

P. 6 Grand format
La renaissance
de La Poste Colbert

P. 8 D'intérêt général
La Poste, engagée
avec les territoires

P. 15 Traits d'union
Ma Ville Mon Shopping
dynamise le commerce
local



posteo

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



le billet de...



Christine Bord Le Tallec, déléguée régionale du Groupe La Poste

Je suis ravie d'ouvrir cette nouvelle formule de notre magazine Postéo dans laquelle nous vous présentons les nouvelles orientations stratégiques du Groupe La Poste ainsi que les grands projets que nous menons actuellement en tant que partenaire du territoire. Le nouveau plan stratégique « La Poste 2030 » a été élaboré collectivement avec la consultation sans précédent de plus de 6500 clients ou élus au niveau national.

Le Groupe La Poste accompagne les grandes transitions qui impactent la société, les transitions écologique, territoriale, démographique et numérique, et a l'ambition d'apporter, grâce aux postières et aux postiers, proximité humaine, confiance et soutien à ses clients, particuliers, entreprises et collectivités territoriales. Pour cela, nous nous appuyons notamment sur nos 1000 points de contact et nos 4346 tournées de facteurs à travers la région.

2021 est la première année de déploiement du nouveau plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous » avec l'ambition de devenir la première plateforme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de ses clients dans leurs projets et de la société tout entière dans ses transformations. Pour réaliser cette ambition, La Poste accompagne les projets du territoire, comme vous le découvrirez dans ce magazine, au travers de son ancrage territorial et ses nouvelles formes de présence postale, son engagement écologique, ses solutions numériques et sa responsabilité citoyenne.



postéo PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Certaines photos du magazine ont été prises avant la crise sanitaire.

Le cahier régional de Postéo est édité par la délégation régionale du Groupe La Poste en Provence-Alpes-Côte d'Azur. **Directrice de la publication** : Christine Bord Le Tallec. **Directrice de la rédaction** : Christine Bord Le Tallec. **Rédactrice en chef** : Anne Balesnier. **Crédits photo** : Florent Michel, Adobe Stock, Eric Huynh, Mairie d'Allauch, Carta et Associés, Thierry Lewenberg Sturm. Pages nationales – **Directrice de la publication** : Marie-Aude Dubanchet. **Directrice de la rédaction** : Nathalie Valère. **Rédactrice en chef** : Aurélie Dehecq. **Crédits photo** : Getty images, médiathèque du Groupe La Poste, DR, Ipsos. Mentions légales La Poste. **Conception et réalisation** : HAVAS PARIS. **Imprimerie** : Gutenberg Networks. Imprimé en France. **Dépôt légal** : avril 2021. Ce magazine est imprimé sur du papier issu de sources responsables. Dans cette publication, le masculin est le plus souvent utilisé comme représentant des deux sexes sans discrimination à l'égard des femmes et des hommes, et dans le seul but d'alléger le texte.



ECOLOGIC
Priorité neutralité carbone

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Facteurs de fierté

100 points de contact.

11 labellisations « France Services ».

30 établissements courrier.



PRÉSENCE

Labellisation France Services

La poste de Banon labellisée France Services offre aux habitants des services qui viennent compléter l'offre postale. Les administrés peuvent y effectuer des démarches relevant désormais de neuf opérateurs que sont la CAF, l'Assurance maladie, l'Assurance retraite, Pôle emploi, la MSA, les ministères de l'Intérieur et de la Justice, la Direction générale des finances publiques et La Poste. Ces services complètent l'offre postale. Les usagers peuvent être accompagnés dans leurs démarches administratives par les agents d'accueil de France Services. Une tablette leur est également mise à disposition pour leur permettre d'accéder aux services numériques. La poste de Banon vient compléter les 11 bureaux de poste France Services de la région dans l'attente de nouvelles labellisations. En proposant ces nouveaux services à la population, La Poste accompagne la transition numérique et contribue au maintien des services au public dans les zones rurales et de montagne.



LIEN

Facteur de lien social

Les facteurs de la ville d'Aubagne ont rendu visite à plus de 3000 seniors afin d'évaluer leur situation en termes d'isolement. Cette mission, réalisée avec la mairie, a permis par la suite de leur proposer l'accompagnement des associations Les Petits Frères des pauvres et l'Aclap (Accueil et aide aux personnes âgées). Cette mission, déjà conduite en 2019, avait permis à près de 30 personnes âgées isolées de bénéficier de visites régulières de bénévoles pour progressivement retrouver un lien social. D'autres seniors ont été accompagnés dans la mise en place de la téléassistance à leur domicile ou l'accès à des aides financières pour les transports ou les repas.

