UNE ENTREPRISE TRANSFORMÉE, TOURNÉE VERS L'AVENIR

En quelques années, le groupe La Poste a profondément diversifié ses activités et transformé son modèle stratégique pour assurer sa pérennité. Aujourd'hui, face à de nouveaux défis, il s'appuie sur son modèle stratégique pour atteindre une croissance durablement rentable et responsable, avec pour ambition d'amplifier ses impacts positifs.





P. 10 — Des engagements forts aux impacts positifs
P. 12 — Bâtir un modèle d'entreprise durable
P. 14 — Un plan stratégique pour viser une croissance rentable et responsable
P. 16 — La force d'un groupe multiactivité

Des engagements forts aux impacts positifs

Guidé par sa raison d'être, le groupe La Poste accompagne les grandes transitions sociétales en conciliant utilité sociale, proximité et responsabilité. En réalisant ses missions de service public et en déployant ses engagements d'entreprise à mission, il se mobilise pour générer un impact positif au service de l'intérêt général.

QUATRE MISSIONS DE SERVICE PUBLIC

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 abordables et encadrés par un régulateur indépendant. Respectant les principes d'égalité, de continuité et d'adaptabilité, ce service concourt à la cohésion sociale et au développement équilibré des territoires.

AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

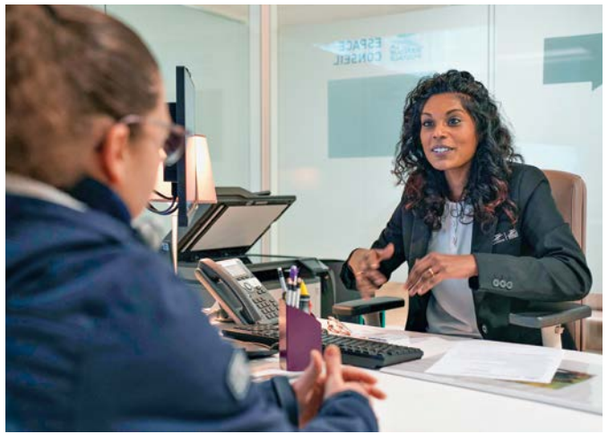
La Poste assure la présence d'au moins 17 000 points de contact sur l'ensemble du territoire. Premier réseau de proximité humaine en France, le réseau La Poste permet ainsi à 97 % de la population de disposer d'un point de contact postal à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture.

TRANSPORT ET 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.

ACCESSIBILITÉ BANCAIRE

Toute personne qui en fait la demande peut ouvrir un Livret A et y effectuer des retraits ou des dépôts à partir de 1,50 euro, et ceci gratuitement. La Banque Postale garantit ainsi aux personnes exclues du système bancaire classique un accès universel à des services bancaires essentiels, simples et gratuits.



Pour en savoir plus sur les engagements d'entreprise à mission de La Poste, scannez le QR code.

UNE RAISON D'ÊTRE

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.

« 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. »

QUATRE ENGAGEMENTS D'ENTREPRISE À MISSION

En lien avec sa raison d'être, La Poste, entreprise à mission depuis 2021, a défini 4 engagements sociétaux et environnementaux, inscrits dans ses statuts, qu'elle se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité. Leur mise en œuvre est suivie par le comité de mission, composé de personnalités qualifiées externes et de membres du conseil d'administration. Les 4 engagements du groupe sont articulés avec les 17 objectifs de développement durable définis par l'ONU [1] en 2015.

(1) Le groupe La Poste contribue à la feuille de route de la France dans le cadre des objectifs de l'ONU en matière de développement durable.

TRANSITIONS	ENGAGEMENTS	OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE
TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET ÉNERGÉTIQUE	ŒUVRER À L'ACCÉLÉRATION DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE POUR TOUS	3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE · 7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE · 11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES · 12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES · 13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES · 15 VIE TERRESTRE
TRANSITION NUMÉRIQUE	PROMOUVOIR UN NUMÉRIQUE ÉTHIQUE, INCLUSIF ET FRUGAL	1 PAS DE PAUVRETÉ · 4 ÉDUCATION DE QUALITÉ · 9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE · 10 INÉGALITÉS RÉDUITES · 12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES · 13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES · 16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES
TRANSITION DÉMOGRAPHIQUE ET SOCIALE	FAVORISER L'INCLUSION SOCIALE	1 PAS DE PAUVRETÉ · 3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE · 4 ÉDUCATION DE QUALITÉ · 10 INÉGALITÉS RÉDUITES · 11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES
TRANSITION TERRITORIALE	CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ET À LA COHÉSION DES TERRITOIRES	8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE · 9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE · 10 INÉGALITÉS RÉDUITES · 11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES

Bâtir un modèle d'entreprise durable

Pour réaliser son objectif stratégique d'une croissance durablement rentable et responsable, le groupe La Poste aborde les enjeux financiers et extra-financiers de manière intégrée. Stéphanie Berlioz, directrice générale adjointe, en charge des finances, et Nicolas Routier, directeur général adjoint, en charge du service public et de la régulation, évoquent cette dynamique.



