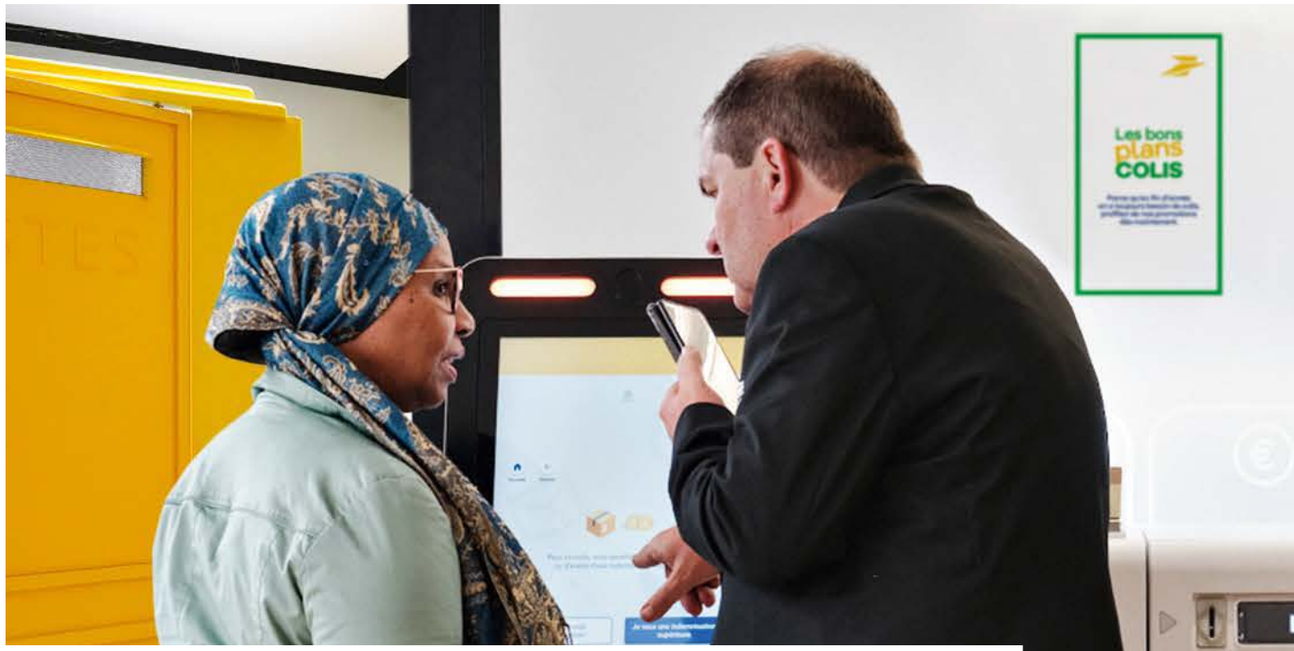
ÊTRE UN GROUPE À IMPACT POSITIF



Pour le groupe La Poste, l'impact témoigne de la manière dont ses activités et ses initiatives influent de manière positive et tangible sur les populations, les territoires et l'environnement, à chaque étape de sa chaîne de valeur. Illustrations.







P. 66 — Lutter contre l'isolement et favoriser le bien vieillir
P. 68 — Financer la transition écologique des collectivités
P. 70 — Faciliter l'accès à l'inclusion numérique
P. 72 — Construire des relations durables avec les partenaires et fournisseurs
P. 74— Piloter la stratégie de décarbonation avec le budget carbone
P. 76 — Porter les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 dans les territoires

Lutter contre l'isolement et favoriser le bien vieillir

Alors que les seniors sont de plus en plus nombreux, 9 personnes âgées sur 10 souhaitent vieillir chez elles [1]. Rester à domicile peut néanmoins se traduire par un isolement et des difficultés d'accès aux services essentiels. Le groupe La Poste répond à cet enjeu sociétal avec une palette de services, comme le portage de repas.

(1) Source : enquête Harris Interactive, novembre 2022.

CARTE D'IDENTITÉ DE NOTRE IMPACT

Activité concernée
Branche Services-Courrier-Colis.

Positionnement sur notre chaîne de valeur
Aval (clients et consommateurs finaux).

Enjeu matériel
Assurer nos missions de service public et servir l'intérêt général.

Parties prenantes
Société et collectivités.

10,1 millions
de repas livrés dans toute la France en 2024.

UNE TOURNÉE, DES REPAS ET DU LIEN SOCIAL

6 h 30

La journée de Sylvie, factrice, commence à La Poste de Labège (Haute-Garonne). Elle vérifie la propreté du véhicule, récupère les repas préparés pour sa tournée et en contrôle la température. « Chaque repas, c'est aussi une visite attendue par les personnes que je livre », explique Sylvie.