Chiffres clés

3

centres de logistique urbaine
Urby à Nice et Marseille.

3 200

véhicules électriques
circulent en région.PLUS D'ACTUS SUR
<https://www.urby.fr>

ENVIRONNEMENT

Des cheveux pour sauver les océans

Depuis près d'un an, le centre courrier de Brignoles se joint à l'association Coiffeurs justes afin de récupérer, auprès de ses 4 500 adhérents, des cheveux qui serviront de dépolluant pour les océans. Thierry Gras, coiffeur à Saint-Zacharie (Var), est à l'origine du projet : « L'idée de départ est d'utiliser une ressource naturelle, le cheveu, pour lutter contre la pollution des eaux dans les ports et les océans. Dans tous les salons de coiffure de France et d'Europe, des centaines de milliers de cheveux sont jetées chaque jour alors qu'ils sont très précieux pour assainir les eaux. La Poste est l'intermédiaire idéal; nous partageons les mêmes valeurs visant à promouvoir l'économie circulaire et la RSE. »

4



LIVRAISON

Nice : des vélos cargos en centre-ville

Depuis quelques semaines, La Poste teste un nouveau mode de transport pour ses livraisons dans le centre-ville de Nice : le vélo cargo. Actuellement deux véhicules de ce type testent les livraisons de courrier et colis pour les commerçants et entreprises niçois. Avec ses deux roues motrices et une autonomie d'énergie suffisante pour une tournée de 4 h 30, le vélo cargo peut transporter jusqu'à 100 kilos de charge. L'assistance électrique permet de le tracter sans effort. Le vélo cargo peut passer dans des rues étroites, piétonnes ou en travaux, là où le Kangoo ZE ne peut pas. Peu bruyant et ne rejetant pas de gaz carboné ni de particules fines, le vélo cargo peut être une réponse aux enjeux de livraison en mode doux dans les zones urbaines. Urby, filiale de logistique urbaine du Groupe La Poste, développe également à Nice et Marseille la livraison en vélo cargo. Les vélos Urby transportent jusqu'à 230 kilos de marchandises.

Chiffre clé

1,8

milliard de financement
pour les entreprises
et collectivités locales
au niveau régional.PLUS D'ACTUS SUR
GROUPELAPOSTE.COM
www.groupeposte.com/fr/actualite/saint-martin-du-var-la-banque-postale-finance-58-logements-sociaux

LOGEMENTS

10 millions d'euros pour des logements sociaux

La Banque Postale finance à hauteur de 10 millions d'euros un projet de 58 logements sociaux porté par La Maison familiale de Provence, à Saint-Martin-du-Var. Avec ce prêt, La Banque Postale s'engage pour la construction de logements qui seront proposés dans le cadre d'un prêt social location à l'accession (PSLA). « Le principe de l'accession sociale à la propriété est d'accompagner un locataire à devenir propriétaire. Une part du loyer est consacrée au remboursement du prêt bancaire et les futurs propriétaires bénéficient de nombreuses mesures d'accompagnement : exonération du foncier pendant quinze ans, TVA réduite à 5,5% au lieu de 20%, garanties de relogement... », explique Olivier Touchet, directeur Méditerranée secteur public local de La Banque Postale.

5



RSE

Des prêts pour protéger l'environnement

Pour soutenir l'effort d'investissement des collectivités territoriales en faveur de la transition énergétique, La Banque Postale lance une offre de prêts verts, dédiés au financement d'un projet favorable à l'environnement. Ils permettent d'accompagner les projets suivants : eau et assainissement, valorisation des déchets, mobilités, énergies renouvelables, efficacité énergétique de la construction et de l'aménagement urbain. Dans la région, La Banque Postale a participé au financement de plusieurs projets majeurs du territoire, comme les tramways de Nice et Avignon ou la station d'épuration de Cagnes-sur-Mer. L'octroi du prêt est conditionné par la réalisation d'un reporting permettant de mesurer l'impact environnemental positif attendu.

La renaissance de La Poste Colbert

La réhabilitation de l'hôtel des Postes Colbert, situé au cœur de la cité phocéenne, raconte l'histoire d'une époque mais aussi des valeurs de La Poste.

