

RAPPORT D'IMPACT 2024



P. 08
UNE ENTREPRISE
TRANSFORMÉE,
TOURNÉE VERS L'AVENIR

P. 30
AGIR AVEC ET POUR
LES COLLABORATEURS

P. 46
ACCOMPAGNER
LES TRANSITIONS

P. 64
ÊTRE UN GROUPE
À IMPACT POSITIF

P. 78
MESURER
LES IMPACTS

PROFIL

La notion d'impact est devenue centrale au sein du groupe La Poste. En adoptant la qualité d'entreprise à mission, La Poste a choisi de placer l'impact au cœur de ses activités et vise un modèle de performance durablement rentable et responsable. Pour répondre aux grands bouleversements de la société, le groupe La Poste agit en mobilisant son organisation, en faisant preuve d'innovation et en maintenant ses engagements environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). Plus que jamais le groupe s'inscrit dans une transition juste et responsable.

À PROPOS DE CE RAPPORT

Ce rapport met en lumière les impacts positifs et mesurables du groupe La Poste sur la société, l'économie et l'environnement au travers d'illustrations présentées à la fin du rapport. Ces exemples ont été sélectionnés en lien avec les travaux de matérialité menés par le groupe et s'ancrent dans sa raison d'être et la diversité de ses activités. Leur présentation s'inspire des principes fondamentaux de l'analyse d'impact tels que développés par l'Impact Management Project.

L'élaboration du document a été pilotée conjointement par la direction de la communication du groupe, la direction de l'engagement sociétal et la direction de la communication financière. Ses contenus ont été coconstruits grâce à l'apport des directions de la stratégie, des ressources humaines et des directions de la communication des branches et des filiales du groupe La Poste.

**Entretien avec
Philippe Wahl**
Président-directeur général
du groupe La Poste



**« Nos performances
sont le fruit de notre
stratégie de diversification
et de l'engagement des
postières et des postiers.
Ensemble, nous avons
transformé La Poste. »**

Quel regard portez-vous sur les résultats 2024 du groupe ?

Dans un environnement macroéconomique difficile, nos résultats sont en progression. Notre chiffre d'affaires s'établit à 34,6 milliards d'euros et notre résultat net est en hausse, à 1,4 milliard d'euros. Ces performances sont le fruit de notre stratégie de diversification et de l'engagement des postières et des postiers. Ensemble, nous avons transformé La Poste. Il faut se rappeler que le courrier représentait 52% du chiffre d'affaires du groupe en 2010, contre 15,8% en 2024. Le colis et les services financiers y contribuent désormais respectivement pour 53% et 22%. Les nouveaux services de proximité montent aussi en puissance, avec un chiffre d'affaires en hausse de 10,6%. Dans le numérique, Docaposte se positionne comme une référence de la confiance numérique. Avec Geopost et CNP Assurances, le groupe est aussi plus international, présent dans plus de 60 pays sur 5 continents.

La vente de La Poste Telecom, en 2024, constitue par ailleurs un marqueur de la réussite de notre diversification. Cette opération prouve la capacité de notre réseau à créer de la valeur. En restant commercialisée dans les bureaux de poste, La Poste Mobile va poursuivre son développement.

Dans ce contexte difficile, comment le groupe a-t-il conforté ses activités historiques ?

La satisfaction client a progressé pour la livraison du courrier, des colis et en bureau de poste. Nous avons innové pour maintenir la présence postale, avec des bureaux de poste itinérants, les fameux camions jaunes, et des points de services dans des exploitations agricoles. Dans le même temps, nous avons continué à défendre nos quatre missions de service public alors même que leur compensation financière insuffisante pèse sur nos résultats et notre capacité d'investissement. ...

« Notre groupe dispose aujourd'hui d'atouts incontestables : la réponse aux besoins essentiels de millions de Français, la solidité de son modèle stratégique et sa formidable capacité d'adaptation. »



... Le groupe a-t-il développé ses moteurs de croissance en 2024 ?

Nous avons livré cette année 2,6 milliards de colis, ce qui nous place dans une position de leader en France et en Europe sur des marchés très concurrentiels. Geopost a notamment renforcé ses services transfrontaliers pour les livraisons de colis hors domicile (+52%) et a accéléré le déploiement du réseau hors domicile Pickup, qui comprend dorénavant 128 000 points relais et consignes en Europe. Le modèle de bancassurance que nous avons constitué il y a cinq ans montre la puissance du rapprochement entre La Banque Postale, CNP Assurances et le réseau postal. Il nous a permis de garantir la solidité des résultats de La Banque Postale et de doter CNP Assurances d'un réseau de distribution dédié.

La Banque Postale affiche cette année une dynamique commerciale dans l'ensemble de ses métiers grâce à de plus grandes synergies avec le réseau. CNP Assurances maintient ses résultats à un très haut niveau et poursuit son développement. Elle a conclu un partenariat avec La Mutuelle Générale pour créer un acteur majeur dans le domaine de la protection sociale, ainsi qu'un accord de distribution exclusif avec Banco de Brasília, au Brésil.

Pour construire sa croissance de demain, quels sont les leviers du groupe ?

Nous accélérons dans les services qui répondent à des transitions sociétales majeures, comme le vieillissement de la population. Le seuil des 10 millions de repas livrés à domicile a ainsi été franchi cette année. Je pense aussi à la transition numérique. Avec un chiffre d'affaires de 880 millions d'euros, Docaposte poursuit son développement. Notre filiale numérique a conçu la première offre complète de cybersécurité destinée aux entreprises, aux collectivités territoriales et aux établissements de santé. Par ailleurs, Docaposte a lancé Dalvia Santé, une solution d'intelligence artificielle (IA) générative éthique et souveraine, distribuée par La Poste Santé & Autonomie.

Comment articulez-vous vos avancées stratégiques et vos engagements ESG ?

Nos avancées n'ont de sens que si elles se conjuguent avec une performance ESG au plus haut niveau. Nos engagements et nos actions sont d'ailleurs salués par les plus grandes agences de notation extra-financière, qui nous positionnent parmi les leaders mondiaux de l'ESG. En 2024, nous avons réduit de 6,8% nos

émissions de gaz à effet de serre, conformément à notre trajectoire « zéro émission nette » à 2040 validée par l'initiative Science-Based Targets (SBTi). Nous avons aussi innové en déployant notre budget carbone pour piloter la réduction de nos émissions.

Quant à La Banque Postale, elle progresse dans son ambition d'être le leader de la finance à impact. Ses financements citoyens en faveur de la transition énergétique, des projets sociaux et territoriaux sont en hausse et représentent près de 32% de sa production de crédit. Et La Banque Postale est, cette année encore, le premier prêteur bancaire des collectivités locales alors que l'activité n'a été lancée qu'en 2011.

Au-delà de la performance environnementale du groupe, qu'en est-il de sa performance sociale et sociétale ?

En 2024, nous avons réussi la mise en place des comités sociaux et économiques (CSE). Ils constituent désormais le cadre de notre dialogue social. Face à la crise du secteur de l'imprimé publicitaire, nous avons fait le choix d'accueillir dans nos entités près de 4 100 salariés de Mediaposte. Nous restons présents auprès des plus vulnérables. Nous avons apporté à plus

de 283 000 personnes âgées ou fragiles des services d'accompagnement. Et nos actions de médiation sociale en bureau de poste nous ont permis d'accompagner 1,5 million de personnes, majoritairement dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville. Quant à l'inclusion numérique, nous avons formé et équipé plus de 788 000 personnes à l'usage des outils digitaux.

Quelle est votre vision de l'avenir du groupe ?

Nous sommes une entreprise engagée, c'est notre mission. Et nous voulons être durablement rentable et responsable. L'environnement actuel est marqué par un fort degré d'incertitude. Et je suis convaincu que notre groupe dispose aujourd'hui d'atouts incontestables : la réponse aux besoins essentiels de millions de Français, la solidité de son modèle stratégique et sa formidable capacité d'adaptation. Nous poursuivons notre développement au service de la société tout entière avec le soutien de nos actionnaires, la Caisse des Dépôts et l'État. Nous sommes tournés vers l'avenir, au service de millions de personnes pour les accompagner dans les grandes transitions de notre temps.

Un groupe diversifié, présent à l'international

Profondément transformé, le groupe La Poste fonde aujourd'hui sa solidité et son développement sur des activités diversifiées. Le colis, les services financiers et le courrier représentent ainsi désormais respectivement 53 %, 22 % et 15,8 % du chiffre d'affaires. Le groupe est par ailleurs présent dans plus de 60 pays sur 5 continents.

UNE PRÉSENCE MONDIALE



1^{er} réseau de livraison de colis en Europe, Geopost opère plus de 1900 hubs et dépôts sur tous les continents. La filiale ambitionne d'accélérer encore sur le marché porteur de la livraison hors domicile en Europe.

1^{er} réseau de livraison par la route en Europe



CNP Assurances est implanté dans 17 pays en Europe et 2 en Amérique latine. Hors de France, l'assureur compte près de 2500 collaborateurs. CNP Assurances poursuit son développement, au Brésil et en Italie en particulier, en s'appuyant sur ses 2 modèles de distribution (ouvert ou en partenariat exclusif de long terme).

5^e assureur européen



Docaposte est présent en Europe, en Amérique et en Afrique. En Europe, la filiale participe à différents projets pilotés par la France, la Suède et les Pays-Bas, aux côtés de plus d'une centaine de partenaires européens publics et privés, afin de préparer la mise en production prochaine du portefeuille européen d'identité numérique.

18 pays d'implantation à l'international

CHIFFRES CLÉS

34,6 Mds€
Chiffre d'affaires

226 800
collaborateurs

14 milliards
d'objets livrés

66 %
Caisse des Dépôts

0,9 M€
d'investissements ⁽¹⁾

94/100
Index de l'égalité
professionnelle

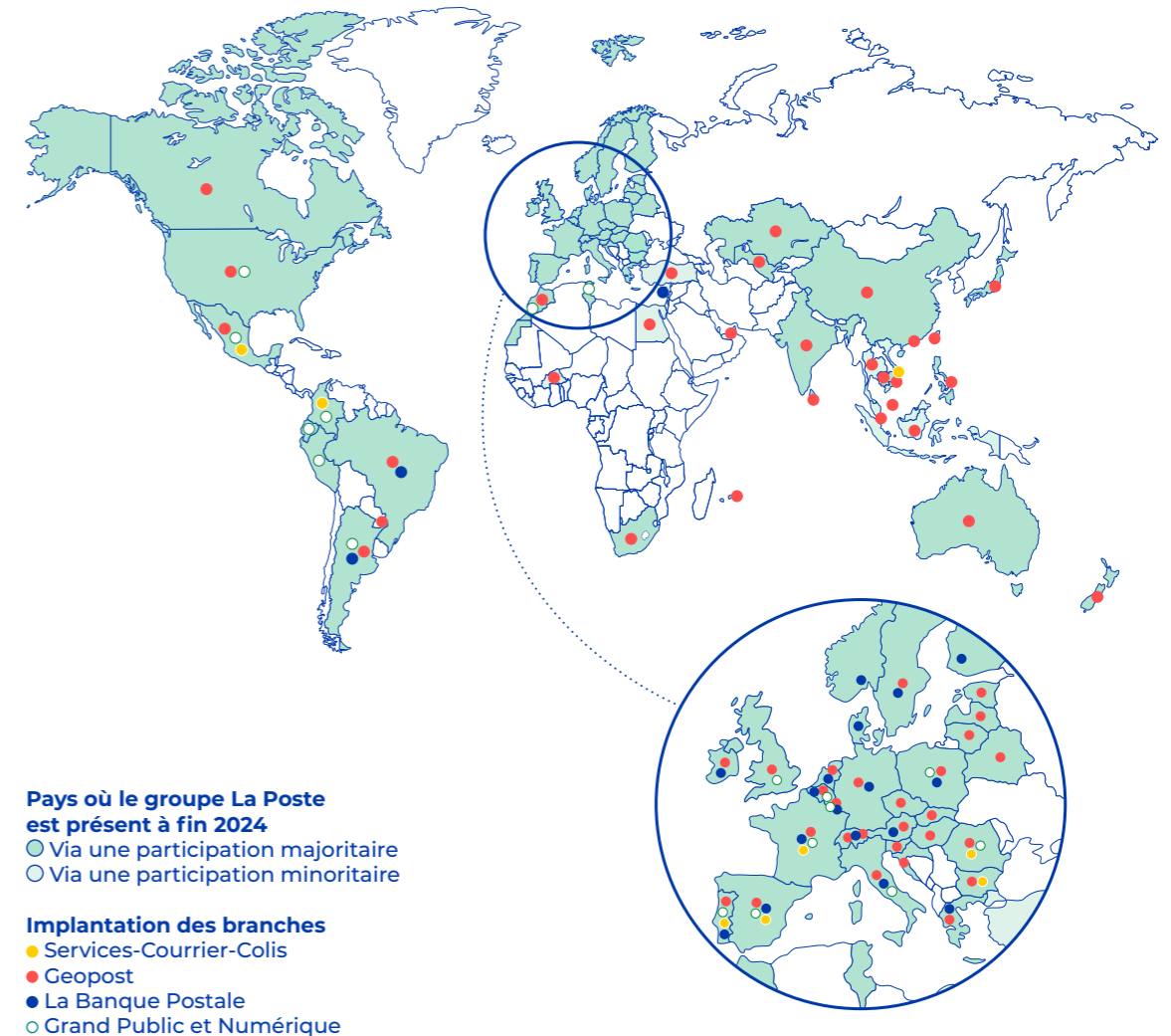
152 000
points de services,
relais commerçants
et consignes
dans le monde

34 %
État

(1) Source : investissements internes hors cessions et croissance externe y compris cessions, hors La Banque Postale. En 2024, le solde de la croissance externe est négatif du fait de la cession de La Poste Telecom.