7 h 30

Les livraisons commencent. Sylvie livre 40 bénéficiaires par jour pour le compte du Sicoval, une communauté d'agglomération proche de Toulouse. Ses visites sont l'occasion d'échanger, de vérifier que tout va bien et d'assurer une veille discrète mais essentielle. Lorsqu'une personne ne répond pas, Sylvie déclenche un signalement via son smartphone Facteo, permettant à l'agglomération ou aux familles d'être alertées.





UN SERVICE ÉTENDU À TOUT LE TERRITOIRE

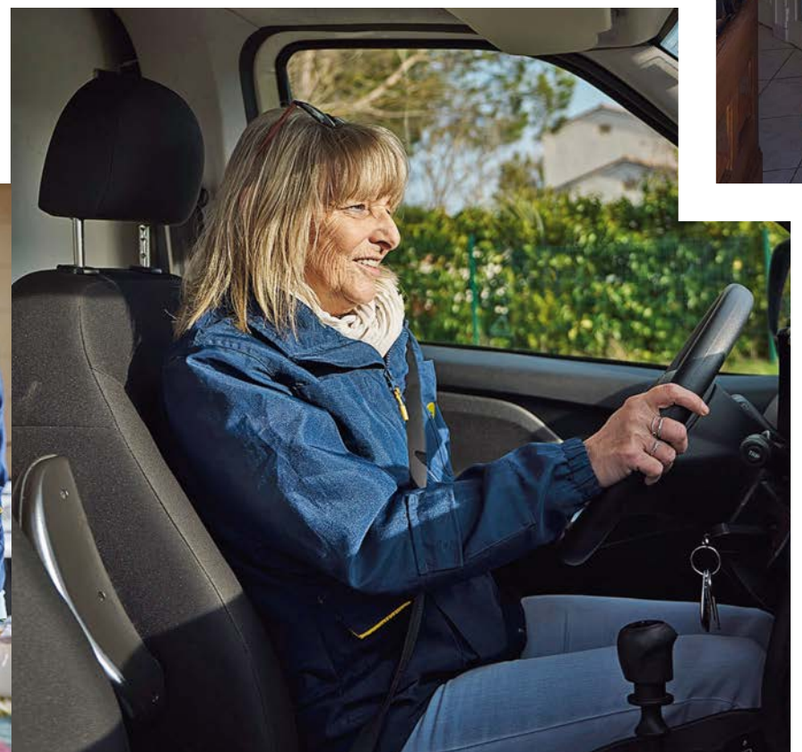
En partenariat avec les collectivités locales, ce service est déployé sur l'ensemble du territoire, y compris dans les zones les plus reculées. Il renforce l'autonomie et la socialisation des plus fragiles, et s'accompagne parfois de portage de médicaments.

> **Dans des régions parfois isolées, il n'y a pas d'autre acteur que La Poste capable d'offrir ce service de qualité. Les facteurs sont des maillons essentiels du lien social pour les habitants.**
>
> **JONATHAN AZARO**
> Directeur général des services, Communauté de communes des Pyrénées Audoises

13 h 30

En fin de tournée, les repas non distribués sont récupérés par des associations partenaires comme la Croix-Rouge, évitant ainsi le gaspillage.





> **Je ne fais pas que livrer des repas. J'apporte du réconfort et de la convivialité, ce qui compte beaucoup dans le quotidien des personnes âgées isolées.**
>
> **SYLVIE**
> Factrice à Labège



Financer la transition écologique des collectivités

Depuis avril 2025, le trolleybus 100 % électrique de la ligne 1 circule dans les rues de la métropole du Grand Nancy. Un projet d'envergure soutenu par un prêt vert de La Banque Postale. Patrick Hatzig, vice-président de la métropole en charge des mobilités, revient sur cette initiative porteuse d'avenir.

Pour en savoir plus sur ce projet, écoutez l'interview de Patrick Hatzig en scannant le QR code.

CARTE D'IDENTITÉ DE NOTRE IMPACT

Activité concernée
La Banque Postale.

Positionnement sur notre chaîne de valeur
Aval (clients et consommateurs finaux).

Enjeu matériel
Accélérer la décarbonation des activités du groupe et soutenir celle de ses clients (impact : participation à la transition de la France/des territoires vers une économie bas carbone).

Parties prenantes
Société et collectivités.