Pilotée par Poste Immo, filiale immobilière du Groupe La Poste, cette renaissance transforme ce bâtiment industriel et administratif en bâtiment tertiaire de haute volée. Visant plusieurs labels environnementaux, il se hisse au plus haut rang tant sur le plan écologique que sur celui du confort qu'il offre à ses occupants. Le premier engagement environnemental de Poste Immo a été le choix de la rénovation plutôt que de la construction, techniquement plus simple à mettre en œuvre.

Colbert abrite les fonctions transversales et supports de l'entreprise auparavant dispersées sur différents sites.

Ce projet vise à renforcer la coopération, les échanges et la transversalité. Ouvert sur la ville, l'immeuble abrite, sur 550 m², un espace de coworking géré par Startway et accueille les candidats à l'examen du Code de la route.



G.R.A.N.D.
F.O.R.M.A.T



« Quand j'interviens sur un édifice existant, je ne perds jamais de vue l'architecte qui m'a précédé. Il faut comprendre, protéger et respecter.

L'identité architecturale de l'hôtel des Postes se construit dans un dialogue entre conservation et création, car transformer un lieu est un acte de création aussi important que d'en faire naître un ex nihilo. Nous avons veillé à respecter les normes de construction en matière de sécurité, d'accessibilité et de performance énergétique tout en conservant les joyaux du XIX^e siècle. Ainsi, les ferronneries, les carreaux de ciment au sol, le marbre des escaliers, la brique en terre cuite des murs ont été restaurés, rappelant l'âge, la résilience et le prestige de ce bâtiment historique. L'hôtel des Postes est un monument du XIX^e siècle advenu au XXI^e et il est prêt pour fêter son prochain centenaire! »

Roland Carta,
architecte auteur du projet de réhabilitation de l'hôtel des Postes



« Depuis plusieurs siècles, nos immeubles sont au cœur de la cité et participent à l'affirmation des centres-villes.

La poste Colbert, édifée au moment du percement des boulevards, en est un bel exemple. À l'ère du numérique et des services, La Poste se transforme et son immobilier aussi. Notre défi est maintenant d'adapter nos immeubles en profitant de leur grande qualité qui existait déjà au moment de leur création. Comme si leurs concepteurs avaient prouvé avec un siècle d'avance que l'institution allait profondément changer. Nos projets sont conçus avec une mixité d'usages, toujours en lien avec la position de nos bâtiments au sein de la cité et les besoins des territoires. Nous avons à cœur d'intégrer dans toutes nos opérations une qualité environnementale, urbaine et architecturale. C'est un sujet prééminent pour nous, détenteur d'un patrimoine exceptionnel de plus de 6 millions de mètres carrés.

Camille Gehin,
directrice des projets de Poste Immo

Photo de l'intérieur du bâtiment et sa terrasse abritant un espace paysager de 235 m².

6 millions de mètres carrés

C'est le patrimoine immobilier géré par Poste Immo.

La Poste, engagée avec les territoires

Le 25 février dernier a été présenté le nouveau plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ». Un plan à l'élaboration duquel les élus ont largement participé. En effet, 684 élus locaux, parlementaires et membres de CDPPT (1) ont partagé leur vision de l'évolution de La Poste et remonté les besoins de leur territoire en la matière. La Poste les a écoutés. Présentation.



LA POSTE 2030 ENGAGÉE POUR VOUS

Avec le concours des élus et toutes ses parties prenantes (postiers, clients...), La Poste s'est donné une ambition : être, dans 10 ans, la première plateforme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de ses clients dans leurs projets et de la société tout entière dans ses transformations. Pour y parvenir, La Poste devra s'affirmer toujours plus présente, grâce à la puissance combinée de ses réseaux physiques, numériques et humains. Car c'est là un des enseignements majeurs dont les élus se sont fait l'écho : la proximité humaine et le maillage territorial sont perçus comme les deux atouts de La Poste jugés les plus utiles pour le présent et pour l'avenir. Il en ressort que La Poste, acteur clé de l'attractivité des territoires, doit s'engager au plus près des élus pour répondre aux défis des transitions écologique, territoriale, numérique et démographique.