ACTIONNARIAT

CARTE DES IMPLANTATIONS



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 SANTÉ BIEN-ÊTRE, 7 ÉNERGIE PROPRE, 11 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURES, 12 ÉCONOMIE CIRCULAIRE, 13 CLIMAT, 15 VIE TERRESTRE
TRANSITION NUMÉRIQUE	PROMOUVOIR UN NUMÉRIQUE ÉTHIQUE, INCLUSIF ET FRUGAL	1 PAUVRETE, 4 ÉDUCATION, 9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURES, 10 ÉGALITÉ, 12 ÉCONOMIE CIRCULAIRE, 13 CLIMAT, 16 PAUVRETE ÉTENDUE
TRANSITION DÉMOGRAPHIQUE ET SOCIALE	FAVORISER L'INCLUSION SOCIALE	1 PAUVRETE, 3 SANTÉ BIEN-ÊTRE, 4 ÉDUCATION, 10 ÉGALITÉ, 11 VILLES ET COMMUNITÉS DURABLES
TRANSITION TERRITORIALE	CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ET À LA COHÉSION DES TERRITOIRES	8 TRAVAIL ÉCONOMIE, 9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURES, 10 ÉGALITÉ, 11 VILLES ET COMMUNITÉS 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 impulsions 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.

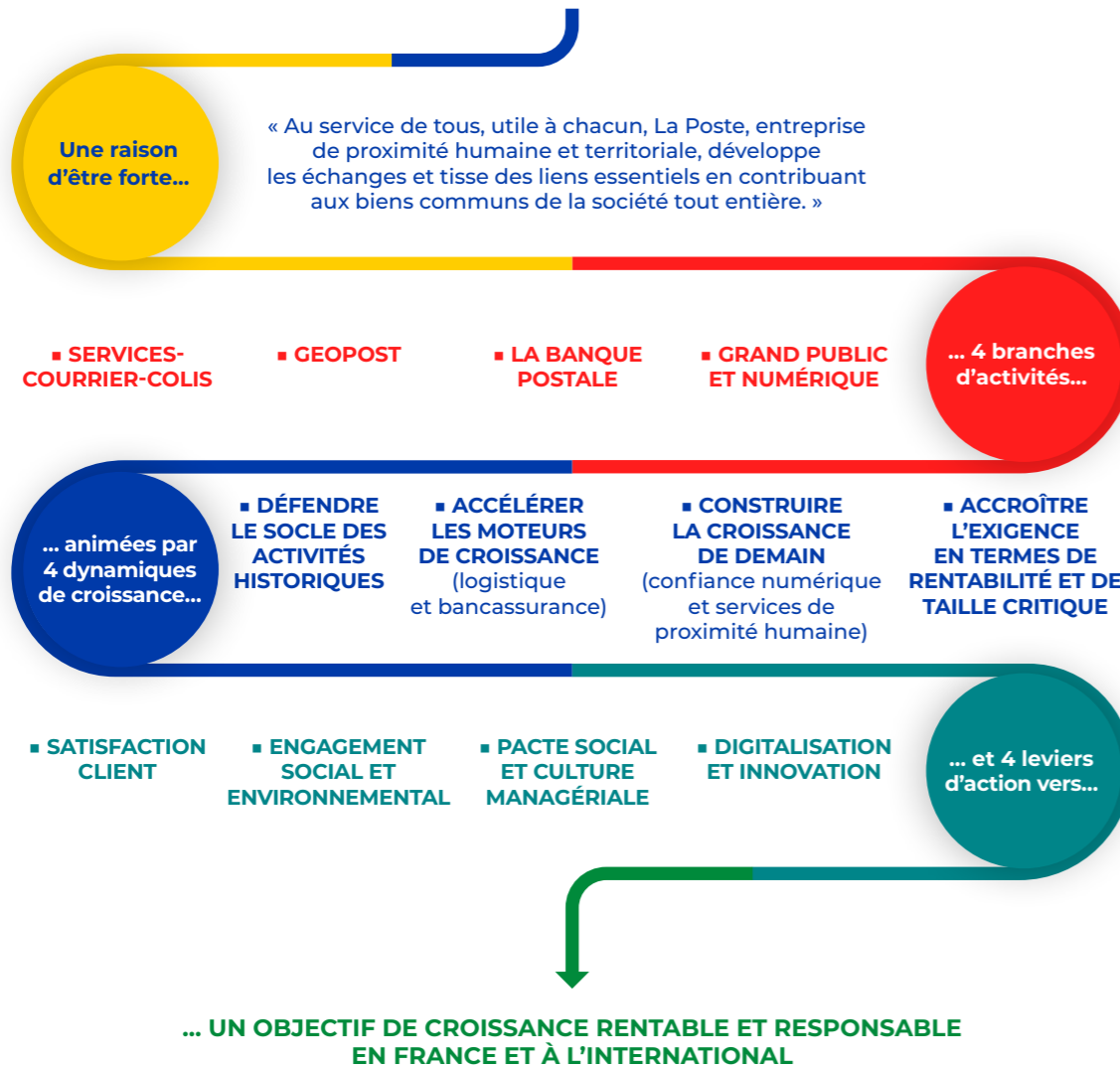
QUATRE LEVIERS D'ACTION POUR RENFORCER NOTRE IMPACT

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'efficacité 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.



ACTIVITÉS



SERVICES-COURRIER-COLIS

- 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).



GÉOPOST

- 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.



LA BANQUE POSTALE

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



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.

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

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

7 554 M€
de produit net bancaire

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

12^e
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€.

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

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.

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.

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.

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 CO₂ 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. ...



PORTRAIT EXPRESS

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

Ambition :
devenir le 1^{er} 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 CO₂ 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 alimentaires 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.



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.



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.



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, 12^e 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).

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

N° 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 assuranciers 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-privées.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.



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.



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.

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.

AGIR AVEC ET POUR LES COLLABORATEURS

Dans tous ses métiers, agir en employeur responsable est la priorité du groupe La Poste. Parce que c'est ancré dans ses valeurs et sa culture d'entreprise. Parce que c'est impératif pour réussir sa transformation. Parce que c'est ce qui nourrit l'engagement de ses 226 800 collaborateurs.



- P. 32 — Un dialogue social renouvelé
- P. 34 — Développer la confiance
- P. 36 — Donner à chacun la capacité d'agir
- P. 38 — Faire de l'IA un levier de la transformation
- P. 40 — Des valeurs incarnées au quotidien
- P. 42 — Une gouvernance stable et ouverte



Un dialogue social renouvelé

À l'issue des élections professionnelles d'octobre 2024, La Poste a mis en place le 25 octobre les premiers comités sociaux et économiques (CSE). Valérie Decaux, directrice générale adjointe du groupe La Poste en charge des ressources humaines, décrypte cette évolution structurante pour le dialogue social de l'entreprise.



VALÉRIE DECAUX
Directrice générale adjointe du groupe La Poste, en charge des ressources humaines

En quoi la mise en place des CSE renforce-t-elle le dialogue social ?

Les CSE couvrent l'ensemble des sujets relevant de la marche générale des affaires, des orientations stratégiques et de la politique sociale. Un dialogue est, par exemple, organisé avec les élus du CSE central autour des résultats financiers, avec à la clé une meilleure compréhension des transformations de l'entreprise.

Quels sont les bénéfices pour les postiers ?

La Poste est allée au-delà de ses obligations réglementaires, en portant une attention particulière au dialogue social de proximité. Nous avons en effet densifié le réseau des représentants du personnel de proximité, avec des commissions plus nombreuses pour tenir compte de l'étendue de notre entreprise. Les sujets couverts au niveau local sont ainsi plus diversifiés, puisqu'ils incluent l'emploi, la formation, l'égalité professionnelle, la diversité et le handicap, les activités sociales et culturelles, le logement, ou encore l'environnement. C'est le gage d'une meilleure prise en compte des attentes des postiers et de leurs réalités opérationnelles.

Comment La Poste a-t-elle préparé la mise en place des CSE ?

Nous avons conduit un chantier de plus de deux ans en associant l'ensemble des interlocuteurs concernés très en amont. Nous avons organisé de nombreuses négociations avec les organisations syndicales, dont certaines sur des sujets pour lesquels la loi ne l'imposait pas, comme l'exercice du droit syndical. C'était un choix fort. Nous avons réussi à conclure, avec les organisations syndicales, les 10 accords majoritaires indispensables pour créer les CSE.



LES CSE, NOUVELLES INSTANCES REPRÉSENTATIVES DU PERSONNEL

Obligatoires pour les entreprises de plus de 11 salariés, les comités sociaux et économiques (CSE) ont été créés au sein de La Poste SA dans le cadre d'une démarche de négociation de deux ans.

Déjà en place dans des filiales comme La Banque Postale, CNP Assurances, Chronopost ou DPD France, ces nouvelles instances de dialogue social remplacent et fusionnent les

comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT), les comités techniques et le conseil d'orientation et de gestion des activités sociales (Cogas). 32 CSE d'établissement et un CSE central ont ainsi été institués à la suite des élections professionnelles d'octobre 2024, marquées par une forte participation avec plus de 106 000 votants, soit près de 65% des postiers.

Au quotidien, le dialogue social s'organise avec des représentants de proximité désignés par les membres élus aux CSE. Autre changement : les activités sociales et culturelles sont désormais gérées par les CSE. Les accords sociaux sont négociés et signés avec les délégués syndicaux désignés par les organisations syndicales représentatives ayant obtenu au moins 10% des suffrages au premier tour des élections.

3 NIVEAUX DE DIALOGUE SOCIAL

1 CSE CENTRAL

14 commissions dont la commission santé et sécurité au travail

32 CSE D'ÉTABLISSEMENT

7 commissions dont la commission santé et sécurité au travail

REPRÉSENTANTS DE PROXIMITÉ

Plus de 1500 mandats de représentants de proximité

RÉSULTATS DES ÉLECTIONS

À la suite des élections professionnelles, la représentativité syndicale nationale des représentants du personnel aux CSE est la suivante :

La CFTD : **26,07%**

La CGT : **23,67%**

FO : **21,71%**

SUD : **18,46%**

La CFE-CGC : **10,10%**

Développer la confiance

Si la confiance est au cœur des relations entre le groupe La Poste et ses clients, elle est aussi un marqueur fort du groupe vis-à-vis de ses collaborateurs. La confiance envers son employeur, ses collègues ou soi-même est une source indispensable d'engagement, d'énergie collective et d'épanouissement personnel. Pour la cultiver, le groupe La Poste agit en entreprise attentive, qualifiante et engagée pour tous.

Qualité de vie au travail : une démarche d'amélioration continue

Pour mieux comprendre les besoins de chaque collaborateur et y répondre, La Poste met en œuvre des dispositifs dédiés. En 2024, plus de 10 000 postiers ont bénéficié d'une solution par le service logement de La Poste : logement temporaire, accès au parc locatif, accession à la propriété ou logement accompagné. La Poste et les organisations syndicales ont aussi signé un nouvel accord unanime pour accompagner les postiers aidants, qui sont plus de 5 000. Premier employeur d'aidants en France, elle a reçu un trophée d'or des Victoires du Capital Humain pour sa politique d'accompagnement des postiers aidants.

Par ailleurs, en 2024, la branche Services-Courrier-Colis a, par exemple, poursuivi son programme « Échangeons », basé sur un dispositif d'écoute des postiers avec quatre priorités : la vie de l'équipe au quotidien, l'écoute, l'amélioration des équipements et de l'environnement, et l'évolution professionnelle.

Diversité et inclusion : de nouvelles avancées

En 2024, plus de 900 postiers en situation de handicap ont testé de nouveaux produits et services destinés aux clients ou aux collaborateurs, dans le but de les rendre accessibles à tous. Une initiative innovante, en phase avec les valeurs de La Poste, premier employeur de personnes en situation de handicap en France, avec un taux d'emploi de 9,76% en 2024. Le groupe La Poste est aussi très engagé en faveur de la parité et de la diversité. La Poste compte 51,5% de femmes dans l'entreprise dont près de 40% parmi les cadres dirigeants. Par ailleurs, l'Afnor a renouvelé le label Diversité de la branche Services-Courrier-Colis. Celui-ci atteste que les processus de recrutement, d'intégration et de déroulement des carrières ne sont pas de nature à provoquer des discriminations. Geopost a, pour sa part, intégré pour la première fois le classement « 2025 Diversity Leaders » du *Financial Times* et de Statista, distinguant les 850 entreprises européennes les plus engagées en matière de diversité et d'inclusion. Enfin, à l'instar de La Poste, La Banque Postale et CNP Assurances ont signé la Charte LGBT+ de l'association L'Autre Cercle, confirmant leur engagement de longue date en faveur de l'inclusion des personnes LGBT+ dans le monde professionnel.