1 Md€
de prêts verts accordés aux collectivités locales par La Banque Postale en 2024.

Les transports sont responsables d'une part importante des émissions de CO_2 de notre territoire. En 2023, nous nous sommes engagés à réduire de 86 % les émissions de gaz à effet de serre des mobilités d'ici à 2050 (par rapport à 2019), afin d'atteindre nos objectifs de contribution à la neutralité carbone à l'horizon 2050 tels que fixés par le plan climat-air-énergie territorial.

Alors que plus de la moitié des trajets métropolitains en voiture font moins de 3 km, nous souhaitons proposer des alternatives décarbonées et simples d'usage. La ligne 1, qui accueillera les 25 trolleybus électriques, était pour nous une priorité car elle était vieillissante et constitue l'épine dorsale des transports en commun de Nancy. Le trolleybus présente de nombreux avantages, comme l'augmentation de la fréquence de passage, la capacité d'accueil ou encore une meilleure accessibilité, en particulier pour les personnes à mobilité réduite.

Pour concrétiser ce projet, nous avons bénéficié d'un prêt vert de La Banque Postale spécialement dédié aux initiatives à fort impact environnemental. Notre collaboration montre que les collectivités locales et les acteurs bancaires peuvent unir leurs forces pour construire un avenir durable !

Ce projet incarne ce que les collectivités peuvent accomplir pour répondre aux défis climatiques, mais aussi économiques en participant à l'attractivité des territoires et à la qualité de vie des citoyens. En effet, le trolleybus va permettre de réduire la pollution sonore et atmosphérique et d'offrir plus d'espaces végétalisés, aussi propices à la biodiversité. Il incarne pleinement la transition écologique et sociale que nous devons mener à l'échelle locale.

PATRICK HATZIG
Vice-président de la métropole en charge des mobilités

Faciliter l'accès à l'inclusion numérique

Depuis 2023, à Laval, Pand@ (point d'accompagnement numérique aux démarches administratives) sillonne les rues, les pieds d'immeuble et les espaces publics. À bord d'un triporteur électrique, des médiateurs spécialisés vont à la rencontre des citoyens pour les aider à s'approprier les outils numériques. Soutenu par La Poste, en partenariat avec le Groupement local d'employeurs d'agents de médiation (Gleam), Pand@ vise à réduire la fracture numérique tout en créant du lien social.

CARTE D'IDENTITÉ DE NOTRE IMPACT

Activité concernée
Branche Grand Public et Numérique.

Positionnement sur notre chaîne de valeur
Aval (clients et consommateurs finaux).

Enjeu matériel
Accompagner la transformation digitale et favoriser la confiance numérique.

Partie prenante
Société.

+ de 788 000 personnes
détectées, accompagnées, formées et équipées dans l'usage du numérique par La Poste en 2024.



UN DISPOSITIF QUI S'ADAPTE AUX USAGES ET AUX BESOINS

L'une des forces de Pand@ est son adaptabilité. Les médiateurs accompagnent les habitants avec leurs propres outils numériques – smartphones, tablettes ou ordinateurs – afin de favoriser leur autonomie. Le triporteur intervient également en horaires décalés, jusqu'à 22 heures en soirée et le week-end, pour toucher une population éloignée des dispositifs traditionnels. Les permanences régulières, devant le bureau de poste labellisé France services de Laval Saint-Nicolas, renforcent l'impact du dispositif en s'inscrivant dans un cadre local et accessible en étroite collaboration avec les chargés de clientèle.

La Poste et le Gleam se sont rapprochés, il y a maintenant plus de quinze ans, avec des missions qui n'ont cessé d'évoluer pour accompagner la numérisation croissante de la société. En 2024, le Gleam a assuré 1650 heures de médiation sociale et numérique dans 8 bureaux de poste de la Mayenne et de la Sarthe et a aidé 300 personnes dans leurs démarches en ligne. Cette initiative s'inscrit pleinement dans l'ambition de La Poste d'accompagner 1 million de personnes par an à l'usage du numérique d'ici à 2030.

Pour en savoir plus sur le dispositif Pand@, écoutez l'interview de Jérémy Chazeau en scannant le QR code.



Alors que la digitalisation de la société s'accélère, encore 15 % de la population française est en situation d'illectronisme. Notre rôle est d'aller là où sont les besoins. Le dispositif Pand@ est une réponse concrète pour simplifier l'accès au numérique tout en soutenant les publics les plus fragiles.

GUILLAUME MONSALLIER
Délégué territorial du groupe La Poste pour la Sarthe et la Mayenne

Dans la plupart des cas, c'est le manque de confiance en soi qui freine les démarches. Nous sommes là pour accompagner et rassurer, mais aussi pour diagnostiquer leurs pratiques et les orienter vers des solutions adaptées, comme les ateliers de sécurité en ligne organisés à L'Étape Numérique.