La Poste, acteur clé de l'accompagnement des élus face aux transitions sociétales

Dans les territoires, les élus attendent de La Poste qu'elle consolide l'accès aux services postaux et maintienne ses missions de service public. Mais aussi qu'elle soutienne l'économie locale et renforce les partenariats locaux. En réponse, La Poste prévoit de consolider sa présence physique dans les territoires : passer en 2025, à 40 000 points d'accès contre 32 000 aujourd'hui. Ceux-ci comptent 17 000 points de contact (bureaux de poste, agences postales communales, relais poste commerçants) et 15 000 points d'accès

à un service postal (relais Pick-Up, Carrés Pros, consignes ou encore drive colis). Elle va aussi octroyer une plus grande autonomie aux équipes en local pour développer offres, services et partenariats. Autre préoccupation des élus : le développement des services aux seniors. C'est un fait connu, en 2030, les plus de 60 ans représenteront plus d'un tiers de la population française, et 12 millions de personnes vivront seules. La Poste innove pour répondre aux besoins des personnes âgées et de leurs proches, notamment grâce à des services autour du maintien à domicile et de la santé.

La Poste, tiers de confiance numérique et leader de la transition écologique

Elle va aussi jouer, comme les élus en expriment le souhait, un rôle clé dans l'inclusion et la transition numériques. Tiers de confiance numérique, La Poste rendra 100% des produits et services postaux, destinés aux particuliers et aux professionnels, accessibles par Internet d'ici 2025. Convaincue, enfin, comme les élus, que la transition écologique nécessite d'accroître la logistique de proximité à faibles émissions, La Poste, déjà référente en matière de RSE (2), s'engage à poursuivre ses efforts pour devenir le leader européen de la logistique verte, de la livraison écologique et du financement à impact positif.

(1) CDPPT : Commission départementale de présence postale territoriale.
(2) Meilleure note attribuée en 2020 par l'organisme leader de notation extra-financière, Vigeo Eiris.

« La Poste doit conserver ce dialogue permanent avec les élus locaux »



3 questions à Michel Vergnier, président de la Commission départementale de présence postale territoriale de la Creuse et trésorier de l'AMF.

Vous avez été associé à la construction du futur plan stratégique de La Poste. Que pensez-vous de cette initiative ?
Cette action est indispensable. Les élus connaissent parfaitement leur territoire et leurs habitants. Qui mieux que les élus pour renseigner La Poste sur les réalités, les problématiques que nous vivons tous les jours, au travers des remontées de nos concitoyens ?

Le dialogue constant que La Poste entretient avec les collectivités est donc important ?
Je dirais qu'il est crucial. La décision de soumettre à l'accord du maire la transformation ou l'évolution du statut d'un bureau de poste a été une étape importante. De son côté, La Poste n'a pas diminué sa présence, elle l'a adaptée. C'est un travail partenarial. Elle doit conserver ce dialogue permanent avec les élus locaux.

Quels sont les points forts de La Poste pour accompagner les besoins des territoires ?
Son maillage territorial unique et le rôle du facteur, mais aussi le partenariat France Services, le portage de repas, la veille sociale... Toutes ces initiatives en lien avec l'humain sont indispensables dans les territoires.

les élus nous ont dit

« En 2030, La Poste fera toujours partie de notre quotidien, même si celui-ci sera différent. Nous aurons de plus en plus besoin de relais Pickup, certes, mais aussi de la présence de La Poste auprès des plus isolés. »

Sylvie Sourisseau, maire de Brissac-Loire-Aubance (49)

« Nous devons réfléchir ensemble à la présence du service public sur les territoires. Il est intéressant de miser sur la complémentarité des services avec des lieux partagés tout en conservant l'expertise des métiers. Nous devons également lutter contre la fracture numérique et ne laisser personne de côté, d'où l'importance de garder de la présence physique. Dans ce monde qui change, savoir s'adapter est essentiel, mais La Poste doit garder sa raison d'être et ses valeurs. »

Gilles Leproust, maire d'Allonnes (72)

Un nouveau plan stratégique issu d'une consultation de grande envergure

Plus de 142 000 participants

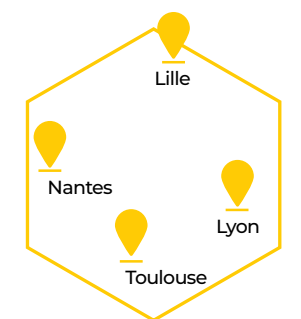
ont donné leur avis lors de la démarche participative :

- 135 539 postiers
- 5 777 clients particuliers
- 219 clients professionnels, entreprises et associations
- 684 élus locaux, parlementaires et membres de CDPPT (1)
- 334 fournisseurs, start-up et partenaires numériques

4

conférences citoyennes

La Poste a souhaité donner la parole à des citoyens, sur quatre enjeux sociétaux clés pour les dix prochaines années (les transitions écologique, numérique, démographique et territoriale). Quatre conférences citoyennes ont donc été organisées entre septembre et octobre 2020



afin que les citoyens puissent émettre un avis sur la contribution sociétale de La Poste en 2030.

