2014 RAPPORT DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

LE GROUPE LA POSTE

Table des matières

LE MOT DU PRÉSIDENT **P. 2**

FAITS MARQUANTS **P. 4**

1 / LE PROFIL DU GROUPE LA POSTE **P. 7**

2 / « LA POSTE 2020 : CONQUÉRIR L'AVENIR »,
UNE POLITIQUE RSE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DU GROUPE **P. 17**

3 / UNE APPROCHE RSE INTÉGRÉE, ÉTAYÉE
PAR DE SOLIDES PRATIQUES DE GOUVERNANCE **P. 29**

4 / UNE OFFRE RESPONSABLE « ÉCO-SOCIO-CONÇUE »,
UTILE, SIMPLE ET ACCESSIBLE À TOUS **P. 55**

5 / DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES – LE PACTE SOCIAL **P. 65**

6 / RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DU GROUPE
ET ACCOMPAGNER LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE **P. 89**

7 / LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DURABLE
DES TERRITOIRES ET DE L'EMPLOI **P. 103**

8 / RENFORCER LES SOLIDARITÉS
ET CONSTRUIRE ENSEMBLE **P. 113**

9 / ANNEXES **P. 123**

GLOSSAIRE **P. 160**

Le présent rapport a été élaboré en s'appuyant sur les lignes directrices pour le reporting développement durable de la Global Reporting Initiative 4 (GRI4). Les éléments d'information relatifs aux lignes directrices GRI sont signalés par la marque suivante **G4-3**

Pour Le Groupe La Poste, répondre aux défis de demain, c'est dès aujourd'hui penser et agir autrement. C'est faire le pari du partage et de l'intelligence collective, opter pour une vision positive et ouverte de l'innovation. C'est soutenir et accompagner des initiatives qui profitent à tous parce qu'elles sont construites par ces entreprises, collectivités ou consommateurs qui ont décidé d'entreprendre autrement.
Le Groupe La Poste veut construire, sur la période 2014-2020, la poste de demain. Il a pour vocation de répondre aux besoins de millions de personnes, tout en assurant son développement.
Il souhaite, en lien avec ses parties prenantes, simplifier la vie de ses clients en se mettant à leur écoute et en se transformant autour de leurs attentes.
Notre responsabilité sociale et environnementale s'exprime à travers une ambition, celle de faciliter l'accès de tous à toutes les formes de services et de contribuer au développement durable des territoires.

Pour Le Groupe La Poste, donner de l'élan à chacun, c'est un progrès pour tous.

Philippe Wahl
Président-directeur général
du Groupe La Poste

Le Groupe La Poste prend, pour atteindre cette ambition à l'horizon 2020, trois engagements majeurs :
– être exemplaire en proposant une offre responsable, c'est-à-dire une offre utile et accessible à tous, en réduisant les externalités négatives des activités du Groupe ;
– accompagner dans les territoires un développement économique au service de l'intérêt général qui contribue à l'emploi, l'autonomie, l'inclusion sociale et qui améliore la qualité de vie des personnes ;
– agir en faveur d'une utilisation toujours plus responsable et transparente des données personnelles numériques, devenues un élément structurant de notre économie.
Grâce à ses réseaux et à l'engagement de ses 260 000 collaborateurs, Le Groupe La Poste travaille à proposer de nouvelles manières de consommer, de recycler, de se déplacer, de se loger, d'accéder à une meilleure qualité de vie.
Il le fait en contribuant à l'information des publics concernés, en partenariat avec les collectivités.
Il le fait encore en soutenant le développement des acteurs de l'économie locale grâce à La Banque Postale, en offrant son savoir-faire sur la gestion de flottes de véhicules et des déplacements des personnes, en favorisant le recyclage et en étant acteur de la logistique urbaine dans les métropoles.
Il le fait, enfin, en préparant une Charte d'usage et de traitement des données qui témoignera de la force de son engagement vis-à-vis des citoyens et qui deviendra, dès l'an prochain, un volet à part entière de son rapport RSE.
La transition énergétique est aujourd'hui un enjeu partagé par tous les Français, et le Groupe est d'ores et déjà engagé pour le climat et en particulier la réduction des émissions de gaz à effet de serre. Le Groupe La Poste s'implique au sein de l'Union postale universelle pour concevoir et déployer en France comme à l'international des solutions favorisant la transition énergétique et l'économie circulaire comme l'illustrent deux de ses projets.
Deux projets prioritaires communs à l'ensemble du Groupe : la Transition énergétique et la Logistique urbaine, œuvrent notamment à cette réduction.
Dès aujourd'hui, l'ensemble des offres Courrier, Colis et Numérique du Groupe La Poste est neutre en carbone. Cette démarche volontaire de prévention, de réduction et de compensation des émissions carbone est sans surcoût pour le client. Elle se traduit chaque année par le financement de projets de réduction des émissions de CO_2, contrôlés et validés par les meilleurs standards internationaux.
En adhérant au Pacte mondial des Nations unies en février 2003, La Poste s'impliquait activement pour faire avancer les objectifs des Nations unies, en particulier ceux du Millénaire pour le développement.
Renouvelant les vœux d'implication du Groupe en 2014, j'ai souhaité être l'ambassadeur de l'ensemble des postiers en exprimant notre volonté commune de faire progresser ces principes dans notre zone d'influence, de les intégrer dans la stratégie de notre Groupe, mais aussi dans sa culture et ses comportements. C'est pourquoi j'ai voulu que nous soyons partenaire de la COP21.
Depuis 2004, Le Groupe La Poste publie un rapport de responsabilité sociale et environnementale, démontrant ainsi son engagement continu de communication envers ses parties prenantes.
Je suis particulièrement heureux de partager notre dernière édition du rapport RSE, qui présente les actions entreprises et les progrès réalisés.
Pour Le Groupe La Poste, donner de l'élan à chacun, c'est un progrès pour tous.
Tel est le sens de notre engagement.

