

Un groupe multiactivité, créateur de performance

Services et réseau de proximité, courrier, colis-express, banque et assurance, numérique... Contrairement à d'autres postes européennes, Le Groupe La Poste a choisi de conserver son modèle multiactivité. Grâce aux complémentarités économiques et aux synergies entre les métiers, il renforce la solidité de l'entreprise. Le Groupe La Poste peut s'appuyer sur cet atout pour intensifier ses investissements dans chaque branche. Ce sont les 251 000 collaborateurs qui donnent vie, au quotidien, à cette organisation et à l'ambition du Groupe. Leurs métiers et leurs expertises évoluent, au service d'un objectif clairement affiché : poursuivre la transformation de La Poste pour qu'elle devienne la première entreprise de services de proximité humaine au service de tous.





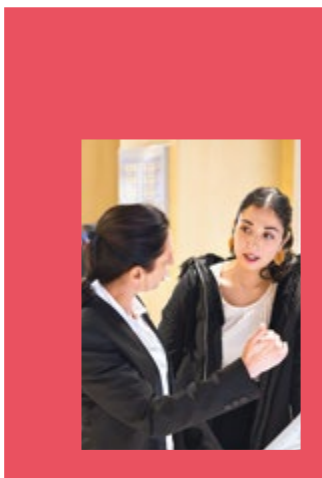
**Un groupe multiactivité,
créateur de performance**
Enjeux et partis pris

S'appuyer sur un modèle multiactivité pour devenir la première entreprise de services de proximité humaine : c'est pour Le Groupe La Poste un gage de performance et pour les clients une garantie de proximité.



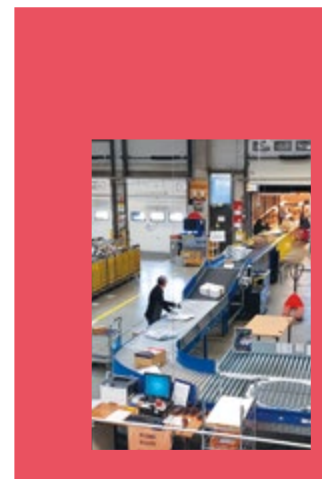
En Europe et dans le monde, toutes les postes n'ont pas opté pour un modèle multiactivité. La poste allemande a choisi une approche purement logistique; il n'existe donc plus de bureaux de poste dans les villes allemandes. La poste italienne a concentré son action sur les services financiers, en privilégiant les produits d'assurance-vie et les services bancaires.

Le Groupe La Poste a fait le choix d'un modèle économique fondé sur cinq branches d'activité qui se compensent et se complètent car elles ont des cycles différents. Cela lui permet de proposer une offre variée et conçue pour accompagner le plus grand nombre et leur simplifier la vie.



Le Groupe La Poste doit faire face à un défi déterminant avec la révolution numérique et la baisse constante du volume du courrier : réduire la part relative de cette activité dans le chiffre d'affaires, renforcer le développement de ses autres activités, tout en réussissant sa transformation numérique. En 2018, la part du courrier traditionnel atteint 28% du chiffre d'affaires, contre 31% en 2017. L'objectif est de passer sous la barre de 20% à l'horizon 2020, grâce notamment à de nouveaux services physiques et numériques pour les particuliers comme pour les entreprises.

Le choix du modèle multiactivité permet au Groupe de poursuivre sa transformation et de se développer.



En 2018, Le Groupe La Poste a réalisé des investissements record de 1,5 milliard d'euros.

Malgré un contexte économique difficile, son chiffre d'affaires a progressé de 2,4%. Cette croissance est le fruit de la diversification des métiers : les services de proximité, la livraison ou encore les services numériques. Le Groupe conserve sa dynamique d'investissement en matière de système d'information, d'immobilier, notamment pour renforcer son outil industriel (450 millions d'euros sur trois ans) et assurer la croissance des volumes de colis (modernisation et construction de plates-formes mult flux courrier-colis) et des flux de petites marchandises internationales.

