



Crédit photo - Thinlay Silva-Vincent

POLITIQUE CLIENT RESPONSABLE

Décembre 2025

1

Sommaire

- Sommaire 2
- I. Introduction 3
- II. Enjeux visés par la politique Client Responsable 4
- III. Une politique en 3 objectifs : « Proposer, Orienter, Accompagner » 5
 - 3.1. Pilier 1 – Proposer des offres nativement conçues pour être plus responsables 6
 - 3.1.1. Synthèse 6
 - 3.1.2. Illustrations 7
 - 3.2. Pilier 2 – Orienter les clients du groupe vers des pratiques plus responsables 11
 - 3.2.1. Synthèse 11
 - 3.2.2. Illustrations 12
 - 3.3. Pilier 3 – Accompagner l’émergence de nouveaux usages 15
 - 3.3.1. Synthèse 15
 - 3.3.2. Illustrations 16
- IV. Gouvernance 18
 - 4.1. Exigences réglementaires 19
 - 4.1.1. CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) 19
 - 4.2. Une politique déployée et managée 20
 - 4.2.1. Les parties prenantes 20
 - 4.2.2. Le niveau de validation 20
- V. Procédures 21

I. Introduction

Le groupe La Poste a construit un modèle multi activité porté par quatre branches et proposant quatre familles de produits et services : ses activités de courrier et colis, ses services numériques, ses services de bancassurance, ses services de proximité et ses services à la personne.

Entreprise à mission depuis 2021, La Poste a placé sa raison d'être au cœur de son modèle d'entreprise : *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.*

Le groupe La Poste adresse des millions de clients particuliers ou professionnels, ainsi que des milliers d'entreprises et d'acteurs du secteur public, en France et à l'international. Il s'engage à être une entreprise de proximité et de confiance au quotidien.

Cette politique client responsable vise à répondre aux souhaits des consommateurs qui attendent des entreprises qu'elles jouent un rôle majeur dans la transition durable.

C'est pourquoi le groupe La Poste se dote d'une politique client responsable, avec l'ambition de garantir que les clients choisissent durablement La Poste pour la qualité de l'expérience vécue, ses engagements humains et environnementaux au profit de la société tout entière.

II. Enjeux visés par la politique Client Responsable

La politique client responsable propose d'intégrer des dimensions environnementales et sociales aux modèles d'offres et d'expérience client du groupe La Poste.

Cette politique a été construite autour de 6 enjeux ESG (Environnement, Social et Gouvernance) identifiés dans le *vade mecum* « *Expérience Client Durable* » publié en 2023 par l'Agence Française de la Relation Client (AFRC). Ces 6 enjeux sont les suivants :

1. **Une expérience client qui vise à être exemplaire** : mettre en œuvre des interactions responsables avec les prospects et clients, tout en portant une attention particulière à la qualité et à la conformité des engagements.
2. **Des offres éthiques et responsables** : concevoir des produits et services qui tiennent compte des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance.
3. **La confidentialité et la sécurité des données** : protéger rigoureusement les informations des clients pour bâtir une relation de confiance solide.
4. **Exhaustivité, clarté et véracité des informations présentées aux clients** : miser sur une communication fiable et traçable, pour donner aux clients les moyens de faire des choix éclairés.
5. **Un accompagnement vers une consommation plus responsable** : aider les clients à franchir un cap vers une transition écologique et responsable, en les guidant dans leurs choix.
6. **Un ancrage local et territorial affirmé** : assurer la présence et l'impact positif du groupe dans les territoires où le groupe opère, en mettant en avant des solutions locales au service de tous.

En résumé, cette politique engage à **repenser l'expérience et les offres proposées aux clients du groupe sous le prisme de la responsabilité** en étant à l'écoute des attentes sociétales d'aujourd'hui et de demain.