CHIFFRES CLÉS

0%

d'écart salarial entre les femmes et les hommes (périmètre : salariés La Poste SA).

600

collaborateurs « bienveillants » formés pour contribuer au bien vivre ensemble et détecter les risques psychologiques, avec un objectif de 1000 bienveillants en 2025.



« J'habitais à Évry-Courcouronnes (91) quand j'ai décroché l'emploi que je cherchais... à Sarcelles (95). Je n'avais pas droit au logement social, mais j'ai contacté le service logement de La Poste dans le but de trouver un logement plus proche de mon nouveau travail pour nous accueillir avec mon mari et nos quatre enfants. J'ai pu trouver rapidement à Saint-Denis (93) un T5 dans nos moyens et, surtout, à proximité immédiate des commerces, des écoles

et des transports en commun. J'ai été vraiment bien accompagnée, du montage du dossier jusqu'au déménagement, qui, après étude de ma situation, a été pris en charge par La Poste. Et tout cela s'est fait en moins de quatre mois! »

BETTY
Chargée de clientèle au bureau de poste de Sarcelles

« Ayant un handicap visuel qui me prive de vision centrale sur un œil, je bénéficie de conditions de travail adaptées, avec un double écran et une forte luminosité. Depuis deux ans, je fais partie des postiers en situation de handicap qui testent des produits et services du groupe pour les rendre accessibles aux personnes en situation de handicap. J'ai, par exemple, pu donner mon avis sur la carte bleue avec application vocale destinée aux personnes malvoyantes, qui est expérimentée par La Banque Postale. L'idée de pouvoir faciliter la vie de clients concernés ou le travail des chargés de clientèle me plaît beaucoup, on se sent utile. »

BRUNO
Responsable de l'espace commercial dans deux bureaux de poste à Paris

Donner à chacun la capacité d'agir

Avoir la capacité d'agir quand on est postier, c'est se former en continu pour posséder des compétences enrichissantes et utiles. C'est changer de fonction quand on le souhaite au fil de son parcours, afin que ce soit profitable à soi-même, à l'entreprise et aux clients. C'est sentir qu'on a quelque chose à apporter pour continuer à transformer le groupe La Poste, quels que soient son âge ou son expérience.

Évoluer et se former tout au long de son parcours

Depuis 2021, La Poste accompagne les collaborateurs souhaitant se reconverter en interne à travers deux dispositifs : les « itinéraires balisés », pour changer de métier, et les « parcours pionniers », avec une certification externe, pour changer de carrière. En 2024, La Poste a dépassé les 3 000 postiers certifiés dans le cadre de ces deux parcours. 38 collaborateurs ont, par exemple, suivi l'un des « itinéraires balisés » permettant de devenir data analyst, avec à la clé une nouvelle opportunité professionnelle dans ce métier d'avenir. L'École de la data et de l'IA a inauguré sa première promotion, avec un diplôme professionnel reconnu de niveau bac + 4 délivré à 17 postiers.

Les postiers ont aussi accès à de nombreuses formations autour des engagements RSE du groupe. 6 362 d'entre eux ont, par exemple, participé en 2024 à la Fresque du Climat – un dispositif visant à sensibiliser le plus grand nombre aux enjeux climatiques –, soit 23 576 collaborateurs au total depuis le lancement de ces ateliers, en 2022. 70 841 modules de formation sur « les essentiels de la RSE pour tous » ont aussi été suivis en 2024.

Attirer et intégrer tous les talents

« Avec nous, vivez ce qui vous ressemblera demain. Demain sera nous » : telle est la nouvelle promesse employeur dévoilée par le groupe La Poste en 2024. Elle témoigne de l'implication du groupe dans les transitions majeures de demain, de son engagement dans la formation de ses collaborateurs et dans la création d'opportunité de carrière pour tous. La Poste a par ailleurs renforcé son engagement envers la jeunesse, en accueillant 3 900 alternants, dont 2 000 au sein de la branche Services-Courrier-Colis dans les activités de la logistique, de la livraison et de la distribution. Elle a aussi accueilli 100 stagiaires de seconde, comme elle s'y était engagée. La Poste, La Banque Postale et sa filiale La Banque Postale Consumer Finance ont par ailleurs été certifiées en 2024 par le Top Employer Institute, une autorité indépendante certifiant l'excellence des pratiques RH. Et La Poste Immobilier a obtenu le label Great Place to Work dès sa première évaluation.

CHIFFRES CLÉS

24 051
jeunes de moins de 30 ans ont bénéficié d'un stage, d'une alternance ou d'une embauche en 2024.

93,45 %
des postiers ont suivi au moins une formation en 2024 (périmètre : La Poste SA).



▲ « Après une première expérience comme chargée de clientèle dans un bureau de poste à Paris, je souhaitais évoluer. L'informatique a toujours été ma passion, et j'ai décidé de me lancer, à 26 ans, dans un "parcours pionnier" pour devenir conceptrice-développeuse. C'est une expérience intense qui exige beaucoup d'investissement personnel. Grâce à un accompagnement de qualité, j'ai pu suivre une formation alternant théorie et pratique. À la fin, j'ai obtenu une certification et intégré les équipes informatiques de Nantes en tant que conceptrice-développeuse. Ce parcours est un véritable sésame, il nous ouvre les portes sur de nouvelles perspectives professionnelles! »

KRISTINA
Conceptrice-développeuse à Nantes



▲ « Après avoir été facteur pendant près de dix ans dans les Vosges, j'ai entendu parler de la reconnaissance du potentiel professionnel, ou RPP, un dispositif qui permet d'évoluer significativement dans son domaine professionnel ou en dehors de celui-ci. Je me suis inscrit en candidat libre et j'ai obtenu cette RPP à la seconde tentative, en 2019. C'est ce qui m'a permis d'être nommé responsable de l'exploitation et du service aux clients à Reims, puis directeur d'établissement par intérim au même endroit, avant de prendre la direction de l'établissement de

Charleville-Mézières, puis de celui de Troyes en 2024. Ça montre bien que tout est possible dans notre entreprise. Je privilégierai toujours la montée en compétences de mes collaborateurs car, si personne ne m'avait aidé et fait confiance, je n'en serais pas là aujourd'hui. »

FLORIAN
Directeur d'établissement à Troyes

Faire de l'IA un levier de la transformation

Déjà présente au cœur de nombreux services et processus clients du groupe La Poste, l'intelligence artificielle (IA) présente aussi un formidable potentiel pour ses collaborateurs. Pour en tirer parti, ses experts développent des outils et des services visant à intégrer l'IA dans leurs pratiques professionnelles et à simplifier leur quotidien.

Mettre l'IA au service des clients et des collaborateurs

De la reconnaissance des adresses sur les machines de tri à la détection de la fraude dans le domaine bancaire, en passant par les agents conversationnels des plateformes numériques, l'IA est déjà présente au sein du groupe, au service des clients comme des collaborateurs. Tout en améliorant l'expérience client, elle facilite le quotidien des postiers, avec un mot d'ordre : développer une IA éthique, qui crée de la valeur et prend en compte l'impact sociétal et environnemental. À l'image de la nouvelle charte éthique Data & IA du groupe, qui éclaire les décisions dans la conception, les processus et les offres et services utilisant l'IA.

Le groupe La Poste poursuit le développement de son propre modèle d'IA générative, « La Poste GPT », en cours d'expérimentation. Cela en continuant sa démarche ambitieuse d'acculturation et de formation.

Plus de 70 000 postiers ont ainsi suivi la formation en e-learning « Objectif IA » proposée par l'Institut Groupe de La Poste, en partenariat avec l'Institut Montaigne, OpenClassrooms et la Fondation Abeona. Ouverte à tous, cette formation permet de s'initier à l'intelligence artificielle en suivant 16 modules d'une durée totale de quatre heures.

CHIFFRE CLÉ

Plus de

70 000

postiers ont suivi la formation en e-learning « Objectif IA ».



« Intégrer des outils d'IA générative a totalement transformé mon quotidien. Désormais, je gagne en efficacité, que ce soit pour résoudre des problèmes de programmation ou pour produire des présentations. L'IA me permet d'expérimenter rapidement, d'itérer plus vite et de générer des idées novatrices, sans jamais remplacer l'humain. Elle est devenue une alliée précieuse qui enrichit mon travail, m'aide à innover et à accompagner mes collègues de manière plus efficace. »

MOHAMMED

Référent IA, direction des systèmes d'information de La Banque Postale à Gradignan



« Lorsque je suis au tri général, j'ai désormais un smartphone équipé de l'application MobillA, qui m'aide à trier le courrier manuellement. On flashe la lettre, et l'application nous sort le nom, le numéro et le rang de la rue, ce qui nous permet ensuite d'insérer le courrier dans la bonne tournée. C'est hyperrapide, c'est une sécurité, une aide à la manutention... Bref, MobillA, c'est une révolution pour nous, facteurs. Ensuite, on prend plaisir à dire aux autres : "C'est facile, regarde comment ça fonctionne !" On s'entraide énormément. »

CORINNE

Pilote de production à la plateforme industrielle Courrier de Cestas

« IA FOR COM » : LA FILIÈRE COMMUNICATION PRÉPARE L'AVENIR

En 2024, la direction de la communication du groupe La Poste a déployé IA for COM, un programme ambitieux visant à intégrer les IA génératives dans le quotidien des communicants du groupe. Celui-ci a donné lieu à des actions de

sensibilisation et à des formations qui seront enrichies progressivement. 300 communicants ont également participé à l'expérimentation de la solution IA Copilot de Microsoft et la moitié sera équipée de « La Poste GPT » en 2025.



« Les métiers de la communication sont directement concernés par l'intégration de l'IA dans leur quotidien : rédaction, veille, iconographie... Face à cette évolution majeure, nous avons fait le choix d'être proactifs. Nous accompagnons dans cette transformation l'ensemble des communicants du groupe avec notre projet IA for COM. Pour cela nous leur proposons régulièrement des sessions d'acculturation et de sensibilisation aux enjeux de l'IA. Nous avons également construit un programme de formation et nous testons différents outils d'IA générative. Notre objectif est d'intégrer progressivement l'IA dans tous nos métiers en devenant des acteurs de ce changement et en l'abordant avec sérénité et pragmatisme. »

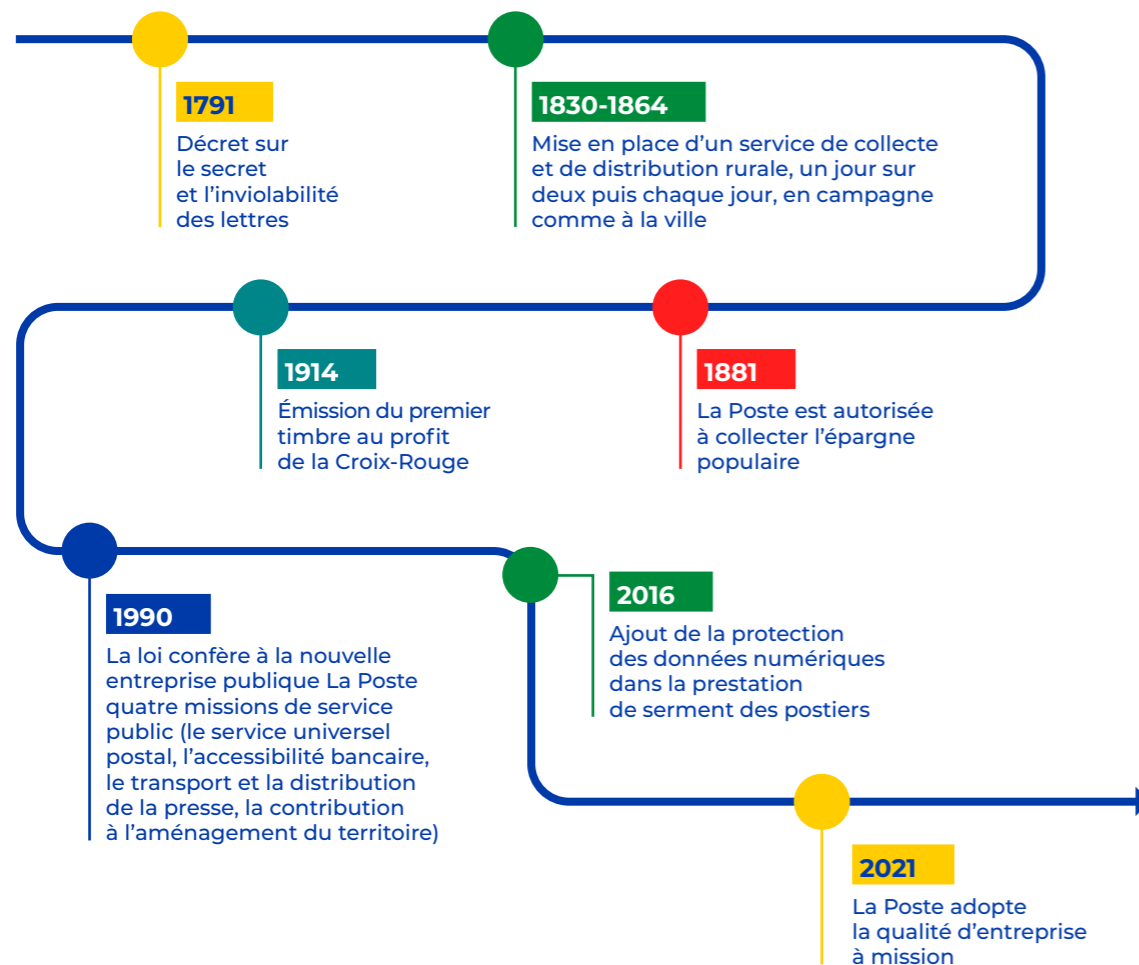
MARIE-AUDE DUBANCHET

Directrice générale adjointe du groupe La Poste en charge de la communication

Des valeurs incarnées au quotidien

Les six valeurs de La Poste sont au cœur de son identité, de ses engagements et de ses actions. Elles orientent ses choix stratégiques dans un environnement en mutation.