La Poste bâtit son pacte social, volet social du plan stratégique

Le pacte social comporte quatre engagements qui visent à faire de chaque collaborateur l'acteur et le bénéficiaire de la transformation de l'entreprise :
• la formation, pour répondre aux besoins d'adaptation liée à l'évolution des activités et aux besoins des collaborateurs ;
• l'évolution professionnelle, pour éclairer les collaborateurs sur leur avenir, pour favoriser la mobilité et mieux accompagner les situations de reclassement ;
• la santé et la qualité de vie au travail, pour construire un environnement plus sûr et mieux prendre en compte le vieillissement ;
• le développement managérial et la transformation de la filière RH.

MEDIAPOST RÉCOMPENSÉE POUR SON OFFRE PRINT SOLIDAIRE

Depuis début 2014, Mediapost propose à ses clients une offre d'impression solidaire. Cette offre comporte notamment :
• un référencement d'entreprises adaptées respectueuses de l'environnement ;
• l'usage de papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement ;
• l'impression au plus près du lieu de livraison et la massification des flux ;
• une compensation carbone qui la rend neutre en CO_2.
Le 17 mars 2014, le magazine « *Décisions-Achats* » a décerné le trophée de Bronze dans la catégorie achats écoresponsables à Mediapost pour cette offre Print Solidaire.

L'accessibilité progresse : le multicanal se diversifie

Avec Predict, le destinataire peut désormais choisir le moment où sa livraison doit être effectuée.
Un message texte (SMS) et/ou un e-mail lui est envoyé avec la possibilité de reporter la livraison à un autre jour et de choisir une plage horaire spécifique pour un jour déterminé. Predict est aujourd'hui disponible dans 18 pays en Europe, non seulement pour les envois domestiques mais aussi pour les expéditions internationales, dans la plupart des pays. La plage horaire de livraison proposée varie de une à six heures selon les pays.
Toujours dans l'esprit de servir au mieux les clients, Pick up service passe le cap des 16 000 relais en Europe, dont 7 000 en France.

VIAPOST OBTIENT LE STATUT DE « FILIALE ENGAGÉE » AUPRÈS DE L'AFNOR/EFQM

Le travail entrepris au regard de la RSE a porté ses fruits en fin d'année 2014.
L'AFNOR/EFQM a octroyé à l'entreprise le statut de « Filiale engagée » dans le respect des règles définies dans le référentiel ISO 26000/Système de Management Responsable du Courrier (SMR-C).
Cette reconnaissance porte sur les tous les domaines de la RSE, notamment : conditions de travail, santé et sécurité au travail, non-discrimination, développement du capital humain, accompagnement du client, consommation durable, responsabilité dans la chaîne de valeur, changement climatique.