LAËTITIA DELALANDE
Coordinatrice au Gleam

En 2024, le Gleam a assuré 2 700 actes liés à la médiation numérique. Nous donnons aux usagers les clés essentielles pour simplifier l'accès aux services du quotidien (CPAM, démarches fiscales, etc.). C'est une manière de favoriser l'inclusion sociale et la réassurance pour tous.

JÉRÉMY CHAZEAU
Directeur du Gleam

Construire des relations durables avec les partenaires et fournisseurs

En 2024, Geopost a renforcé son engagement auprès de ses partenaires et fournisseurs en matière de droits humains. Bas Janssen, porteur du programme, présente le dispositif « Partenaire de référence ».

CARTE D'IDENTITÉ DE NOTRE IMPACT

Activité concernée
Geopost.

Positionnement sur notre chaîne de valeur
Amont (fournisseurs).

Enjeu matériel
Mener une politique d'achats responsables (impact : influence sur les fournisseurs et prestataires en matière de pratiques sociales et environnementales) ; veiller à l'éthique des pratiques d'affaires du groupe (impact : pratiques responsables des affaires).

Parties prenantes
Fournisseurs et sous-traitants.

14 initiatives
au sein des filiales de Geopost.



Nos sous-traitants et partenaires transporteurs sont essentiels : ils assurent l'acheminement des colis jusqu'au dernier kilomètre. Avec notre programme « Partenaire de référence », nous voulons leur permettre de grandir avec Geopost, tout en améliorant leurs pratiques sociales et environnementales. Nous voulons aussi solidifier nos relations sur des bases durables, éthiques et justes.

En 2024, nous avons renforcé notre engagement en signant un nouvel avenant à notre accord mondial en matière de droits humains avec la fédération syndicale internationale UNI Global Union. À travers cet accord, nous cherchons à renforcer le dialogue social au sein de toutes les entités de Geopost.

En complément, nous déployons 14 initiatives au sein de nos filiales pour répondre aux besoins de nos partenaires. Nous en mesurons leur impact par l'étude annuelle d'un baromètre des partenaires. Il s'agit d'un dispositif pionnier et innovant au sein de notre industrie.

Ce programme nous permet de créer des relations de confiance à long terme, bénéfiques pour tous. Nos partenaires gagnent en stabilité, en conditions de travail décentes et en opportunités de croissance. En parallèle, nous progressons ensemble vers un modèle plus durable en soutenant la décarbonation de nos activités. Ce partenariat gagnant-gagnant est essentiel pour nous positionner comme un acteur de référence dans la livraison durable et inspirer les autres acteurs du secteur.

BAS JANSSEN
Directeur des opérations Europe chez Geopost



Piloter la stratégie de décarbonation avec le budget carbone

En 2024, le groupe La Poste a conçu et déployé le budget carbone. Un outil innovant qui a pour objectif de piloter sa trajectoire de décarbonation. Claire Baritaud (La Poste) et Laure Lemarquis (WWF) présentent ce nouvel outil.

CARTE D'IDENTITÉ DE NOTRE IMPACT

Activité concernée
Toutes (hors portefeuille d'investissement).

Positionnement sur notre chaîne de valeur
Ensemble de la chaîne de valeur.

Enjeu matériel
Accélérer la décarbonation des activités du groupe et soutenir celle de ses clients.

Partie prenante
Société.

Réduction de
–6,8 % des émissions de GES
Soit –306 768 teqCO_2 vs 2023 (1).

(1) Calculé sur un périmètre groupe sur l'ensemble des catégories SBTi : émissions directes (scopes 1 et 2) et émissions indirectes (scope 3), catégories 3.1 (achats), 3.3, 3.4 (sous-traitance transport) et 3.7 (trajet domicile-travail).



CLAIRE BARITAUD
Directrice politiques, expertise et programmation à la direction de l'engagement sociétal du groupe La Poste



LAURE LEMARQUIS
Directrice du pôle transformation des entreprises au WWF France

Comment le WWF accompagne le groupe La Poste sur le sujet de la décarbonation ?

Laure : Au WWF, nous accompagnons le groupe La Poste dans sa démarche et son ambition du zéro émission nette à 2040. Nous apportons des conseils sur la stratégie de décarbonation de moyen à long terme, par exemple, sur les énergies retenues pour la logistique moyenne et longue distance.

Pouvez-vous expliquer ce qu'est le budget carbone ?

