

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



Les avancées de la transformation



Réussir la diversification

DE NOS ACTIVITÉS POUR ACCOMPAGNER
LES ÉVOLUTIONS DE LA SOCIÉTÉ

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

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

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

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

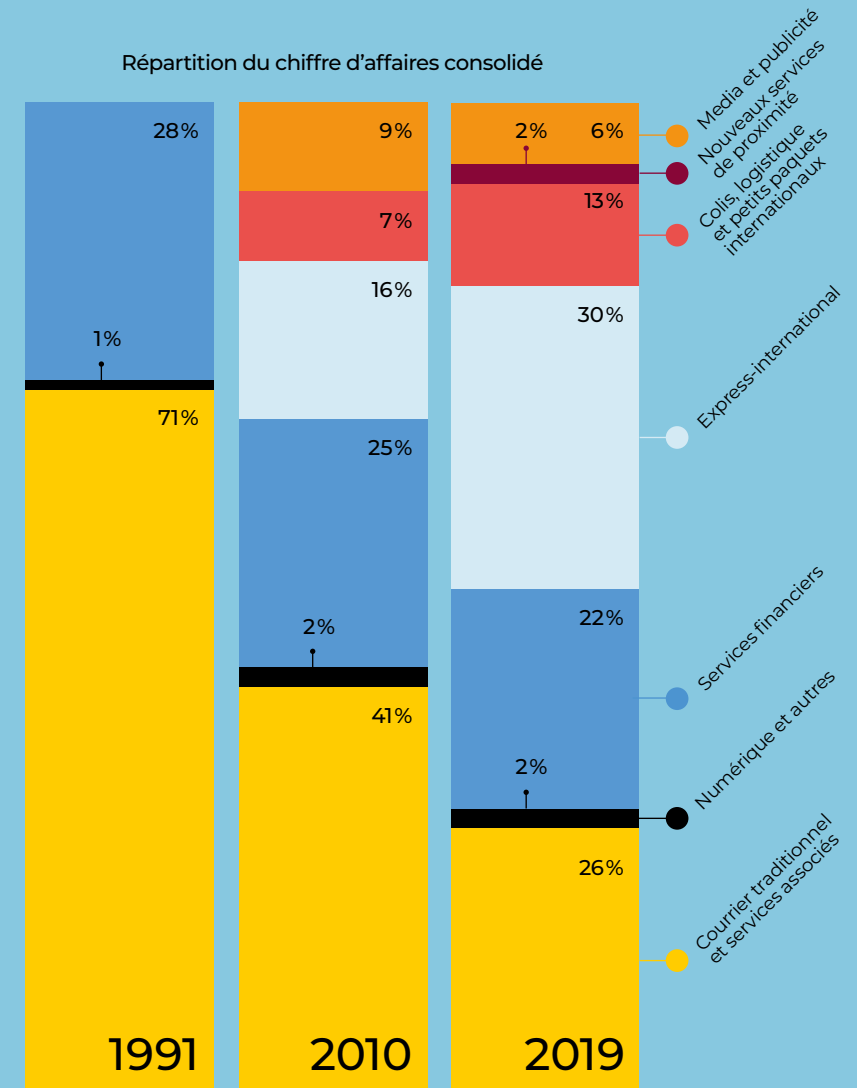
La transition écologique irrigue toutes les actions du Groupe, qu'il s'agisse de ses pratiques internes (avec la mesure, la réduction et la compensation de ses émissions de GES) ou des services qu'il propose en matière d'optimisation énergétique, de recyclage ou de logistique urbaine durable. La Poste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

Transformation ou diversification ?

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

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

Répartition du chiffre d'affaires consolidé



QUATRE PROJETS MAJEURS ACCÉLÈRENT LA TRANSFORMATION

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

100%

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

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

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

2 L'accélération de l'internationalisation

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

30%

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



189

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

3 Un investissement fort dans l'outil logistique et industriel

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

4

Des avancées déterminantes dans le digital

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

+ 6%

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

Le grand pôle financier public

POUR ACCOMPAGNER
LES PROJETS DES TERRITOIRES

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

Pourquoi ce rapprochement ?

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

Comment se concrétise-t-il ?

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

Quels en sont les bénéfices ?

