau de poste, soit en appelant le 3631, soit en ligne sur laposte.fr. Objectif : apporter une réponse au client dans les 48 heures. En 2020, le traitement immédiat des réclamations a été étendu à 3500 bureaux de poste.

Un localisateur en temps réel

Les process et outils ont été améliorés afin que les clients aient accès, sur leur desktop ou leur mobile, et sur Google, aux horaires mis à jour en temps réel de tous les points de présence à proximité, ainsi qu'aux services qui y sont proposés.

La qualité de service mesurée

Le NPS (Net Promoter Score) est un indicateur de recommandation client exigeant et reconnu permettant à La Poste de mesurer la qualité des services courrier, colis et nouveaux services. Depuis 2020, le NPS est appliqué aux services délivrés par le facteur : expédition en boîte aux lettres, L'Identité Numérique.





Engagée à être La Poste des territoires

La Poste va renforcer sa présence et continuer d'imaginer des réponses innovantes aux besoins des territoires pour contribuer toujours plus efficacement à la réussite des politiques publiques de développement.

Une empreinte territoriale renforcée...

Déjà présente aux côtés des collectivités et de tous les Français, La Poste souhaite consolider son empreinte dans les territoires : passer en 2025 à 40 000 points d'accès, contre 32 000 aujourd'hui. Ceux-ci comptent près de 17 000 points de contact (bureaux de poste, La Poste agences communales, La Poste relais commerçants) et 15 000 points d'accès à un service postal (relais Pickup, Carrés pros, consignes ou encore drive colis). La Poste va développer ses prestations facteurs, déployer ses services de proximité à valeur ajoutée, notamment dans la silver économie, la santé, les services aux territoires et la transition écologique (services d'aide à la rénovation énergétique...).

... et réinventée

La Poste adaptera aussi son réseau de distribution aux nouveaux besoins en renforçant les partenariats et en privilégiant le digital pour les opérations simples ne nécessitant pas de conseil. Demain, les services proposés en bureau de poste seront accessibles au domicile des Français grâce à la prise de rendez-vous avec les facteurs en 24 heures dès 2022, aux forces de vente mobiles, aux bureaux éphémères, aux drives ou aux trucks... mais aussi à ses services en ligne (mobile, Internet).



Plus de
3 millions
de clients sont en contact physique avec La Poste chaque jour.

493 000
emplois en France que La Poste et La Banque Postale, en tant qu'employeurs et acheteurs, contribuent à maintenir.

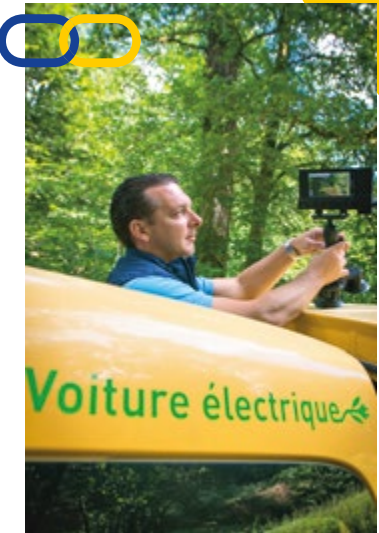
La Banque Postale,
1er
financier des collectivités locales.

Nouvelle-Aquitaine
La présence postale s'adapte

En Nouvelle-Aquitaine, plusieurs formes de présence postale itinérantes et saisonnières ont vu le jour, comme le point dédié aux touristes dans le bureau de poste de La Rochelle. Par ailleurs, 24 relais postaux éphémères se sont ajoutés aux 28 relais côtiers déployés chaque année, en été, dans la région.

Roanne (42)
Surveiller l'état de la voirie

Geoptis a réalisé un diagnostic de la voirie et a fourni un audit précis de 44 kilomètres de voirie sur la commune de Coteau. Forte de son maillage territorial unique et présente 6j/7 dans toutes les communes de France, La Poste apporte sa capacité logistique pour collecter des données avec ses voitures et ses facteurs.



Pays de la Loire
Le drive à l'essai

Durant l'été 2020, plusieurs services « drive » ont été déployés dans la région des Pays de la Loire. Les clients ont pu effectuer des dépôts et des retraits de colis, sans

oublier les lettres recommandées. Une nouvelle forme de présence, spécialement développée pour maintenir la continuité de service durant la crise sanitaire.

Toulouse (31)
Un prêt vert pour le métro

En février 2020, le Syndicat mixte des transports en commun toulousains a contracté un prêt vert de 70 millions d'euros auprès de La Banque Postale pour financer les travaux d'extension de la ligne A du métro toulousain. Un projet répondant pleinement aux critères d'éligibilité du prêt vert, au titre de la transition énergétique et des mobilités propres.





Engagée à être La Poste des territoires

■ Pour créer un impact positif sur la société et entraîner tout l'écosystème territorial, La Poste développe une offre de services répondant aux besoins des collectivités mais aussi des commerçants, TPE et PME.

Les décideurs locaux sont confrontés à un contexte marqué par de profondes mutations : vieillissement de la population, enjeux d'attractivité territoriale, digitalisation des services et de la relation avec les citoyens... 60% de la population française vit en périphérie urbaine, dans des petites villes ou des territoires ruraux; des territoires se sentent à l'écart du développement économique et cherchent des solutions pour maintenir la cohésion sociale et territoriale. En accompagnement de cette transition territoriale et pour renforcer l'économie et l'attractivité des territoires, mais aussi le commerce de proximité, La Poste propose des solutions logistiques, de services et de transports. Elle s'y emploie en combinant proximité humaine et maturité technologique, canal physique et canal numérique, en fédérant les acteurs économiques, associatifs et publics.

Bourgogne-Franche-Comté Ma Ville Mon Shopping en soutien des commerçants

« Bénéficier d'une vitrine en centre-ville, c'est bien. Mais le numérique est devenu nécessaire pour toucher les clients qui sont chez eux. »
Maud Zamo,
commerçante
à Auxonne

Créée en 2017, Ma Ville Mon Shopping est devenue la plate-forme leader de la consommation locale (avec 4000 villes signataires, 12000 boutiques et 170000 produits en ligne). De nombreux commerçants des départements de Bourgogne-Franche-Comté ont déjà adopté ce service.



International Ouvrir les marchés internationaux aux PME

Amorcée en 2020 et lancée en 2021, l'association entre La Banque Postale et la fintech Ebury permet aux PME de se développer sur des marchés à l'étranger. Avec ce partenariat, les clients de la Banque peuvent ouvrir un compte en devises, réaliser des opérations de change dans 140 devises et effectuer des virements internationaux à partir d'une plate-forme sécurisée et dédiée, 24h/24 et 7j/7.