Le Groupe poursuit également son développement avec des acquisitions comme Asendia ou Ninja Van dans le secteur du colis, ou encore Voxaly dans l'univers du vote à distance.



Face aux transitions écologiques, aux opportunités et aux défis du numérique et aux enjeux de cohésion sociale et territoriale,

Le Groupe La Poste s'engage et agit pour un monde plus durable au service de la société tout entière.

Le Groupe a choisi de mobiliser toutes ses énergies et de concentrer ses efforts autour de trois transitions qui sont autant de défis majeurs : la préservation de la cohésion sociale et territoriale, l'avènement d'un numérique éthique et responsable et l'accélération des transitions écologiques.

Et concrètement ?



Un groupe multiactivité,
créateur de performance
Et concrètement ?

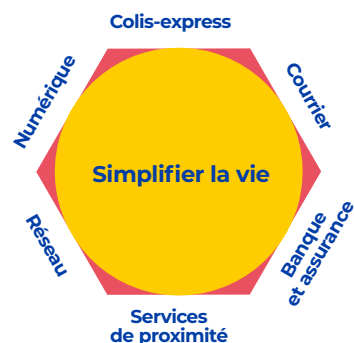
Le modèle d'affaires du Groupe La Poste

Pour simplifier la vie de tous et proposer ses services au plus grand nombre, Le Groupe La Poste s'appuie sur un modèle d'affaires. Une dynamique responsable au cœur de la transformation actuelle de La Poste.

Nos ressources

- **Capital humain**
 - 251 219 collaborateurs dont 37 094 à l'international
- **Capital industriel**
 - 11 983 bâtiments
 - 94 694 véhicules
 - Environ 700 000 équipements informatiques
 - Réseau logistique
 - Infrastructures numériques
- **Capital sociétal et relationnel**
 - 17 238 points de présence postale
 - 40 000 points relais en Europe
- **Capital financier**
 - 100 % capitaux publics
 - 12 Mds€ de capitaux propres
 - 24,7 Mds€ de chiffre d'affaires dont 27 % à l'international
- **Capital naturel**
 - Électricité 100 % renouvelable
 - Une des premières flottes mondiales de véhicules électriques (16 260 véhicules électriques, 24 % de la flotte hors vélos et chariots)
- **Capital intellectuel**
 - Image de confiance
 - Innovation

Un modèle multiactivité



4 missions de service public

- Service universel postal
- Transport et distribution de la presse
- Aménagement du territoire
- Accessibilité bancaire

Un développement à l'international

- 14,8 % des collaborateurs à l'international
- 27 % du chiffre d'affaires à l'international

Des leviers de croissance

- E-commerce
- Logistique urbaine
- Modernisation de l'action publique
- Partenaire numérique de confiance
- Silver économie et santé
- Transition énergétique
- Évolution de l'industrie bancaire

La stratégie : « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir »

- Accélérer le développement des activités et conquérir de nouveaux marchés
- Améliorer la compétitivité en préservant le pacte social
- 5 programmes prioritaires communs renforçant les synergies des branches

L'engagement sociétal du Groupe en 3 axes

- Cohésion sociale et territoriale
- Transitions écologiques
- Numérique éthique et responsable

Nos impacts

- **Pour la planète**
 - Émission de GES – 20 %
 - Offre de produits et services 100 % compensée
 - Recyclage des déchets et réemploi : 85 000 tonnes
- **Pour les territoires**
 - Plus de 13,5 millions de foyers visités/jour
 - 95,7 % de la population à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture d'un point de contact
- **Pour nos clients**
 - Fidèles et satisfaits⁽¹⁾
 - 94,8 % des Lettres vertes distribuées à J+2
 - 51 % des livrets A ont un encours inférieur à 150 €
- **Pour nos collaborateurs**
 - 93 % de contrats permanents
 - 50 % des cadres sont des femmes
 - 80 % des collaborateurs formés en 2018
 - 13 accords sociaux en 2018
- **Pour nos fournisseurs**
 - 80 % des fournisseurs sont des PME
- **Pour nos actionnaires et investisseurs**
 - 171 M€ de dividendes
 - Émission d'une obligation verte ou *green bond*

(1) Net Promoter Score.