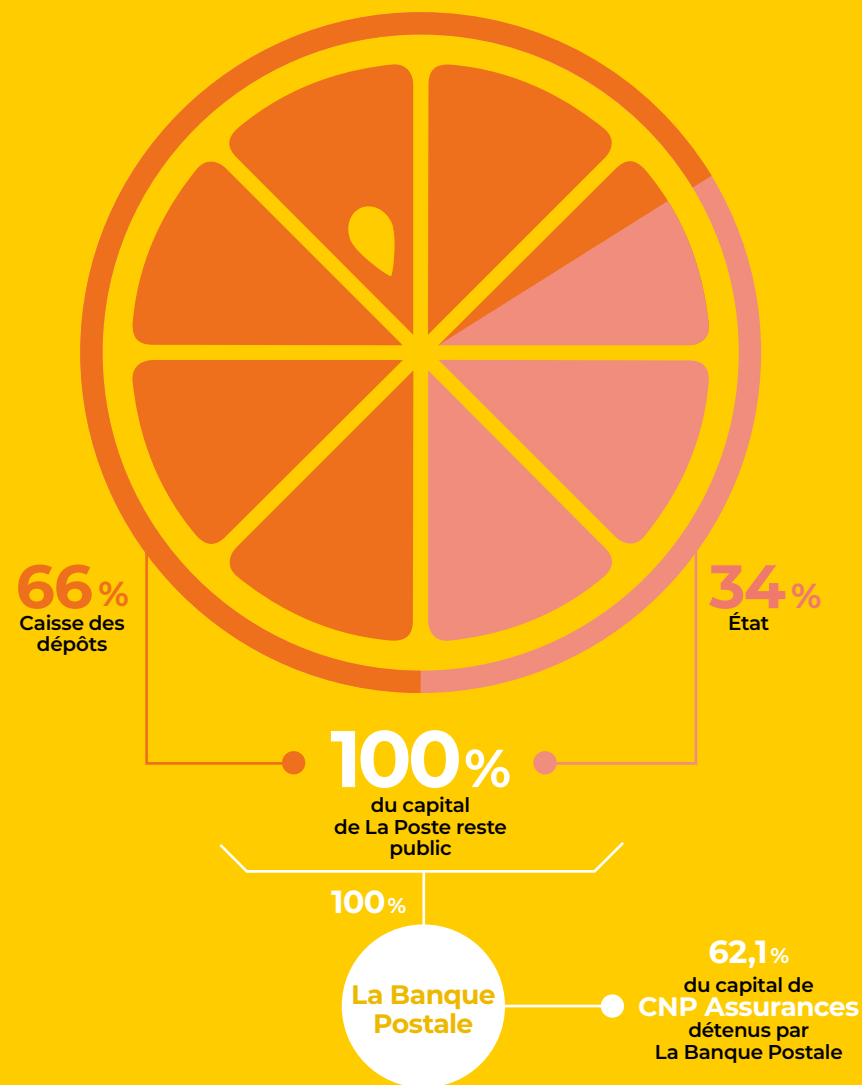
Avec cette opération, La Poste est confortée dans sa stratégie de transformation et de désensibilisation à la baisse des volumes du courrier. Le nouvel ensemble va mobiliser sa capacité d'action sur le terrain pour accompagner les politiques publiques de l'État et des collectivités locales, accompagner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

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

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

Actionnariat du Groupe La Poste : un nouvel équilibre

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



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

UN GRAND GROUPE DE BANCASSURANCE EUROPÉEN

62,1%

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

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

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

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



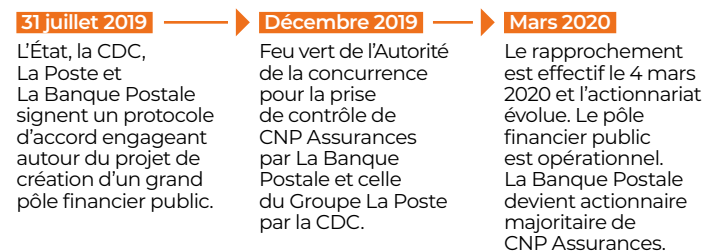
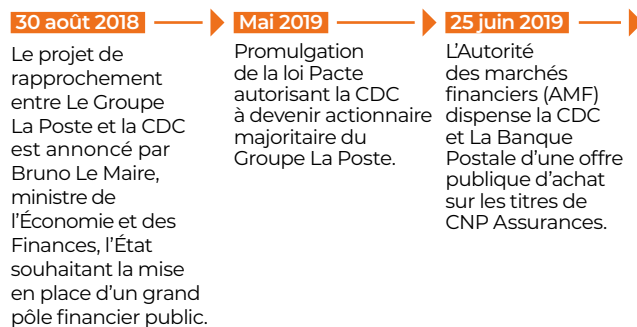
« Ce rapprochement n'est pas une opération financière, c'est une opération industrielle à destination des territoires et au service des Français. »

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

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

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

Les étapes clés de la constitution du grand pôle financier public



Développement international

UN LEVIER DE LA DIVERSIFICATION
DU GROUPE

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

2019, une date symbolique

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

Un modèle unique d'intégration

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

Un double défi : gérer les volumes de manière durable

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

2^e

plus grand réseau
de distribution
de colis en Europe

Carte des implantations GeoPost/DPDgroup



47

pays dans le monde

Asendia, partenaire de l'e-commerce transfrontière

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

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

Innovation et tiers de confiance

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

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

Être un tiers de confiance et favoriser l'inclusion numérique

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

de 700 services ; ou de la signature électronique.

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

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

Un acteur majeur de l'e-santé

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

Simplifier le quotidien des particuliers et des entreprises

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

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

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

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

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

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

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

Ma French Bank

LA BANQUE DIGITALE
DU GROUPE LA POSTE

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

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

Concilier digital et proximité

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

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

Accessibilité

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

Ambition

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

Complémentarité

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

Lancement réussi

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

