



— 2020 —

Ensemble face à la crise sanitaire

La Poste amorçait la dernière ligne droite de son plan stratégique quand la pandémie s'est déclarée.

Elle a pris des mesures de protection pour les postiers et pour les clients et a su résister.

Le 16 mars 2020, le déclenchement de la crise sanitaire prenait littéralement la plupart des pays du monde, dont la France, « de court » et créait une sidération sans précédent. En quelques heures, dans notre pays, le quotidien des citoyens, des collectivités et des entreprises se modifiait radicalement et exigeait de se mobiliser, de s'adapter, et surtout **de penser autrement**. **Se mobiliser**, un enjeu capital pour La Poste, pour qui la **proximité humaine** est une composante structurelle et essentielle de son identité et de son activité. Accessibilité, continuité, adaptabilité sont alors les trois mots d'ordre. La mobilisation des postiers permet à La Poste de garantir le versement des prestations sociales à 1,5 million de personnes. Pendant les huit semaines du premier confinement, 860 millions de lettres et 80 millions de colis sont distribués; et les services à domicile continuent d'être assurés. En un temps record, La Poste a su relever cet incroyable défi industriel, pour une entreprise de main-d'œuvre employant plus de 200 000 personnes réparties sur près de 20 000 sites en France.

Imaginer des solutions pour soutenir l'ensemble de la société

Face à l'ampleur de la crise, La Poste a élargi son champ d'action pour accompagner l'ensemble de la société. Sa filiale Docaposte conçoit ainsi une plate-forme numérique capable de distribuer, dans des délais très courts, 10 millions de masques lavables aux PME et TPE. Ma Ville Mon Shopping, filiale du Groupe La Poste, a accompagné les commerçants, artisans, producteurs locaux et restaurateurs en mettant à leur disposition une plate-forme de vente en ligne locale qui inclut des services logistiques de livraison à domicile. Plus tard, lors du deuxième confinement, La Poste a accompagné

l'activité des librairies indépendantes, avec un service de collecte chez les libraires et de livraison à domicile des livres à partir de 2 euros. De son côté, La Banque Postale a aussi soutenu les commerçants de proximité fermés pour raisons administratives avec une solution de paiement « Scellius » par SMS ou e-mail opérationnelle en quelques clics. Autre sujet majeur en temps de confinement : la continuité pédagogique. Le Groupe, appuyé sur sa filiale Docaposte, a livré du matériel informatique aux familles non équipées ainsi que les devoirs au domicile des jeunes en situation de déconnexion, grâce à la plate-forme « Devoirs à la maison ».

Penser l'avenir

La Poste tire aujourd'hui les enseignements, pour l'avenir, de l'adaptation continue de son organisation et de la mobilisation des postiers au cours de l'année 2020. Cette crise a confirmé l'importance de l'accessibilité aux services postaux. La Poste prévoit de consolider sa présence physique dans les territoires et passer en 2025 à 40 000 points d'accès, contre 32 000 aujourd'hui. Ceux-ci comptent près de 17 000 points de contact (bureaux de poste, La Poste agences communales, La Poste relais commerçants) et 15 000 points d'accès à un service postal (relais Pickup, Carrés pros, consignes ou encore drive colis). Autre point d'attention : la situation sanitaire a augmenté la fracture numérique, en France. Pour aider à la réduire, La Poste s'attache à renforcer son rôle de médiateur et de tiers de confiance entre le monde physique et le monde digital, afin d'accompagner l'ensemble de ses clients. Détecter les besoins, puis accompagner, pas à pas, ceux qui restent éloignés des services numériques, telle est sa mission. Autant de tendances qui constituent des axes prioritaires pour l'avenir de La Poste.

Le Groupe a revu son organisation pour répondre en priorité aux publics les plus vulnérables et les plus touchés par la crise sanitaire. Une mission d'autant plus importante pour La Banque Postale, qui compte dans sa clientèle plus de 50% des 3,7 millions de clients financièrement fragiles⁽¹⁾. La Poste a également mis en œuvre plusieurs actions à destination des personnes isolées et des scolaires. Distribution de masques, accès à des services dédiés... Le point en chiffres.