DES VALEURS QUI S'INCARNENT TOUT AU LONG DE SON HISTOIRE



« L'éthique est le fondement de notre culture et de nos valeurs. Elle est primordiale pour développer nos services de proximité ou de confiance numérique. Selon notre baromètre dédié, l'éthique est de plus en plus intégrée par les collaborateurs au cœur de leurs pratiques professionnelles. 77% d'entre eux se disent ainsi sensibilisés aux questions éthiques, un chiffre en hausse de 6 points en un an grâce à un programme de formation ambitieux sur le sujet. Les collaborateurs sont aussi beaucoup plus nombreux à connaître le déontologue référent de leur entité, avec une notoriété en hausse de 13 points depuis 2023 ».

PHILIPPE BAJOU

Directeur général adjoint, secrétaire général du groupe La Poste

LES VALEURS DE LA POSTE

OUVERTURE

Porter un regard neuf sur la société, être en permanence à l'écoute des parties prenantes pour capter leurs évolutions et leur proposer des solutions toujours adaptées.

CONSIDÉRATION

Traiter les clients et les collaborateurs avec l'attention et le respect qu'ils attendent.

ÉQUITÉ

S'adapter à la diversité des situations et des demandes, et y répondre avec une égale attention et une égale efficacité.

PROXIMITÉ

Être disponible pour tous les clients dans chaque lieu et chaque site, en s'adaptant aux spécificités locales.

ACCESSIBILITÉ

Être là où les clients ont besoin des services postaux et quand ils en ont besoin, en adaptant les modes de distribution de l'ensemble des produits du groupe aux nouveaux usages. Faciliter l'accès à nos services pour les personnes à mobilité réduite ou en situation de précarité.

SENS DU SERVICE

Se mettre au service du client, à travers un mode de relation fondé sur l'écoute et le professionnalisme.



UNE NOUVELLE CHARTE ÉTHIQUE DATA & IA

En 2024, le groupe a mis en place une nouvelle charte éthique Data & IA, qui définit le cadre nécessaire au développement de systèmes d'IA, afin de développer des services de confiance et de s'assurer d'une inclusion numérique au plus près des utilisateurs. Dans tous les métiers, la charte et ses exigences sont un outil d'appui à la décision.

Elle permet de préfiltrer les projets d'IA selon quatre critères : les finalités de l'algorithme, les régimes juridiques applicables aux données, les facteurs de risques techniques et la typologie des bénéficiaires potentiels des projets. Sur cette base, les équipes sont ensuite accompagnées par deux référents IA de confiance pour autoévaluer leur projet.

Une gouvernance stable et ouverte

La gouvernance du groupe La Poste s'appuie sur le conseil d'administration, le comité de mission, la direction générale et son comité exécutif. Travaillant de concert, ces instances accompagnent le développement du groupe et de ses branches dans le respect de ses engagements.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

24
membres

Présidé par Philippe Wahl, président-directeur général du groupe, il définit la politique générale et les orientations de l'activité du groupe.

8 membres communs assurent un lien entre le conseil d'administration et le comité de mission

COMITÉ DE MISSION

17
membres

Présidé par Natalie Rastoin, présidente de Polytane, il assure le suivi de l'exécution des engagements de La Poste au titre de sa qualité d'entreprise à mission.

9 personnalités qualifiées externes apportent des points de vue ouverts et diversifiés.

DIRECTION GÉNÉRALE

Le président du conseil d'administration exerce aussi la fonction de directeur général et assume à ce titre la mise en œuvre de la stratégie décidée par le conseil d'administration.

COMITÉ EXÉCUTIF

10
membres

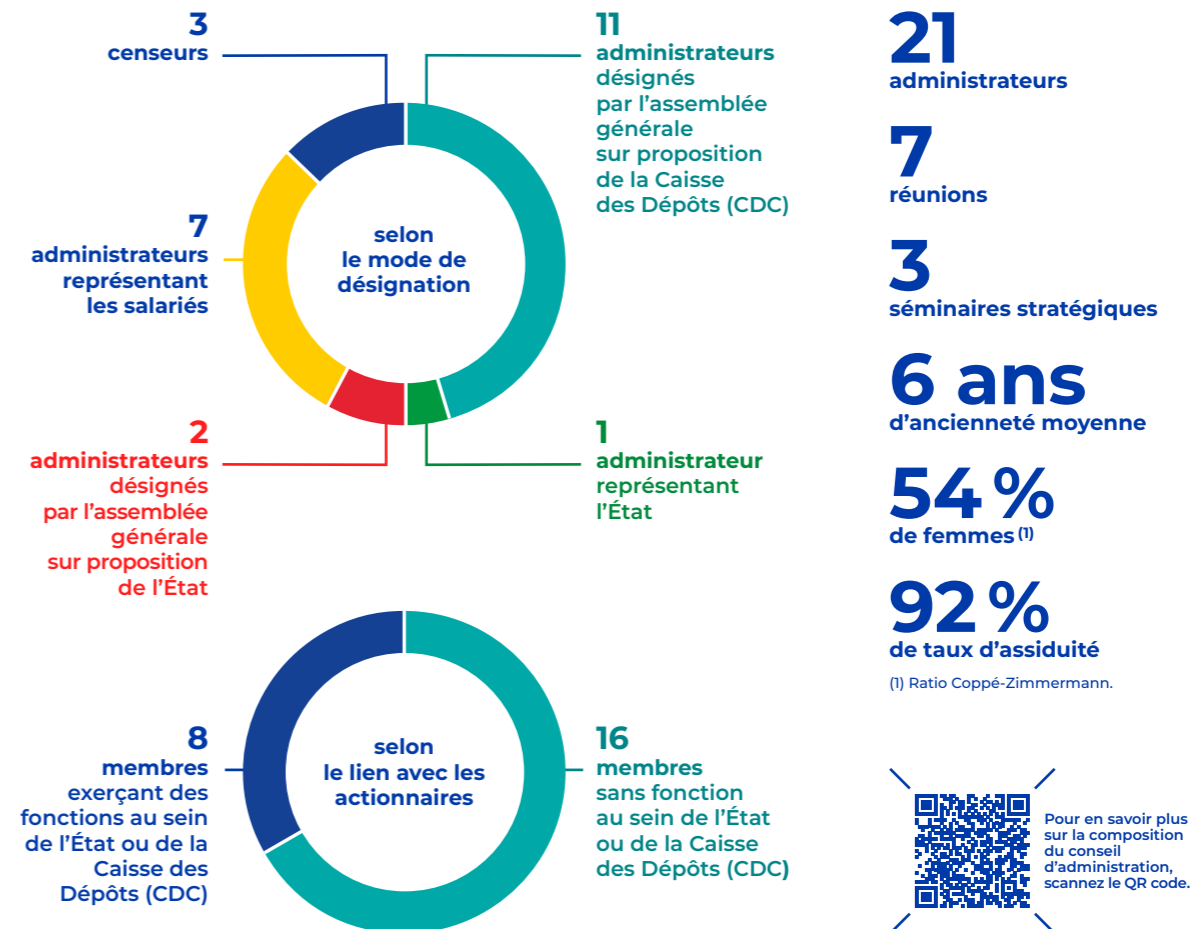
Instance d'échange stratégique et de concertation sur tous les sujets transverses du groupe.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration définit les orientations stratégiques du groupe, arrête les comptes annuels et semestriels, autorise les opérations de croissance externe et de cession, les programmes d'investissements majeurs, fixe les conditions de l'intéressement du personnel. Il s'assure de la résilience optimale du groupe au regard du contexte économique et de son utilité au quotidien.

Des profils diversifiés, garants d'une forte ouverture

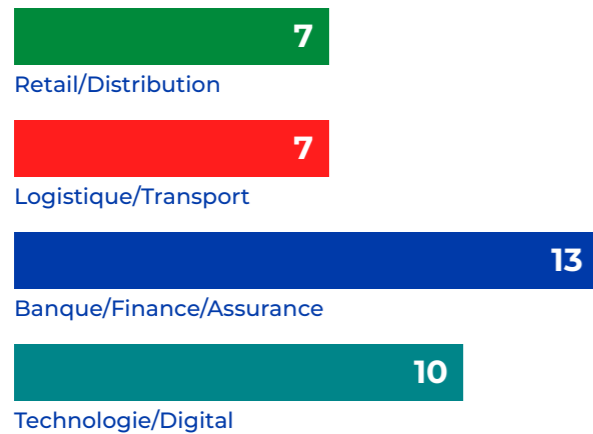
La diversité des profils, des expériences et des compétences des administrateurs est un atout important pour répondre aux enjeux des grandes transitions sociétales et mettre en œuvre les ambitions du groupe, inscrites dans sa raison d'être et son plan stratégique.



Des expertises stratégiques robustes

Les 21 administrateurs du conseil d'administration ont réalisé une autoévaluation de leur champ d'expertise stratégique.

EXPERTISES SECTORIELLES



EXPERTISES FONCTIONNELLES SUR LES PRINCIPAUX RISQUES ET OPPORTUNITÉS ESG



CINQ COMITÉS SPÉCIALISÉS

Le conseil d'administration s'appuie sur 5 comités spécialisés dans l'exercice de ses missions.

Comité de la stratégie et des investissements

Présidente :
Françoise Malrieu (CDC)
 9 membres
 6 réunions
 89 % d'assiduité

Comité d'audit

Présidente :
Guillemette Kreis (État)
 5 membres
 10 réunions
 94 % d'assiduité

Comité des nominations, des rémunérations et de la gouvernance

Président :
Philippe Lemoine (CDC)
 4 membres
 3 réunions
 83 % d'assiduité

Comité qualité et développement durable

Présidente :
Marie-Pierre de Bailliencourt (CDC)
 7 membres
 3 réunions
 94 % d'assiduité

Comité des missions de service public

Président :
Franck Gervais (État)
 7 membres
 4 réunions
 94 % d'assiduité

LE COMITÉ EXÉCUTIF

Le comité exécutif est l'instance d'échange stratégique et de concertation sur tous les sujets transverses du groupe. Ses membres examinent les projets de décision majeurs et les résultats opérationnels du groupe au regard de ses objectifs.

Sa composition reflète l'envergure d'un groupe multiactivité à même de se transformer en développant de nouvelles activités utiles et performantes répondant aux enjeux de durabilité.



PHILIPPE WAHL
 Président-directeur général du groupe La Poste



PHILIPPE BAJOU
 Directeur général adjoint, secrétaire général du groupe La Poste, président de La Poste Immobilier



STÉPHANIE BERLIOZ
 Directrice générale adjointe, en charge des finances



NATHALIE COLLIN
 Directrice générale adjointe, en charge de la branche Grand Public et Numérique



VALÉRIE DECAUX
 Directrice générale adjointe, en charge des ressources humaines



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



YVES DELMAS
 Directeur général adjoint, administrateur-directeur général de Geopost



PHILIPPE DORGE
 Directeur général adjoint, en charge de la branche Services-Courier-Colis



MARIE-AUDE DUBANCHET
 Directrice générale adjointe, en charge de la communication



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

10 membres
40% de femmes

ACCOMPAGNER LES TRANSITIONS

Les transitions – écologique et énergétique, numérique, démographique et sociale, territoriale – redéfinissent les attentes des parties prenantes du groupe La Poste et les défis qu'il doit relever. Le groupe y répond avec des produits et services adaptés, et des actions concrètes dans tous les territoires, donnant ainsi de l'ampleur à ses impacts positifs.



- P. 48 — Agir pour la transition écologique et énergétique
- P. 52 — Agir pour la transition numérique
- P. 56 — Agir pour la transition démographique et sociale
- P. 60 — Agir pour la transition territoriale



Agir pour la transition écologique et énergétique

LES DÉFIS

+3,1 °C

Trajectoire actuelle de réchauffement mondial d'ici à 2100.

(Source : Programme des Nations unies pour l'environnement, octobre 2024.)