STÉPHANIE BERLIOZ
Directrice générale adjointe du groupe La Poste, en charge des finances



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

Le groupe La Poste entend être « durablement rentable et responsable ». Qu'est-ce que cela signifie ?
Nicolas Routier : Cela consiste à bâtir un modèle d'entreprise qui soit structurellement viable sur le plan économique, tout en mesurant et en maîtrisant les impacts de notre groupe sur son environnement et sur ses parties prenantes. Nous n'assurerons la pérennité de notre entreprise qu'en combinant ces deux dimensions et, surtout, en le faisant dans la durée. Aujourd'hui, nous montrons déjà qu'on peut être à la fois rentable et responsable. Demain, nous allons prouver que, pour être rentable sur le long terme, il faudra impérativement être responsable. L'un n'ira pas sans l'autre. Il s'agit d'une direction extrêmement forte pour nous, vers laquelle nous avançons très vite.

Dans cette perspective, le groupe La Poste lie de plus en plus étroitement le financier et l'extra-financier. Comment cela se traduit-il concrètement ?
Stéphanie Berlioz : Nous combinons ces deux dimensions dans notre reporting, quand nous rendons compte de nos performances à nos parties prenantes. Nous les associons aussi dans des instruments de pilotage coconstruits par la direction de l'engagement sociétal et la direction financière. Je pense, par exemple, au budget carbone que nous avons mis en place en 2024 : il est élaboré conjointement avec le budget financier, dans le même calendrier, et il est validé par les mêmes instances (voir page 74).

Les arbitrages de toute nature sont désormais effectués de manière intégrée, en prenant en compte les aspects financiers et extra-financiers. Et cela dans tous les organes de gouvernance du groupe, depuis les instances qui décident des investissements jusqu'au conseil d'administration.

Comment maintenir cette dynamique dans un contexte économique complexe ?
Stéphanie Berlioz : En nous dotant d'outils adaptés pour piloter nos trajectoires financières et extra-financières de manière pragmatique. En étant capable de moduler le rythme que nous impulsons pour atteindre nos objectifs sur ces deux dimensions. En sachant aussi faire de brèves pauses quand c'est nécessaire, pour mieux accélérer ensuite.

Nicolas Routier : Maintenir cette dynamique n'est pas une option, c'est un impératif au-delà des réglementations qui s'imposent à nous. Le dérèglement climatique est là, ses impacts sur le coût des ressources et nos conditions de vie sont inéluctables. Nous nous y préparons dès maintenant. Adapter notre modèle est un processus lourd, complexe et coûteux, mais c'est un passeport pour l'avenir et nous avons toutes les cartes en main pour y parvenir (voir ci-contre).



S'adapter au changement climatique

Le changement climatique est une menace à long terme dont les effets sont déjà visibles. Un monde plus chaud, avec des événements climatiques extrêmes plus fréquents, présente des risques pour la durabilité des actifs de l'entreprise, ainsi que des risques opérationnels pouvant entraîner des pertes de revenus pour le groupe La Poste. Cela peut aussi impacter la santé et la sécurité des collaborateurs. L'actualisation annuelle de la cartographie des risques du groupe fait ressortir le changement climatique comme l'un des risques majeurs auxquels l'entreprise est particulièrement exposée.

Dans ce contexte, le groupe anticipe pour :
- garantir la résilience climatique sur la durée de ses 11 000 sites immobiliers, qu'il s'agisse de bâtiments tertiaires ou de production ;
- identifier et prévenir les impacts du changement climatique sur les collaborateurs. De nombreuses expérimentations sont en cours : filets d'ombrage, tee-shirts antitranspirants, gilets rafraîchissants, bracelets d'alerte, etc. ;
- faire évoluer son modèle d'affaires en intégrant pleinement le sujet de l'économie circulaire comme une source d'opportunités et de création de valeur.

