

CONTRIBUER AUX BIENS COMMUNS

À l'heure où les transitions écologique et énergétique, numérique, démographique et sociale, territoriale s'amplifient, le groupe La Poste place sa responsabilité sociale et environnementale au cœur de son développement et de la réalisation de ses missions de service public. Il l'a inscrite dans sa raison d'être, dans ses engagements d'entreprise à mission, dans son plan stratégique et dans tout ce qui fonde son identité depuis 600 ans. Et c'est avec l'ensemble de ses parties prenantes qu'il prépare et construit son avenir.

- P. 08. La Poste accompagne les mutations sociétales
- P. 10. Au cœur d'un monde en transition
- P. 12. Des engagements forts au service de toute la société
- P. 14. Un plan stratégique à 2030
- P. 16. Trois dynamiques au service de notre performance
- P. 18. L'engagement sociétal au cœur de nos 7 priorités stratégiques
- P. 20. En interaction avec toutes nos parties prenantes



La Poste accompagne les mutations sociétales

Depuis sa création au 15^e siècle, La Poste a accompagné des mutations de toutes natures, qu'elles soient sociales, économiques

ou encore technologiques. À chaque époque, elle a su s'adapter pour assurer la pérennité de ses activités, au service de tous.

CONTRIBUER...

... AU DÉVELOPPEMENT DES ÉCHANGES ÉCRITS, FINANCIERS ET COMMERCIAUX

Depuis la création de « La Poste aux chevaux » par Louis XI en 1477, La Poste permet aux populations de **RÉALISER DES ÉCHANGES DE TOUS TYPES.** Après avoir longtemps transporté exclusivement le courrier, elle a pris en charge les télégrammes et plus tard les messages électroniques grâce à son webmail laposte.net ou les SMS via La Poste Mobile. Du mandat postal créé en 1817 au compte-chèques postal et à la banque en ligne, La Poste a aussi accompagné le développement des flux et échanges monétaires. Même capacité d'adaptation au service du commerce, en acheminant le courrier des petites épiceries ou des premières entreprises de la révolution industrielle, jusqu'aux colis des acteurs de l'e-commerce.

ACCOMPAGNER...

... L'ÉVOLUTION DES LIEUX DE VIE ET DE TRAVAIL

Alors que la population française a été multipliée par près de cinq depuis la création de La Poste, cette population s'est au fil du temps largement concentrée dans les villes et les agglomérations. Dès le 18^e siècle, La Poste a ainsi créé un service de trois distributions quotidiennes de courrier à domicile à Paris : c'est la naissance du facteur. Aujourd'hui, La Poste continue à **ASSURER LE SERVICE UNIVERSEL POSTAL ET SA MISSION D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE,** incarnant la présence postale partout en France.

LUTTER...

... CONTRE DES INÉGALITÉS QUI SE CREUSENT

Importantes au 19^e siècle, les inégalités de patrimoine ont ensuite décru au 20^e siècle avec l'émergence de la classe moyenne, avant d'augmenter à nouveau. Dans un contexte de fractures sociales, La Poste agit en garantissant le versement des prestations sociales, en assurant **SA MISSION D'ACCESSIBILITÉ ET D'INCLUSION BANCAIRE,** en favorisant l'emploi des jeunes et des seniors ou en déployant des dispositifs de mécénat sociétal en faveur de l'égalité des chances comme L'Envol, créé par La Banque Postale. Depuis une vingtaine d'années, elle se mobilise au service de l'inclusion numérique des plus fragiles.

PARTICIPER...

... À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Face aux enjeux énergétiques et climatiques, La Poste s'est engagée très tôt pour diminuer son impact sur l'environnement. Depuis 2016, tous les bâtiments gérés par La Poste Immobilier sont ainsi alimentés en électricité d'origine renouvelable. D'ici à 2025, ce sera le cas pour l'ensemble des sites du groupe. Ces dernières années, celui-ci a fortement réduit l'usage de l'avion pour acheminer le courrier et les colis. Il privilégie aujourd'hui la route en s'appuyant sur l'une des premières flottes de véhicules électriques en Europe. Il investit massivement pour assurer de plus en plus de **LIVRAISONS À FAIBLE ÉMISSION DE CARBONE.**

MAINTENIR...