Germaine (51) Encourager la renaissance des territoires ruraux

La Poste soutient les initiatives qui renforcent le dynamisme économique dans les territoires ruraux en étant partenaire du prix des solidarités rurales depuis dix ans. Elle a, par exemple, réuni 7000 euros pour l'association Le Cerf à 3 pattes, qui gère un tiers-lieu rural, composé d'une partie boutique avec des produits frais et locaux, d'un bistrot et d'un lieu d'animation pour les habitants.

Des solutions adaptées aux seniors

En Haute-Garonne, les communes de Beaumont-sur-Lèze, Colomiers et Cugnaux ont expérimenté ICOPE, un programme de prévention de la perte d'autonomie des personnes âgées. Une initiative menée en partenariat avec le Gérontopôle du CHU de Toulouse et le ministère de la Santé. Cinq facteurs ont été formés par le CHU toulousain pour se rendre au domicile de seniors et effectuer des évaluations de capacité (mémoire, mobilité, nutrition, vision, audition...).

Poste Immo va lancer une première série de résidences services seniors (RSS) à l'horizon 2022-2024. Brest, Châteauroux, Saint-Étienne, Auch, Villefranche-de-Rouergue et Amiens feront partie des premières réalisations, s'inscrivant dans la stratégie de développement du Groupe La Poste autour de la silver économie.





Engagée pour accélérer la transition écologique

— S'engager en tant qu'entreprise leader de la transformation écologique : telle est la troisième priorité stratégique du nouveau plan « La Poste 2030, engagée pour vous », en se fixant des objectifs ambitieux de réduction nette de ses émissions.

Une politique carbone en 4 volets

Le Groupe La Poste est, depuis 2019, le premier opérateur postal 100 % neutre en carbone⁽¹⁾. Son ambition est de maintenir cette neutralité carbone dans l'ensemble de ses activités en s'appuyant sur 4 objectifs prioritaires : la conception d'offres à empreinte carbone réduite; la mesure de l'ensemble des émissions de GES (gaz à effet de serre); la réduction de son empreinte carbone liées à ses activités; la compensation des émissions de GES résiduelles.

Des produits et services zéro émission

Pour atteindre ses objectifs « carbone » dans chaque activité, le Groupe privilégie désormais les produits et services conçus pour atteindre le Zéro émission nette. GeoPost s'engage sur une livraison 100% propre dans 225 villes en France et en Europe d'ici à 2025. Avec son offre de financement 100% ISR, La Banque Postale se positionne comme la première institution financière à être dans la trajectoire des 1,5 °C de l'Accord de Paris.

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

(2) Résultat obtenu lorsqu'une fois les émissions réduites à leur strict minimum (incluant les émissions des portefeuilles), le reliquat est neutralisé par des projets de compensation visant la réduction ou la séquestration de carbone.

30%
de réduction des émissions de GES à 2025.

Zéro émission

La Banque Postale s'engage à atteindre le Zéro émission nette⁽²⁾ de carbone en 2040 sur l'ensemble de ses activités bancaires.

Depuis **2012**

Les offres courrier, colis (Colissimo), express (GeoPost/DPDgroup) et numériques sont neutres en carbone.



Île-de-France Promouvoir l'écomobilité

Dans le domaine de l'écomobilité des personnes, le Groupe est opérateur du déploiement de 20 000 vélos à assistance électrique (VAE) pour Île-de-France Mobilités.

Dieppe (76) Un prêt vert pour la gestion des eaux pluviales

À l'automne 2019, la Communauté d'agglomération de la région dieppoise a souscrit un prêt vert pour la rénovation d'un collecteur d'eau pluviale. Ce mode de financement responsable de La Banque Postale complète, à destination des collectivités, la gamme de prêts verts déjà existante pour les particuliers et, depuis peu, proposée aux entreprises.

Paris (75) Logistique bas carbone

Chronopost livre l'intégralité de la ville de Paris avec des véhicules propres électriques, ce qui a permis de réduire de 87% les émissions de GES liées aux livraisons. Ce mode de livraison est désormais étendu à 18 autres villes, dont Lyon, Strasbourg, Bordeaux, Lille et Nantes.

Nantes (44) L'autoconsommation à l'étude

Depuis 2017, Poste Immo a lancé des expérimentations pour étudier l'autoconsommation photovoltaïque. Sur 10 expérimentations en autoconsommation étudiées en 2019, deux projets ont reçu les autorisations administratives (Nantes HP et Boulazac) et sont passés en phase de réalisation en 2020.

Grand Est Un système de management de l'énergie certifié

Grâce au projet système de management de l'énergie (SME), 196 bâtiments, en France, ont obtenu la certification ISO 50001, dont 14 dans le Grand Est. Cette certification exigeante couronne

Zoom

Adaptée à l'évolution des modes de consommation en zone urbaine dense, Stuart permet des livraisons extrêmement rapides et respectueuses de l'environnement. L'ambition de la filiale est de proposer, à terme, des livraisons à 50% piétonnes et à 50% via la solution K-Ryole (vélo capable de transporter plus de 100 kg de charge).





Engagée pour une société plus inclusive

Citoyenne et inclusive, La Poste se veut accessible à tous les publics. Présente dans tous les territoires, elle associe les canaux numériques et physiques pour servir tous ses clients, notamment les plus vulnérables.

La Poste pour tous

La Poste améliore l'accès à ses services. En 2020, 80,5% des bureaux de poste – soit 2,5 points de plus qu'en 2019 – étaient accessibles aux personnes en situation de handicap. La mise en accessibilité des GAB de La Banque Postale pour les personnes aveugles ou malvoyantes a crû de 8 points en un an, passant à 90,8%.

La banque pour tous

La Banque Postale assure une mission d'accessibilité bancaire avec le livret A, qui permet à plus de 1,5 million de clients précarisés ou exclus d'y domicilier leurs prestations sociales. En 2020, La Banque Postale a accueilli près de la moitié des personnes en fragilité financière (environ 1,6 million de clients).

Le numérique pour tous

L'ambition du Groupe La Poste à l'horizon 2025 est de détecter et former jusqu'à 1 million de personnes exclues du numérique par an. Son plan d'inclusion sociale et numérique permettant aux clients d'accéder en autonomie en ligne aux services bancaires essentiels a été distingué par PostEurop en 2020 parmi les initiatives les plus innovantes en matière de RSE.

Mieux servir les clientèles isolées

En zones rurales, 1003 facteurs-guichetiers partagent en 2020 leur temps de travail entre les services du facteur et ceux du chargé de clientèle. Ils garantissent ainsi une présence et un accès facilité aux prestations.