25 jours/an

de vagues de chaleur extrême et une augmentation de +10% des pluies intenses.

(Source : trajectoire de réchauffement de référence pour l'adaptation au changement climatique, octobre 2024.)

1er

secteur émetteur de gaz à effet de serre en France : le transport.

(Source : ministère de la Transition écologique.)

110 Mds€

d'investissements bas carbone par an nécessaires en France d'ici à 2030 pour tenir les objectifs climatiques.

(Source : direction générale du Trésor, 2024.)

LES ENJEUX POUR LE GROUPE LA POSTE

Décarboner et adapter les activités tout en accompagnant les clients.

► Le groupe La Poste s'est engagé à tenir ses objectifs de réduction d'émissions de gaz à effet de serre (GES) compatibles avec l'accord de Paris (+1,5 °C), avec une trajectoire approuvée par l'initiative Science-Based Targets (SBTi) dans les domaines du transport, de la logistique et de la banque. Référence en matière de livraison durable, le groupe dispose de l'une des premières flottes européennes de véhicules électriques. Il poursuit ses efforts pour décarboner sa flotte et s'adapter aux impacts du changement climatique (implantations, bâtiments, etc.).

► La Banque Postale accélère dans la finance à impact avec ses offres qui accompagnent les clients particuliers, les entreprises et les collectivités dans leurs projets de transition énergétique (prêts verts, crédits immobiliers à impact, etc.).

► La Poste joue un rôle clé dans l'économie circulaire en développant la collecte et le recyclage des vêtements professionnels ainsi que des offres pour favoriser la rénovation énergétique, et en encourageant les mobilités douces à travers de services comme Véligo Location en Île-de-France.

CHIFFRES CLÉS

38%

du parc de véhicules du groupe La Poste est électrique (contre 37% en 2023).

1re

La Banque Postale est la première banque au monde à s'être engagée pour une sortie totale des secteurs du pétrole et du gaz d'ici à 2030.

1re

filiale de collecte et de recyclage des vêtements professionnels pour les entreprises créée en 2024 par le groupe La Poste via sa filiale Recygo.



DES LIVRAISONS PLUS DURABLES À LYON

DPD France a intégré le nouvel hôtel de logistique urbaine Lyon Gerland⁽¹⁾, qui s'étend sur 29 000 m². En mutualisant les flux de marchandises entrant dans l'agglomération lyonnaise, il permet d'optimiser leur distribution dans la ville avec des véhicules adaptés au dernier kilomètre. DPD France bénéficie ainsi d'un système de distribution durable, répondant aux enjeux de décarbonation du territoire lyonnais.

(1) Livré par le consortium formé par La Poste Immobilier, la Banque des Territoires, LPA Mobilités et le Groupe SERL.



LANCEMENT D'UNE CARTE BANCAIRE À IMPACT INÉDITE

Continuant à enrichir son offre de produits responsables, La Banque Postale a lancé sa carte bancaire à impact, une première dans le secteur des banques traditionnelles françaises. Développée en partenariat avec le WWF France, La Banque Postale propose à ses clients une offre de bancarisation dont les dépôts servent à financer la rénovation énergétique des logements et à soutenir des programmes de protection et de restauration de la biodiversité.

600 M€

d'investissement prévus dans le cadre d'un nouveau partenariat signé en 2024 entre La Banque Postale et la Banque européenne d'investissement pour soutenir les entreprises françaises dans le financement de leurs projets de mobilité et de transition énergétique.

Agir pour la transition écologique et énergétique



30 millions

de kilomètres effectués en 2024 par Colissimo avec des poids lourds bas carbone (électrique, biogaz, biocarburant), soit 11% du nombre total de kilomètres de transport longue distance.

CONTRIBUER À LA RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE DES ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES

Depuis 2023, la Banque des Territoires développe son programme EduRénov pour accompagner les collectivités dans leurs projets de rénovation énergétique des bâtiments scolaires et éducatifs. Pour accélérer ces rénovations, elle a signé en 2024 un partenariat stratégique avec La Banque Postale. Il permet aux collectivités d'optimiser le montage financier de leurs projets et l'identification de subventions avec l'offre Subzen de La Banque Postale. Ensemble, les deux entités proposent une offre de bout en bout adaptée à chaque étape des projets de décarbonation des infrastructures publiques.

95 000

prestations de facteurs en 2024 pour le compte de l'Agence nationale de l'habitat (Anah) afin de sensibiliser les particuliers à la rénovation énergétique de leur logement.



SEQUNDO, AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET DE L'INSERTION

En 2024, La Poste Immobilier a impulsé la création du réseau Sequndo. Réunissant 12 structures d'insertion, il propose des prestations de déconstruction sélective de bâtiments, dans le but de réemployer les matériaux récoltés. Ce partenariat permettra à La Poste Immobilier de valoriser 80%⁽¹⁾ des matériaux ciblés, tout en contribuant à réaliser 5% d'heures d'insertion sur ses chantiers et nouveaux contrats tous corps d'état.

(1) S'applique aux opérations soumises au diagnostic PEMD (produits, équipements, matériaux et déchets) réglementaire, pour une démolition ou une rénovation significative de plus de 1000 m².

50^e projet

inscrit, en 2024, dans le cadre du programme Climat + Territoires, dédié à la protection des ressources et de la biodiversité. Visant à accompagner la ville de Laval dans son ambition de revégétalisation, l'opération Quai Paul-Boudet est conçue pour faciliter la séquestration du carbone et la biodiversité, tout en améliorant le cadre de vie des habitants. Ce projet est financé par La Poste, en partenariat avec la Société Forestière de la Caisse des Dépôts.



« Recygo a créé en 2024 un écosystème inédit pour la collecte et de recyclage des vêtements et textiles professionnels. En nous confiant leurs vêtements, les entreprises publiques ou privées rejoignent le mouvement engagé pour l'émergence d'une filière d'excellence pour le recyclage des textiles en France. Ensemble, nous agissons pour l'environnement, pour la relocalisation de l'industrie de recyclage en France et pour l'emploi durable au sein de nos territoires. »

CORINNE SIEMINSKI
Présidente de Recygo

Agir pour la transition numérique

LES DÉFIS

+ 8 %

en moyenne par an de chiffre d'affaires généré depuis 2018 par les entreprises françaises du secteur de la confiance numérique.

(Source : Observatoire de la confiance numérique, 2023.)

1 entreprise sur 2

victime de cyberattaques en 2023, principalement via le piratage de compte et l'hameçonnage.

(Source : Anssi, 2023.)

Plus de 1/3 des entreprises

de 10 salariés ou plus utilisaient l'IA en 2023, la moitié dans l'industrie et 40 % dans le commerce et la finance.

(Source : France Travail, 2023.)

16 millions

de Français touchés par l'illectronisme, révélant une fracture numérique persistante.

(Source : ANCT, 2022.)

LES ENJEUX POUR LE GROUPE LA POSTE

Être l'opérateur des services numériques de confiance et favoriser l'inclusion numérique.

▶ Avec sa filiale Docaposte, le groupe La Poste déploie des solutions sécurisées comme la signature électronique, l'archivage et le vote en ligne, et entend maintenir son leadership sur ce marché de la confiance numérique. Docaposte a notamment développé Numspot, une offre de cloud souverain commercialisée dès 2025 avec ses partenaires publics et privés de premier plan : la Banque des Territoires, Dassault Systèmes et Bouygues Telecom. Engagé pour une IA éthique, le groupe déploie sa charte Data & IA y compris dans les projets intégrant de l'IA générative. Le groupe a renforcé son expertise dans l'IA avec l'acquisition de Probayes en 2016 et d'Openvalue en 2021, et la formation des collaborateurs.

▶ En tant qu'entreprise à mission, La Poste œuvre pour l'inclusion numérique, une priorité sociétale pour réduire les inégalités. Ses actions s'appuient sur des dispositifs concrets en bureaux de poste comme les guichets France services, la médiation numérique et les Étapes Numériques.

CHIFFRES CLÉS

Plus de 400

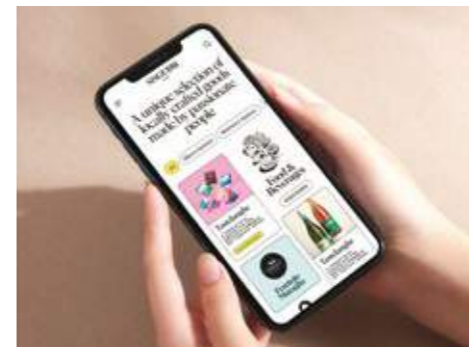
experts IA au sein du groupe et 100 000 postiers formés au numérique, dont 70 000 via la formation « Objectif IA ».

Plus de 788 000

personnes accompagnées dans l'apprentissage et l'usage du numérique en 2024, avec l'objectif de 1 million par an d'ici à 2030.

UN ESPACE NUMÉRIQUE NOUVELLE GÉNÉRATION POUR LES ACTEURS DE L'ÉDUCATION

En complémentarité avec l'application Pronote proposée par sa filiale Index Éducation, Docaposte a lancé un Espace numérique pour l'éducation et la jeunesse (Enej) nouvelle génération, proposant une palette élargie de services dans différents domaines : numérique éducatif, pédagogie, cantine, transports, sports, culture, etc. Conçu comme une solution personnalisable, modulaire et évolutive, l'Enej simplifie l'expérience de tous les utilisateurs – collectivités, académies, établissements, élèves et familles – et facilite leurs interactions, dans un environnement sécurisé et souverain.



7 500

produits proposés par 15 PME italiennes via la plateforme numérique Singular, lancée en Italie par BRT, filiale de Geopost. Singular propose aux consommateurs une nouvelle expérience d'achat (accès à des produits de marques locales) et offre des opportunités commerciales aux PME. Elle est également déployée en Croatie et en Espagne.



L'IA GÉNÉRATIVE AU SERVICE DU MARKETING DIRECT

La Poste a lancé une nouvelle plateforme nommée « AI Ads », permettant aux entreprises d'améliorer l'impact et l'efficacité de leurs campagnes de courrier publicitaire et marketing. En quelques clics, l'intelligence artificielle générative crée des visuels personnalisés, attrayants et adaptés aux enjeux de communication des entreprises.

Agir pour la transition numérique

PARTENAIRE DE L'ÉTAT POUR LA DÉMATÉRIALISATION DE LA FACTURATION

Début septembre 2026, la facturation électronique deviendra progressivement obligatoire pour toutes les entreprises françaises assujetties à la TVA. Dans ce contexte, Docaposte, via sa filiale Seres, a obtenu l'immatriculation provisoire indispensable pour devenir plateforme de dématérialisation partenaire de l'État, avec pour mission de contrôler et valider les factures émises et réceptionnées électroniquement par les entreprises.



18 millions

d'utilisateurs de Pronote. La 1^{re} solution de vie scolaire en France est utilisée dans 10 000 établissements, du primaire au supérieur. Un bouton « SOS harcèlement » sur l'application mobile permet aux élèves et aux familles d'entrer en contact avec les référents harcèlement de leur établissement et de disposer des contacts utiles.

UN LABEL D'EXCELLENCE SUR LA SÉCURITÉ DES DONNÉES

Filiale de Docaposte, Index Éducation est le premier éditeur du secteur de l'éducation à avoir obtenu la qualification SecNumCloud SaaS 3.2 délivrée par l'Anssi⁽¹⁾. Avec cette qualification, qui est aujourd'hui le standard de sécurité et de confiance le plus élevé en France, Docaposte répond à la doctrine de l'État en matière de cloud. L'entreprise fait ainsi de Pronote le logiciel de vie scolaire correspondant aux plus hautes exigences concernant la sécurité des données scolaires. En 2024, Docaposte s'est par ailleurs dotée d'une charte éthique éducation et jeunesse encadrant rigoureusement le traitement des données scolaires.

(1) Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information.

6 200

collectivités territoriales accompagnées en 2024 dans leur transformation numérique, avec des services de Docaposte comme la signature, le parapheur ou le vote électronique, ou encore la lettre recommandée électronique.



1,5 million

de personnes accompagnées dans 645 bureaux de poste situés principalement dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV), grâce aux services d'un médiateur qui détecte les fragilités numériques, oriente ou forme les clients, en partenariat avec des associations locales.

« En 2024, nous avons lancé **une nouvelle offre de cybersécurité, adaptée aux besoins et aux moyens des PME et ETI, des collectivités territoriales et des établissements de santé.** Pour la commune normande de Thue-et-Mue, nous déployons, par exemple, quatre services ciblés : un logiciel d'analyse, un antivirus, un gestionnaire de mots de passe et une campagne de sensibilisation du personnel sur les e-mails frauduleux. Avec notre Pack Cyber, les clients ont le choix parmi une gamme complète de solutions. »

GWENAËLLE MARTINET
Directrice de l'offre cyber de Docaposte

Agir pour la transition démographique et sociale

LES DÉFIS

+47 %

de personnes âgées de 75 à 84 ans d'ici à 2030 et un doublement des 85 ans et plus d'ici à 2040, soit près de 5 millions de Français.

(Source : Haut-Commissariat au plan, 2023.)