Un groupe multiactivité,
créateur de performance
Et concrètement ?



Cinq branches d'activité au cœur du développement

Les différentes branches d'activité du Groupe La Poste assurent sa solidité et sa performance grâce à leurs offres et services en constante adaptation aux évolutions de la société. Retour sur les actions qui ont marqué 2018 dans chaque métier.

Services-Courrier-Colis

En 2018, le volume du courrier adressé a représenté 9 869 millions de plis (en baisse de 7,3% à jours ouvrés équivalents par rapport à 2017) et celui du colis s'est élevé à 335 millions de Colissimo (en

progression de 4,8% par rapport à 2017. Pour accompagner la croissance du colis, la branche a lancé plusieurs nouveaux services pour **améliorer l'expérience client**. Côté livraison des Colissimo, par exemple, l'offre s'est adaptée aux besoins et aux nouveaux usages et les innovations se sont multipliées : choix du jour de la livraison à domicile, livraison en consignes, accélération des retours de colis depuis la boîte aux lettres des particuliers. Dans le segment des solutions e-commerce, La Poste a renforcé sa participation dans

14 millions
de visiteurs uniques
par mois pour le site
e-commerce laposte.fr.

Asendia, en passant de 50% à 60% du capital. Asendia est spécialisée dans la distribution du courrier et des petits paquets à l'international dans plus de 200 pays, et fournit aux grandes marques des solutions pour développer leurs activités transfrontières. En parallèle, le Groupe a investi dans **son outil logistique et industriel** pour un montant de 450 millions d'euros sur trois ans. Un engagement qui se fait en tenant compte des enjeux environnementaux : la branche a participé à la création du **label Bas carbone**⁽¹⁾. En même temps, le Groupe renforce son action pour le recyclage des déchets de bureau en s'alliant avec Suez pour créer Recygo. Enfin, le Groupe confirme sa **volonté de développement** dans la silver économie et dans les services de proximité avec l'acquisition de Diadom, société spécialisée dans la livraison de matériel médical au domicile.

La branche Numérique

Ses deux activités, commerciale, d'une part (via ses filiales Docaposte, Mediapost Communication et le site e-commerce laposte.fr), et de

(1) Voir page 63.





Un groupe multiactivité,
créateur de performance
Et concrètement ?

5,7 Mds€
de produit net
bancaire pour
La Banque Postale
en 2018.

Plus de
130 000
clients accompagnés
par la plate-forme
d'orientation
bancaire L'Appui
depuis 2013.

Une gestion d'actifs
100% ISR
pour LBPAM⁽²⁾
à l'horizon 2020.
(2) La Banque Postale Asset
Management.

1,3 million
de personnes par
jour ont fréquenté
le réseau La Poste
en 2018.

/...
transformation numérique du
Groupe, d'autre part, ont généré
en 2018 un chiffre d'affaires de
716 millions d'euros. **Docaposte**
a continué à développer des solutions
et plates-formes numériques pour
les entreprises et le secteur public,
tout en menant une stratégie de
croissance externe dynamique avec
l'acquisition de Voxaly (vote
électronique) et de Eukles (gestion
électronique de documents); **Mediapost Communication** a
recentré son activité sur l'intelligence
artificielle avec ProbaYes,
l'hébergement de données avec
Oxeva et la régie publicitaire
sur Internet avec Adverline; le **site e-commerce laposte.fr**
– 18 millions de visiteurs uniques
par mois en 2018 –, est en cours de
refonte avec un nouvel outil unique
en Europe : le comparateur d'objets.
Enfin, dans le cadre de la
**transformation numérique du
Groupe**, la branche travaille en lien
étroit avec les autres branches :
par exemple, nouvelle UX de
Digiposte, développement
de l'Identité Numérique ou
de Mon compte La Poste...