Claire : Le budget carbone, c'est notre outil pour piloter nos émissions de gaz à effet de serre avec la même rigueur que nos finances. Il repose sur deux dimensions : les tonnes de CO_2 à réduire et les euros à investir pour y parvenir. Chaque entité du groupe est responsable de sa part du budget et doit justifier ses choix en termes d'impact environnemental. C'est à la fois pragmatique et ambitieux.

Cet outil de pilotage semble marquer un changement culturel. Pouvez-vous en dire plus ?

Claire : Il a fallu rapprocher deux mondes : la finance et la responsabilité sociétale des entreprises (RSE). Former les financiers à mesurer les impacts environnementaux et les experts climat à comprendre les exigences budgétaires a été un vrai défi. Mais aujourd'hui, cette collaboration crée une nouvelle culture d'entreprise, où chaque décision associe durabilité et rentabilité.

Au-delà du budget carbone, quels résultats pour le groupe La Poste en matière de décarbonation de ses activités ?

Claire : Nous avons réduit de 35 % nos émissions de gaz à effet de serre entre 2013 et 2023. Cela passe par des actions concrètes, comme l'électrification de plus de 20 000 véhicules. Les bénéfices sont multiples : moins de polluants atmosphériques et moins de bruit signifient aussi une meilleure qualité de vie pour nos concitoyens.

Laure : Nous travaillons également ensemble sur des projets liés au score écologique de la livraison, qui permettent de sensibiliser les consommateurs aux impacts environnementaux de leurs choix et de les faire devenir acteurs du changement. Par ailleurs, nous cherchons à lier en permanence les enjeux climatiques et la biodiversité. C'est une priorité pour les années à venir de notre partenariat, que cela soit au niveau de l'impact sur la biodiversité dans nos consultations sur la stratégie de décarbonation ou, plus largement, au niveau du lien entre carbone et biodiversité dans la politique de séquestration du groupe La Poste, ou nos travaux communs autour de certificats biodiversité.

Pour en savoir plus sur la collaboration entre le groupe La Poste et le WWF, écoutez l'interview de Laure Lemarquis en scannant le QR code.

Porter les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 dans les territoires

Déjà présente lors des Jeux Olympiques de Paris en 1924, La Poste était, avec Geopost, en 2024 « Supporteur Officiel » de l'événement. De l'animation des bureaux de poste à l'émission de timbres collectors, en passant par les Relais de la Flamme, l'engagement de l'ensemble des postières et postiers a contribué au rayonnement des Jeux Olympiques et Paralympiques dans tous les territoires. Retour en images sur cette mobilisation hors norme.

1. Partenaire technique des Relais de la Flamme Olympique et Paralympique de Paris 2024, La Poste a permis à 140 postières et postiers d'entrer dans l'histoire des Jeux de Paris 2024 en devenant porteurs de la Flamme.
2. 40 000 véhicules, boîtes aux lettres et chariots de La Poste aux couleurs des Jeux de Paris 2024 partout en France.
3. La Poste a édité en un temps record un timbre collector de la vasque olympique, emblème de Paris 2024.
4. Pendant toute la période des Jeux de Paris 2024, La Poste a ouvert trois bureaux de poste éphémères situés respectivement au Village des Athlètes, au Main Press Center, au palais des congrès de Paris, et à l'International Broadcast Center, au Bourget, pour les médias et les équipes techniques.

1.



« C'était un moment incroyable ! Je suis fière d'avoir représenté La Poste en Martinique. C'est une expérience unique que j'ai eu la chance de vivre. »

DELPHINE CURTO
Cheffe de projet
(service transverse)

2.



3.



CHIFFRES CLÉS

1er

La Poste est lauréate du trophée Stratégies x Kantar Media du Supporteur Officiel de Paris 2024 parmi les 30 entreprises « Supporteurs » (1).

15 000

clients dans les 3 bureaux de poste éphémères.

8e

marque la plus visible sur les réseaux sociaux pendant les Jeux de Paris 2024, La Poste a contribué au rayonnement des Jeux et à la valorisation de l'engagement des postiers (2).

(1) Trophée Stratégies x Kantar Media 2024, Top annonceurs de l'année.

(2) Visibrain, plateforme de social listening.

4.

« Grâce au partenariat conclu entre La Poste et Orange, 90 % des bornes Wi-Fi et 78 % des switches que nous avons installés sur les sites olympiques seront réutilisés dans des sites de La Poste dès 2025. Je suis fière que ces équipements de premier choix trouvent une seconde vie chez notre client La Poste. Cette collaboration illustre notre engagement pour un avenir durable et connecté. »

ALIETTE MOUSNIER-LOMPRÉ
Directrice générale
d'Orange Business