L'emploi pour tous

Avec sa politique d'achat inclusif volontariste, La Poste soutient les filières du secteur adapté et protégé.

Près de
25,6 M€
d'achats responsables et solidaires en 2020.



Le numérique pour les seniors

70 000 seniors bénéficient des services du numérique grâce la tablette Ardoiz, un outil à l'ergonomie simplifiée et adaptée aux seniors créée par la start-up Tikeasy. Le centre communal d'action sociale de la petite commune de Mathay a ainsi pu acheter 13 tablettes Ardoiz en partenariat avec l'agence postale. Lors de « cafés connectés », des facteurs ont apporté leur aide aux personnes âgées en difficulté avec le numérique.

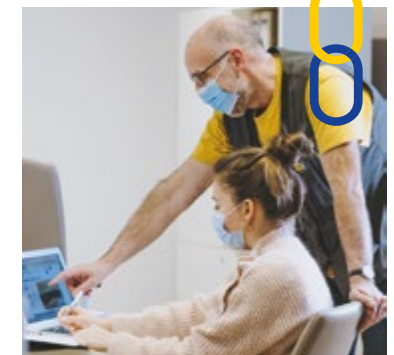
Évaluer, orienter et former

Le plan d'inclusion sociale et numérique a permis d'évaluer le niveau de compétences numériques de 50 000 clients au sein de plus de 500 bureaux. Près de 3 300 personnes en situation d'illectronisme ont été orientées et formées.



Numérique en libre-service

La Poste met à la disposition de ses clients un équipement numérique au sein de certains bureaux de poste (MSAP, France Services) mais aussi en agences postales communales pour un accès libre et sécurisé aux démarches administratives les plus utiles. 80 000 personnes sont accompagnées par les postiers chaque année dans leurs démarches administratives en ligne.





Engagée pour une société plus inclusive

Malgré la crise du Covid-19 et l'annulation de plusieurs événements, La Poste est restée active auprès de ses partenaires, en privilégiant les solutions numériques. Des engagements importants qui illustrent la volonté de La Poste d'être utile à tous et solidaire avec l'ensemble de la société. Le point sur quelques actions emblématiques.



Un partenariat historique avec la Croix-Rouge

Depuis 1914, La Poste apporte son soutien à la Croix-Rouge française, grâce à la vente de timbres de collection intégrant un don de 2 € par carnet. Cette année, une œuvre du peintre Robert Delaunay a été mise à l'honneur.



Tous arbitres!

Sans arbitres, pas de matchs possibles. La Poste s'est engagée depuis 2007 dans un programme original d'accompagnement et de valorisation des 58 000 arbitres élités et amateurs de football, rugby, handball et basket-ball. Ce dispositif répond à la volonté du Groupe de mettre ses compétences et son énergie au service d'une cause d'intérêt général en phase avec ses valeurs.

En 2020, la contribution de La Poste auprès de la Croix-Rouge s'est ainsi élevée à **1 370 000 €**.

Aux côtés des élèves en difficulté

Face au décrochage scolaire, La Poste soutient l'action du Réseau des Écoles de la 2^e Chance, un partenaire historique. Dans la même optique, L'Envol, le campus de La Banque Postale, accompagne des étudiants issus de milieux modestes. En 2020, 83 élèves du programme de mécénat sociétal ont obtenu leur baccalauréat; avec un taux de 100% de réussite au baccalauréat voie générale et technologique et voie professionnelle.

« S'engager au sein de L'Envol, c'est accompagner un jeune pour l'aider à grandir et gagner en confiance en lui, c'est très enrichissant et source de beaucoup de satisfactions. Mon rôle de marraine? Ni une sorte de maman, ni une sorte de professeur, mais quelqu'un de présent, qui accompagne toujours avec bienveillance, uniquement dans l'intérêt du jeune et en fonction de ses besoins. »
Laurence Biguenet, marraine de L'Envol depuis 2016



Opération Pièces jaunes : une édition 100% digitale

Face au contexte sanitaire, l'opération Pièces jaunes s'est réinventée et est passée au 100% digital. La Poste, partenaire historique de cette opération, a renouvelé sa participation aux côtés de la Fondation des Hôpitaux.



Mobilisé depuis 1987 pour le Téléthon

En 2020, le Groupe La Poste a traité les correspondances des centres de dons; diffusé des appels à générosité en boîtes aux lettres; proposé, en ligne, un timbre avec don aux couleurs du Téléthon; et mobilisé les clients de La Banque Postale ainsi que ses filiales KissKissBankBank et Goodeed.

En 2020, le Groupe a contribué de manière exceptionnelle à la chaîne de solidarité en remettant **683 585 €** à l'AFM pour la recherche contre les maladies génétiques.

2020 et demain... Aux côtés des postiers

Parce que toute transformation est avant tout humaine, La Poste place les postières et les postiers au cœur de l'évolution de l'entreprise et les accompagne tout au long de leur développement professionnel. Elle s'attache à mener une politique sociale dynamique, qui s'est incarnée, entre 2015 et 2020, dans l'accord social « Un avenir pour chaque postier ».



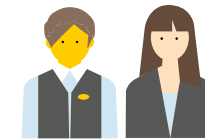
Qualité de vie au travail, une priorité

Pour assurer la qualité de vie au travail de tous les postiers, la priorité de La Poste est de protéger leur santé et de garantir leur sécurité. Elle a pris une dimension particulière pendant la crise sanitaire, car les postières et les postiers ont été en première ligne, mobilisés pour répondre aux besoins des clients et assurer la continuité d'activité. Le Groupe a déployé les mesures de prévention mises en place par les pouvoirs publics en lien avec les autorités sanitaires et avec le concours de l'ensemble de ses services de santé au travail. Au plus fort de la crise, près de 40 000 postiers ont pu bénéficier d'un dispositif de télétravail. À partir de mars 2020, un dialogue social soutenu a notamment permis la signature d'accords sociaux successifs permettant de garantir la rémunération à 100% des postiers placés en activité partielle (personnes vulnérables et gardes d'enfants).

Un dialogue social soutenu

66 accords sociaux nationaux signés depuis 2015 au profit des postiers, de leurs métiers et de leurs conditions de travail, dont **14 ont été signés en 2020**.

Les actions en matière de prévention des risques professionnels et des accidents du travail se sont poursuivies en 2020, ainsi que les dispositifs de prévention des risques psychosociaux et de gestion des incivilités dans les métiers en contact avec la clientèle. Parce qu'une politique active d'offres sociales contribue à la qualité de vie au travail, 200 millions d'euros ont été consacrés, en moyenne, chaque année, à l'offre sociale (loisirs, enfance, restauration, solidarité) sur les cinq ans de l'accord.