Par ailleurs, La Poste a participé
à plusieurs événements phares
du digital comme les salons CES
(Consumer Electronics Show, à
Las Vegas) ou Vivatech (à Paris) ou
son Lab postal annuel. Elle y présente
les idées et **les solutions innovantes
travaillées avec des start-up**, comme
le vélo électrique doté d'un système
de géolocalisation ou Jaab, badge de
paiement sans contact spécialement
destiné aux enfants.

La Banque Postale

En 2018, La Banque Postale a réalisé,
avec ses trois activités de banque de



détail, de gestion d'actifs et d'assurance,
5,7 milliards d'euros de produit net
bancaire et compte 10,3 millions
de clients particuliers actifs. Outre
le lancement de Ma French Bank
à l'été 2019, **l'offre en ligne** s'est
enrichie avec des solutions de
microcrédit, le prêt express pour le
crédit à la consommation, le contrat
d'assurance-vie EasyVie 100% en
ligne pour les particuliers et l'e-crédit
pro. En complément, elle a lancé,
en 2018, le label Business Énergies
pour un accompagnement sur
mesure des entreprises.

**Banque de référence du secteur
public local** pour la troisième année

consécutives, La Banque Postale
a octroyé 13,4 milliards d'euros de
financement à plus de 3 000 acteurs
du secteur en tout point du territoire.
La Banque Postale a également
confirmé, en 2018, son savoir-faire
dans le domaine du **financement
participatif**. Lendopolis, spécialiste
de cette activité à destination des
entreprises, a ainsi réussi, en 2018,
la première collecte locale en
Guadeloupe pour le compte de
Quadran, groupe Direct énergie,
soit 500 000 euros auprès
de 44 investisseurs pour deux
projets de centrales solaires.
Par ailleurs, KissKissBankBank & Co



Un groupe multiactivité,
créateur de performance
Et concrètement ?

78%
du chiffre d'affaires
de GeoPost/DPDgroup
sont réalisés hors
de France.

/...
a racheté, l'année dernière, Goodeed, une plate-forme de dons gratuits grâce au simple visionnage d'une publicité en ligne. **Banque citoyenne et accessible à tous**, elle s'est engagée, d'une part, à faire converger en 100% ISR⁽¹⁾ tous les encours gérés pour le compte de ses clients d'ici à 2020. D'autre part, La Banque Postale a mis en place un plafonnement des frais d'incidents bancaires pour les clients financièrement fragiles, qui peuvent par ailleurs bénéficier des conseils budgétaires de L'Appui. Enfin, elle va déployer son plan d'inclusion bancaire

par le numérique dans 300 bureaux de poste avec WeTechCare, l'Union nationale des points information médiation multiservices et Fondation Agir contre l'exclusion.

Le Réseau La Poste

En 2018, le Réseau La Poste a soutenu l'activité commerciale de La Banque Postale, de la branche Services-Courrier-Colis et de La Poste Mobile, la filiale de téléphonie du Groupe, pour les clients particuliers et professionnels. Son chiffre d'affaires atteint 3,8 milliards d'euros. **L'effort de modernisation et d'adaptation des points de contact** s'est poursuivi. 390 bureaux ont été rénovés, des concepts de bureaux innovants avec des offres complémentaires pour les touristes ont été ouverts dans les aéroports parisiens et à Lyon, et également pour les jeunes à Nancy et Rennes. L'offre de services postaux sur des amplitudes horaires larges s'est accrue avec 952 La Poste Relais urbains, installés dans des commerces de proximité. Enfin, la mutualisation de services d'opérateurs publics et de services postaux dans 503 Maisons de service au public et les 922 facteurs guichetiers en place permettent de garantir une présence consolidée. Par ailleurs, le Réseau a reçu en 2018 **le label Enseigne responsable**, qui récompense la démarche de développement durable des points de vente. Toujours en phase avec l'évolution de la société, le Réseau continue de créer des espaces de travail partagés : 20 devraient voir le jour d'ici à 2020.