III. Une politique en 3 objectifs : « Proposer, Orienter, Accompagner »

La **politique Client Responsable** oriente ses actions sur trois grands piliers :

- **Proposer des offres nativement conçues pour être plus responsables :** qu'il s'agisse de répondre à des enjeux environnementaux ou sociaux, la priorité du groupe est d'apporter aux clients des solutions plus responsables, faciles à adopter et véritablement différenciantes ;
- **Orienter les clients du groupe vers des pratiques plus responsables :** valoriser et incarner des engagements environnementaux et sociaux auprès des clients – qu'ils soient particuliers, professionnels, entreprises ou acteurs du secteur public – afin de les sensibiliser à la transition écologique et de renforcer leur préférence pour les services du groupe ;
- **Accompagner l'émergence de nouveaux usages pour tous :** accompagner les clients du groupe, qu'ils soient particuliers, acteurs du secteur public, entreprises ou professionnels, dans leur transition vers des pratiques plus responsables, en développant des solutions innovantes et à forte valeur ajoutée.

Chacun de ces piliers reflète une ambition complémentaire et constitue un socle décliné dans toutes les activités du groupe.

Les activités considérées ici sont les suivantes :

- Transport et logistique ;
- Bancassurance ;
- Services numériques ;
- Services de proximité ;
- Réseau de distribution.

3.1. Pilier 1 – Proposer des offres nativement conçues pour être plus responsables

3.1.1. Synthèse

L'objectif du groupe est de proposer des offres nativement conçues pour être plus responsables, en agissant à la fois sur la réduction de l'impact environnemental et sur le renforcement de l'impact social positif.

Une expérience client qui vise à être exemplaire

- En délivrant des offres au niveau des standards d'expérience client.

Offres responsables et éthiques

- En faisant des efforts pour décarboner les activités du groupe ;
- En cherchant à réduire l'utilisation de ressources du groupe ;
- En cherchant à réduire l'impact du groupe sur la biodiversité ;
- En engageant des actions visant à améliorer la qualité de l'air ;
- En développant l'accessibilité et l'inclusion pour les clients du groupe ;
- En étant un employeur engagé.

La confidentialité et la sécurité des données

- En protégeant les données personnelles et sensibles des clients.

Exhaustivité, clarté et véracité des informations présentées aux clients

- En produisant des communications claires et compréhensibles.

3.1.2. Illustrations

Une expérience client qui vise à être exemplaire

En délivrant des offres au niveau des standards d'expérience client

Groupe

- Le groupe La Poste ambitionne dans son **plan stratégique 2030**, de servir l'ensemble de ses clients à un **haut niveau de qualité** et à rester leur **intermédiaire privilégié**. Il œuvre à maintenir un accès à un service continu et de qualité pour l'ensemble des clients et à adapter ses offres aux tendances du marché. Cette volonté s'incarne opérationnellement par le déploiement du **contrat d'expérience client**, le déploiement de **l'empreinte relationnelle**, et des **plans de continuité d'activité**.

Réseau

- Le réseau du groupe La Poste propose un dispositif de **dépôt et de résolution de réclamations clients** concernant les services postaux dénommé « **Boucle courte** ». Le client peut déposer sa réclamation directement en **bureau de poste** ou auprès de son **facteur** et est recontacté sous **48h** par le responsable d'équipe des facteurs.

Offres éthiques et responsables

En faisant des efforts pour décarboner les activités du groupe

Transport et logistique

- Avec le déploiement d'une importante flotte de **véhicules électriques**, (véhicules utilitaires électriques et Vélos à Assistance Electrique, et vélos-cargos) **toutes les métropoles françaises¹**, sont intégralement livrées en mode **bas carbone**, c'est-à-dire en émettant peu de gaz à effet de serre (GES) afin de contribuer à la lutte contre le changement climatique.
- Les **facteurs** et **livreurs** sont formés à **l'éco-conduite** grâce à des **e-learning**, que ce soit pour la conduite d'un véhicule thermique ou électrique.

¹ Bordeaux Métropole, Brest Métropole, Clermont Auvergne Métropole, Dijon Métropole, Grenoble Alpes Métropole, Métropole d'Aix-Marseille-Provence, Métropole de Lyon, Métropole du Grand Nancy, Métropole du Grand Paris, Métropole Européenne de Lille, Métropole Nice Côte d'Azur, Métropole Rouen Normandie, Métropole Toulon-Provence-Méditerranée, Metz Métropole, Montpellier Méditerranée Métropole, Nantes Métropole, Orléans Métropole, Rennes Métropole, Saint Etienne Métropole, Strasbourg Eurométropole, Toulouse Métropole, Tours Métropole Val de Loire.