... LE CAP DE L'INTÉRÊT GÉNÉRAL

Le groupe La Poste est guidé par l'intérêt général comme il l'a été tout au long de son histoire. Alors que le monde se digitalise, entraînant une chute des volumes du courrier, le groupe poursuit la diversification de ses activités dans l'e-commerce, la logistique urbaine décarbonée ou encore le numérique. Face au vieillissement de la population et la priorisation des enjeux de santé, le groupe capitalise sur ses expertises et son lien de proximité pour proposer des nouveaux services autour du bien vieillir et de la santé à domicile ; et se développer dans la digitalisation des parcours de santé. Aujourd'hui, les citoyens estiment que les entreprises doivent avoir un impact positif sur la société. La Poste est la première entreprise publique à avoir défini sa raison d'être et à devenir **ENTREPRISE À MISSION.**

DEPUIS 600 ANS



Au cœur d'un monde en transition

La Poste a identifié 4 transitions sociétales majeures pour les 10 ans à venir, qui voient leurs impacts amplifiés par les crises sanitaires, climatiques et la guerre en Ukraine. Souvent liées entre

elles, ces transitions représentent un ensemble de défis et d'opportunités que le groupe s'attache à relever à travers son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ».

DÉFIS

TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET ÉNERGÉTIQUE

L'urgence climatique et la crise énergétique mondiale accentuent la nécessité d'aller plus vite sur la transition écologique et énergétique. Une prise de conscience collective s'affirme, qui génère de nouvelles exigences et de nouveaux besoins des consommateurs.

CHIFFRES CLÉS

+2,7 °C

Réchauffement d'ici à 2100 en l'état actuel des engagements pris par les États⁽¹⁾

Jusqu'à 1 million

d'espèces menacées d'extinction, dont de nombreuses au cours des prochaines décennies⁽²⁾

(1) Source : ONU.
(2) Source : IPBES – Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques.

ATOUTS

- 1^{er} opérateur postal au monde à être neutre en carbone grâce au programme de compensation de ses émissions résiduelles⁽⁹⁾
 - Des trajectoires carbone certifiées ou en instance de certification SBTi pour les principales activités du groupe (La Poste, La Banque Postale, Geopost)
 - Le groupe La Poste dispose de l'une des premières flottes européennes de véhicules électriques (40% de son parc de véhicules)
 - Un positionnement parmi les acteurs de 1^{er} rang au niveau mondial, tous secteurs confondus, en termes d'engagements environnementaux, sociaux et de gouvernance selon les principales agences de notations extra-financières
- (9) Plus d'informations sur www.lapostegroupe.com.

AMBITIONS

- Atteindre le zéro émission nette de GES⁽¹¹⁾ en 2040 (définie par la SBTi)⁽¹²⁾
- Accélérer dans la préservation des ressources et la régénération du vivant, via le déploiement d'une politique biodiversité forte
- S'engager à ne pas financer le secteur des énergies fossiles (charbon, pétrole et gaz) à l'horizon 2030⁽¹³⁾

(11) Gaz à effet de serre.
(12) Science-Based Targets initiative.
(13) À l'exception des acteurs qui disposeraient d'ici à 2030 d'un plan de transition scientifiquement validé et prévoyant une sortie de ce secteur d'ici à 2040.

TRANSITION NUMÉRIQUE

Accélérée par la crise sanitaire, la transformation numérique se concrétise par une bascule des usages : digitalisation des parcours clients, dématérialisation des démarches administratives, normalisation du télétravail, progression de l'e-commerce. Avec à la clé de nouveaux enjeux : protection des données, cybersécurité, transparence, sobriété, inclusion des seniors et des populations fragiles.

1/2

1 entreprise sur 2 victime d'une cyberattaque en 2022⁽³⁾

Près de 13 millions

de Français sont en risque d'illlectronisme⁽⁴⁾

(3) Source : Baromètre du Cesin (Club des experts de la sécurité de l'information et du numérique).
(4) Source : Insee.