GeoPost/DPDgroup

N° 2 du colis en Europe et avec 1,3 milliard de colis livrés dans le monde en 2018, GeoPost/DPDgroup

a accéléré son développement international en 2018. La branche, qui réalise 78% de son chiffre d'affaires hors de France, s'est renforcée en Europe mais aussi en Asie du Sud-Est, en Asie centrale, en Russie (avec l'ouverture de 1 005 points relais DPD dans 141 villes), en Turquie, sans oublier l'Amérique latine. Une expansion qui s'effectue dans le **respect de l'environnement** : GeoPost/DPDgroup est le n° 1 mondial du marché de la compensation volontaire sur le secteur CEP (*courier, express and parcel*). Pour **améliorer en permanence le service**, GeoPost/DPDgroup s'appuie sur plus de 1 000 hubs et dépôts dans le monde. En 2018, deux dépôts ont ouvert en Allemagne et un hub a ouvert aux Pays-Bas en avril 2019. GeoPost/DPDgroup a également renforcé son activité via des opérations de **croissance externe** comme, par exemple, la prise de participation dans Ninja Van, à Singapour, une société spécialisée dans le « dernier kilomètre » du parcours de livraison. En France, Chronopost a finalisé une acquisition stratégique, celle de Delifresh, acteur important de la logistique frigorifique. Le marché alimentaire connaît aujourd'hui une forte croissance : ainsi, le chiffre d'affaires de Chronopost Food a progressé de 91% entre 2017 et 2018.

(1) Investissement socialement responsable.



Un engagement RSE dans l'ensemble des activités



Face aux enjeux climatiques, La Poste a mené plusieurs actions décisives en 2018. Une dynamique qui irrigue l'ensemble des branches d'activité.

Compenser intégralement l'offre de services

Consciente de sa responsabilité sociétale, La Poste s'engage dans la lutte contre le réchauffement climatique. Un engagement qui s'intensifie avec les années et se traduit par la baisse de 20 % de ses émissions de gaz à effet de serre entre 2013 et 2018 et par la compensation intégrale de l'offre. Ainsi, **depuis 2012, 100% des offres des branches Services-Courrier-Colis, Numérique et GeoPost sont compensées**, sans générer de coût additionnel pour les clients. Et, **en 2018, La Banque Postale s'est associée** à cette démarche pour l'ensemble de ses activités opérationnelles. La Poste a également contribué à l'émergence de projets de compensation locaux et au label Bas carbone, promulgué en novembre 2018. Dès 2015, elle avait déjà financé les six projets pilotes en France qui ont permis de bâtir le référentiel. Cette vision globale lui a valu la note maximale (A), décernée par l'agence britannique CDP, pour la stratégie du Groupe en matière de réduction de gaz à effet de serre. Cette évaluation très positive marque l'accélération de la performance du Groupe, noté C en 2016 et noté B en 2017. Sur 6937 entreprises évaluées en 2018, 126 ont reçu la note maximale.

Green bond : un pas important

2018 a également été marquée par une opération importante en matière environnementale : le lancement avec succès, en novembre dernier, de la première émission de *green bond* (obligation verte) pour un montant de 500 millions d'euros et une durée de dix ans. Les fonds levés dans ce cadre permettront de financer ou de refinancer des actifs et des projets de véhicules propres, d'immeubles écoproductifs ou de mise en œuvre des énergies renouvelables.