LA BANQUE POSTALE RÉCOMPENSÉE POUR SON DISPOSITIF DE LUTTE CONTRE LA FRAGILITÉ FINANCIÈRE : « L'APPUI »

« L'Appui », dispositif d'accompagnement budgétaire et bancaire, a reçu par le Président de la République dans le label « La France s'engage ». L'Appui, plate-forme téléphonique de conseil et d'orientation bancaire et budgétaire pour prévenir la fragilité financière, achève la mise en place de son modèle. Le déploiement s'est étendu en 2014 dans les centres financiers, dans plus de 100 bureaux volontaires en Île-de-France et en Rhône-Alpes, au sein de La Banque Postale Financement, auprès du Médiateur de La Poste, des services réclamations et des partenaires associatifs.

Ouverture d'une plate-forme multimodale au port autonome de Bonneuil (Île-de-France)

La nouvelle plate-forme de transport multimodale polyvalente, située sur le port autonome de Bonneuil dans le Val-de-Marne, traitera tous types de flux : courrier et marchandises. Elle permettra d'optimiser les activités de transport de La Poste et de développer de nouvelles activités à valeur ajoutée pour les clients, tout en réduisant les émissions de CO_2. Sur un terrain de 40 000 m², cette plate-forme abritera des entrepôts, desservis par 50 portes de quais et des bureaux d'une surface totale de 21 000 m². Tous les bâtiments, certifiés Haute Qualité Environnementale (HQE), permettront d'améliorer les conditions de travail des postiers et de limiter les impacts environnementaux notamment.

Lancement de l'alliance dynamique

Le 14 octobre 2014, Le Groupe La Poste a signé une charte avec environ 40 têtes de réseau de l'économie sociale et solidaire. Avec cette signature, le Groupe s'engage sur cinq axes de travaux en commun : les lieux partagés, les produits bancaires, les ressources humaines, la transition énergétique et les achats.

NEUTRE en CO_2
laposte.fr/neutralitecarbone

LE NOUVEAU MARQUAGE ECOVEO GRATUIT, PLUS LISIBLE POUR LA PROMOTION DE LA NEUTRALITÉ CARBONE DES PRODUITS ET DES SERVICES

La Poste garantit la neutralité carbone intégrale de toutes ses offres courrier, colis express et numérique, sans surcoût pour ses clients depuis 2012. Le marquage ECOVEO gratuit permet aux clients de disposer d'un outil de communication auprès de leurs propres clients, répondant au double enjeu d'efficacité commerciale et d'éco-responsabilité. Véhiculant un message unique, ce nouveau marquage est plus lisible : il couvre plus largement les offres Courrier-Colis, les offres Numériques (adapté ou personnalisé pour Docapost, Viapost, Mediapost).

1 / LE PROFIL DU GROUPE LA POSTE

p. 9 / Un grand groupe de services multiactivité G4-3, G4-7, G4-9

p. 13 / Une organisation orientée « marché et clients » G4-4, G4-8

p. 14 / Une expansion mondiale portée par de solides fondements sur le marché européen G4-5, G4-6

GRAND GROUPE DE SERVICES MULTIACTIVITÉ,

Le Groupe La Poste est, après l'État, l'un des principaux employeurs de France. Il contribue de longue date au bien-être social et économique notamment en France. Le Groupe La Poste a développé avec les Français une véritable proximité en facilitant leur quotidien et en s'inscrivant durablement dans leurs territoires. Quatre missions de service public lui ont été confiées par le législateur. Pleinement intégrées à ses activités, ces missions sont au cœur de l'identité du Groupe et de sa stratégie. Outre sa mission fondamentale visant à assurer le service postal universel, Le Groupe La Poste garantit l'accès aux services bancaires partout en France, gère le transport et la distribution de la presse, et participe largement à l'aménagement du territoire et au développement local du pays dans un esprit d'engagement citoyen.