- Docaposte : premier opérateur français de signature électronique, leader sur les services de vote et d'archivage électronique
- La Poste, acteur engagé de l'inclusion numérique avec le déploiement de 94 postiers conseillers numériques d'ici à 2023 et la mise en place de 77 espaces « L'Étape Numérique » dans des bureaux de poste
- 474 000 personnes accompagnées, formées ou équipées dans l'usage du numérique par La Poste et ses partenaires en 2022

- Devenir l'offre de référence de cloud de confiance sur le marché européen, avec le lancement de Numspot en 2023
- Favoriser l'inclusion numérique en visant 1 million de personnes en situation d'illlectronisme accompagnées chaque année à l'horizon 2030

TRANSITION DÉMOGRAPHIQUE ET SOCIALE

Le vieillissement de la population française provoque une augmentation du coût de la dépendance et des dépenses de santé. Cette transition démographique implique de renforcer les services autour du bien vieillir à domicile et d'accompagner le développement des soins à domicile.

1/3

de la population aura plus de 60 ans en 2030⁽⁵⁾

85 %

des Français interrogés souhaitent vieillir à domicile⁽⁶⁾

(5) Étude Xerfi 2022.
(6) Source : Ifop 2019.

- Positionnement sur l'ensemble du parcours patient, de la prévention jusqu'à l'accompagnement des patients chroniques à domicile (Asten Santé, DiaDom...)
- Acquisition d'happytal, spécialiste de la digitalisation du parcours hospitalier
- 1^{er} prêteur bancaire des hôpitaux publics avec 25% de parts de marché⁽¹⁰⁾
- En lien avec les départements et les acteurs de santé en territoire, contribution à la détection, l'évaluation et l'accompagnement des fragilités liées à l'âge ou à la maladie

- Renforcer l'offre proposée aux établissements et aux professionnels de santé autour du parcours patient et des services numériques
- Développer « l'aller vers » et accompagner le bien vieillir et le maintien à domicile sur tout le territoire (portage de repas, de médicaments...)

TRANSITION TERRITORIALE

La crise sanitaire a fait apparaître de nouvelles dynamiques urbaines, accélérées entre autres par le télétravail. Si ce nomadisme numérique bénéficie aux villes moyennes, il engendre également des inégalités, renforçant les fractures territoriales.

81 %

de la population française vit en espace urbain en 2021⁽⁷⁾

x2

Augmentation du nombre de tiers-lieux entre 2018 et 2022. 75% sont dédiés au coworking⁽⁸⁾

(7) Source : Statista.
(8) Source : France Tiers-Lieux, 2022.

- Un maillage territorial unique adapté aux évolutions des usages – 35 600 points d'accès aux services de La Poste en France
- Contribution au maintien de la cohésion territoriale en appui des politiques publiques et des priorités de la Caisse des Dépôts
- Développement sur le marché du coworking avec le rachat de Multiburo
- 1^{er} prêteur bancaire des collectivités avec 25% de parts de marché⁽¹⁰⁾

(10) Source : Finance Active au 31 décembre 2021.

- Multiplier les formats de présence physique dans les territoires avec 40 000 points d'accès à un service postal en 2025
- Devenir un acteur européen de premier plan sur le marché du coworking et des centres d'affaires avec un maillage de plus de 100 sites à l'horizon 2027

Des engagements forts au service de toute la société

▲
UNE 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. »

Coconstruite avec les postiers et les parties prenantes du groupe, la raison d'être de La Poste exprime le sens fondamental de ses activités au service de la société. Intemporelle, elle s'inscrit dans le prolongement de ses missions de service public et de son histoire, tout en établissant un pont avec le monde de demain.

▲
LES ENGAGEMENTS D'ENTREPRISE À MISSION

En 2021, La Poste est devenue la première entreprise publique française à adopter la qualité d'entreprise à mission, témoignant de sa détermination à être responsable et utile pour la société tout entière. Elle s'est dotée d'un comité de mission dédié : composé de personnalités qualifiées externes et de membres du conseil d'administration, il s'assure de la mise en œuvre des engagements sociétaux pris par La Poste en tant qu'entreprise à mission.

CONTRIBUER
au développement
et à la cohésion des territoires

FAVORISER
l'inclusion sociale

PROMOUVOIR
un numérique éthique,
inclusif et frugal

ŒUVRER
à l'accélération de la transition
écologique pour tous

► Pour en savoir +, consultez le rapport 2022 du comité de mission de La Poste.



Pour accompagner les grandes transitions - écologique et énergétique, numérique, démographique et sociale, territoriale - qui transforment nos sociétés, La Poste prend

des engagements forts. Elle conforte ainsi son positionnement d'entreprise à impact positif, conciliant performance économique et intérêt général.