La Poste, plus que jamais proche et utile



La Caisse des dépôts s'engage

Pour aider ses clients et ses partenaires à faire face à la crise du Covid-19, la Caisse des dépôts a assuré la continuité de ses services de retraites, d'accompagnement des employeurs publics, de formation professionnelle via Mon compte formation et de soutien au handicap via sa gestion du FIPHP⁽²⁾.

(2) Fonds pour l'insertion des personnes handicapées dans la fonction publique.

Devoirs à la maison

Ce site Internet, conçu pour maintenir la continuité pédagogique, a été lancé par La Poste, accompagnée par sa filiale Docaposte, dès le 10 avril 2020. 150 000 élèves ont pu en bénéficier et 21 000 établissements scolaires l'utilisent.



Gratuit!

Dès le 26 mars 2020 et pendant la durée du premier confinement, le service de visites aux aînés « Veiller sur mes parents » est devenu gratuit. Avec, une nouvelle fois, l'adaptation comme maître mot : si le client préférerait ne pas recevoir de visite, la conversation se déroulait au téléphone. S'il ne décrochait pas, le facteur se rendait à son domicile pour prendre des nouvelles et éventuellement signaler une situation difficile.



1,5 million

C'est le nombre de clients allocataires de La Banque Postale. En une semaine, au printemps 2020, 600 millions d'euros d'espèces ont été retirées aux guichets et aux distributeurs de La Banque Postale malgré les urgences d'adaptation opérationnelle du début de la pandémie.

Laposte.fr, un lien indispensable

Les solutions digitales sont devenues encore plus utiles avec la crise du Covid-19. Laposte.fr s'est imposé comme une source d'information indispensable et a connu une forte progression de ses consultations avec 32 millions de visiteurs uniques par mois pendant le premier confinement (+ 69%, source AT Internet⁽³⁾). Avec 300 millions d'euros de chiffre d'affaires, le site a pleinement joué son rôle d'espace de services. La consultation du suivi de colis a par exemple doublé, ainsi que le nombre de lettres recommandées envoyées en ligne, et plus de 59 millions de timbres ont été imprimés depuis chez soi en 2020. Pour répondre aux besoins autour de l'expédition, le site laposte.fr commercialise désormais, en plus des services et des produits postaux, plus de 150 000 références.

(3) Par rapport à la même période l'année précédente.

Une fin d'année sans précédent pour Colissimo

Crise sanitaire et achats de Noël ont incité plus de Français à commander en ligne. À la fin 2020, La Poste a traité jusqu'à 4 millions de colis par jour. Un volume 50 % supérieur à celui de 2019. La Poste s'est mobilisée en déployant un dispositif exceptionnel pour accompagner ses clients. Pour livrer les colis partout en France, 18 plates-formes Colissimo ont traité jusqu'à 35 000 colis par heure.

1 million de repas

portés au domicile des seniors par les facteurs en 2020.



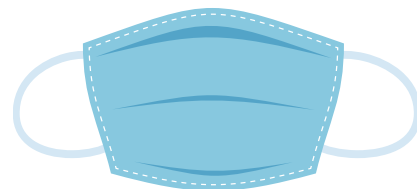
(1) Données de l'Observatoire de l'inclusion bancaire (OIB) de la Banque de France fin 2020.



50 millions

de masques de protection ont été distribués par les facteurs à 8,2 millions de Français en situation précaire.

L'empreinte socio-économique de La Poste est forte. Avec ses 493 000 emplois directs, indirects et induits soutenus, le Groupe représente 1,8% de l'emploi en France mais aussi 5,6 milliards d'euros d'achats à 81% aux PME-TPE-ETI. Sa contribution globale au PIB atteint 15 milliards d'euros. Pendant la crise sanitaire, Le Groupe La Poste a prouvé que son soutien aux acteurs économiques allait bien au-delà de sa force d'entraînement et de son poids économique. Les postières et les postiers se sont distingués par leur soutien citoyen et solidaire aux entreprises.