Un plan stratégique pour viser une croissance rentable et responsable

Porté par la raison d'être du groupe, le plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous » a été lancé en 2021 et actualisé en 2023. Il fixe le cap d'une croissance rentable et responsable en France et à l'international et vise à développer les impacts positifs du groupe.





QUATRE DYNAMIQUES DE DÉVELOPPEMENT PORTÉES PAR LES BRANCHES

Chaque branche a défini son ambition stratégique à 2030, déclinée en quatre dynamiques de développement :

- **défendre le socle :** conforter et adapter les activités cœur et historiques du groupe, le maillage des bureaux de poste, des facteurs et des missions de service public ;
- **accélérer les moteurs de croissance :** profiter pleinement de l'essor de l'e-commerce en France et dans le monde, et maintenir la position de leader des opérateurs logistiques du groupe ; et être un acteur majeur de bancassurance, engagé dans la finance durable, au service des particuliers et des acteurs en territoire ;
- **construire la croissance de demain :** développer les activités du groupe autour de la confiance numérique et des services de proximité humaine ;
- **accroître l'exigence en termes de rentabilité et de taille critique :** dans un contexte économique instable et un contexte géopolitique incertain, nécessité de renforcer le suivi des indicateurs de performance et la maîtrise des risques.

QUATRE LEVIERS D'ACTION POUR RENFORCER NOTRE IMPACT

La croissance des branches est soutenue par quatre leviers d'action transverses pour développer les impacts positifs du groupe :

- **satisfaction client :** servir les clients au plus haut niveau de qualité, rester l'intermédiaire privilégié du client et conquérir de nouvelles clientèles ;
- **engagement social et environnemental :** s'engager en tant qu'entreprise leader de la transformation écologique pour le groupe et pour ses clients. En tant qu'entreprise à mission, placer la citoyenneté au cœur des actions du groupe, affirmer ses engagements en faveur d'une transition juste au plus près des territoires et garder son leadership dans la finance durable ;
- **pacte social et culture managériale :** mener la transformation du groupe avec les postières et postiers, accompagnés et formés dans leurs parcours professionnels et mettre en œuvre une organisation plus agile ;
- **digitalisation et innovation :** la digitalisation et l'innovation sont au cœur de la transformation du groupe et deviennent des leviers d'efficience et de création de valeur. Inclusives, elles préservent l'accessibilité des offres du groupe au plus grand nombre et capitalisent sur notre rôle de tiers de confiance dans le monde numérique.

UN OBJECTIF DE CROISSANCE RENTABLE ET RESPONSABLE EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

Résolument engagé pour une transition juste au service de l'intérêt général, le groupe La Poste associe sa performance financière à sa performance extra-financière. Réussir la transformation de La Poste, c'est atteindre un modèle économiquement autoporteur pour le groupe et pour chacune de ses activités. C'est aussi réussir sa trajectoire de décarbonation et maintenir ses notations extra-financières aux meilleurs standards du marché.

La force d'un groupe multiactivité

Un modèle multiactivité porté par quatre branches qui ont chacune défini son ambition stratégique à 2030.

Pour en savoir plus sur les activités du groupe, scannez le QR code.

P. 18
P. 21
P. 24
P. 27



SERVICES-COURRIER-COLIS

ACTIVITÉS

- Courrier relationnel et publicitaire, presse.
- Colissimo et petits paquets internationaux pour les clients entreprises.
- Solutions logistiques aux entreprises (Log'issimo).
- Services de proximité humaine (Proxeo).

CHIFFRES CLÉS 2024

10 064 M€
de chiffre d'affaires

63 800
facteurs et livreurs de colis

487 millions
de Colissimo livrés dans le monde

AMBITION 2030

Devenir le premier opérateur de services de proximité humaine et des services à l'e-commerce centré sur la satisfaction et l'expérience client :

- développer un courrier plus fiable, durable et rentable et de nouveaux services de logistique de proximité ;
- consolider la position de leader de Colissimo en France et les perspectives dans les services de proximité humaine autour du domicile ;
- changer de dimension dans les services liés à la transition écologique et au développement des territoires.



GEOPOST

- Livraison de colis en France et à l'international, en BtoB et BtoC, à domicile et hors domicile.
- Réseau global avec une présence dans plus de 50 pays dans le monde.
- Services de livraison spécialisés (livraison le jour même, température contrôlée, etc.) et services à l'e-commerce.