9 Français sur 10

de plus de 65 ans souhaitent vieillir à domicile, soulignant l'importance de services adaptés pour le maintien à domicile.

(Source : Haut-Commissariat au plan, 2023.)

+25 %

de croissance estimée du marché mondial de l'IA générative en santé entre 2024 et 2029.

(Source : Mordor Intelligence et BCG, octobre 2023.)

11,4 %

des incidents cyber traités par l'Anssi en 2023 concernaient le secteur de la santé, contre seulement 2,87 % en 2020, révélant une vulnérabilité accrue.

(Source : Anssi, novembre 2024.)

LES ENJEUX POUR LE GROUPE LA POSTE

Prévenir et accompagner le bien vieillir à domicile et être le partenaire numérique de confiance des acteurs du soin.

► Pour répondre aux défis du vieillissement de la population, le groupe La Poste mobilise sa logistique de proximité et ses expertises pour accompagner le bien vieillir à domicile. Créée en 2023, sa filiale La Poste Santé & Autonomie propose des solutions innovantes, comme l'accompagnement thérapeutique à distance pour les patients équipés d'implants cardiaques ou le télésuivi de l'obésité morbide grâce à Careside. Dans le cadre des missions « aller vers », les facteurs apportent aussi un soutien précieux aux seniors, notamment pour le repérage des fragilités liées à l'âge avec le programme Icope⁽¹⁾.

► Le groupe La Poste, avec Docaposte, accompagne les acteurs de la santé dans leur stratégie data avec trois marques : Maincare, Heva et Weliom. Leader des solutions et des services numériques de confiance qualifiés eIDAS et expert de la donnée sensible, Docaposte leur garantit un cadre conforme, sécurisé, souverain et éthique pour la gestion des données de santé.

CHIFFRES CLÉS

10,1 millions

de repas livrés par les facteurs en 2024.

49 millions

de dossiers médicaux hébergés par Docaposte, 1^{er} opérateur de données de santé en France, dans ses data centers certifiés HDS (hébergeur de données de santé).

FACILITER L'ACCÈS À L'ASSURANCE POUR LES PERSONNES AYANT SURMONTÉ UN CANCER DU SEIN

CNP Assurances a enrichi les garanties de ses contrats d'assurance emprunteur, allant plus loin que la réglementation en vigueur en matière de droit à l'oubli. Depuis mars 2024, dès la fin du protocole thérapeutique actif (chirurgie, chimiothérapie, radiothérapie...) à la suite d'un cancer du sein, il est possible de souscrire, sans surprimes ni exclusions, à un contrat d'assurance emprunteur pour des projets immobiliers ou professionnels.

283 273

bénéficiaires des solutions et des services d'accompagnement du groupe La Poste destinés aux publics âgés et fragiles en 2024.



PRÉVENIR LA DÉPENDANCE DES PERSONNES ÂGÉES

La Poste contribue à Icope⁽¹⁾, un programme de l'Organisation mondiale de la santé visant à repérer précocement les facteurs de fragilité chez les seniors. Objectif : inciter les personnes âgées de 60 ans et plus à télécharger l'application gratuite Icope Monitor, afin d'autoévaluer leur degré d'autonomie. En Haute-Garonne, où une campagne a été menée à l'été 2024, 10 facteurs spécialement formés ont, par exemple, animé dans 16 communes 30 ateliers collectifs d'aide à la prise en main de l'application. Le programme est également déployé en Isère, en Dordogne, en Loir-et-Cher et en Corrèze.

(1) Integrated care for older people.

Agir pour la transition démographique et sociale



SOUTENIR L'INSERTION DES TRAVAILLEURS EN SITUATION DE HANDICAP

En 2024, Pickup a implanté des relais pour le retrait et le dépôt de colis dans une trentaine d'établissements et services d'aide par le travail (Esat). Tout en répondant à la demande croissante pour des livraisons hors domicile, cette initiative permet à ces structures d'accroître leur visibilité et de générer des revenus complémentaires. Bénéficiant d'une formation sur mesure, les travailleurs en situation de handicap ont ainsi l'opportunité de développer de nouvelles compétences.

220 000

patients suivis à domicile grâce aux services de Diadom et Asten Santé, prestataires de santé à domicile, filiales du groupe La Poste.

DES LOGEMENTS CRÉATEURS DE LIEN SOCIAL POUR LES SENIORS

La Poste Immobilier poursuit son programme stratégique de transformation d'anciens hôtels des Postes en résidences services seniors. Elle répond ainsi à un besoin sociétal essentiel, encourage le lien social et contribue à réduire l'isolement des seniors. Trois résidences ont été livrées en 2023-2024 à Strasbourg, Saint-Étienne et Brest. Une quatrième ouvrira à Châteauroux au printemps 2025. Les chantiers sont en cours à Amiens, Auch et Châlons-en-Champagne, et cinq autres résidences sont actuellement à l'étude.



1700

sites postaux agréés pour passer les examens du Code de la route, bateau, moto dont 7 centres pour l'examen d'anglais Toeic depuis 2024.

FAVORISER L'ACCÈS DES PERSONNES MIGRANTES AUX SERVICES POSTAUX

La Banque Postale a renouvelé son partenariat avec l'Office français de l'immigration et de l'intégration, afin de faciliter l'accès des personnes migrantes aux services postaux et bancaires. Entièrement rénové, le bureau de poste de Paris Porte de la Chapelle accueille désormais les demandeurs d'asile. Ces services s'inscrivent dans le cadre de la mission d'accessibilité bancaire exercée par La Banque Postale. Ils peuvent notamment y ouvrir un Livret A. Près de 400 bureaux de poste offrent partout en France un service de médiation destiné aux migrants.

« Nous expérimentons auprès de nos collaborateurs malvoyants et non voyants **une carte bancaire spécialement conçue pour eux qui permet de vocaliser les paiements** à travers une application mobile. Grâce à cette initiative menée avec nos partenaires le Groupement des Cartes Bancaires, Thales et la fintech Handsome, qui a été hébergée au sein de notre incubateur de start-up platform58, nous souhaitons simplifier l'accès aux moyens de paiement et sécuriser leurs achats bancaires. »

VINCENT MENVIELLE
Directeur marketing de la banque de détail La Banque Postale (jusqu'au 30 avril 2025)



Agir pour la transition territoriale

LES DÉFIS

9 personnes sur 10

vivent dans l'aire d'attraction d'une ville en France hexagonale, révélant la polarisation urbaine croissante.

(Source : Insee, 2019.)

Près de 1/4 des Français

estime vivre dans un territoire délaissé par les pouvoirs publics.

(Source : Plan France Ruralités, 2023.)

3/4 des Français

font confiance à leur maire.

(Source : Baromètre de la confiance politique, publié par Sciences-Po, février 2024.)

1 personne sur 10

est en situation d'isolement total, et près d'un tiers des Français pourrait vivre seul en 2050.

(Source : Insee, 2019.)

LES ENJEUX POUR LE GROUPE LA POSTE

Adapter la présence du groupe pour être au plus près des Français, créer du lien social et demeurer un acteur économique de référence en territoire.

► La Poste s'appuie sur son maillage unique avec plus de 40545 points de services en France, garantissant une présence au plus près des habitants. Il facilite l'accès aux démarches administratives dans les 414 bureaux de poste labellisés France services. Enfin, il s'adapte aux nouveaux usages : La Poste Immobilier déploie des espaces de coworking sous la marque Mitwit, et se positionne comme le 2^e opérateur français.

► Pour lutter contre l'isolement social, les 63800 facteurs et livreurs de colis jouent un rôle central dans la vie des Français. Leur présence favorise le lien social, facilite le quotidien des habitants et permet d'identifier les fragilités, notamment des populations isolées. La Banque Postale, quant à elle, accompagne 1,2 million de clients au titre de la mission de service public d'accessibilité bancaire et 1,7 million de clients financièrement fragiles.

► Le groupe La Poste est également un acteur économique de référence en territoire. Ses offres s'adressent tant aux clients particuliers qu'aux entreprises et collectivités dans les domaines du financement et des moyens de paiement de La Banque Postale, du marketing pour dynamiser les points de vente ou encore de la logistique.

CHIFFRES CLÉS

97%

de la population vit à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture d'un point de contact postal.

Près de 3 millions

de clients financièrement vulnérables accompagnés par La Banque Postale.

426 038

emplois soutenus en France (directs, indirects et induits).

11,8 Mds€

de prêts accordés au secteur public local par La Banque Postale (+25% par rapport à 2023). La Banque est le 1^{er} prêteur bancaire des collectivités locales depuis 2015.

(Source : classement « Observatoire Finance Active de la dette des collectivités locales » 2024.)

DES BUREAUX DE POSTE ITINÉRANTS POUR ALLER VERS LES CLIENTS

Dans l'Orne, le Gers, le Jura, la Haute-Marne et la Creuse, La Poste expérimente cinq bureaux de poste itinérants installés dans des véhicules aux couleurs postales pour dynamiser sa présence au cœur des zones rurales et participer au maintien des services publics sur l'ensemble du territoire. Outre les services postaux essentiels, les habitants sont orientés vers l'espace France services le plus proche, qui pourra les accompagner dans leurs démarches administratives auprès d'un socle commun de services publics.



50 millions

de colis livrés par Chronofresh, filiale de Chronopost, depuis son lancement, en 2015. Devenue leader de la livraison express de produits alimentaires, Chronofresh bénéficie d'une croissance soutenue par la forte expansion de l'e-commerce alimentaire. Cette offre sous température contrôlée est désormais proposée dans 7 pays en Europe. En France, elle soutient la vitalité des campagnes en développant les circuits courts entre les agriculteurs et les consommateurs.

Agir pour la transition territoriale



DES BUREAUX ET SITES INDUSTRIELS TRANSFORMÉS EN LOGEMENTS

En transformant certains de ses actifs, La Poste Immobilier apporte sa contribution pour répondre à un besoin de logements très significatif dans de nombreux territoires. Après avoir créé 83 logements dans le 10^e arrondissement de Paris (visuel ci-contre), elle développe des programmes à proximité du centre de Nantes (140 logements), à Mérignac (120 logements), à Toulouse (230 logements), à Aix-les-Bains (74 logements) et à Saint-Cloud (58 logements).

UNE GIGAFACTORY DE BATTERIES BAS CARBONE FAVORISANT LE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL

Au travers de La Banque Postale et de la Banque des Territoires, le groupe Caisse des Dépôts a octroyé 180 millions d'euros de financements pour la construction d'une usine fabriquant des cellules de batteries, opérée par l'entreprise française Verkor à Dunkerque. D'une capacité initiale de 16 GWh/an dès 2025, le site permettra d'équiper jusqu'à 300 000 véhicules électriques par an. Participant à la réindustrialisation du territoire en maîtrisant l'impact environnemental de l'industrie, cette initiative permettra de créer plus de 1200 emplois directs.



1687

facteurs-guichetiers en zones rurales, assurant l'ensemble des services d'un bureau de poste et la distribution du courrier et des colis.

UN NOUVEAU HUB AU SERVICE DE L'E-COMMERCE AU BRÉSIL

Acteur de référence de la logistique de l'e-commerce détenu à 100 % par Geopost, Jadlog investit plus de 100 millions de reais brésiliens dans un nouveau hub à São Paulo. Doté des dernières technologies, avec notamment une trieuse comptant parmi les plus grandes et modernes du monde, celui-ci permettra à Jadlog de doubler sa capacité opérationnelle pour traiter et distribuer près de 30 000 colis par heure. Couvrant 20 000 m² de surface construite, le nouveau site devrait créer plus de 550 emplois dans la région.



150

communes ont confié en 2024 le recensement de leur population à des facteurs spécifiquement formés par l'Insee dans le cadre d'une expérimentation. Depuis la parution d'un décret, fin 2024, les communes peuvent confier leur recensement à des prestataires externes comme La Poste.



« Conclu pour cinq ans, le partenariat entre Chambres d'agriculture France et le groupe La Poste constitue un moyen pour resserrer les liens entre les consommateurs et les agriculteurs. Les solutions logistiques proposées par Chronofresh permettent aux producteurs de professionnaliser leurs démarches commerciales. **Les agriculteurs sont des acteurs majeurs dans la vie de nos territoires** et pourront renforcer ce rôle en fournissant un service de proximité avec les points postaux et les relais Pickup qui seront développés dans les fermes et les communes rurales. »

SÉBASTIEN WINDSOR
Président de Chambres d'agriculture France

ACCOMPAGNER LES COMMUNES DANS LA DÉNOMINATION ET LA NUMÉROTATION DES VOIES

Près de 200 000 voies sont encore non numérotées en France et 1,6 million de foyers ne disposent pas d'adresse précise, alors qu'il s'agit d'une obligation légale. Plus de 4 800 communes ont déjà fait appel à La Poste pour se mettre aux normes. Elles sont accompagnées à chaque étape : du diagnostic de l'adressage existant à la création du nouvel adressage, en passant par la publication dans la base adresse nationale.

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 CO₂ 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

décelées, 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 2700 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 consolider 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 teqCO₂ 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)).

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 CO₂ 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.



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



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.