En cherchant à réduire l'utilisation de ressources du groupe

Transport et logistique

- Tous les **emballages Colissimo papier, carton et plastique** sont **recyclables**.

Réseau

- Les points de contacts du groupe La Poste (bureaux de poste, agences postales communales, etc.) sont **mobilisés** sur les **éco-gestes saisonniers** (par exemple : respecter les consignes de température du plan sobriété énergétique) et sont engagés à **réduire** les **consommations énergétiques** des **infrastructures**.

Numérique

- La filiale **Docaposte** n'achète plus que des **smartphones reconditionnés**
- Le **plan d'engagement** Numérique Responsable de Docaposte fixe un objectif concernant la **limitation des Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques (DEEE)** (réemploi interne et externe en sortie de parc favorisé) **sous le seuil de 30%** à fin 2027

En cherchant à réduire l'impact du groupe sur la biodiversité

Groupe

- Plusieurs **sites postaux** ont signé une convention « **refuges Ligue des Protections des Oiseaux entreprise** », afin de protéger la **biodiversité**.

Bancassurance

- La Banque Postale a développé des **politiques de maîtrise des risques** et des **principes d'intervention** pour des **secteurs et activités identifiés** comme à **haut risque**, par exemple les **énergies fossiles** et les **secteurs à risque de déforestation**. Ces politiques et principes définissent les **exclusions et exigences imposées** aux entreprises et aux projets comme conditions pour les décisions de financement ou d'investissement. Elle a défini une stratégie d'engagement pour accompagner ses clients à lutter contre la déforestation, complétée par une exclusion du financement et de l'investissement dans les exploitants et négociants dans le domaine du café, cacao, caoutchouc, huile de palme, soja, bœuf et bois, sauf si l'entreprise a mis en place une politique reconnue de prévention de la déforestation. La Banque Postale Asset Management (LPBAM) exclue les acteurs ayant une incidence trop conséquente sur la biodiversité sans mise en place d'un plan de remédiation.

En engageant des actions visant à améliorer la qualité de l'air

Groupe

- Le groupe La Poste s'est fixé des objectifs de diminution de ses **émissions d'oxydes d'azotes** et de particules fines d'ici à **2030**.

Transport et logistique

- Le groupe travaille **l'électrification** de sa flotte et la **cyclo-logistique** sur le premier et dernier kilomètre, en milieu urbain.

En développant l'accessibilité et l'inclusion des clients du groupe

Transport et logistique

- Grâce aux **solutions d'envoi** depuis **leur domicile**, les clients n'ont plus besoin de se déplacer en bureau de poste, ils peuvent **expédier leurs lettres recommandées et colis standards** directement depuis leur **boîte aux lettres**, si cette dernière est normalisée.

Bancassurance

- La Banque Postale **garantit** aux **personnes exclues du système bancaire classique** un **accès universel** à **des services bancaires indispensables**, et à prix adaptés aux ressources des plus fragiles. Cette démarche intervient dans le cadre de la mission de service public d' « accessibilité bancaire ».

Réseau

- Les **équipements** en **bureau de poste** sont adaptés aux **différentes natures** de **handicap** et des **collaborateurs** sont **formés à l'accueil** des clients en situation de handicap. Il est possible de **localiser** à l'avance quels sont les points de contact du groupe La Poste, **accessibles** en fonction du **type d'handicap** (visuel, moteur, auditif, etc.), grâce à la rubrique dédiée du site laposte.fr.

Numérique

- Garantir un accès équitable aux **plateformes numériques**, notamment pour les personnes en **situation de handicap**, relève de la responsabilité collective. Les différentes branches de La Poste pilotent au quotidien des **plans d'actions**, notamment pour améliorer les taux de conformité au RGAA de ses plateformes digitales.

En étant un employeur engagé

Groupe

- Premier handi-employeur de France, le groupe emploie **9,76% de personnes au statut de travailleur handicapé parmi les effectifs en 2024 (pour des exigences réglementaires fixées à 6%)**.

