



— 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

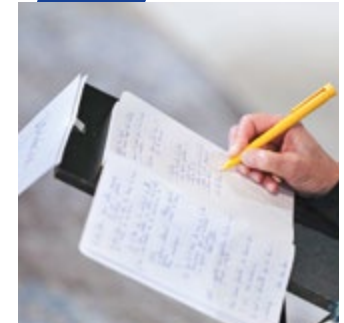
clients entreprises invités par la branche Services-Courrier-Colis à contribuer sur laposte.fr/2030.

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

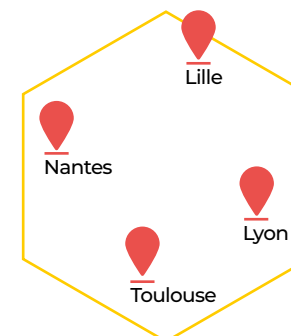
ateliers avec les écosystèmes numériques en région.



Un dialogue au cœur
des territoires

4

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



Des postiers
engagés et fiers

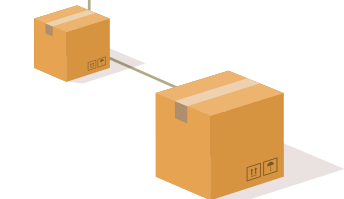
Durant ces différentes consultations, les postiers se sont exprimés sur ce qui fait la force de La Poste et renforce leur fierté.

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
financeur 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 du 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 4 000 villes signataires, 12 000 boutiques et 170 000 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 7 000 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 bistro 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.

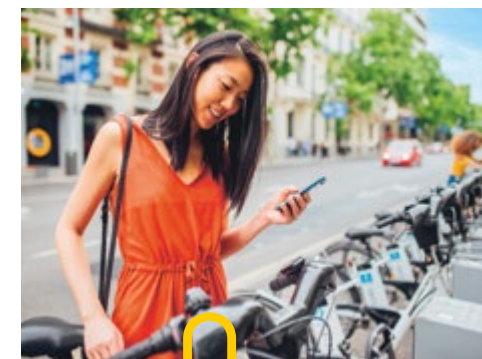
30%
de réduction des émissions de GES à 2025.

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.

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.

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).

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

la démarche volontariste anticipant la loi Élan, qui fixe un objectif de baisse de la consommation d'énergie finale pour les immeubles tertiaires de plus de 1000 m² de - 40% en 2030.



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

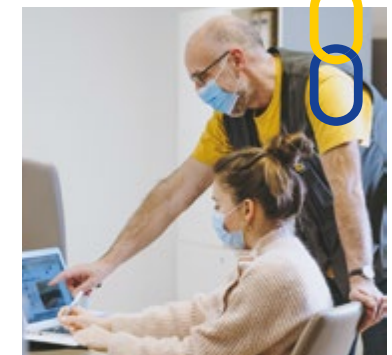
70 000 seniors bénéficient des services du numérique grâce la tablette Ardoiz, un outil à l'ergonomie simplifiée et adaptée aux seniors créée par la start-up Tikeasy. Le centre communal d'action sociale de la petite commune de Mathay a ainsi pu acheter 13 tablettes Ardoiz en partenariat avec l'agence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

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.

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.





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.

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



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.

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 ».



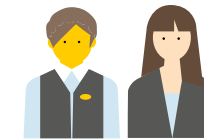
Qualité de vie au travail, une priorité

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.

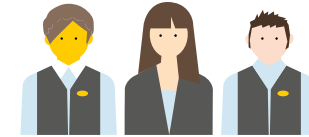
La Poste, employeur responsable



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.