15 796 M€
de chiffre d'affaires

82,7 %
du chiffre d'affaires réalisé à l'international

2,1 milliards
de colis traités dans le monde

Devenir la référence internationale de la livraison durable et un catalyseur pour le commerce :

- renforcer le cœur de métier en Europe (livraisons BtoB et BtoC à domicile, flux transfrontaliers) ;
- accélérer sur les moteurs de croissance (livraisons hors domicile, alimentaire et santé) ;
- développer la présence à l'international et dans les services à l'e-commerce.



LA BANQUE POSTALE

- Bancassurance France.
- Bancassurance internationale.
- Banque des entreprises et du développement local
- Banque patrimoniale et gestion d'actifs.

7 554 M€
de produit net bancaire

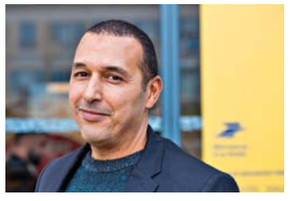
17,8 %
du produit net bancaire réalisé à l'international

12e
bancassureur de la zone euro (1)

(1) Source : BCE, sur un panel de banques européennes ayant un total de bilan au 31/12/2023 supérieur à 300 Mds€.

Offrir le meilleur de la bancassurance pour tous et devenir le leader de la finance à impact :

- renforcer les fondamentaux ;
- développer les leviers de croissance et de diversification ;
- transformer le modèle de La Banque Postale au service de sa raison d'être.



GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE

- Distribution omnicanale des offres du groupe vers les particuliers, les professionnels et les petites collectivités de moins de 10 000 habitants.
- Développement des services numériques de confiance, via Docaposte, et poursuite de la transformation numérique du groupe.

6 398 M€
de chiffre d'affaires

40 545
points de services partout en France

26 110
postiers en relation avec les clients dans les bureaux de poste

Faire de La Poste la première plateforme de services, humaine et digitale en France, en relevant trois défis :

- la présence, en capitalisant sur le réseau de bureaux de poste et en développant un modèle partenarial physique et numérique plus ouvert ;
- l'amélioration simultanée de l'expérience client et de l'expérience collaborateur ;
- le développement avec, comme relais de croissance, le numérique et les services de proximité.

SERVICES-COURRIER-COLIS

« En 2024, nous avons poursuivi avec succès notre stratégie de développement et de transformation. Nous avons réussi à compenser en résultat l'impact de la baisse de nos activités traditionnelles du courrier. Nous avons investi pour moderniser et décarboner nos activités, avec à la clé une forte satisfaction de nos clients sur les livraisons et le plus faible impact CO_2 par colis du marché. Nous avons étendu notre réseau hors domicile. Plus que jamais, le colis, la logistique de proximité sont nos relais de croissance. Et nous préparons l'avenir, en acquérant de nouvelles expertises en data marketing, en créant notre marque dédiée aux services aux territoires et en renforçant notre présence dans la santé à domicile. »



PHILIPPE DORGE
Directeur général adjoint du groupe La Poste,
en charge de la branche Services-Courrier-Colis





Pour conforter l'avenir de ses métiers historiques liés au courrier, la branche Services-Courrier-Colis poursuit la transformation de son modèle stratégique pour devenir le premier opérateur de services de proximité humaine et des services à l'e-commerce en France.

Un courrier plus fiable, plus digital et plus durable

Pour les entreprises expédiant de gros volumes de courrier, la branche a fait évoluer son offre en assouplissant les modalités de dépôt et en abaissant les tarifs. Grâce à un numéro de suivi Smart Data apposé sur chacun de ces plis industriels, les clients ont accès à de nouveaux services, comme le traçage des envois ou les notifications d'acheminement. La branche renforce aussi ses solutions de courrier publicitaire. Dans le digital, sa filiale Isoskèle a réalisé deux acquisitions structurantes en 2024 : LineUp7, principal expert français du marketing technologique dédié à l'optimisation de l'expérience client, et Edgewhere, spécialisé dans la protection des données.

Accélérer dans l'e-commerce et la logistique

Pour optimiser ses performances opérationnelles, la branche améliore les performances de ses plateformes Colissimo, tout en accélérant ses flux de tri et de livraison vers le standard J+1. Bénéficiant de ces avancées, la satisfaction des clients, mesurée par le Net Promoter Score (NPS), a augmenté en 2024 : un niveau de 68/100 pour la livraison de colis, en hausse de 2 points par rapport à 2023. Les particuliers ont aussi accès à de nouvelles offres de livraison à domicile et hors domicile plus responsables et offrant plus de possibilités au destinataire. •••



LA POSTE

PORTRAIT EXPRESS

Signe distinctif :
1er réseau de proximité humaine en France.