Transport et logistique

- Geopost a défini des chartes avec ses sous-traitants favorisant de **bonnes conditions de travail et lutte contre la rotation des chauffeurs** (« Partner of Choice »).

Confidentialité et sécurité des données

En protégeant les données personnelles et sensibles des clients

Groupe

- Le groupe place la **protection des données à caractère personnel** au cœur des missions et des services proposés. Il souhaite garantir à ses collaborateurs, clients, fournisseurs, prospects le **respect** de leurs données à caractère personnel. La stratégie du groupe La Poste repose sur trois politiques socles : la **politique Data**, la **politique générale sur la protection des données à caractère personnelles**, la **politique de sécurité des systèmes d'informations**.

Bancassurance

- La Banque Postale place au cœur de ses préoccupations la **protection des données à caractère personnelles**. Sa **politique de protection des données à caractère personnelles** a pour objet de **renseigner** les **clients** sur la manière dont sont traitées leurs données.

Numérique

- Docaposte propose des solutions visant à sécuriser les échanges à **toutes les étapes des parcours numériques** : entrée en relation (**L'Identité Numérique La Poste**, la **vérification d'identité à distance certifiée PVID par l'ANSSI, pour réceptionner un recommandé électronique AR24**) ; transactions (la **signature électronique qualifiée e-Idas**) et conservation en garantissant l'intégrité, pendant toute la durée des obligations, de l'archivage de données. Par exemple : logiciel de vie scolaire **PRONOTE** qualifié **SecNum Cloud** par **l'ANSSI**, solutions d'archivage électronique (**SAE**) **E-Idas ; ISO 27001², NF461³ ; HDS⁴**).

Exhaustivité, clarté et véracité des informations présentées aux clients

En produisant des communications claires et compréhensibles

Groupe

- Le groupe tient à publier des informations **facilement compréhensibles, non trompeuses, complètes** et exactes sur ses produits et services, pour donner à ses clients les moyens de faire des choix éclairés.

Réseau

- Les bureaux de poste affichent les **tarifs des affranchissements**, les **délais indicatifs d'acheminement**, ainsi que les **options disponibles** selon les besoins (suivi, envoi sécurisé...).
- Sur le site laposte.fr et via l'application mobile, les clients ont accès à un outil qui leur permet de **calculer l'empreinte carbone de leurs envois**. Les clients peuvent par ailleurs, **suivre leurs colis** en temps réel et accéder à **l'historique de leurs opérations** ou à leurs **contrats** en cours ou échus, via leur compte client.

Bancassurance

- La Banque Postale s'engage à **cibler les clients de manière appropriée**, en tenant compte du type de produit commercialisé. Elle s'assure que les intérêts, les objectifs et les caractéristiques de chaque client auquel les produits, services ou activités sont destinés soient correctement pris en compte dans leur conception et leur commercialisation.
- L'information donnée au client sur un produit présente les risques ou éventuelles conséquences négatives liés au produit ou service, ainsi que les frais et conditions applicables.

² Norme internationale de sécurité des systèmes d'information.

³ Certifie un système d'archivage électronique donné, supporté par un organisme donné.

⁴ Certification qui permet de renforcer la protection des données de Santé à caractère personnel.

3.2. Pilier 2 – Orienter les clients du groupe vers des pratiques plus responsables

3.2.1. Synthèse

L'objectif du groupe est d'accompagner tous les clients, qu'ils soient entreprises, professionnels ou consommateurs, dans leur transition vers des pratiques plus durables, en les informant sur leurs impacts et en soutenant leurs efforts de transformation écologique, numérique et sociale.

- **En les informant sur leurs impacts**
- **En les accompagnant pour les aider à réussir leurs quatre transitions**
 - *Transition écologique et énergétique ;*
 - *Transition numérique ;*
 - *Transition territoriale et sociale.*

3.2.2. Illustrations

En les informant sur leurs impacts

Transport et logistique

Clients particuliers

- La branche Services-Courrier-Colis (BSCC) a contribué à la définition du **premier standard français de mesure des émissions de CO2, des modalités de livraison**. L'objectif est **d'informer** de façon **fiable** et **comparable** les consommateurs au bon moment lors d'un achat en ligne pour des choix de modalité de livraison éclairés. Ce standard est décrit dans une **norme expérimentale AFNOR**.