Égalité professionnelle femmes-hommes

52,5%⁽¹⁾

de femmes dans les effectifs.
94/100 : résultat de La Poste à l'index
égalité femmes-hommes.



Recrutements

11 167

collaborateurs embauchés
en CDI au sein du Groupe
en France en 2020.

La Poste, employeur responsable



Insertion des jeunes

4 541⁽¹⁾

alternants et 2 756 stagiaires,
dont 12% de stagiaires
issus des quartiers prioritaires
de la politique de la ville.



Qualité de l'emploi

94,4%⁽¹⁾

des effectifs
en contrat permanent.



Handicap

7,74%⁽¹⁾

de personnes en situation de handicap
bénéficiaires de l'obligation d'emploi
(BOE). Avec ce taux, La Poste dépasse
le taux de BOE légal fixé à 6%.



Qualité de vie au travail

6 403⁽¹⁾

collaborateurs bénéficient
du dispositif de télétravail
et 40 000 postiers en télétravail
au plus fort de la crise sanitaire.

(1) Périmètre La Poste maison mère – données 2020.

Formation et mobilité, pivots de l'emploi des postiers

Avec l'accélération des mutations de l'environnement économique, l'évolution des activités et les nouveaux besoins des clients, La Poste poursuit son adaptation et renforce son engagement dans le développement professionnel des postiers.

Un effort massif de formation

Sur les cinq ans de l'accord « Un avenir pour chaque postier », La Poste a investi plus d'un milliard d'euros dans l'accompagnement des projets professionnels des postiers; 80% des postiers ont été formés chaque année. Sur cinq ans, près de 50 000 d'entre eux ont bénéficié d'un parcours qualifiant pour les accompagner dans les évolutions de leur métier. Par ailleurs, la crise sanitaire a accéléré le développement de l'offre de formation 100% digitale avec plus de 130 000 e-formations suivies en 2020. Ces offres de formations individuelles s'enrichissent régulièrement de nouvelles thématiques comme l'intelligence artificielle, le tutorat, le travail collaboratif et les gestes barrières.

Une dynamique d'évolution professionnelle

Pour construire La Poste de demain avec les postiers d'aujourd'hui, La Poste propose des parcours professionnels vers les métiers recruteurs, en mettant en adéquation les souhaits d'évolution des postiers et les besoins de l'entreprise. Elle le fait en développant l'employabilité et la mobilité des postiers à tous les niveaux de l'entreprise, entre la maison mère, les branches et les filiales du Groupe. Cette dynamique de mobilité interne est facilitée par les acteurs de l'évolution professionnelle en région et à une meilleure visibilité des métiers qui recrutent. Par ailleurs, tous les ans, depuis l'accord social de 2015, un postier sur 10 est promu, dont 18 329 en 2020.



20 000

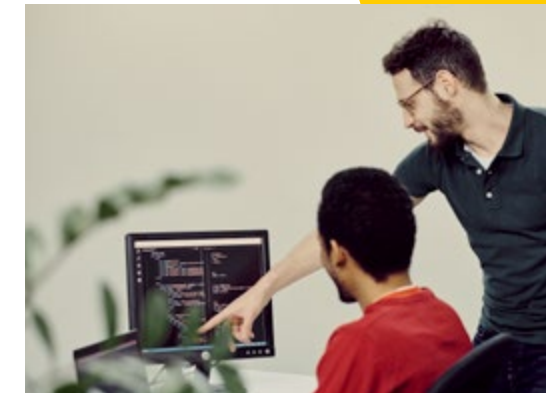
C'est le nombre de postiers, en moyenne, qui bénéficient d'une évolution professionnelle chaque année depuis 2015.

Plus d'experts de l'e-commerce

Pour accompagner la croissance de l'e-commerce, La Poste modernise son réseau logistique et industriel. Elle propose aux collaborateurs des métiers enrichis, concentrés sur des missions nécessitant davantage d'expertise et d'autonomie : équipier spécialisé, responsable d'équipe et superviseur traitement... Une transformation des métiers en phase avec celle de l'entreprise.

Plus de codeurs, plus de spécialistes de la cybersécurité

Grâce au partenariat conclu avec simplon.co, tout postier peut, une fois sélectionné et après une période de formation en alternance, obtenir le diplôme de concepteur développeur ou d'analyste cybersécurité. En 2020, 26 postiers ont suivi l'un ou l'autre de ces parcours. Tous ont terminé leur cursus à la fin 2020 et ont intégré les directions dans lesquelles ils ont effectué leur alternance.



Plus de postiers formés à l'intelligence artificielle (IA)

Grâce à l'e-formation « Objectif IA » créée par l'Institut Montaigne et OpenClassrooms, et soutenue par La Poste, 25 000 postiers seront formés à l'IA sur deux ans. Objectifs : avec la découverte de projets concrets, mieux

comprendre l'IA, être sensibilisé aux métiers d'avenir, s'adapter aux nouveaux matériels professionnels et, à l'issue de la formation, obtenir une certification de validation des compétences.



Plus d'accompagnants auprès des seniors

Pour soutenir le développement des services de proximité, La Poste expérimente une nouvelle activité d'accompagnant. Des postiers formés en gérontologie seront dédiés au suivi personnalisé des seniors à domicile, en complément des professionnels et des actions des associations locales. Référent, l'accompagnant

assurera aussi la maîtrise technique au domicile des seniors qu'il visite (médiation numérique, téléassistance, domotique) et la mise en place du portage de médicaments ou de biens culturels en fonction des besoins.



Engagée pour créer des perspectives nouvelles pour les postiers

Le nouvel accord social 2021-2023, intitulé « La Poste engagée avec les postiers », vient en appui du plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ».

En renforçant sa politique RH, La Poste s'engage en faveur d'un emploi de qualité pour les postiers, reposant sur le développement des compétences et les parcours professionnels ainsi que sur la qualité de vie au travail. La Poste se donne ainsi les moyens de proposer des perspectives professionnelles à chaque postier au sein de l'entreprise et d'exclure, pour la durée de l'accord, tout dispositif collectif de départ contraint.

L'accord a pour objectif de permettre à tous les postiers d'appréhender l'avenir sereinement, tout en formant des profils en phase avec les enjeux actuels et futurs. La Poste souhaite favoriser la mobilité interne. Ainsi, un investissement de 200 millions d'euros sera consacré, chaque année, à la formation pour favoriser le développement professionnel des postiers. Pas de transformation possible sans un management impliqué et fédérateur qui vise à adapter les modes de management vers plus de coopération et de transversalité afin de proposer de meilleurs services pour les clients de La Poste.