Ambition :
devenir le 1er opérateur de services de proximité humaine et des services à l'e-commerce centré sur la satisfaction et l'expérience client.

Effectif :
102 000 collaborateurs.



••• La branche renforce ses activités de transport et de logistique de proximité : Log'issimo voit son chiffre d'affaires augmenter de 23 % et doubler sur le marché du commerce de détail, par rapport à 2023.

Devenir un acteur clé dans des secteurs d'avenir

Après trois ans d'expérimentation, l'État a donné la possibilité aux communes, par un décret de décembre 2024, de faire appel à un prestataire externe, dont La Poste, pour réaliser le recensement de la population. Dans le secteur de la santé aussi, le groupe La Poste accélère. Ses filiales de santé à domicile Asten Santé et Diadom ont, par exemple, enregistré des croissances supérieures au marché, respectivement de 10 % et 7 % en 2024. Le pôle La Poste Santé & Autonomie, créé en 2023, intègre progressivement les briques essentielles pour se développer sur le marché dynamique du parcours patient. Début 2025, la branche a lancé Proxeo, une nouvelle marque regroupant une palette de services dans trois domaines clés : la connaissance des territoires, l'efficacité énergétique et l'économie circulaire.

CHIFFRES CLÉS

68
agences Log'issimo en France en 2024 pour plus de 120 000 prestations quotidiennes auprès d'entreprises et de collectivités.

281 g
de CO_2 émis par colis (–11 % par rapport à 2023).

1 000
vélos-cargos opérant dans le centre des 60 plus grandes villes de France.

4 512
facteurs embauchés en CDI (+ 6,7 % par rapport à 2023).



GEOPOST

« Dans un environnement de marché resté difficile en 2024, Geopost a montré son agilité et la pertinence de sa stratégie. Avec des résultats robustes, nous continuons à agir sur nos leviers de croissance : le renforcement de notre réseau en Europe et dans le monde, l'accélération sur le marché dynamique de la livraison hors domicile, ou encore la création de nouvelles offres au service de l'e-commerce. Plus que jamais, nous mettons toute notre énergie de référent mondial en matière de livraison durable à réduire significativement nos émissions carbone. »



YVES DELMAS
Directeur général adjoint du groupe La Poste et administrateur-directeur général de Geopost



Face à la forte consolidation du marché mondial du colis, à l'exacerbation de la concurrence et à l'augmentation des coûts, Geopost a maintenu son cap stratégique et montré sa résilience, avec un accroissement de 2,3 % de ses volumes.

Renforcer le leadership européen

Une des priorités stratégiques de Geopost est de renforcer son leadership européen sur les marchés domestiques et transfrontaliers par route, pour la livraison BtoC et BtoB. En 2024, cela s'est traduit par des investissements significatifs, comme celui de 30 millions d'euros ayant permis à DPD Portugal d'ouvrir son plus grand hub dans le pays à Loures, près de Lisbonne. Geopost a aussi continué d'étoffer son offre européenne transfrontalière, avec des flux transfrontaliers en hausse de 6,7 % en 2024. En Italie, BRT a notamment inauguré un nouveau hub stratégique à Cessalto, afin d'améliorer l'efficacité de l'ensemble du réseau dans le nord-est du pays.

Accélérer sur le hors-domicile et la livraison alimentaire

Ciblant les segments de marché les plus porteurs, Geopost a poursuivi le déploiement de son réseau de livraison hors domicile Pickup. Avec 128 000 points relais et consignes, il est l'un des plus vastes et des plus denses d'Europe et inclut désormais des consignes alimentées par énergie solaire, lancées en France en 2024. En Allemagne, les deux leaders du colis express DPD et GLS ont noué un partenariat pour disposer d'ici à trois ans d'un des réseaux de points de dépôt et de collecte les plus denses du pays. Geopost consolide par ailleurs son positionnement sur la livraison alimentaire, avec 7 filiales dotées d'une expertise en matière de température contrôlée au Benelux, en Espagne, en France en Lituanie, en Pologne, au Portugal et en Italie. Dans ce pays, l'entreprise a également lancé un nouveau service de livraison de produits frais dans une huitième ville, celle de Bari.



GEOPOST

PORTRAIT EXPRESS

Signe distinctif :
leader européen et l'un des premiers réseaux mondiaux pour la livraison de colis et de solutions pour l'e-commerce, avec une trajectoire zéro émission nette à 2040 validée par l'initiative Science-Based Targets (SBTi).

Ambition :
devenir la référence internationale en matière de livraison durable et un catalyseur pour le commerce.

Effectif :
55 000 collaborateurs.