LA POSTE 20 30 ENGAGÉE POUR VOUS

Notre ambition

Devenir la première plateforme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de ses clients dans leurs projets et de la société tout entière dans ses transformations.

Notre raison d'être

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.

Nos 3 dynamiques

1

CONFORTER NOS ACTIVITÉS HISTORIQUES ET NOS MISSIONS DE SERVICE PUBLIC



Courrier



Réseau



Missions de service public

2

ACCÉLÉRER LES MOTEURS DE CROISSANCE ACTUELS



Colis



Services à l'e-commerce



Bancassurance

3

CONSTRUIRE LA CROISSANCE DE DEMAIN



Services digitaux de confiance



Services de proximité humaine

Nos priorités



CLIENT

Servir les clients au plus haut niveau de qualité, rester l'intermédiaire privilégié des clients et conquérir de nouvelles clientèles (professionnels, jeunes...).



PRÉSENCE

S'affirmer toujours plus présente, grâce à la puissance combinée de ses réseaux physiques, numériques et humains, au service des clients et du développement.



NUMÉRIQUE

Accélérer la transformation digitale, développer les services de confiance numérique et contribuer à l'inclusion numérique.



VERT

S'engager en tant qu'entreprise leader de la transformation écologique et la rendre accessible à tous.



CITOYEN

Devenir une entreprise à mission dont l'activité crée un impact positif pour la société, et donner les preuves de sa responsabilité citoyenne, sociale et sociétale.



INTERNATIONAL

Dépasser les frontières géographiques en captant la croissance internationale.



PACTE SOCIAL

Renforcer la fierté d'être postier, présenter un nouveau pacte social et une nouvelle organisation permettant l'agilité.

Traits d'union

#connecter

De nouvelles formes de présence postale s'installent dans la région pour s'adapter toujours mieux à la demande et aux habitudes des clients. Un bureau de poste Format Jeunes à Aix-en-Provence, un Format touristique à Nice Marché aux Fleurs, des facteurs-guichetiers qui font le lien entre la distribution du courrier et des colis et le bureau de poste...

P. 12

#accompagner

L'E-éducation et les solutions pédagogiques numériques connaissent un développement exponentiel. La crise sanitaire a renforcé leur utilisation, permettant d'assurer une continuité pédagogique.

P. 14

dynamiser

Pour soutenir ses commerçants dans cette période de crise sanitaire, la ville d'Allauch choisit la plateforme Ma Ville Mon Shopping pour redynamiser l'économie locale en accélérant la vente à distance.

P. 15

En 2020, **80 %** des élèves du second degré et 20% des élèves du premier degré bénéficient d'un Espace Numérique de Travail (ENT).



#connecter

La Poste s'adapte aux besoins des habitants

Bureau de Poste Format Jeunes, Format touristique, développement des facteurs-guichetiers dans les communes rurales... Autant de formes de présences postales conçues pour répondre aux spécificités locales de consommation.

La Poste s'adapte à la typologie de ses clients en privilégiant des présences postales spécifiques répondant à leurs besoins. Ainsi, à Nice par exemple, où le tourisme est la première industrie avec plus de 4,5 millions de visiteurs par an, La Poste de Nice Marché aux Fleurs, développe un concept innovant. En plus de l'offre postale classique, elle propose aux touristes des services utiles comme une consigne de clés connectée pour faciliter les locations entre particuliers, une borne d'impression de cartes postales ou des cartes téléphoniques prépayées pour joindre ses proches à l'étranger. A Aix-en-Provence, une des plus grandes villes étudiantes de la région, La Poste installe

Plus de 25 M€ investis pour la rénovation de la présence postale entre 2017 et 2019 pour la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

le premier bureau Format Jeunes de la région, en cœur de ville, place de la Rotonde. Dans ce quartier très fréquenté par les jeunes, La Poste a conçu une offre de services pour les étudiants ou les jeunes diplômés : un espace coworking/Code de la route, deux bars connectés, une borne multiservice avec écran digital, consignes pour les clés...