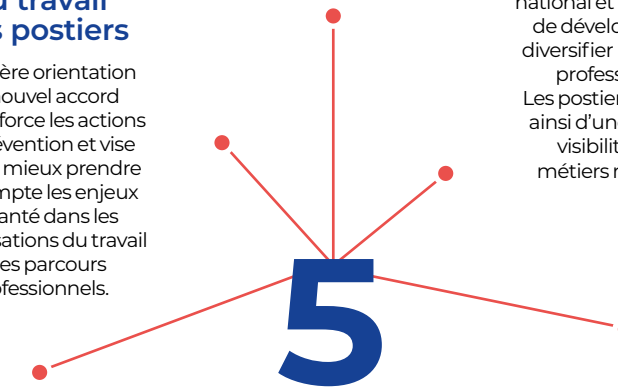
1 Renforcer la qualité de vie au travail et la préservation de la santé et de la sécurité au travail des postiers

Première orientation du nouvel accord qui renforce les actions de prévention et vise aussi à mieux prendre en compte les enjeux de santé dans les organisations du travail et les parcours professionnels.



2 Mener une gestion prospective de l'emploi

L'anticipation des postes à pourvoir aux niveaux national et local permet de développer et de diversifier les parcours professionnels. Les postiers disposent ainsi d'une meilleure visibilité sur les métiers recruteurs.



5 orientations prioritaires

3 Faciliter la mobilité et les parcours professionnels

La fluidité de l'emploi en interne constitue l'un des volets de ce nouvel accord. Elle doit permettre à chacun de connaître plusieurs évolutions durant sa carrière. Elle se fait en tenant compte des lieux de travail et de résidence des postiers, pour proposer des opportunités et des évolutions à proximité.

4 Développer les compétences et l'offre de formation

La formation est centrale dans l'accord et concerne l'ensemble des métiers et des branches. Pour permettre à tous les postiers de maîtriser les usages numériques nécessaires à la tenue de leur poste et à la vie quotidienne, La Poste met en place Cap Compétences Numériques, un programme de formation personnalisé.

5 Poursuivre les actions socialement responsables

Insertion des jeunes, recrutement, promotion du mécénat de compétences dans le cadre de l'économie sociale et solidaire. Le nouvel accord social maintient et renforce ses actions socialement responsables.



— Profil — du Groupe La Poste

2020 a été marquée par la crise sanitaire et les nombreux défis opérationnels, mais aussi par des réalisations décisives pour l'avenir du Groupe. Poursuite des transformations, consolidation du modèle multiactivité, réalisation du grand pôle financier public... Retour en chiffres sur une année très particulière qui clôt le plan stratégique 2014-2020.

L'essentiel 2020

5

branches d'activité

Le modèle multiactivité structure les métiers de La Poste en cinq branches.

Services-Courrier-Colis

La branche accompagne la croissance de l'e-commerce et développe de nouveaux services de proximité pour les particuliers, les entreprises et les collectivités, en s'appuyant sur 65 000 facteurs.

La Banque Postale

La Banque Postale propose une gamme complète de produits et services de banque et d'assurance simple, utile et transparente à un tarif raisonnable, à plus de 10,5 millions de clients actifs.

GeoPost/DPDgroup

Spécialiste de la livraison rapide/express de colis de moins de 30 kg dans le monde, GeoPost/DPDgroup est présent dans 49 pays via ses filiales DPD, Chronopost, SEUR et BRT.

Réseau La Poste

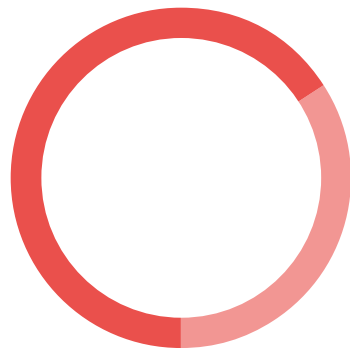
Premier réseau de proximité humaine en France avec près de 17 000 points de contact, le Réseau La Poste propose les offres et services du Groupe, utiles aux projets de ses clients et au développement économique des territoires.

La branche Numérique

Elle commercialise des services en ligne et des offres numériques à travers ses filiales Docaposte et LP11 (filiales dédiées aux activités data et IA du Groupe La Poste). Elle pilote la transformation numérique du Groupe et développe des services pour le compte des autres branches.

Une entreprise 100 % publique

66%
Caisse
des dépôts



34%
État

L'année 2020 en chiffres

31,2
Mds€
de chiffre d'affaires.

40%
du chiffre d'affaires réalisés
à l'international.

18,7%
Part du courrier
dans le chiffre d'affaires.

249 000
collaborateurs.

80%
des collaborateurs formés.

27
millions
de prestations de services
de proximité.

2,3
milliards
de colis livrés.

280 000
clients Ma French Bank.

5,5
millions
de boîtes aux lettres numériques,
intelligentes et sécurisées Digiposte.

27%
de véhicules électriques hors chariots et vélos.

PERFORMANCES FINANCIÈRES

Une croissance du chiffre d'affaires en 2020

2020 : une année déterminante dans la transformation du Groupe, qui s'est accélérée du fait de la crise sanitaire. Celle-ci a renforcé les tendances qui impactaient le modèle économique du Groupe : la chute des volumes du courrier, la forte hausse des volumes du colis et de l'express dans un contexte de boom de l'e-commerce et d'accroissement de la digitalisation de la société.

Chiffre d'affaires

2020 **31 185** M€
Soit +20,0% et +4,4% à périmètre et change constants

2019 25 983 M€

Résultat d'exploitation

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

2020 **3 149** M€
- 1,3 Md€ avant intégration de CNP Assurances

2019 889 M€

Résultat net part du Groupe

2020 **2 084** M€
- 1,8 Md€ avant intégration de CNP Assurances

2019 822 M€

Capitaux propres part du Groupe

2020 **18 247** M€
+7,0 Mds€ sous l'effet de l'opération d'apport des titres CNP Assurances