Développer son réseau mondial et l'accompagnement des clients

Pour construire la croissance de demain, Geopost renforce son réseau à l'international. En Chine, sa filiale Asendia a, par exemple, conclu un partenariat stratégique avec l'entreprise Hubbed, qui permet aux e-commerçants chinois d'offrir à leurs clients des options de livraison en Australie. Geopost accompagne aussi ses clients pour développer leurs activités d'e-commerce : l'entreprise a créé la plateforme Singular, offrant aux petites et moyennes entreprises une vitrine unique pour promouvoir leurs produits auprès de millions d'e-acheteurs. D'abord lancée en Italie, elle est aujourd'hui aussi disponible en Croatie et en Espagne. Geopost veille également à rester en permanence en phase avec les attentes de ses clients en réalisant auprès des entreprises destinataires de colis une nouvelle enquête portant sur leurs usages et leurs enjeux, une étude qui complète le baromètre publié en février 2024 sur les comportements des e-acheteurs européens.

CHIFFRES CLÉS

– 5,4 %
d'émissions de gaz à effet de serre (GES) par rapport à 2023 sur le périmètre de sa trajectoire « zéro émission nette d'ici à 2040 » approuvée par l'initiative Science-Based Targets (SBTi).

10 459
véhicules à faibles émissions, soit 15 % de la flotte de livraison en Europe.

7
filiales proposent la livraison de produits frais : Chronofresh en France, BRT en Italie, DPD Belux, DPD Lituanie, DPD Pologne, DPD Portugal et SEUR en Espagne.

+ 23 %
de relais commerçants et consignes Pickup par rapport à 2023, soit 132 000 implantés dans le monde en 2024.

Pour en savoir plus sur Geopost, scannez le QR code.

LA BANQUE POSTALE

« Au travers de sa raison d'être, La Banque Postale s'engage pour la transition juste. Nous avons lancé, en 2024, un plan de transformation ambitieux pour développer un modèle durable et pérenne aligné avec ce cap stratégique. Grâce à la mobilisation des collaborateurs dans tous nos métiers, les avancées sont manifestes. Nous avons impulsé une nouvelle dynamique de conquête commerciale, notamment dans la banque de détail, portée par de plus grandes synergies avec le réseau postal. Nous voulons à présent aller plus loin pour rester aux avant-postes de l'évolution des pratiques et des standards de notre secteur et renforcer nos impacts positifs. »



STÉPHANE DEDEYAN
Directeur général adjoint du groupe La Poste, président du directoire de La Banque Postale





La Banque Postale, 12e bancassureur de la zone euro (1), poursuit la transformation de son modèle afin de bâtir un leader européen de la bancassurance performant et citoyen.



Une nouvelle dynamique commerciale

En 2024, La Banque Postale a impulsé une nouvelle dynamique commerciale de conquête et d'équipement client sur la banque de détail, avec 647 000 clients nouveaux et existants nouvellement équipés en 2024. Elle a mis à la disposition des entreprises et des collectivités locales un service dit « d'initiation de virements » permettant d'ordonner une opération de paiement par virement en cliquant sur un lien ou en scannant un QR code. Renforçant son leadership dans la finance durable, la Banque poursuit le déploiement de son indice d'impact global – un outil novateur évaluant l'impact territorial, le niveau d'inclusion et l'empreinte environnementale des produits – sur sa production de financements immobiliers, de projets et aux grandes entreprises. Son exposition nette aux énergies fossiles (2) est par ailleurs désormais réduite à 0,005 % (3), conformément à sa décision prise en 2021 de cesser les financements dans ce secteur.

Des positions renforcées sur des secteurs clés

La Banque Postale occupe aujourd'hui des positions de premier plan auprès des acteurs économiques des territoires. Elle est le premier prêteur bancaire des collectivités locales et des hôpitaux publics (4) avec 5,8 milliards d'euros de prêts accordés aux collectivités locales en 2024, dont 1,9 milliard d'euros de prêts verts et sociaux. •••

PORTRAIT EXPRESS

Signe distinctif :
entreprise à mission née avec une vocation citoyenne, au service de la transition juste.

Ambition :
offrir le meilleur de la bancassurance pour tous et devenir le leader de la finance à impact.

Effectif :
12 052 collaborateurs.

(1) Source : BCE, sur un panel de banques européennes ayant un total de bilan au 31 décembre 2023 supérieur à 300 Mds€. (2) Part des financements et investissements dans le portefeuille Entreprises sur les secteurs du charbon, du pétrole et du gaz, hors entreprises disposant d'un plan de transition et/ou de projets en lien avec les énergies renouvelables. (3) –0,5 point par rapport à 2023. (4) Classement « Observatoire Finance Active de la dette des collectivités locales 2024 ».