La Banque Postale : vers le 100% ISR

Les marchés financiers peuvent aussi avoir une action positive dans l'engagement environnemental. C'est l'une des convictions de La Banque Postale, notamment avec La Banque Postale Asset Management, principale filiale de gestion d'actifs de la banque du Groupe. Cette dernière a pris l'engagement de faire converger en 100% ISR tous les encours gérés pour le compte de ses clients d'ici à 2020.

Note A
attribuée par CDP
pour la politique carbone
de La Poste en 2018
(comme 126 entreprises
notées A sur 6937 dans
le monde).



Portrait d'un acteur majeur du marché de l'emploi

80%
des postiers ont été
formés en 2018.

Le Groupe La Poste fait de chaque postier un acteur clé de sa transformation grâce à une vision responsable de l'emploi. L'évolution des parcours et des métiers, la formation et la qualité de vie au travail constituent les éléments clés du développement professionnel de l'ensemble des collaborateurs.

Avec **251 219⁽¹⁾** collaborateurs, Le Groupe La Poste est un acteur de premier plan de l'emploi. En France, **16 323** postiers ont été recrutés en CDI (8 574 à La Poste maison mère dont 4 474 facteurs), pour l'année 2018. Autre dimension importante dans l'approche des ressources humaines : la formation, véritable garantie du développement professionnel des postiers. **80%** d'entre eux ont ainsi été formés en un an. La Poste s'engage également pour la diversité, la parité et l'égalité des chances. **52,4%** de l'effectif de La Poste maison mère sont des femmes. Et, par ailleurs, Le Groupe reste le **premier** employeur en France de personnes en situation de handicap. Des engagements complétés par des investissements forts en matière d'action sociale : le budget social moyen alloué au postier s'élève à **1 115** euros et **11 144** collaborateurs ont bénéficié des prestations et solutions logement. Gestionnaire de clientèle pro, expert nouveaux services, data analyst, social media manager... la transformation de La Poste, avec la diversification de ses activités, fait émerger de nouveaux métiers. D'autres, plus anciens, évoluent. Le facteur distribue toujours le courrier mais peut aussi collecter des papiers destinés au recyclage, livrer des repas ou visiter les personnes isolées, etc. Dans les bureaux de poste, qui intègrent de plus en plus de digital, les chargés de clientèle vont au-devant du public, dans une logique de conseil ou de service.

(1) En équivalents-temps-plein.

13
nouveaux accords
sociaux et avenants
signés en 2018.

22 825
collaborateurs
ont bénéficié
d'une évolution
professionnelle
dans le Groupe
en 2018.





Les 5 mots-clés d'une politique d'emploi responsable

Engagement

La Poste favorise les effectifs en contrats permanents. Le nombre total de recrutements en CDI en 2018 s'est élevé à 8 574, dont 3 061 collaborateurs qui avaient préalablement exercé en CDD et 1 994 alternants. Cela se traduit notamment par un taux de 92,8% d'effectifs en contrats permanents en 2018.

Insertion

La Poste poursuit une politique de formation et d'insertion des jeunes dans l'emploi qui fait d'elle le premier recruteur d'alternants en France. 4 902 nouveaux contrats d'apprentissage ou de professionnalisation ont été signés en 2018. Plus de 30% des personnes recrutées en CDI en 2018 ont moins de 25 ans.

Égalité professionnelle

Avec sa politique active en matière d'égalité femmes-hommes, La Poste affiche un taux de 52,4% de femmes dans l'entreprise, de 50,1% de femmes dans l'ensemble de l'encadrement et 32,1% parmi les cadres dirigeants. Elle a atteint le score de 94/100 dans l'index d'égalité femmes-hommes en 2018.



1er

recruteur d'alternants
en France avec
4 902 contrats signés
en 2018.

1er

employeur en
France de personnes
en situation de
handicap avec plus de
14 000 collaborateurs.

30%

des personnes
recrutées en CDI
en 2018 ont moins
de 25 ans, 60% ont
moins de 30 ans.