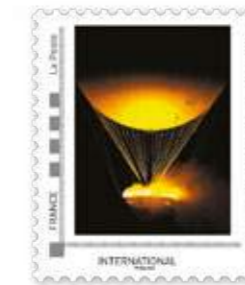
4. Pendant toute la période des Jeux de Paris 2024, La Poste a ouvert trois bureaux de poste éphémères situés respectivement au Village des Athlètes, au Main Press Center, au palais des congrès de Paris, et à l'International Broadcast Center, au Bourget, pour les médias et les équipes techniques.

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)



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.



2.

“

Grâce au partenariat conclu entre La Poste et Orange, 90% des bornes Wi-Fi et 78% des switchs 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. ”

ALLETTE MOUSNIER-LOMPRÉ
Directrice générale
d'Orange Business

4.



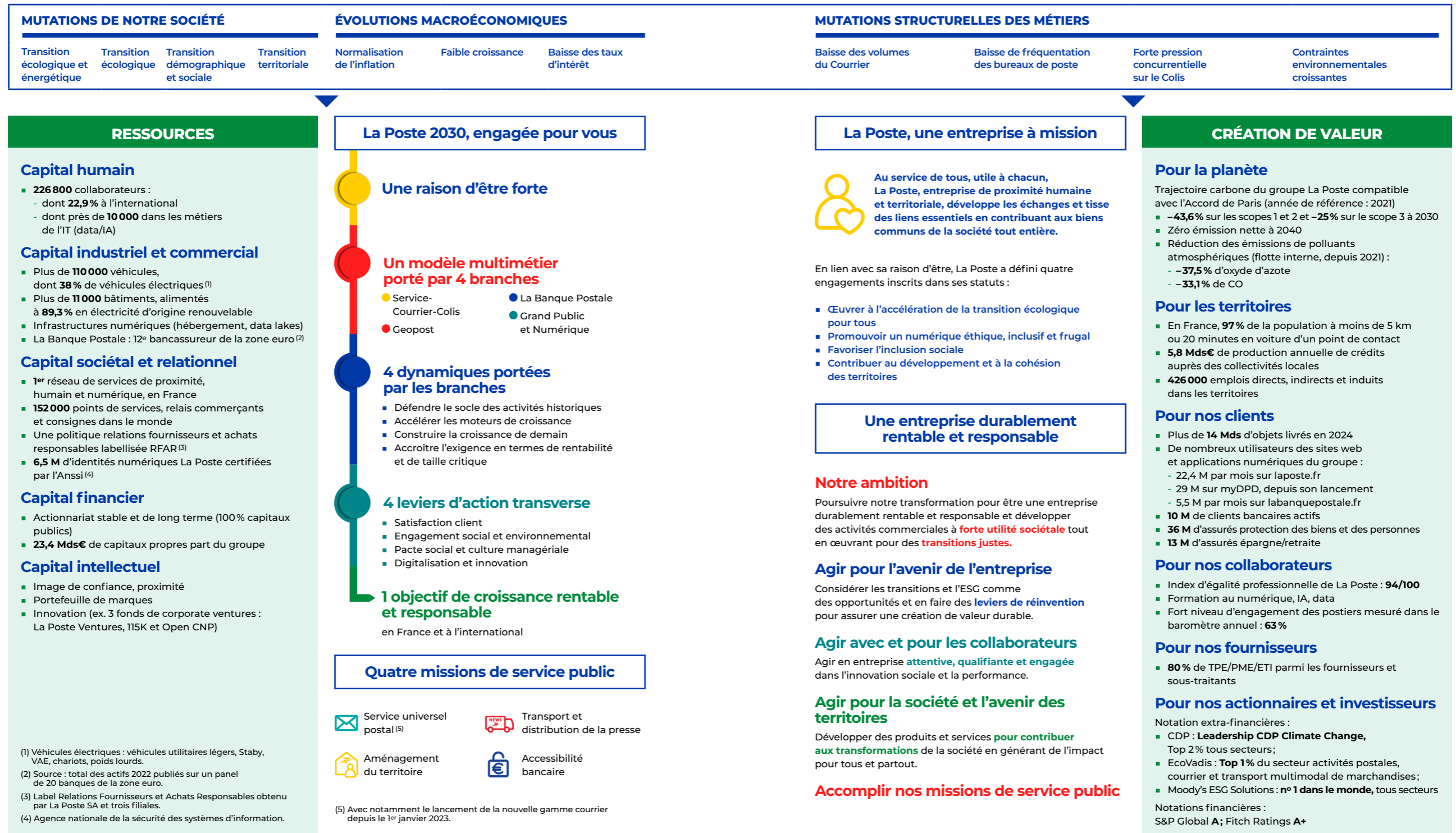
MESURER LES IMPACTS

Dans un contexte macroéconomique difficile, les résultats 2024 du groupe La Poste ont progressé, portés par la stratégie de diversification. La performance ESG du groupe est reconnue : le groupe est classé parmi les meilleurs au monde par les agences de notations extra-financières. Le groupe considère le financier et l'extra-financier comme contribuant à parts égales à sa création de valeur et à son ambition d'avoir un impact positif.



- P. 80 — Un modèle d'affaires créateur de valeur
- P. 82 — Une création de valeur durable et partagée
- P. 84 — Performance financière
- P. 86 — Performance extra-financière
- P. 92 — Notations

Un modèle d'affaires créateur de valeur



Notre ambition

Poursuivre notre transformation pour être une entreprise durablement rentable et responsable et développer des activités commerciales à forte utilité sociale tout en œuvrant pour des transitions justes.

Agir pour l'avenir de l'entreprise

Considérer les transitions et l'ESG comme des opportunités et en faire des leviers de réinvention pour assurer une création de valeur durable.

Agir avec et pour les collaborateurs

Agir en entreprise attentive, qualifiante et engagée dans l'innovation sociale et la performance.

Agir pour la société et l'avenir des territoires

Développer des produits et services pour contribuer aux transformations de la société en générant de l'impact pour tous et partout.

Accomplir nos missions de service public

(1) Véhicules électriques : véhicules utilitaires légers, Staby, VAE, chariots, poids lourds.

(2) Source : total des actifs 2022 publiés sur un panel de 20 banques de la zone euro.

(3) Label Relations Fournisseurs et Achats Responsables obtenu par La Poste SA et trois filiales.

(4) Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information.

(5) Avec notamment le lancement de la nouvelle gamme courrier depuis le 1^{er} janvier 2023.

Une création de valeur durable et partagée

Au travers de ses activités, le groupe La Poste crée de la valeur qu'il partage avec ses parties prenantes. Au-delà des flux financiers redistribués sous la forme de salaires, achats, impôts, etc., l'impact du groupe s'exprime au travers de sa contribution active au tissu économique local et à la transition juste et écologique.



COLLABORATEURS

14,0 Mds€
de rémunérations et cotisations sociales

Avec 226 800 collaborateurs et plus de 12 600 recrutements en France en 2024, le groupe La Poste est l'un des premiers acteurs du marché de l'emploi du pays.

La Poste fonde sa politique de rémunération sur l'équité, la reconnaissance de la performance et de la contribution de chacun, l'égalité professionnelle, la non-discrimination et la transparence.

Par ailleurs, dans le cadre de sa politique sociale, La Poste déploie des dispositifs ciblés en fonction des besoins de chacun pour accompagner le pouvoir d'achat de ses collaborateurs, notamment l'offre logement social (3 300 postiers logés par an et plus de 10 000 solutions logements pour l'aide à l'installation des jeunes collaborateurs).

CERTIFICATION TOP EMPLOYER obtenue en 2023 et en 2024 (La Poste, La Banque Postale et La Banque Postale Consumer Finance certifiées en France).



FOURNISSEURS ET PARTENAIRES

15,8 Mds€
d'achats et charges opérationnelles

Le groupe La Poste noue des relations de confiance au sein des territoires avec ses fournisseurs et sous-traitants, dont 80 % sont des TPE/PME/ETI.



ÉTAT ET COLLECTIVITÉS

0,3 Md€
d'impôts et taxes (1)

Le groupe La Poste verse des impôts et taxes à l'État, dont 137 M€ contribuent au budget des collectivités en 2024. La Banque Postale participe activement à la transition écologique des territoires. Elle est le premier prêteur des collectivités locales et des établissements publics de santé avec 5,8 Mds€ de prêts accordés en 2024.

(1) Hors impôts sur les sociétés.



ACTIONNAIRES

Pas de dividendes distribués en 2024 au titre de l'exercice 2023. En soutenant ses orientations stratégiques, ces derniers participent à son développement.



SOCIÉTÉ CIVILE

Première entreprise publique à avoir adopté la qualité d'entreprise à mission, La Poste contribue aux biens communs de la société tout entière.

Ainsi, les quatre missions de service public qu'elle réalise sont essentielles aux citoyens et à l'économie et ont représenté en 2023 une charge totale de 2,2 Mds€, avant compensations publiques, et de 1,2 Md€ après compensations.

Par son ancrage territorial et sa politique d'achats, le groupe joue un rôle majeur dans le soutien au dynamisme économique local. En France, il soutient ainsi 426 000 emplois (directs, indirects et induits soit 1,5% de l'emploi en France).

Entreprise de proximité, le groupe agit au quotidien pour le bénéfice de tous : citoyens, territoires, associations, etc., au travers de ses offres utiles et responsables. En France une association sur dix est cliente de La Banque Postale.

Enfin, par ses **engagements solidaires et ses actions de mécénat** (Croix-Rouge française, Téléthon, Pièces Jaunes...), le groupe La Poste contribue à des initiatives d'intérêt général.

En 2024, La Poste et Geopost ont été « Supporteur Officiel » des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, contribuant ainsi au rayonnement de Paris 2024 sur tout le territoire. La Poste, avec ses 140 postières et postiers porteurs de la Flamme, a promu les valeurs de l'Olympisme au plus près des Français.

Performance financière

CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE



RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DU CHIFFRE D'AFFAIRES



RÉSULTAT D'EXPLOITATION



INVESTISSEMENTS



RÉSULTAT NET PART DU GROUPE



CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE



FREE CASH FLOW



DETTE NETTE ⁽²⁾ ET RATIO D'ENDETTEMENT ⁽³⁾



CONTRIBUTION DES BRANCHES AU CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ

	2024	Variation par rapport à 2023	Part à l'international
Services-Courrier-Colis	10 064 M€	+ 0,6 %	13,4 %
Geopost	15 796 M€	+ 0,7 %	82,7 %
La Banque Postale	7 554 M€	+ 4,1 %	17,8 %
Grand Public et Numérique	6 398 M€	- 1,3 %	1,6 %
Autres secteurs et intercos	- 5 243 M€	- 2,1 %	-

	2023 retraité ⁽¹⁾	2024
Services-Courrier-Colis		
■ Chiffre d'affaires	10 007 M€	10 064 M€
■ Résultat d'exploitation	1 M€	- 138 M€
Geopost		
■ Chiffre d'affaires	15 679 M€	15 796 M€
■ Résultat d'exploitation	279 M€	624 M€
La Banque Postale		
■ Produit net bancaire ⁽¹⁾	7 256 M€	7 554 M€
■ Résultat d'exploitation ⁽¹⁾	2 121 M€	2 654 M€
Grand Public et Numérique		
■ Chiffre d'affaires	6 485 M€	6 398 M€
■ Résultat d'exploitation	38 M€	98 M€

(1) Y compris le solde de la croissance externe, négatif du fait de la cession de La Poste Telecom.

(2) Hors La Banque Postale, pour laquelle ce concept n'est pas pertinent.

(3) Dette nette/EBITDA ajusté. Définition présentée p. 143 du document d'enregistrement universel 2024 du groupe.

(1) L'information sectorielle 2023 a été retraitée afin de prendre en compte le transfert, intervenu en 2024, de la filiale Docaposte BPO IS entre les branches Grand Public et Numérique et Services-Courrier-Colis.

Performance extra-financière

PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

La décarbonation est le principal enjeu environnemental du groupe. Il s'engage à réduire significativement ses émissions à moyen terme et à atteindre zéro émission nette à horizon 2040, dans le cadre d'une trajectoire certifiée par l'initiative Science-Based Targets (SBTi). L'enjeu des ressources et de l'économie circulaire est porteur d'opportunités et d'impacts qui deviendront majeurs à long terme. L'enjeu de préservation de la biodiversité, bien que non matériel, n'est pas pour autant délaissé par le groupe.

LES ÉMISSIONS DU GROUPE PAR SCOPES (EN KTEQCO₂)

■ Scope 1	331
■ Scope 2	44
■ Scope 3 ⁽¹⁾	5105

Total	5 480
--------------	--------------

RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DU SCOPE 3 PAR CATÉGORIE

■ Transport et distribution amont (catégorie 4)	44 %
■ Achats de biens et de services (catégorie 1)	25 %
■ Immobilisations (catégorie 2)	10 %
■ Autres catégories	21 %

LES IMPACTS AU REGARD DE LA TAXONOMIE VERTE EUROPÉENNE ⁽¹⁾

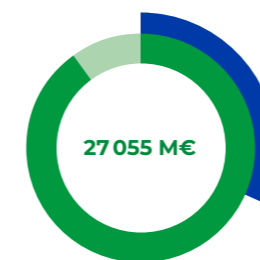
LA TAXONOMIE VERTE EUROPÉENNE DÉFINIT 6 OBJECTIFS ENVIRONNEMENTAUX :

- **2 objectifs climatiques :**
 - atténuation du changement climatique,
 - adaptation au changement climatique;
- **4 autres objectifs environnementaux :**
 - utilisation durable et protection des ressources aquatiques et marines,
 - transition vers une économie circulaire,
 - contrôle de la pollution,
 - protection et restauration de la biodiversité des écosystèmes.