Dans les zones rurales, la présence de facteurs-guichetiers se développe. Ils sont désormais 58 dans la région à assurer le rôle du facteur le matin et celui de guichetier l'après-midi.

Dans les zones à faible densité, le facteur-guichetier est un vrai « tisseur de liens » : il connaît chacun, il prend et donne des nouvelles, il rend des services qui, sans lui, auraient nécessité un déplacement. Il permet de maintenir une présence postale au plus près de la population. Dans le cadre de son nouveau contrat de présence postale territoriale 2020-2022, La Poste poursuit ses investissements pour toujours plus s'adapter et moderniser sa présence sur le territoire. Pour rappel, sur la période 2017-2019, plus de 25 millions d'euros ont été investis sur la région pour des modernisations de bureaux de poste et d'agences postales communales. En trois ans, ce sont 40 bureaux de poste et 28 La Poste agences communales qui ont bénéficié de travaux.



« La nouvelle Poste d'Aix-en-Provence Format Jeunes s'inscrit pleinement dans la démarche de la ville qui est tournée vers la jeunesse, le numérique mais aussi l'intergénérationnel. Nous sommes très fiers d'avoir ce type d'initiative au cœur d'Aix-en-Provence! »
Pierre-Emmanuel Casanova,
conseiller municipal à la Smart City de la ville d'Aix-en-Provence



« J'ai de très bonnes relations avec Laetitia, notre facteur-guichetier. C'est très pratique d'avoir un seul interlocuteur pour le courrier et le bureau de poste. Je fais appel à elle quasiment tous les jours pour des retraits d'espèces, des dépôts de chèques ou encore acheter des timbres... C'est pratique puisque le bureau est juste à côté! Elle est toujours prête à me rendre service, avec le sourire même derrière le masque! »
Lydie Giraud,
gérante de l'épicerie de Cabasse



Espace commercial du bureau de poste d'Aix La Rotonde.

1 NICE

Un bureau Format touristique

Pionnier dans son genre sur la région, ce bureau concept « tourisme » a été choisi pour incarner la capacité de La Poste à réinventer ses services. L'objectif de la nouvelle agence est de simplifier la vie d'une clientèle dite « de passage », en intégrant parfaitement ses besoins et ses attentes. Afin de marquer cette première ouverture dans la région, La Poste a commandé au dessinateur Ben une œuvre pour habiller l'intérieur de l'espace commercial. Ce tableau rappelle aux visiteurs que « Les mots c'est la vie ».



L'œuvre de l'artiste Ben installée dans le bureau de poste de Nice Marché aux Fleurs.

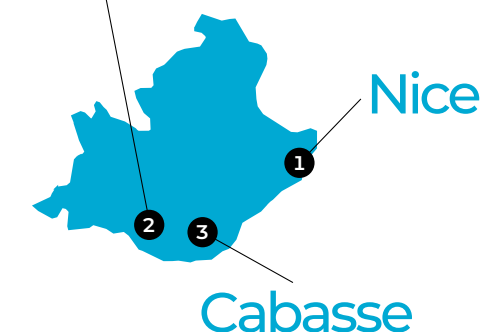
2

AIX-EN-PROVENCE

Une poste pour les 15-30 ans

La Poste a investi plus de 600 000 euros pour la création du premier bureau de poste Format Jeunes de la région. Un concentré de technologie et d'innovation pour guider les jeunes dans toutes les étapes de leur vie. Tous les services sont accessibles depuis une borne digitale permettant aux clients une autonomie totale. Parmi les services proposés : des plateformes pour trouver un logement ou un stage, une salle pour passer le Code de la route, un espace de coworking, l'accès à la plateforme de financement participatif pour réaliser un projet (KissKissBankBank).

Aix-en-Provence



3

CABASSE

Facteur-guichetier, un interlocuteur unique

À Cabasse, comme dans 58 autres communes de la région, La Poste a mis en place un facteur-guichetier. Cette présence postale correspond aux besoins de la population en matière de poste pour ce village varois de moins de 2 000 habitants. Laetitia Delage, facteur-guichetier à Cabasse depuis deux ans, accueille les clients dans le bureau de poste du village tous les matins et distribue le courrier chaque après-midi. Elle est l'interlocutrice unique de La Poste pour les habitants et les commerçants, renforçant ainsi la proximité et le lien avec les services postaux.



#accompagner

Des outils numériques pour simplifier la continuité pédagogique

La Poste se mobilise auprès des collectivités locales pour développer des solutions numériques permettant d'assurer la continuité pédagogique et de renforcer le lien avec les élèves et leur famille.