▲
4 MISSIONS DE SERVICE PUBLIC

« Nos missions de service public sont inscrites dans la loi et leurs conditions de réalisation sont au cœur du contrat d'entreprise entre La Poste et l'État. Nos engagements en tant que société à mission relèvent quant à eux d'une démarche volontaire et autonome de l'entreprise. Ces deux logiques différentes s'enrichissent et contribuent conjointement à l'intérêt général. »



NICOLAS ROUTIER
Directeur général adjoint,
en charge du service public
et de la régulation

Le service universel postal

La Poste assure la levée et la distribution du courrier 6 jours sur 7 au domicile des Français, sur tout le territoire, à des prix encadrés et maîtrisés. Respectant les principes d'égalité, de continuité et d'adaptabilité, ce service concourt à la cohésion sociale et au développement équilibré des territoires.

L'aménagement du territoire

La Poste s'est engagée à maintenir au moins 17 000 points de contact afin d'assurer une présence postale sur l'ensemble du territoire. Premier réseau de proximité humaine en France, le réseau La Poste permet ainsi à 97 % de la population de résider à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture d'un point de contact.

Le transport et la distribution de la presse

Partout en France, et 6 jours sur 7, La Poste distribue près de 7 000 publications à des tarifs abordables. Une mission essentielle au pluralisme démocratique, qui garantit à tous les citoyens un accès égal à l'information.

L'accessibilité bancaire

La Banque Postale garantit un accès universel à des services bancaires gratuits, simples et indispensables pour des personnes exclues du système bancaire traditionnel et qui ont des besoins spécifiques. Le Livret A de La Banque Postale est l'instrument de cette accessibilité bancaire. Toute personne qui en fait la demande peut ouvrir un Livret A à partir de 1,50 euro et effectuer gratuitement des retraits ou des dépôts.

Un plan stratégique à 2030



UNE AMBITION...

ÊTRE LA PREMIÈRE PLATEFORME 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.

... ANIMÉE PAR 3 DYNAMIQUES...

- CONFORTER** le socle des activités historiques du groupe

- ACCÉLÉRER** le développement de ses moteurs de croissance actuels

- CONSTRUIRE** la croissance de demain

> P. 16

Au cours de son histoire, La Poste n'a cessé de se renouveler pour s'adapter et servir l'intérêt général. Elle a su construire un modèle multiactivité robuste et démontrer une forte capacité d'innovation et de diversification, au service d'une croissance rentable.

Avec son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », elle se donne les moyens de poursuivre cette transformation en accompagnant les grandes transitions – écologique et énergétique, numérique, démographique et sociale, territoriale – de notre temps.

... ET 7 PRIORITÉS...

- Client
- Présence
- Numérique
- Vert
- Citoyen
- International
- Pacte social et culture managériale

> P. 18

... AU SERVICE D'UN OBJECTIF STRATÉGIQUE...

ÊTRE UNE ENTREPRISE EN CROISSANCE RENTABLE, QUI A RÉUSSI SA TRANSFORMATION VERS UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PÉRENNE.

UN MODÈLE MULTIMÉTRIER ROBUSTE

Services-Courrier-Colis



Geopost



La Banque Postale



Grand Public et Numérique



> P. 24

Trois dynamiques au service de notre performance

« Réussir la transformation de La Poste, c'est atteindre, en 2025, un modèle économique autoporteur pour le groupe et pour chacune de ses activités. C'est ainsi que nous pourrons financer la poursuite de notre croissance et de notre diversification, au service de tous. »



YVES BRASSART
Directeur général adjoint du groupe La Poste, en charge des finances et du développement

3 DYNAMIQUES

LES DYNAMIQUES

CONFORTER LE SOCLE DES ACTIVITÉS HISTORIQUES DU GROUPE



Courrier



Réseau



Missions de service public

ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT DE SES MOTEURS DE CROISSANCE ACTUELS



Colis



Services à l'e-commerce



Bancassurance

CONSTRUIRE LA CROISSANCE DE DEMAIN



Services digitaux de confiance



Services de proximité humaine

LE CONTEXTE

- Poursuite de la chute du volume du courrier (de 18 milliards en 2008 à moins de 7 milliards en 2022)
- Baisse de la fréquentation en bureau de poste de plus de 50 % entre 2014 et 2022

- 13% du commerce total en Europe est capté par l'e-commerce⁽¹⁾
- 146,9 milliards d'euros (périmètre France) de chiffre d'affaires réalisé par le secteur de l'e-commerce en 2022⁽²⁾
- La Banque Postale, 11^e banque de la zone euro⁽³⁾

⁽¹⁾(2) Source : Fevad.
⁽³⁾ Sur la base des données publiées en 2021 issues d'un panel de 23 banques européennes.