••• Autre moteur de croissance pour la Banque : la gestion d'actifs. L'acquisition de La Financière de l'Échiquier (LFDE) par LBP AM, en juillet 2023, a créé un leader européen multispécialiste de la gestion de conviction avec un total de 74 milliards d'euros d'actifs sous gestion à fin 2024. LFDE a finalisé cette année l'absorption juridique de Tocqueville Finance dans le groupe LBP AM. La Banque Postale a par ailleurs finalisé la cession de ses filiales KissKissBankBank et Lendopolis, qui vont ainsi poursuivre leur développement.

Des partenariats à haute valeur ajoutée
Pour construire la croissance de demain, CNP Assurances et La Mutuelle Générale ont créé CNP Assurances Protection Sociale, qui a vocation à devenir un acteur de premier plan sur le marché de la santé et de la prévoyance. Grâce aux complémentarités entre les deux groupes, la nouvelle société proposera une offre à haute valeur ajoutée répondant aux besoins croissants et aux opportunités de développement sur ce marché. À l'international, CNP Assurances a signé, au Brésil, un accord exclusif de vingt ans avec Banco de Brasília, la principale institution financière du district fédéral de Brasília, qui distribuera les produits de l'assureur dans son réseau.

CHIFFRES CLÉS

36
millions d'assurés en protection de biens et de personnes dans le monde et 10 millions de clients bancaires actifs en France.

73 %
des activités de La Banque Postale couvertes par l'indice d'impact global (1) (contre 64 % en 2023).

1re
banque mondiale dans la catégorie « Diversified Banks » de l'agence de notation Sustainalytics (2).

Nº 1
C'est le classement attribué par l'ONG britannique ShareAction en 2024 à CNP Assurances pour ses engagements en matière de climat et de biodiversité parmi les plus grands assureurs vie mondiaux, avec un score de 51/100.

(1) Sur les encours éligibles à l'application de l'indice d'impact global.

(2) Agence mondiale de référence dans l'analyse environnementale, sociale et de gouvernance; classement catégorie « Diversified Banks ».

Pour en savoir plus sur La Banque Postale, scannez le QR code.

GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE



« En 2024, la branche Grand Public et Numérique a accéléré sa transformation : résultats bancaires et assuranciels en progression, qualité de service améliorée, maintien d'un niveau d'audience élevé en bureau de poste et développement de nouveaux services. Chaque jour, les postières et les postiers de la branche font vivre un modèle unique qui allie proximité et services numériques de confiance. Au cœur des territoires, nous jouons un rôle essentiel dans les transitions – territoriale, numérique, démographique et écologique – et agissons au quotidien pour renforcer la cohésion sociale et territoriale. »

NATHALIE COLLIN
Directrice générale adjointe du groupe La Poste, en charge de la branche Grand Public et Numérique



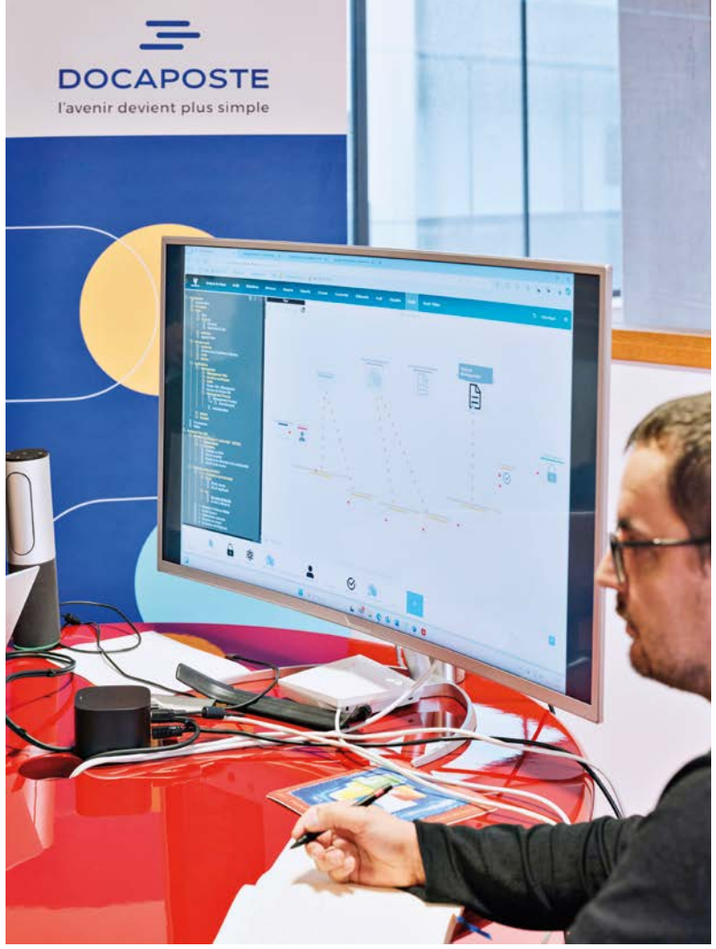
Tout en adaptant la présence postale au plus près des besoins des territoires et des clients, la branche Grand Public et Numérique a impulsé, en 2024, une nouvelle dynamique commerciale positive, avec une croissance forte des résultats dans la banque, l'assurance et la téléphonie mobile. Le développement des services de confiance numérique s'est poursuivi dans un marché en tension.