Depuis mars 2017, La Poste propose aux collectivités et aux établissements scolaires une offre de tablettes éducatives tout-en-un : diagnostic technique en amont du déploiement des tablettes e-éducatives, conception d'une solution adaptée aux besoins pédagogiques et à l'infrastructure technique de chaque établissement, formation à l'utilisation de la tablette dispensée par l'éditeur de solutions pédagogiques... Le service après-vente et la maintenance sont assurés par La Poste, via un technicien de proximité, tout au long du cycle de vie des tablettes.

Récemment, la mairie de Belcodène (13) a choisi La Poste pour équiper ses écoliers en tablettes numériques. Afin de consolider son expertise et d'accélérer le développement de services numériques dans l'éducation, La Poste, via sa filiale numérique Docaposte, vient d'acquiescer Index Éducation (Pronote...). Basé à Marseille, Index Éducation est le leader français des logiciels de vie scolaire. L'objectif de cette opération est de développer de nouveaux services digitaux à destination des établissements scolaires

en mobilisant les solutions de confiance de Docaposte, telles que la signature électronique, et son savoir-faire dans la création de plateformes numériques et documentaires. « L'acquisition d'Index Éducation répond à l'objectif de Docaposte, tiers de confiance numérique, d'accompagner la digitalisation du secteur de l'éducation et de développer l'usage d'outils intégrés en matière de numérique éducatif. Les synergies identifiées entre Docaposte et Index Éducation nous permettront de proposer un continuum de gamme à nos clients et utilisateurs partout en France et en Europe. » Olivier Vallet président-directeur général de Docaposte.

Plus de **150** collectivités locales équipées des solutions éducatives clés en main de La Poste au niveau national.



Index Éducation, premier éditeur de solutions logicielles dans le monde de l'enseignement
« Notre solution Pronote équipe près de 8 000 collèges et lycées, dont plus de 6 000 ont choisi d'héberger leurs données dans notre data center dédié aux établissements scolaires. En trente ans, nous avons mis au point un système d'information où tout le monde interagit en temps réel : direction, secrétariat, vie scolaire, enseignants, élèves, familles, accompagnants... Avec plus de 2 milliards de connexions par an et plus de 2,5 To de données échangées par mois, Pronote est la première plateforme d'hébergement et d'échange entre enseignants et élèves. Dès la rentrée prochaine, nous proposerons une nouvelle solution Pronote dédiée aux écoles primaires. »

Olivier Calderon, président-directeur général d'Index Éducation

#dynamiser

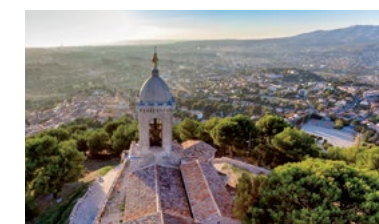
Ma Ville Mon Shopping, une application pour dynamiser le commerce local

La mairie d'Allauch a signé un partenariat avec Ma Ville Mon Shopping, offrant à plus de 150 commerces de proximité une vitrine en ligne afin de dynamiser les ventes en magasin.

Depuis le mois de novembre 2020, Ma Ville Mon Shopping a permis aux commerçants, artisans, producteurs locaux et restaurateurs de créer une vitrine de leur commerce en ligne. « Avec Ma Ville Mon Shopping, les commerçants bénéficient d'une visibilité supplémentaire dont l'objectif est de dynamiser le centre-ville. Contrairement aux sites d'e-commerces classiques, nous privilégions la consommation locale avec le retrait des marchandises en click and collect et une livraison en proximité par le facteur », explique Jocelyne Bolis, responsable développement nouveaux services La Poste Solutions Business. Ma Ville Mon Shopping est une solution clé en main qui propose un accompagnement pas à pas des commerçants sur la plateforme. « Nous avons pris contact avec l'ensemble des commerçants d'Allauch afin de leur présenter la plateforme et leur proposer

Depuis mars 2020, Ma Ville Mon Shopping, plus de **7,5** millions de pages vues.