UN GRAND GROUPE DE SERVICES MULTIACTIVITÉ

G4-3, G4-7, G4-9

Le Groupe La Poste est spécialisé dans cinq grands domaines d'activité : la logistique (traitement, tri, transport et livraison de courrier, colis et autres types d'envois), l'activité bancaire, les télécommunications et la gestion de l'information (téléphonie mobile, Internet haut débit et services proposés à travers un large éventail de solutions et de plates-formes numériques), la distribution multicanale (recouvrant les points de contact physiques et virtuels), et l'immobilier (comprenant la gestion du vaste parc immobilier du Groupe en appui à ses propres activités opérationnelles). Depuis plusieurs années, le Groupe s'appuie également sur sa solide réputation en France pour étendre ses activités à l'international, en particulier dans le secteur du colis express.

Les cinq domaines d'activité du Groupe La Poste

La Poste, société mère du Groupe La Poste, est une société anonyme contrôlée conjointement par l'État (73,68 %) et par la Caisse des Dépôts et Consignations (26,32 %). Son siège social est situé 44, boulevard de Vaugirard, à Paris.
La Poste est une société détenue exclusivement par des capitaux publics selon les stipulations de la loi française, qui protège également son statut de société de service public national.

Pour découvrir en détail l'organisation du Groupe, consultez la page 110 du document de référence 2014.
De plus amples informations sur La Poste SA, notamment sa raison sociale, sa dénomination commerciale, son lieu et son numéro d'enregistrement, sa date de constitution et sa durée d'existence, ainsi que la législation régissant ses activités, sont disponibles à la page 20 de ce document de référence.

Le Groupe La Poste en bref

Effectifs

Près de
260 000
collaborateurs dans le monde

Sites d'exploitation

Environ
3 200
centres de traitement, plates-formes de distribution et dépôts

Rayonnement international

Présent dans plus de
40
pays sur 4 continents

Chiffre d'affaires en 2014

22,2 Mds€

Une structure financière saine

Dette nette (hors activité bancaire du Groupe pour laquelle ce calcul n'est pas pertinent) de
4 Mds€
et fonds propres (part du Groupe) de 9 milliards d'euros au 31 décembre 2014, soit un ratio d'endettement net sur fonds propres de 44 %

Acteur de proximité

en France
1er
réseau commercial de proximité en France

de plus de
17 000
points de contact, qui accueillent chaque jour 1,7 million de clients et leur proposent une gamme complète de produits et services postaux et bancaires, ainsi qu'une offre de téléphonie mobile et d'accès à Internet haut débit. Un réseau qui s'appuie également sur près de **7 000 relais Pickup**

Volume de courrier annuel

23,5 milliards
d'objets – lettres, imprimés publicitaires, presse et colis – distribués six jours sur sept dans le monde entier

Une présence numérique renforcée

132 M€
de chiffre d'affaires réalisés en ligne pour La Poste en 2014

2e webmail français, et **4e** fournisseur de messagerie en France avec 3,7 millions de comptes actifs en moyenne et 13,64 millions de visiteurs uniques sur les quatre principaux portails Web en décembre

Logistique

2e

prestataire de services postaux en Europe par son chiffre d'affaires et son volume d'activité

1er

fournisseur de service universel européen à s'introduire sur le marché de la livraison de colis express en 1984, assurant l'acheminement de plis et de marchandises en 48 heures, quelle que soit la destination

Activité bancaire

10,8 MILLIONS

de particuliers sont des clients actifs de La Banque Postale, et près de 425 000 entreprises et organismes bénéficient de ses services bancaires, d'assurance et de gestion des actifs

Télécommunication

Plus de

1 MILLION

d'abonnés à ses services de téléphonie mobile et 65 000 à son offre Internet haut débit

Gestion de l'information

3,5 MDS

de fichiers archivés et 40 millions d'opérations d'échanges de données informatisées (EDI) chaque année

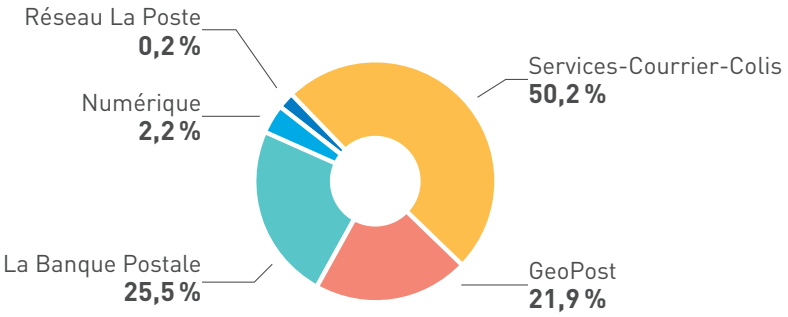
Immobilier

Gestion d'un parc immobilier de

6,8 MILLIONS

de m² dont Le Groupe La Poste détient 59,5 % en pleine propriété

Répartition du chiffre d'affaires par branche



22,2 MDS€

Faire évoluer le prix du timbre pour promouvoir la qualité de service, l'innovation et la pérénnité du Groupe