Bancassurance

Clients particuliers

- Grâce à un partenariat avec la start-up **Carbo**, La Banque Postale propose un outil digital qui permet à ses clients de **mesurer leur empreinte carbone** aussi de la réduire grâce à des conseils personnalisés basés sur une **synthèse** de leurs **dépenses de carte bancaire**.

Numérique

Clients professionnels, entreprises et du secteur public

- Les **formations** proposées par la filiale **Docaposte Institute** sont spécialisées dans le **numérique pour les entreprises** et les **institutions publiques**. Ces formations portent notamment sur le **numérique responsable**, le **numérique de confiance**, les **nouvelles technologies**.

En les accompagnant pour les aider à réussir leur transition

Transition écologique et énergétique

Transport et logistique

Clients particuliers

- En leur proposant de **la flexibilité au niveau des livraisons**, les clients ont la possibilité de **choisir le jour et l'heure** avec **Predict/myDPD** avec la volonté d'atteindre 100% de livraison à domicile réussies.

Bancassurance

Clients professionnels, entreprises et du secteur public

- La Banque Postale propose des solutions de financement dédiées aux **entreprises et collectivités locales** afin de **financer** leur **démarche de transition énergétique et écologique** et de contribuer au développement d'une économie plus durable.

Réseau

Clients professionnels, entreprises et du secteur public

- La Poste accompagne et travaille spécifiquement avec des **acteurs de la seconde main** comme **Vinted, Vestiaire Collective** ou **Leboncoin**. Certains bureaux de postes sont dotés du **dépôt facilité** pour les **clients** de la seconde main comme **Vinted**.

Services de proximité

Clients professionnels, entreprises et du secteur public

- La filiale **Recygo** propose aux **entreprises**, aux **associations**, aux **collectivités** et aux **comptes publics**, un **service de collecte** et de **recyclage des déchets de bureau**. Elle offre une **solution clé en main** de **tri** et de **recyclage des déchets de bureau** tout en garantissant la **confidentialité** des documents recyclés. Des **Eco'belles®** (corbeilles de tri en carton, à usage individuel) sont distribuées aux personnels, le personnel d'entretien de l'entreprise les vides dans un bac centralisé qui est ensuite enlevé par les **facteurs** pendant leurs **tournées**, et ce sur l'ensemble du territoire.

[Transition numérique](#)

Réseau

Clients particuliers

- **Des bureaux de poste** sont équipés **d'ilots numériques** parmi lesquels **certain**s avec des **tablettes**.
- **Des Etapes Numériques** proposent des **ateliers** et des **formations numériques** en groupe ou individuels.

Numérique

Clients professionnels, entreprises et du secteur public

- Docaposte propose des solutions de confiance adaptées aux enjeux des métiers de ses clients et à la sensibilité de leurs données. Docaposte a également lancé **Dalvia Santé**, une solution innovante **d'IA générative** qui permet aux professionnels de santé **de gagner du temps sur les tâches administratives** pour se concentrer sur les tâches médicales à forte valeur ajoutée.

Clients particuliers

- Le **coffre-fort Digiposte** permet de **conserver** des **documents importants** (bulletin de paie, impôts, contrat, etc.) de manière **sécurisée** et **100% hébergés en France**. Il est possible de connecter son employeur, fournisseur ou autre afin de recevoir les documents et justificatifs automatiquement dans le coffre-fort.
- Docaposte propose **18Connect**, une plateforme permettant de fournir une **preuve de majorité** tout en préservant l'anonymat, qui s'appuie sur des **technologies de biométrie** et sur **L'Identité Numérique** La Poste. En lien avec le nouveau référentiel technique de l'Arcom et la loi SREN, 18Connect contribue à la protection des mineurs dans le monde numérique.

[Transition territoriale et sociale](#)

Bancassurance

Clients particuliers

- Grâce à **l'Appui**, les clients de La Banque Postale sont accompagnés dans la **gestion de leur budget** grâce à des solutions comme la **formule de compte Simplicité** ou bien la **sortie du mal endetté avec Crésus**, une association partenaire de La Banque Postale.