un accompagnement si nécessaire. Certains d'entre eux, très à l'aise, ont pu créer leur boutique en moins de cinq minutes, pour d'autres, moins digitalisés, une équipe les a assistés dans leur création », poursuit Jocelyne Bolis. Dans le contexte actuel, Ma Ville Mon Shopping permet aux commerçants d'Allauch de gagner en visibilité, en notoriété et d'augmenter le trafic en magasin. « Cette nouvelle plateforme permet de favoriser la consommation locale en proposant aux habitants de la ville d'Allauch une vitrine en ligne de l'ensemble des commerces de proximité. Ils bénéficient d'un accès à ces produits vingt-quatre heures sur vingt-quatre avec une possibilité de se faire livrer directement chez eux », conclut Jocelyne Bolis. Créée en 2017, Ma Ville Mon Shopping, c'est aujourd'hui plus de 12 000 boutiques et plus de 130 000 produits mis en ligne. Depuis mars 2020, les clients particuliers sont au rendez-vous avec plus de 860 000 visiteurs et plus de 7,5 millions de pages vues.



« Avec la nouvelle équipe municipale, j'ai souhaité donner davantage de visibilité aux commerces de proximité de notre commune, en lançant dès le mois de novembre notre première marketplace, [mavillemonshopping/allauch](https://mavillemonshopping.com/allauch). Cette opération a permis de soutenir l'activité économique d'Allauch, en période de restrictions sanitaires, et de favoriser les circuits courts tout en conservant une relation humaine de proximité avec nos commerçants. Plus de 60 commerces allaudiens présentent leurs produits sur

la plateforme que nous valorisons à travers plusieurs opérations de promotion. Nous souhaitons pérenniser cette plateforme, c'est pourquoi nous continuons à accompagner les commerçants pour le développement de leur boutique en ligne. »

Lionel de Cala, maire d'Allauch



PLUS D'ACTUS SUR
MA VILLE MON SHOPPING



La Poste occupe en France une place singulière

Brice Teinturier est le directeur général délégué d'Ipsos, l'institut de sondage chargé par La Poste d'organiser la démarche participative à la source de son plan stratégique La Poste 2030. Pour *Postéo*, cet observateur attentif de la société française dresse un bilan des attentes exprimées, à l'égard de La Poste, par les parties prenantes, et en particulier, par les élus.

MINI-CV

2017
Publication de l'essai
« Plus rien à faire, plus rien à foutre » – *La vraie crise de la démocratie.*

2010
Directeur général délégué d'Ipsos.

2005
Directeur général adjoint de TNS Sofres.



RÉFLEXIONS

Par l'ampleur des parties prenantes qui ont été interrogées, des postiers bien sûr, mais aussi le grand public, des élus, des fournisseurs, des start-up, des clients pros..., la démarche participative La Poste 2030 montre que La Poste occupe, en France, une place singulière, qu'elle n'est pas une entreprise comme les autres. L'analyse des perceptions indique que La Poste favorise l'accessibilité, crée du lien humain, de l'ancrage dans les territoires. Mais elle est aussi perçue comme une marque servicielle devant répondre à des enjeux précis de qualité de service, face à des clients de plus en plus exigeants. Cette polarité est à l'image de la France d'aujourd'hui; d'un côté, les Français sont en attente d'ancrage, de tradition, de repères, et La Poste joue bien ce rôle. En même temps, ces mêmes Français attendent que cette institution soit en mesure de répondre aux enjeux les plus récents de la modernité. Et leurs représentants, les élus donc, se font les porte-parole des attentes des Français, en matière de solutions et de services. Ces élus sont ainsi particulièrement sensibles à l'accompagnement des seniors, mais aussi à la présence postale dans les territoires. Ils sont très attentifs à ce qui peut favoriser la dynamisation des territoires, et c'est pour La Poste un réel défi que de parvenir à maintenir, dans

le futur, son maillage territorial. Ils anticipent aussi une Poste qui serait le relais des institutions, où, à titre illustratif, le vote électronique et par correspondance pourrait être facilité, grâce à la collecte par les postiers des votes à domicile. Cette dimension d'accompagnement est celle à laquelle les Français, par la voix de leurs élus, sont le plus sensibles. *In fine*, organiser ce type de démarche participative me semble fondamental pour une entreprise. Une entreprise doit aujourd'hui être capable de s'adresser à l'ensemble de ses parties prenantes. L'intelligence collective n'est pas qu'une formule. Les citoyens collaborateurs ont des choses à dire et, réunis ensemble, ils sont susceptibles de produire un surcroît d'intelligence. Ces schémas de coopération sont des schémas d'avenir, ce sont, selon moi, les organisations les plus capables de mobiliser ces formes de participation qui seront les plus performantes.