2019 12 624 M€

Dettes nettes

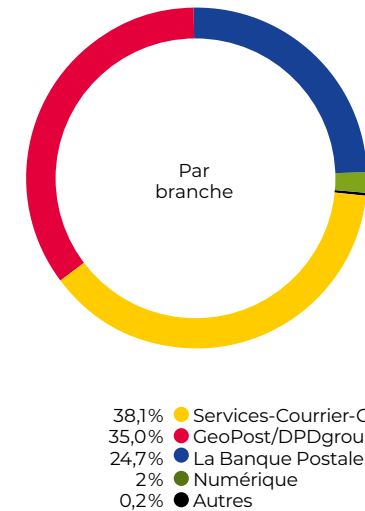
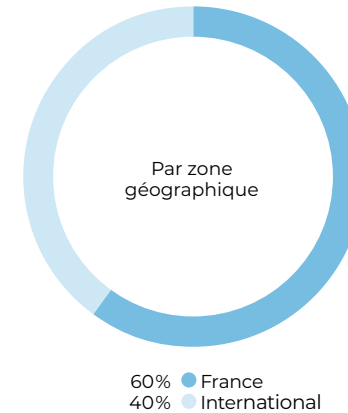
2020 **8 802** M€
2019 6 462 M€

Dettes nettes/capitaux propres

2020 **0,48**
2019 0,51

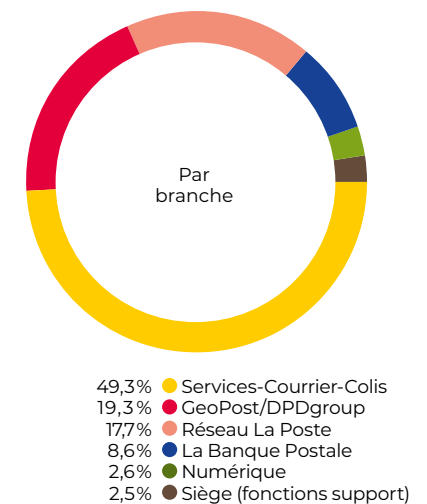
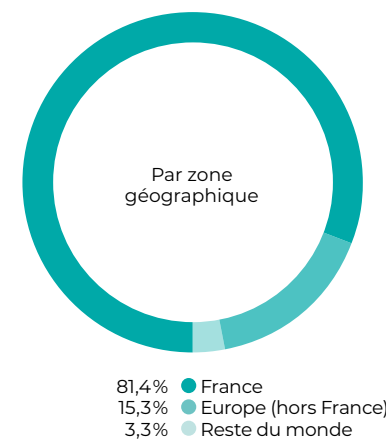
Répartition des revenus du Groupe

31,2 Mds€
de chiffre d'affaires



Répartition des effectifs du Groupe

248 906
collaborateurs⁽¹⁾



(1) Équivalents temps plein en moyenne.

PERFORMANCES FINANCIÈRES

Performance
opérationnelle
par activité

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



Chiffre d'affaires

2020	12 156 M€
2019	12 376 M€

Résultat d'exploitation

2020	-1 137 M€
2019	410 M€

Accompagner la croissance de l'e-commerce et développer de nouveaux services de proximité pour les particuliers, les entreprises et les collectivités, en s'appuyant sur les 65 000 facteurs.



Chiffre d'affaires

2020	11 041 M€
2019	7 768 M€

Résultat d'exploitation

2020	739 M€
2019	379 M€

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



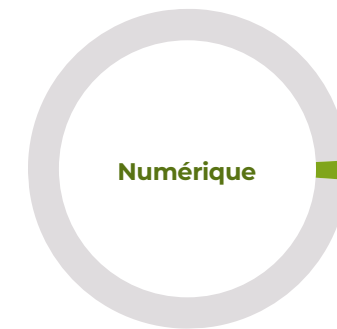
Produit net bancaire

2020	7 724 M€
2019	5 647 M€

Résultat d'exploitation

2020	4 464 M€
2019	820 M€

Intégration de CNP Assurances, dynamique commerciale consolidée à travers une stratégie de diversification pour préparer la Banque à croître à l'international.



Chiffre d'affaires

2020	799 M€
2019	697 M€

Résultat d'exploitation

2020	-48 M€
2019	10 M€

Acquisitions majeures dans le domaine des services aux entreprises.

PERFORMANCES SOCIÉTALES

L'engagement sociétal, un vecteur de développement

L'engagement social, sociétal et environnemental du Groupe La Poste est réaffirmé et inscrit au cœur du nouveau plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », avec l'ambition d'être un groupe à impact positif pour l'environnement et pour la société.

Transitions écologiques



100 %

Le Groupe La Poste premier opérateur postal 100% neutre en carbone⁽¹⁾.

-22 %

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

27 %

de véhicules électriques hors vélos et chariots.

76/100

La meilleure note RSE au niveau mondial attribuée par l'agence de notation extra-financière Vigeo Eiris.

225

villes en Europe livrées 100% en mode propre en 2025.

180 M€

de chiffre d'affaires des nouveaux services pour la transition énergétique et écologique.

111 000

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

850

tonnes de déchets de construction collectés pour recyclage avec une traçabilité de 100%, sur 4 chantiers gérés par Poste Immo.

10 000

bâtiments postaux gérés par Poste Immo approvisionnés à 100% en électricité d'origine renouvelable depuis 2016.

Cohésion sociale et territoriale



97 %

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

25,6 M€

d'achats auprès des secteurs adaptés et protégés de l'insertion.

935 000

examens du Code de la route passés à La Poste en 2020.

525 M€

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

493 000

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

100 %

de fonds éligibles labellisés ISR chez LBP AM.

Numérique éthique et responsable



12 millions

de connexions sur le site www.maladiecoronavirus.fr, permettant ainsi de réduire drastiquement le nombre d'appels vers le 15 (-80%).

5,5 millions

de boîtes aux lettres numériques, intelligentes et sécurisées Digiposte ouvertes à la fin 2020.

524

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

80 000

personnes assistées chaque année dans leurs démarches administratives en ligne.

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

PERFORMANCES SOCIÉTALES

Indicateurs sociaux⁽¹⁾

Agir en faveur du développement des compétences

2020	79,7 %
2019	80,3 %

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

Favoriser l'insertion des jeunes dans la vie professionnelle

2020	4 541
2019	4 583

Évolution des nouveaux contrats d'apprentissage et de professionnalisation signés.

Favoriser le maintien dans l'emploi des seniors

2020	32 %
2019	31,6 %

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

Améliorer la santé et la sécurité au travail

2020	19,91
2019	24,66

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

Promouvoir l'égalité professionnelle femmes-hommes

2020	51,50 %
2019	50,65 %

Évolution de la part des femmes dans l'encadrement.

Agir en faveur de l'emploi des personnes handicapées

Le premier employeur de France de personnes en situation de handicap

2020	7,74 %
2019	7 %

Évolution du taux de BOE.