- Besoin de sécurité et de confiance dans les échanges numériques
- Un système de santé confronté au vieillissement de la population

LES ENJEUX

- Être au rendez-vous de nos engagements de société à mission et de nos quatre missions de service public
- Sécuriser le financement de nos missions de service public

- Capter la croissance du colis
- Développer l'offre de services e-commerce (création de sites marchands, solutions de paiement, fidélisation de clients...)
- Transformer le modèle de bancassureur de La Banque Postale par la culture de l'impact

- Viser le leadership européen des services numériques de confiance au bénéfice de la souveraineté numérique en capitalisant sur le rôle de tiers de confiance de La Poste
- Répondre aux enjeux de santé de demain grâce à l'infrastructure territoriale, physique, humaine et digitale du groupe La Poste

LE PLAN D'ACTION

- Lancement le 1^{er} janvier 2023 d'une **nouvelle gamme courrier**
- Investissement de **800 millions d'euros d'ici à 2025 dans la modernisation du réseau** de distribution omnicanale, l'élargissement de la présence territoriale

- **2nd plan d'investissement de 450 millions d'euros sur 2023-2026** pour être en mesure de livrer plus de 1 milliard de Colissimo par an avant 2030
- **Renforcer l'offre de services e-commerce** en s'appuyant sur les acquisitions d'eShopWorld (ESW), Scalefast ou Pourdebon.com
- **Devenir la référence de la livraison durable** en assurant une livraison 100 % propre (zéro et faibles émissions) dans 350 villes en Europe à l'horizon 2025
- 3 leviers majeurs pour La Banque Postale :
 - **consolider le socle de la banque de détail**;
 - **accélérer la diversification** en s'appuyant sur CNP Assurances et la nouvelle Banque de Financement et d'Investissement citoyenne (BFI);
 - **développer un modèle innovant**, partenarial et international, au Brésil et en Italie notamment

L'engagement sociétal au cœur de nos 7 priorités stratégiques

Pour mettre en œuvre son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », le groupe a défini 7 priorités. Considérant sa performance économique et sa

démarche d'engagement sociétal comme indissociables, il déploie en synergie ses priorités et ses engagements sociétaux d'entreprise à mission.



CLIENT

Servir les clients au plus haut niveau de qualité, innover pour rester leur intermédiaire privilégié, développer la relation client responsable et conquérir de nouvelles clientèles (professionnels, jeunes...).

EN ACTION ▶ 800 M€ seront investis d'ici à 2025 dans la modernisation du réseau de distribution omnicanale du groupe : 500 M€ pour rénover l'ensemble des bureaux de poste d'ici à 2027 et 300 M€ pour renforcer l'écosystème digital.



NUMÉRIQUE

Accélérer la transformation digitale, développer les services de confiance numérique et contribuer à l'inclusion numérique.

EN ACTION ▶ 1,7 million d'Identités Numériques La Poste créées à fin 2022 (x 3 en 1 an), développement de nouveaux usages comme le retrait de colis en bureau de poste possible avec L'Identité Numérique La Poste.



PRÉSENCE

S'affirmer toujours plus présent, grâce à la puissance combinée de ses réseaux physiques, numériques et humains, pour servir le développement.

EN ACTION ▶ 35 600 points d'accès aux services de La Poste en 2022 (contre 32 400 en 2020), accueillant les clients sur l'ensemble du territoire.



VERT

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

EN ACTION ▶ 600 M€ investis dans le transport bas carbone dont 200 M€ pour doubler le nombre de véhicules électriques et 400 M€ pour convertir la flotte de transport de moyenne et longue distance vers les énergies bas carbone.

4 ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX



▶ CONTRIBUER au développement et à la cohésion des territoires

10,9 Mds€

consacrés au financement des PME/ETI.

▶ FAVORISER l'inclusion sociale

3,1 millions

de clients de La Banque Postale accompagnés en situation de vulnérabilité financière.