Numérique

Clients professionnels, entreprises et du secteur public

- La filiale Index Education, avec le logiciel **Pronote**, édite un **logiciel de gestion de la vie scolaire** à destination des **établissements scolaires**, des **élèves**

et de leurs **parents**. Cela permet à ces derniers d'avoir accès à tout ce qui est lié à la scolarité de leur(s) enfant(s). Grâce à son **module de lutte contre le décrochage scolaire**, Pronote facilite **le suivi personnalisé** des élèves. Complémentaire à Pronote, **l'Espace numérique pour l'éducation et la jeunesse (ENEJ)** est conçu pour **communiquer, mettre à disposition des outils et ressources pédagogiques** et **exposer des services à destination des jeunes et des familles**.

Services de proximité

Clients particuliers

- La **livraison de repas au domicile**, par des postiers contribue à maintenir **l'autonomie** des personnes âgées qui souhaitent majoritairement rester à domicile. Cette solution facilite le bien-vieillir à domicile de seniors qui sont assurés d'avoir des **repas équilibrés**.

3.3. Pilier 3 – Accompagner l'émergence de nouveaux usages

3.3.1. Synthèse

Les quatre grandes transitions clés : transition écologique et énergétique, transition numérique, transition démographique et sociale, transition territoriale, sont au cœur des quatre engagements introduits dans les statuts de La Poste dans le cadre de l'adoption de la qualité de société à mission. L'objectif du groupe mentionné dans son plan stratégique est d'accompagner ces quatre transitions pour l'ensemble de ses clients.

3 axes de développement clés pour maintenir un ancrage local et territorial affirmé sont ici développés :

- En contribuant à développer des projets œuvrant pour la protection de l'environnement ;
- En développant des offres inclusives, numériques souveraines et sécurisées ;
- En développant de nouveaux usages de proximité et circulaires (usage partagé, seconde main).

3.3.2. Illustrations

En contribuant à développer des projets œuvrant pour la protection de l'environnement

Bancassurance

Clients professionnels, entreprises et du secteur public

- La Banque Postale se positionne en tant que **banque arrangeuse** pour aider à **l'obtention des financements d'obligations** émises par les entreprises qui souhaitent **financer un projet à impact**.

Clients particuliers

- Grâce à la **carte de paiement développé en partenariat avec WWF**, la **cotisation annuelle** est reversée à **WWF France** afin de **financer des projets de protection et de restauration de la nature**.

En développant des offres inclusives, numériques souveraines et sécurisées

Numérique

Clients professionnels, entreprises et du secteur public

- **Docaposte, Dassault Systèmes, Bouygues Telecom** et la **Banque des Territoires** ont signé une alliance associant leurs expertises et leurs forces au sein d'un **consortium industriel** afin de créer **NumSpot**, une société dédiée au développement d'une **offre de services européens de cloud souverain et de confiance**. Cette solution permet de protéger les données sensibles comme celles du secteur public, de la santé et de l'éducation.
- Docaposte a développé le **vote électronique**, une solution de confiance qui permet de **voter**, quel que soit le lieu et l'horaire, au moyen d'un **support électronique** (ordinateur, smartphone, tablette) en se connectant à une **plateforme en ligne sécurisée**. Encadré par des réglementations strictes, le vote électronique permet de **faciliter le processus électoral** tout en assurant un haut niveau de fiabilité et de confidentialité.

Réseau

Clients particuliers

- Les bureaux de postes labellisés **Frances Services** situés principalement en **milieux ruraux** et **quartiers populaires** accompagnent les citoyens dans leurs **démarches administratives**. Des chargés de clientèle référents conseillent les clients pour effectuer leurs démarches administratives en ligne ou être accompagné. Par exemple pour demander une carte vitale, faire une simulation retraite, demander un chèque énergie, faire une pré-demande de passeport ou de carte nationale d'identité, ou encore déclarer des revenus ou payer les impôts.
- Il existe 400 bureaux de Poste qui proposent en partenariat avec **l'OFII** (Office Français de l'Immigration et de l'Intégration), un accès facilité aux **services postaux et bancaires du groupe La Poste** aux publics pris en charge par l'OFII (demandeurs d'asile, mineurs isolés, réfugiés et personnes placées en Centre de Rétention Administrative).