Développer de nouvelles formes de présence physique et numérique

La branche a lancé l'expérimentation d'un modèle de bureau de poste itinérant (1), sous la forme d'un camion aux couleurs postales, dans 5 régions, desservant 40 communes. Elle a aussi créé 15 Places des Services, un concept de conciergerie d'hyperproximité alliant présence humaine et services connectés. Avec Chambres d'agriculture France, elle expérimente également des points de services hébergés dans des exploitations agricoles labellisées « Bienvenue à la ferme ». Grâce au localisateur de laposte.fr, la branche a amélioré la localisation des services en bureau de poste et l'offre aux professionnels avec La Poste Pro Expéditions.

Accélérer la croissance et fidéliser les clients

Pour accélérer la conquête commerciale, la branche a refondu ses méthodes de vente et son organisation, tout en développant de nouvelles offres. Pour les clients particuliers, elle a notamment lancé le timbre numérique et la Lettre Services Plus. Elle a renforcé son partenariat avec Vinted pour faciliter les envois et les réexpéditions, avec un service de livraison Colissimo. Elle a aussi lancé Mon Contact Logement, un service mettant gratuitement ses clients en contact avec un conseiller immobilier local sélectionné dans son réseau partenaire Proprietes-privees.com. Depuis fin 2024, certains bureaux de poste ont élargi leur offre et sont devenus des lieux commerçants, proposant près de 70 références : papeterie, carterie… ainsi que des produits régionaux. La vente de La Poste Telecom à Bouygues Telecom a souligné la valeur créée par le réseau. La Poste conserve la propriété de la marque La Poste Mobile et continuera de proposer ses services dans les bureaux de poste.



CHIFFRES CLÉS

6,5
millions d'Identités Numériques La Poste, contre 4,2 millions en 2023.

4,3/5
Note Google sur la satisfaction des clients en bureau de poste (contre 4,2/5 en 2023 et 2,2/5 en 2021).

414
bureaux de poste labellisés France services pour accompagner les citoyens dans leurs démarches administratives en ligne.

1,5
million de personnes accompagnées par des actions de médiation en bureau de poste réalisées par des associations, majoritairement dans des quartiers prioritaires de la politique de la ville.

LA POSTE

PORTRAIT EXPRESS

Signe distinctif :
combiner la puissance du numérique avec la proximité du réseau des points de services postaux.

Ambition :
faire de La Poste la première plateforme de services humaine et digitale en France.

Effectif :
43 082 collaborateurs.

(1) Cofinancé par la Banque des Territoires.



Docaposte, référent de la confiance numérique en France

Avec une augmentation de son chiffre d'affaires de plus de 34 % en trois ans, Docaposte confirme son rôle de relais de croissance pour le groupe. En 2024, la filiale a lancé Dalvia Santé, sa première offre d'IA générative éthique et souveraine dédiée aux professionnels et établissements de santé, distribuée par La Poste Santé & Autonomie. Docaposte a aussi développé son Pack Cyber, première offre clé en main de cybersécurité adaptée aux besoins et aux moyens des TPE, des PME, des ETI, des collectivités locales et des établissements de santé. Fruit d'une alliance entre Docaposte, la Banque des Territoires, Dassault Systèmes et Bouygues Telecom, Numspot a annoncé le lancement au premier semestre 2025 d'une plateforme de services cloud aux meilleurs standards techniques et sécuritaires dans un environnement souverain et robuste.

Pour en savoir plus sur Docaposte, scannez le QR code.