3 millions de masques distribués

Grâce au site masques-pme.laposte.fr, 48 000 entreprises ont pu commander près de 3 millions de masques indispensables à la poursuite de l'activité.

Plus de 6000 PGE accordés par La Banque Postale

Plus de 6000 prêts garantis par l'État ont été accordés par La Banque Postale en 2020, à des entreprises dont 85% de professionnels et de micro-entrepreneurs. Ces prêts représentent un montant global de plus de 1 milliard d'euros.



Soulager les trésoreries des acteurs essentiels

Durant la crise sanitaire, plus de 350 millions d'euros de financement à court terme et à taux zéro ont été accordés pour soulager la trésorerie des collectivités, acteurs de la santé et de la solidarité.

Soutenir les acteurs économiques



La collecte et la livraison des livres

Pour soutenir l'activité des libraires, La Poste a proposé la collecte et la livraison à domicile des livres à partir de 2 euros. Un dispositif qui soutient le commerce local et favorise les achats de proximité, indispensables pendant la crise sanitaire.



12 000 boutiques de vente en ligne

Ma Ville Mon Shopping, filiale du Groupe La Poste, a accompagné les commerçants, artisans, producteurs locaux et restaurateurs en mettant à leur disposition une plate-forme de vente en ligne locale incluant des services logistiques de livraison à domicile par le facteur ou les coursiers de sa filiale Stuart. La Poste s'est attachée à rendre sa solution accessible au plus grand nombre de professionnels pendant la crise sanitaire : gratuité de la commission pour les commerçants, premières livraisons offertes, abonnement offert pour les collectivités...

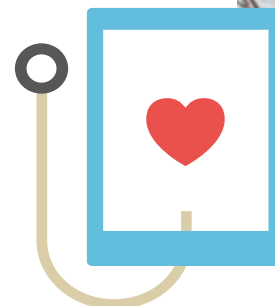
Soutenir les professionnels de santé, accompagner la recherche, livrer des masques... Face à la pandémie de Covid-19, La Poste a multiplié les actions de soutien. Dons, solutions digitales, financement : retour sur l'engagement de tout un Groupe.

12 millions de Français

se sont connectés à MaladieCoronavirus.fr, l'application d'e-santé la plus utilisée en France, portée par l'Alliance Digitale contre le Covid-19 et codéveloppée par Docaposte. Mis à disposition gratuitement dès le début du confinement, ce service permet de mieux évaluer la gravité des symptômes, et ainsi de réduire le nombre d'appels aux numéros d'urgence comme le 15. Il permet aussi à chacun de suivre l'avancée de la maladie.



Accompagner les acteurs de la santé



Sourcecovid.fr

Lancé en décembre 2020 par plusieurs acteurs dont La Poste, le site sourcecovid.fr permet d'identifier les sources de propagation depuis la deuxième vague de Covid-19 avec l'aide des patients.



CNP Assurances s'engage

« Un bon repas pour bien soigner », c'est le nom du programme de la Fondation des Hôpitaux à destination des soignants. Dans ce cadre, CNP Assurances a fait un don de 100 000 euros pour améliorer le quotidien des soignants. Autre initiative, un don de 200 000 euros pour soutenir l'indispensable effort de recherche. Une opération effectuée dans le cadre de l'appel Flash ANR Covid-19, lancé par l'Agence nationale de la recherche médicale.

500 000 masques transparents

ont été livrés par Chronopost, sur le territoire français (métropole et outre-mer), dans 17 000 établissements d'accueil du jeune enfant et 3 500 maisons d'assistantes maternelles. Une opération menée en association avec les caisses d'allocations familiales. Les masques acheminés étaient fabriqués par APF France handicap.



1 million d'euros pour l'Institut Pasteur

La Banque Postale a organisé une campagne au profit de l'Institut Pasteur. Le principe était simple : 2 centimes étaient prélevés sur chaque transaction sans contact entre 30 et 50 euros. Résultat : près de 1 million d'euros collectés pour aider le travail des chercheurs.