Handicap

La Poste met en œuvre une politique volontariste en faveur de l'emploi et du développement professionnel des personnes en situation de handicap. Avec 6,75% de bénéficiaires de l'obligation d'emploi (BOE), La Poste a dépassé le taux d'emploi légal de 6%. En 2018, elle a recruté 152 personnes handicapées. Avec plus de 14 000 collaborateurs bénéficiaires de l'obligation d'emploi, elle est le premier employeur de France de personnes en situation de handicap. La Poste vient également en soutien des entreprises du secteur adapté et protégé, auprès desquelles elle a réalisé 12,9 millions d'euros d'achats en 2018.

Diversité

Promouvoir une politique respectueuse de la diversité, garantissant l'égalité des chances. En 2018, parmi les nombreuses actions, La Poste a lancé une campagne de sensibilisation interne pour le respect de la diversité et de l'égalité des chances au travail, mettant l'accent sur trois thèmes : la mixité des métiers, les maladies chroniques et l'orientation sexuelle. Elle a notamment signé la charte d'engagement LGBT+ de l'Autre Cercle⁽¹⁾.

(1) Association de lutte contre les discriminations liées à l'orientation sexuelle et à l'identité de genre.

Un groupe multiactivité,
créateur de performance
Et concrètement ?



Développer les compétences des postiers

Le numérique et la création de nouveaux services exigent de nouvelles compétences et créent de nouvelles opportunités pour les postiers. Le volet social du plan stratégique du Groupe « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » place l'évolution professionnelle et la formation au cœur des enjeux de la transformation du Groupe.

Faciliter l'évolution professionnelle des postiers

Pour faire La Poste de demain avec les postiers d'aujourd'hui, La Poste accompagne les postiers pour aller vers les métiers porteurs (métiers au contact des clients dans les points de contact du Réseau La Poste, métiers du numérique tels que concepteur-développeur...).



« Je suis entré à La Poste en 1999 comme facteur. Puis je suis devenu facteur de secteur et enfin facteur qualité. À un moment donné, j'ai voulu évoluer. Sur les conseils d'un collègue, j'ai postulé au poste de chargé de clientèle et j'ai suivi les différentes étapes de sélection. J'ai été confirmé sur le poste. J'ai suivi deux mois de formation à l'École de la Banque et du Réseau et sur le terrain. Depuis un an, je suis chargé de clientèle, j'accueille les clients et les oriente selon leurs besoins, la téléphonie, la banque ou le courrier-colis. Je suis très content de ma nouvelle fonction. »

Jean-Louis, ancien facteur devenu chargé de clientèle à Paris.

Cette mobilité est rendue possible, en particulier, grâce à la bourse d'emplois interne avec plus de 18 000 offres en 2018. Les postiers sont accompagnés par des acteurs dédiés : managers, RH de proximité, conseillers en évolution professionnelle et mobilité dans toutes les régions. Les résultats sont tangibles. En 2018, 22 825 collaborateurs ont bénéficié d'une évolution professionnelle. La Poste accompagne aussi ses collaborateurs qui le souhaitent vers la fonction publique, l'économie sociale et solidaire et la création d'entreprise. /...

Un groupe multiactivité,
créateur de performance
Et concrètement ?