Le Groupe La Poste s'engage en faveur d'un emploi de qualité pour les postiers présents dans l'entreprise ainsi que pour les nouveaux arrivants. Afin de poursuivre son développement responsable dans un environnement en forte évolution et fragilisé par la crise sanitaire mondiale, La Poste accélère la transformation de ses activités et de ses métiers pour répondre aux nouveaux besoins de ses clients et rester un acteur majeur de notre société.

Indicateurs qualité : engagements clients



L'année 2020 a été marquée par l'impact de la crise sanitaire sur les capacités d'accueil en bureau de poste (application des gestes barrières et de la jauge au sein des espaces, notamment) et de prise en charge par les services clients. Toutefois, dans ce contexte, les résultats en termes de perception client et de traitement des réclamations courrier-colis, bien que marquant un léger retrait, sont demeurés à de très hauts niveaux de qualité.

Améliorer la qualité perçue par nos clients en bureau de poste

2020	93 %
2019	95 %

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

Améliorer le traitement des réclamations clients (résultats consolidés annuels)

2020	94,40 %
2019	95,50 %

Évolution du taux de traitement des réclamations en moins de 15 jours ouvrés.

La généralisation du traitement des réclamations courrier et colis en « boucle courte »

Suite à l'expérimentation, en 2019, du traitement des réclamations courrier et colis en « boucle courte », plébiscitée par les clients et les postiers, La Poste déploie progressivement, depuis septembre 2020, la prise en charge des réclamations dans les bureaux de poste ainsi que le rappel du client sous 48 heures. Ce dispositif, qui facilite la prise en charge des clients et leur assure une réponse rapide et personnalisée, sera généralisé au 2^e trimestre 2021 dans l'ensemble des bureaux de poste et des Carrés pros sur tout le territoire.

(1) Périmètre : La Poste maison mère.

Le modèle d'affaires du Groupe La Poste

Être la première plate-forme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service nos clients dans leurs projets et de la société tout entière dans ses transformations.

LES MUTATIONS DE NOTRE SOCIÉTÉ

Transition numérique

Bouleversement des processus des entreprises, de leurs relations avec leurs clients, du travail des salariés

Transitions écologiques

Changement climatique, qualité de l'air, préservation des ressources et de la biodiversité, gestion des déchets

Transition des territoires

Mouvement sociétal général de « relocalisation »

Transition démographique

Près d'1/4 de la population de l'Union européenne aura plus de 65 ans en 2030

Taux d'intérêt et d'inflation durablement bas

Forte baisse des volumes de courrier en lien avec la dématérialisation

Croissance accélérée du colis porté par l'explosion du e-commerce

LES MUTATIONS DE NOS MÉTIERS

NOS RESSOURCES

Capital humain

- 249 000 collaborateurs, dont 18,6% à l'international dont 10 000 dans les métiers de l'IT (data/IA)

Capital industriel

- Plus de 3 400 centres de traitement, plates-formes de distribution et dépôts
- Plus de 92 000 véhicules, 27% de véhicules électriques hors vélos et chariots
- Plus de 11 000 bâtiments maillant l'ensemble du territoire, alimentés à hauteur de 86% en électricité d'origine renouvelable
- Infrastructures numériques

Capital sociétal et relationnel

- Près de 17 000 points de présence postale
- Plus de 50 000 points relais en Europe
- laposte.fr : un des sites les plus visités en France, 29 millions de visiteurs uniques par mois
- Identité numérique certifiée par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI)

Capital financier

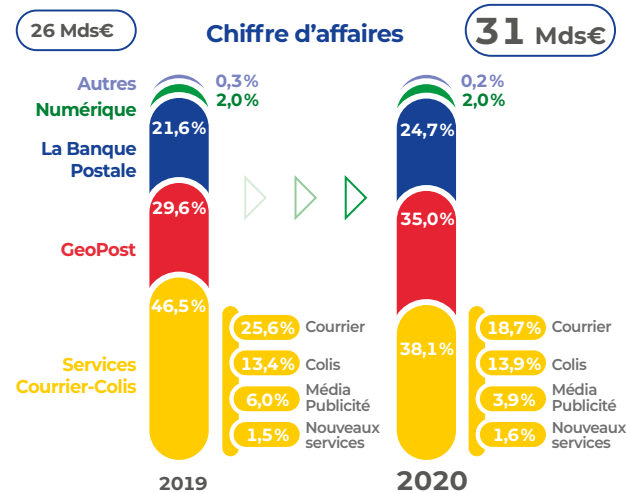
- Actionnariat stable et de long terme (100% capitaux publics)
- 18,2 Mds€ de capitaux propres
- Notation financière A/A+

Capital intellectuel

- Image de confiance
- Portefeuille de marques
- Innovation

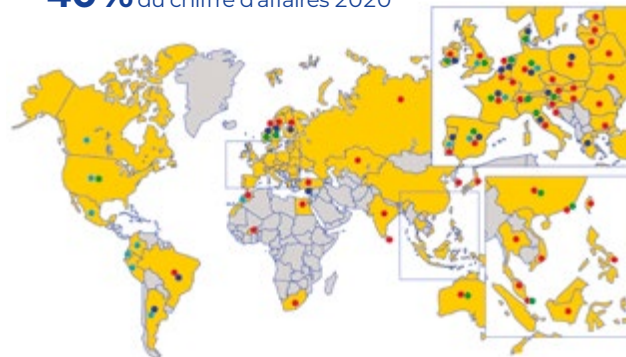
Pour toute précision sur les indicateurs clés de performance mentionnés, voir la note méthodologique relative aux indicateurs extra-financiers en annexe 2 du Document d'enregistrement universel 2020.

Un modèle multimétier



Un développement à l'international

40% du chiffre d'affaires 2020



Pays où Le Groupe La Poste est présent à fin 2020

- Docaposte
- GeoPost
- Asendia
- La Banque Postale et CNP Assurances

La Poste 2030, engagée pour vous

Client : Renforcer la passion de servir le client au plus haut niveau de qualité, rester l'intermédiaire privilégié du client et conquérir de nouvelles clientèles (professionnels, jeunes...)