En participant au développement de nouveaux usages de proximité et circulaires (usage partagé, seconde main)

Transport et logistique

Clients particuliers

- Le groupe propose des **offres de livraison adaptées** à la **seconde main** avec la livraison à domicile **Vinted** et l'offre **Shop2Shop by Chronopost**.
- Le groupe propose le service « **Pick Me** » qui permet de se faire **livrer chez un voisin** si le client pense ne pas pouvoir être présent lors de la livraison, ce qui permet également de développer le lien social dans le voisinage.

Services de proximité

Clients particuliers

- En partenariat avec **Nouvelle Attitude**, filiale du groupe, une filière s'est montée pour **reconditionner les vélos des facteurs**. Nettoyés, désossés, les vélos sont entièrement remis à neuf. Nouvelle batterie, nouvelle selle, nouveaux guidons, nouveaux câbles... Il reste environ **70 % de pièces d'origine qui sont réemployées**. La commercialisation de ces vélos s'effectue en bureau de poste ou bien en ligne sur laposte.fr.

IV. Gouvernance

La gouvernance de la politique client responsable au sein du groupe La Poste est structurée pour assurer une approche coordonnée et efficace dans la mise en œuvre de ses objectifs.

Comité Qualité et Développement Durable (CQDD)

Le CQDD joue un rôle critique dans le suivi des performances en matière de qualité et satisfaction client. Il procède à une révision annuelle des stratégies et politiques liées au client, s'assurant que le groupe La Poste reste en phase avec ses engagements et adapte ses actions aux évolutions des normes et des attentes sociétales.

Comité de Coordination ESG (CCESG)

Le CCESG valide les initiatives et projets relatifs aux enjeux ESG menés à l'échelle du groupe, garantissant que les actions entreprises sont alignées avec les objectifs globaux de développement durable du groupe. Il assure la communication et la coordination entre le Comité Climat et Pollution et le Comité exécutif (COMEX), facilitant ainsi l'intégration des objectifs ESG dans les décisions stratégiques globales.

Comité Qualité Groupe

Le comité Qualité Groupe définit les stratégies en matière de qualité satisfaction client et d'expérience client. Il supervise l'intégration des meilleures pratiques en matière d'expérience client.

Il est dirigé par le pôle politiques, expertise et programmation (PEP) de la direction de l'engagement sociétal du groupe. Il comprend des représentants des différentes branches et fonctions groupe telles que la stratégie et la communication.

Audits internes/externes et Certifications Externes

Des auditeurs internes et externes évaluent périodiquement les pratiques du groupe pour s'assurer de leur conformité avec les normes internationales et les engagements pris.

Les résultats des audits internes et externes sont utilisés pour améliorer continuellement les processus et les stratégies climatiques et pollution du groupe.

Cette structure de gouvernance robuste permet au groupe La Poste de piloter efficacement ses politiques, d'assurer une réactivité face aux défis environnementaux émergents, et de maintenir une communication transparente et régulière avec toutes les parties prenantes internes et externes.

4.1. Exigences réglementaires

4.1.1. CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)

Cette politique intègre le cadre spécifique de la CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), pour laquelle l'analyse de double matérialité (financière et impact) réalisée en 2024 a mis en lumière des impacts et risques matériels liés aux consommateurs et utilisateurs finaux. Ces streams sont détaillés dans les paragraphes « Politiques et actions relatives aux pratiques commerciales et à la qualité de service, aux consommateurs et aux utilisateurs finaux » et « Politiques relatives à la cybersécurité, l'IA et la confiance numérique concernant les consommateurs et utilisateurs finaux »⁵ :

Stream 1. Pratiques commerciales et qualité de service

- Qualité et la continuité des services du groupe pour l'ensemble de ses clients ;
- Inadaptation de nos offres et services à l'évolution des besoins des clients du groupe ;
- Atteinte à l'image et pertes financières pour le groupe en cas de pratiques commerciales ou marketing susceptibles d'induire en erreur les clients.