(1) Définitions et méthodologie présentées p. 187 du document d'enregistrement universel 2024 du groupe.

PÉRIMÈTRE INDUSTRIEL ET COMMERCIAL

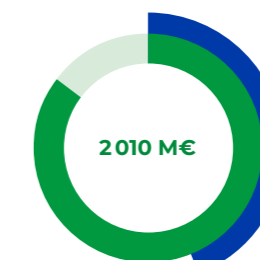
Chiffre d'affaires



31,7 %
alignés sur
les 6 objectifs
environnementaux

90,0 %
éligibles sur
les 6 objectifs
environnementaux

Capex



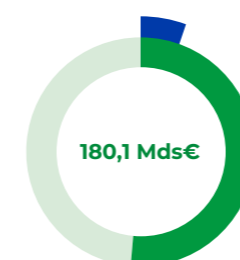
44,1 %
alignés sur
les 6 objectifs
environnementaux

85,4 %
éligibles sur
les 6 objectifs
environnementaux

PÉRIMÈTRE DES ACTIVITÉS FINANCIÈRES

■ Activités bancaires

Actifs couverts (vision chiffre d'affaires)

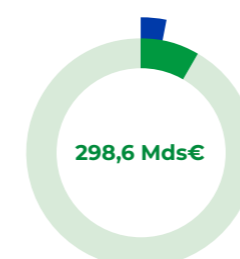


5,7 %
alignés sur
les 2 objectifs
climatiques

51,4 %
éligibles sur
les 6 objectifs
environnementaux

■ Activités d'assurance

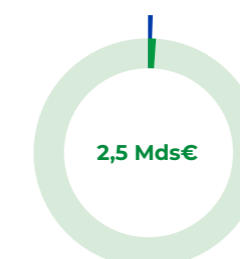
Investissements couverts



3,3 %
alignés sur
les 2 objectifs
climatiques

8,5 %
éligibles sur
les 2 objectifs
climatiques

Primes d'assurance non-vie



0,7 %
aligné sur
les 2 objectifs
climatiques

1,2 %
éligible sur
les 2 objectifs
climatiques

À La Banque Postale, 5,7% des actifs investis sous forme de prêts ou de financements soutiennent des activités considérées comme durables selon les critères européens (Green Asset Ratio réglementaire de La Banque Postale).

Autres indicateurs de performance et d'impact

	2022	2023	2024	
■ Émissions de gaz à effet de serre (GES) économisées (scopes 1, 2 et 3 et sous-traitants) en lien avec la réduction de l'intensité émissive de l'activité Colis (en tonnes eqCO ₂)	104 558	12 378 ⁽¹⁾	122 181	👤
■ Réduction des émissions de polluants atmosphériques (vs 2020) des flottes internes et sous-traitants de La Poste et Geopost				
– Monoxyde de carbone (CO)	–	–30 %	–33,1% ⁽²⁾	
– Oxyde d'azote (NOx)	–	–35 %	–37,5% ⁽²⁾	👤
– Particules fines (PM10)	–	259 tonnes	259 tonnes (–11%) ⁽²⁾	👤
■ Encours d'investissements responsables de La Banque Postale (en Mds€)	353	389	390	
■ Action en faveur de la biodiversité Global Biodiversity Score ⁽³⁾				
– Empreinte statique	–	543 MSA.km ²	1181 MSA.km ²	👤
– Empreinte dynamique	–	5,4 MSA.km ²	12,8 MSA.km ²	👤
■ Consommation de matières évitées via l'allongement de la durée de vie des équipements informatiques (en tonnes)	15 608	13 400	9 841	👤

👤 **Indicateur de l'entreprise à mission**

Les indicateurs suivis dans le cadre de l'entreprise à mission sont audités tous les deux ans. Le dernier audit a été réalisé sur les données de l'exercice 2024.

(1) Nouveau calcul de la donnée 2023.

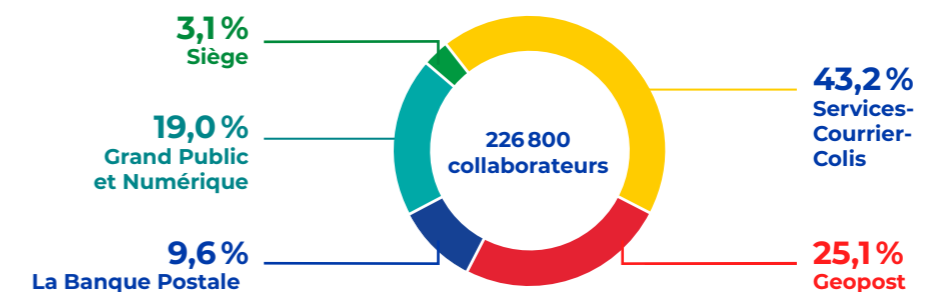
(2) Les données 2024 relatives à la réduction des émissions de polluants atmosphériques sont estimées.

(3) 2023 : périmètre La Poste SA et La Banque Postale (périmètre opérationnel). Mesure étendue à Geopost en 2024. Les activités de La Poste SA, La Banque Postale (périmètre opérationnel) et Geopost représentent 76% du chiffre d'affaires consolidé du groupe.

PERFORMANCE SOCIALE

Plus de 226 800 collaborateurs font vivre les valeurs du groupe au quotidien dans le monde. Le groupe est l'un des premiers employeurs de France. Agir avec et pour les collaborateurs est au cœur du modèle social de l'entreprise, à la fois attentive, qualifiante et engagée dans l'innovation sociale et la performance.

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR BRANCHE

CONDITION DE TRAVAIL
– ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

	2022	2023	2024
■ Qualité de vie et conditions au travail mesurées dans le baromètre d'engagement (note sur 10)	6,6	6,7	6,8
■ Taux de femmes parmi les cadres dirigeants	35,5%	38,2%	39,6%
■ Écart salarial entre les femmes et les hommes ⁽¹⁾	+ 0,5%	+ 0,2%	0%

(1) Périmètre des salariés La Poste SA.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE – EMPLOYABILITÉ – INSERTION

	2022	2023	2024
■ Part de l'effectif ayant bénéficié d'une mobilité interne	12 %	13 %	13,41 %
■ Part de postiers formés dans l'année ⁽¹⁾	91,6 %	94,14 %	93,45 %
■ Nombre de collaborateurs inscrits dans des parcours certifiants (cumul) ⁽¹⁾	1 040	1 360	3 400
■ Taux d'emploi des personnes en situation de handicap (taux de BOE) ⁽¹⁾	8,77 %	9,33 %	9,76 %
■ Nombre de jeunes de moins de 30 ans ayant bénéficié d'un stage, d'une alternance ou d'une embauche (CDI et CDD)	14 689	16 781	24 051 ⁽²⁾

Indicateur de l'entreprise à mission

Les indicateurs suivis dans le cadre de l'entreprise à mission sont audités tous les deux ans. Le dernier audit a été réalisé sur les données de l'exercice 2024.

MANAGEMENT EXEMPLAIRE – AUTONOMIE ET PRISE D'INITIATIVES – PARTENAIRE DE RÉFÉRENCE

	2022	2023	2024
■ Part des collaborateurs qui expriment la fierté, la confiance dans l'avenir de l'entreprise et dans leur évolution professionnelle, et qui recommande l'entreprise ⁽³⁾	61 %	65 %	63 %
■ Part des collaborateurs percevant l'engagement des équipes à réduire l'impact écologique des activités du groupe ⁽³⁾	–	71 %	71 %

(1) Périmètre La Poste SA.

(2) En 2024, cet indicateur a évolué pour prendre en compte le nombre de jeunes jusqu'à 30 ans (vs moins de 26 ans précédemment). Sur une base comparable à 2023, la valeur s'établirait à 19 500 jeunes en 2024.

(3) Mesure du baromètre d'engagement.

PERFORMANCE SOCIÉTALE

Présente dans tous les territoires, La Poste est un acteur majeur de leur vitalité. Elle adapte et réinvente sa présence et ses services pour satisfaire les besoins de tous. Premier prêteur des collectivités locales et des établissements publics de santé, La Banque Postale se positionne comme un partenaire incontournable de l'action publique pour développer les territoires inclusifs, dynamiques et écologiques de demain. La transition numérique est un enjeu majeur pour le groupe, en lien avec son engagement pour un numérique éthique, inclusif et frugal.

	2022	2023	2024
■ % de la population à moins de 5 km ou 20 min en voiture d'un point de contact La Poste	97,0 %	97,01 %	96,99 %
■ Part des consultations achats formalisées disposant de critères RSE discriminants (>10 %) ou éliminatoires	–	–	81 %
■ Emplois soutenus en France (directs, indirects, induits)	446 350	444 182	426 038
■ Nombre de bénéficiaires de l'inclusion bancaire ayant pu percevoir des prestations sociales	654 140	578 207	556 577
■ Part de l'offre citoyenne ⁽¹⁾ dans la production de La Banque Postale	–	28 %	32 %
■ Nombre de bénéficiaires des services d'accompagnement des publics âgés et fragiles	230 263	248 581	283 273
■ Nombre de personnes détectées, accompagnées, formées et équipées dans l'usage du numérique	473 734	646 071	788 252 1 485 073 ⁽²⁾
■ Nombre de clients actifs Digiposte et Identité Numérique	9,6 M	14,4 M	18,5 M
■ Taux de clients très satisfaits à l'égard du service rendu dans l'espace commercial du bureau de poste (notes 9 et 10 sur une échelle de 0 à 10)	57 %	58 %	60 %
■ Taux de traitement des réclamations en moins de 5 jours ouvrés	81,2 %	78,3 %	81,1 %



Indicateur de l'entreprise à mission



Les indicateurs suivis dans le cadre de l'entreprise à mission sont audités tous les deux ans. Le dernier audit a été réalisé sur les données de l'exercice 2024.

(1) Financements à destination des particuliers, des entreprises et des institutionnels en faveur de la transition énergétique, de projets sociaux et territoriaux.


(2) En 2024, a été mesuré pour la première fois le nombre de clients accompagnés dans les bureaux de poste en quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV) par les médiateurs sociaux des associations partenaires.

Notations

NOTATION FINANCIÈRE	Long terme	Court terme	Perspective
 Dernière publication : 26 novembre 2024	A+	F1+	Stable
 Dernière publication : 31 octobre 2024	A	A-1	Stable

NOTATION EXTRA-FINANCIÈRE	2022	2023	2024
	77/100 (janv. 2023)	77/100 (janv. 2024)	81/100 (oct. 2024)
	Liste A (déc. 2022)	A- (janv. 2024)	Liste A ⁽¹⁾ (fév. 2025)
	78/100 (oct. 2022)	77/100 (sept. 2023)	79/100 ⁽²⁾ (sept. 2024)


1^{er}
 dans le monde tous secteurs confondus
 sur 4 557 entreprises (octobre 2024)


Top 2 %
 tous secteurs confondus – Leadership
 CDP Climate Change sur 25 000 entreprises
 dans le monde (février 2024)


Top 1 %
 des entreprises du secteur activités
 postales, de courrier et de transport multimodal
 de marchandises (septembre 2024)

(1) Groupe La Poste et La Banque Postale dont CNP Assurances.
 (2) Groupe La Poste.

**POUR RETROUVER
 LES PUBLICATIONS INSTITUTIONNELLES
 DU GROUPE LA POSTE, RENDEZ-VOUS SUR :
 WWW.LAPOSTEGROUPE.COM**



SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Conception et réalisation : HAVAS Paris.

Rédaction : HAVAS Paris X Ici&Demain, la direction de la communication du groupe La Poste.

Crédits photo : Sébastien Arrighi; Pierre Carton; Mathilde de l'Ecotais; Claire Jaillard; Lewis Joly; Coworkcom; Éric Huynh; Patrice Maurein; Romuald Meigneux; Florent Michel/11h45; Julien Millet; Elliott Verdier, Alkama Conseil; Paris 2024/Mario Gilbert; Philaposte; Sequndo; Getty Images; Adobe Stock; médiathèque du groupe La Poste.

Toutes les photos représentant les activités et les effectifs du groupe La Poste mettent en scène des collaborateurs.

La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus aux personnes en situation de handicap moteur, leur permettant de naviguer à travers ce PDF à l'aide de raccourcis clavier. Accessible aux personnes déficientes visuelles, il a été balisé de façon à être retranscrit vocalement par les lecteurs d'écran.

Impression : Altavia.



DIRECTION DE LA COMMUNICATION GROUPE

9 rue du Colonel Pierre Avia

75757 PARIS CEDEX 15

Tél. : +33 (0)1 55 44 00 00

www.lapostegroupe.com