Présence : S'affirmer toujours plus présente, grâce à la puissance combinée de ses réseaux physiques, numérique et humain au service du développement

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

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

Citoyen : Devenir une entreprise à mission dont l'activité crée un impact positif pour la société, et donner les preuves de notre responsabilité citoyenne, sociale et sociétale

International : Dépasser les frontières géographiques en captant la croissance internationale

Pacte social et culture managériale : Renforcer la fierté d'être postier, présenter un nouveau pacte social et une nouvelle organisation permettant l'agilité

4 missions de service public modernisées

Service universel postal



Transport et distribution



de la presse



Aménagement du territoire



Accessibilité bancaire

NOTRE CRÉATION DE VALEUR

Pour la planète

- Stratégie climat conforme aux Accords de Paris (+1,5°C)
- Déploiement d'une logistique urbaine décarbonée
- Près de 111 000 tonnes de matières collectées pour recyclage et réemploi
- Encours sous gestion 100% ISR

Pour les territoires

- Financement du secteur public local
- 97% de la population à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture d'un point de contact en Europe
- 493 000 emplois directs, indirects et induits soutenus en France

Pour nos clients

- 18 milliards d'objets livrés en 2020
- 1,5 million de clients bénéficiaires de la mission d'accessibilité bancaire
- 39 millions d'assurés non-vie et 12 millions d'assurés vie
- Suivi digital des colis et du courrier

Pour nos collaborateurs

- 94,4% de contrats permanents
- Programme en faveur de la parité
- 80% des collaborateurs formés
- 14 accords sociaux nationaux et avenants
- Fort niveau d'engagement des postiers

Pour nos fournisseurs

- 84% des fournisseurs et des sous-traitants sont des PME

Pour nos actionnaires et investisseurs

- Des performances extra-financières reconnues
- Engagement de maintien de notre notation financière

Plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous »

— Découvrez les grandes lignes du plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ».

LA POSTE 2030 ENGAGÉE POUR VOUS

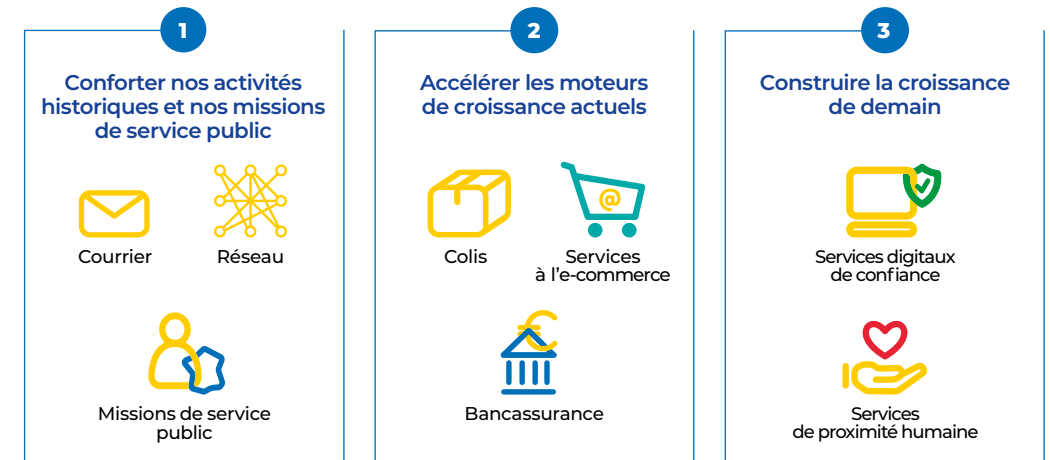
Notre ambition

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

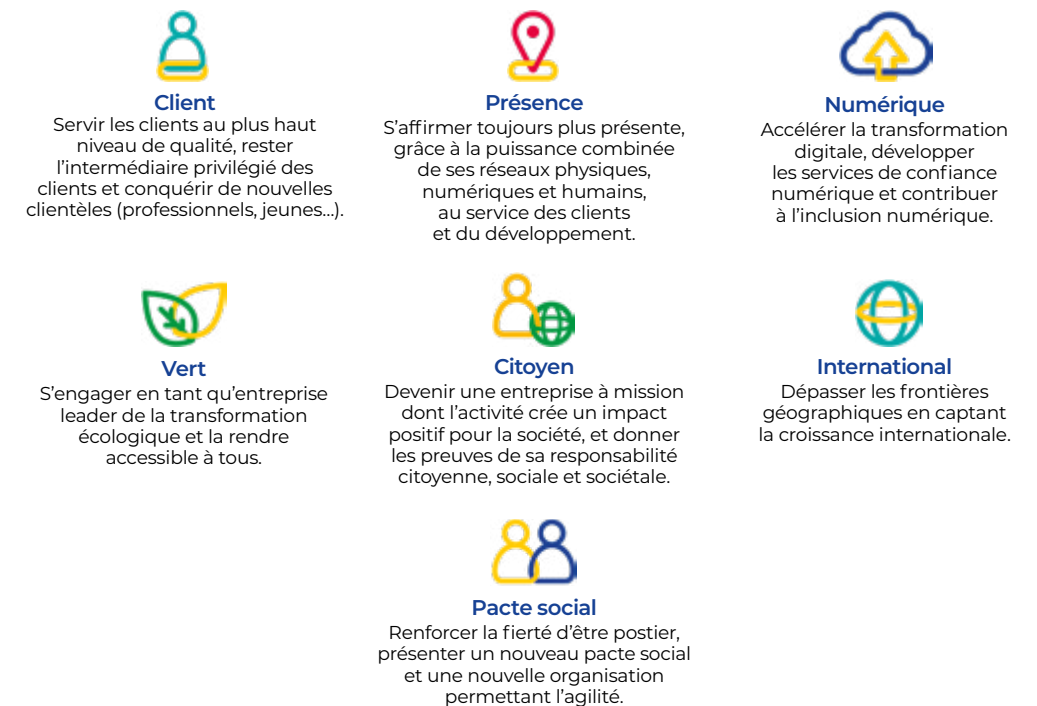
Notre raison d'être

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

Nos 3 dynamiques



Nos 7 priorités





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



Suivez-nous sur les réseaux sociaux



Conception et réalisation : **HAVAS PARIS**
 Crédits photo : Sophie Brandstrom/Signatures, Cyrus Cornut, Nicolas Gouhier, Gilles Havard, Eric Huynh, Fatima Jellaoui, Letizia Le Fur, Guillaume Murat, Romuald Meigneux, Julien Millet, Xavier Popy/REA, Jérémy Suyker/Item, Xavier Topalian, médiathèque La Poste; DPD UK; École Simplon; Getty Images; Adobe Stock.



La version PDF de ce document est conforme aux normes d'accessibilité PDF/UA (ISO 14289-1), WCAG 2.1 niveau AA et RGAA 4.1 à l'exception des critères sur les couleurs. Elle est ainsi accessible aux personnes handicapées moteurs qui naviguent uniquement au clavier, aux personnes déficientes visuelles qui utilisent une synthèse vocale et / ou une plage braille, à toutes celles et ceux qui doivent personnaliser l'affichage (malvoyance, dyslexie...).



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



LE GROUPE LA POSTE

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

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