Stream 2. Services de proximité et nouveaux services

- Amélioration du quotidien des personnes fragiles grâce à des services bancaires numériques de santé et d'autonomie à domicile adaptés à leurs besoins ;
- Fourniture d'un accès non-discriminant aux services bancaires de base.

Stream 3. Cybersécurité, gestion de l'IA et confiance numérique

- Coûts de remédiation, pertes financières, perturbations opérationnelles, atteinte à la réputation du groupe et atteinte à la vie privée en cas de fuites de données personnelles des clients du groupe ;
- Coûts de remédiation, pertes financières, perturbations opérationnelles, atteintes à la réputation du groupe et atteinte aux données des clients ou du groupe en cas de cyberattaque ou d'insuffisance du plan de cybersécurité organisationnel et opérationnel ;
- Position de tiers de confiance transparent sur son utilisation de l'intelligence artificielle et recourir à des outils et solutions logiciels garantissant le respect de la charte Data & IA du groupe La Poste.

⁵ Performance Durable 2024 – La Poste groupe

4.2. Une politique déployée et managée

4.2.1. Les parties prenantes

La politique client responsable a été construite de septembre 2024 à avril 2025.

Les entités suivantes du groupe ont été consultées au cours de la formalisation de la politique client responsable du groupe : *la branche Services-Courrier-Colis, la branche Grand Public et Numérique, La Banque Postale, Docaposte, Geopost.*

Les réalisations, recueillies au préalable lors d'ateliers, ont été intégrées aux 3 piliers de la politique client responsable, puis classifiées dans une politique client responsable groupe.

WWF, en tant que représentant que du monde associatif, a réalisé une revue critique de cette politique.

Les activités - **transport et logistique, bancassurance, réseau, numérique, services de proximité** - sont celles définies dans le cadre de la double matérialité et concernent tous les clients du groupe La Poste : les clients particuliers, les clients entreprises, les professionnels ainsi que le secteur public.

4.2.2. Le niveau de validation

La politique client responsable a été partagée en Comité Qualité Groupe (CQG), qui réunit les décideurs de chaque branche en termes de qualité et d'expérience client, ainsi que la direction de la stratégie, la direction de l'engagement sociétal et la direction de la relation client à distance. Le CQG définit et pilote les logiques transversales des politiques liées à l'expérience client des branches.

Elle a été validée par le Comité de coordination ESG (CCESG) en juin 2025. Ce comité regroupe les directeurs RSE de l'ensemble des branches afin d'assurer l'ancrage des enjeux ESG en définissant la stratégie ESG et les politiques associées ou bien en assurant la conformité réglementaire (CSRD, EU, Taxonomie, etc.).

V. Procédures

Les procédures mises en place pour l'exécution et le suivi de la politique client responsable du groupe La Poste sont essentielles pour assurer l'atteinte des objectifs fixés. Elles contrôlent l'efficacité et la conformité des actions.

- **Procédures de mise en œuvre** : pour chaque objectif climat ou pollution, un plan spécifique est élaboré, comprenant l'allocation des ressources nécessaires (financières, humaines et techniques).
- **Procédures de contrôle** : des indicateurs de performance (KPIs) spécifiques à la qualité et satisfaction client sont suivis sur une base mensuelle, trimestrielle et annuelle pour évaluer les progrès vers les cibles établies. Des audits réguliers sont réalisés pour vérifier l'exactitude des données.
- **Procédures de remédiation** : les écarts par rapport aux objectifs sont identifiés lors des audits et des évaluations de performance. Des plans de remédiation spécifiques sont développés pour chaque écart identifié, incluant les étapes à suivre, les ressources nécessaires et les échéances pour la correction. Le progrès des actions de remédiation est régulièrement suivi et rapporté aux instances de gouvernance.
- **Implémentation des contrôles indépendants** : des parties indépendantes, telles que des auditeurs externes, sont engagées pour mener des audits et valider les résultats des actions. Les résultats des contrôles externes, les performances en matière de politique client responsable et les résultats du groupe sont publiés dans les états de durabilité annuels, augmentant ainsi la transparence vers les parties prenantes externes.
- **Gestion des risques** : une évaluation complète des risques liés à la satisfaction client est réalisée notamment au travers l'exercice de cartographie des risques.