▶ PROMOUVOIR un numérique éthique, inclusif et frugal

474 000

personnes en situation d'illectronisme accompagnées, formées ou équipées par La Poste et ses partenaires en 2022.

▶ CEUVRER à l'accélération de la transition écologique pour tous

-6%

de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) pour les activités colis (Geopost et la branche Services-Courrier-Colis) par rapport à 2021.



CITOYEN

S'affirmer dans sa nouvelle qualité de société à mission. Donner les preuves de sa responsabilité citoyenne, sociale et sociétale.

EN ACTION ▶ Le groupe La Poste a lancé avec succès sa première émission obligataire durable (Sustainable Bond) pour un total de 1,2 milliard d'euros. Les fonds levés serviront à financer des projets dans les domaines verts et sociaux. Le groupe avait déjà levé 500 millions d'euros en 2019 pour financer des projets verts (Green Bond).



INTERNATIONAL

Dépasser les frontières géographiques en captant la croissance internationale.

EN ACTION ▶ Le groupe La Poste, présent dans plus de 60 pays, réalise 44% de son chiffre d'affaires à l'international (41% en 2021).



PACTE SOCIAL ET CULTURE MANAGÉRIALE

Renforcer la fierté et l'engagement des postiers, déployer l'accord social 2021-2023 « La Poste, engagée avec les postiers » et mettre en œuvre une organisation agile.

EN ACTION ▶ 86,9% des collaborateurs du groupe La Poste ont suivi au moins une formation en 2022 (périmètre Europe).

En interaction avec toutes nos parties prenantes

UN OUTIL DE RÉFÉRENCE

UNE LARGE CONSULTATION

LA MATRICE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ (2022)

UNE MÉTHODOLOGIE ROBUSTE

Pour minimiser ses impacts et maintenir une création de valeur durable, le groupe La Poste identifie et priorise les principaux enjeux ESG – environnementaux, sociaux, sociétaux et de gouvernance – partagés avec ses parties prenantes. Pour y parvenir, il s'appuie sur un outil de référence : la matrice de double matérialité. Prenant la forme concrète et visuelle d'une matrice de points, cette cartographie classe les enjeux de l'entreprise selon leur importance (cruciaux, majeurs, importants, secondaires...) et leur nature (sujet social, sociétal, environnement, gouvernance...). Elle résulte d'une méthodologie robuste :

- prise en compte de l'ensemble des activités du groupe;
- sélection de 25 enjeux sur la base d'un benchmark sectoriel international;
- prise en compte des impacts de l'entreprise sur son écosystème et des impacts de l'écosystème sur l'entreprise (double matérialité);
- analyse des impacts négatifs et positifs ainsi que des risques et opportunités;
- méthodologie basée sur les référentiels internationaux (ODD, GRI, TCFD...);
- anticipation des attendus réglementaires en lien avec la directive CSRD (1).

(1) La méthodologie intègre les recommandations contenues dans les projets de normes ESRS (European Sustainability Reporting Standards) publiés par l'Efrag en lien avec la directive CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) de l'Union européenne.

UNE VISION CLAIRE ET PARTAGÉE DES PRIORITÉS

La matrice intègre plus de 5 000 contributions de toutes les parties prenantes du groupe :

- collaborateurs et syndicats;
- clients (consommateurs, clients professionnels et associations, entreprises et collectivités locales);
- fournisseurs et sous-traitants;
- élus, régulateurs, agences de notation et certificateurs;
- actionnaires, membres du comité exécutif, membres du comité de mission.

Cette matrice fait ressortir en particulier trois enjeux majeurs : « climat et transition bas carbone », « satisfaction client et qualité de service » et « santé, sécurité et bien-être ». Ces trois enjeux sont en forte résonance avec la stratégie du groupe et les quatre axes de son engagement sociétal.

Par ses multiples métiers et son envergure, le groupe La Poste est en prise avec un écosystème riche et complexe de parties prenantes. Il entretient avec elles un dialogue continu, à travers des interactions quotidiennes, des dispositifs d'écoute

et de mesure de leur perception et de larges consultations périodiques. Intégrant leurs attentes au cœur de ses orientations stratégiques, il a, en 2022, construit avec elles une cartographie partagée des enjeux actuels et à venir.