/...
**Un effort massif
de formation**

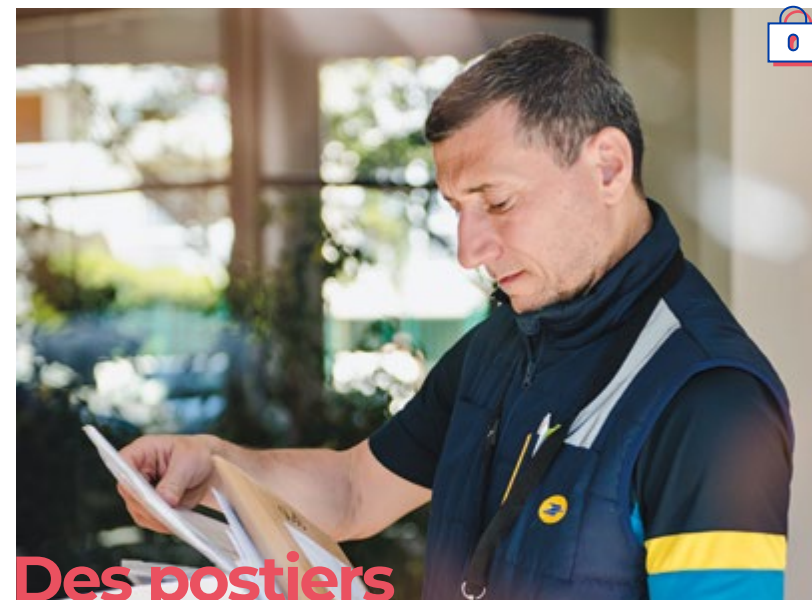
La formation et le développement des compétences des postiers sont au cœur des engagements de La Poste pour accompagner sa transformation. 9 collaborateurs sur 10 ont été formés entre 2017 et 2018. De nombreux parcours de formation sont ouverts aux postiers. Depuis 2015, 37 000 parcours qualifiants ont été réalisés ou engagés pour développer les compétences clés et favoriser les projets professionnels des postiers. Plus de 50 postiers seront concepteurs-développeurs en juin 2019, formés à l'école Simplon, l'école du numérique dont La Poste est partenaire. En 2018, 50 000 collaborateurs se sont engagés dans au moins une e-formation de l'offre en libre-service disponible pour tous les postiers.



**Tout un écosystème
de formation**

- L'Institut du management porte les programmes de développement managérial du Groupe (9 800 participants en 2018)
- L'Institut du développement, ouvert le 1^{er} janvier 2018 pour les 20 000 collaborateurs des 12 filières support (13 500 participants en 2018)
- L'École de la Banque et du Réseau : 285 000 journées de formation en 2018 pour des collaborateurs de La Banque Postale, des centres financiers et du Réseau La Poste
- L'université Services-Courrier-Colis et ses écoles de métier : école marketing, école supply chain, école métier des facteurs, école relations clients et administration des ventes, école satisfaction client, école des ventes

37 000
parcours qualifiants
avec certification
interne ont été
réalisés ou engagés
fin 2018 pour
développer les
compétences clés et
favoriser les projets
professionnels
des postiers.



Des postiers bien dans leur travail

Les actions prioritaires du programme « Bien dans son travail », qui vise à promouvoir la santé des postiers, se sont poursuivies en 2018. Elles ont porté sur la prévention de l'inaptitude et de l'accidentologie, le déploiement de la démarche d'accompagnement des postiers en absence longue (dispositif APALA) et l'intégration des nouveaux arrivants.

Aider les aidants

Dans l'accord social signé en 2018, La Poste s'engage à permettre aux postiers qui aident un proche de mieux concilier leur vie professionnelle et leur vie personnelle. Un « fonds de solidarité

aidants », alimenté par La Poste (1 000 jours par an) et par les postiers qui voudront donner des jours de leurs propres congés, permet de donner des jours de congé supplémentaires aux postiers qui aident un proche. Ces derniers peuvent bénéficier de trois jours d'autorisation d'absence, d'un accès au temps partiel et au télétravail et d'un accompagnement à la mobilité.

ParlonZen

Des espaces de discussion sur le travail se déploient. Ces ateliers ParlonZen sont des rendez-vous mensuels entre une équipe et son manager direct, pour parler du travail

quotidien et trouver des solutions pour améliorer la qualité de vie au travail.

Boloco

Dans le cadre du programme d'amélioration des locaux professionnels « Boloco », 1 400 opérations de rénovation ont été réalisées en 2018 avec une attention particulière portée aux locaux tertiaires et aux salles du public.

7,8%
de baisse du taux
de fréquence
des accidents du
travail entre 2017
et 2018.