Pour assurer la pérennité du service universel et maintenir un haut niveau de qualité, La Poste procédera aux ajustements tarifaires indispensables dans un contexte d'accélération de la baisse des volumes (-6 % en 2013, soit la baisse la plus prononcée jamais observée) : au 1er janvier 2015, le prix de la Lettre verte passera de 0,61 € à 0,68 € tandis que le timbre prioritaire passera de 0,66 € à 0,76 €. L'avantage tarifaire proposé par la Lettre verte, désormais majoritairement utilisée par les clients, sera donc renforcé et porté à 8 centimes par rapport à la Lettre prioritaire, contre 5 centimes auparavant. Ainsi, avec un impact limité d'en moyenne 4 euros par ménage, c'est 30% d'économie de CO2 par rapport à la Lettre prioritaire.
Conscient de sa responsabilité de soutien à la compétitivité des entreprises, le Groupe a décidé d'appliquer une augmentation limitée des tarifs d'affranchissement des envois d'imprimés publicitaires.

D'autres fournisseurs de services universels en Europe ont répondu à la baisse généralisée des volumes de courrier par des augmentations beaucoup plus fortes du tarif le plus rapide (plus 28 % aux Pays-Bas ou plus 41 % au Danemark depuis 2013), Le Groupe La Poste a opté pour des ajustements modérés.

UNE ORGANISATION ORIENTÉE MARCHÉ ET CLIENTS

G4-4, G4-8

Le Groupe La Poste, s'appuyant sur les compétences de la maison-mère et les expertises de ses filiales, est organisé en cinq branches : Services-Courrier-Colis, La Banque Postale, Réseau La Poste, GeoPost et Numérique.

La branche Services-Courrier-Colis recouvre deux activités au cœur de l'entreprise : la distribution du courrier, de la presse et des colis, en France et à l'international, sous la marque La Poste, ainsi que la diffusion d'imprimés publicitaires et marketing, et des solutions d'expédition intégrées pour le secteur du e-commerce. Fournisseur du service universel en France, la branche Services-Courrier-Colis dessert 26 millions de foyers en France, 6 jours sur 7.

GeoPost est la branche du Groupe spécialisée dans la livraison internationale de colis de moins de 30 kg, d'entreprise à entreprise (BtoB) et d'entreprise à particulier (BtoC), en France et dans le monde. GeoPost réalise 77 % de son chiffre d'affaires hors de France. Sa gamme complète de solutions personnalisées pour les envois en France et à l'international s'appuie sur son propre réseau de distribution comprenant 7 000 relais Pickup en France et 8 000 en Europe fin 2014.

La Banque Postale, qui abrite l'activité bancaire du Groupe, bénéficie d'une position unique en France. Elle a succédé à la division des services financiers de La Poste forte d'une longue histoire, La Banque Postale est portée par les valeurs du Groupe de proximité et de service au plus grand nombre, afin d'assurer, en tout point du territoire, l'accès pour tous à des services et produits bancaires. C'est le cas notamment du Livret A, le compte d'épargne, dont la distribution a été généralisée conformément à la loi de 2008 de modernisation de l'économie.

Le Réseau La Poste est la structure opérationnelle multiactivité du Groupe, constituée de 17 104 points de contact en France. Gérés en propre ou sous la forme de partenariats avec les collectivités locales ou des commerçants, ces points de contact commercialisent les produits et services financiers et postaux du Groupe, ainsi que son offre de téléphonie mobile et d'Internet haut débit.

La branche Numérique, toute nouvelle branche du Groupe, crée et commercialise des solutions et des services numériques dans le secteur de la transformation numérique, du marketing numérique et de l'éditique. En outre, la branche s'impose comme tiers de confiance numérique en proposant un ensemble de services pour accompagner ses clients dans leurs démarches en ligne. Grâce à ces avancées technologiques, Le Groupe La Poste devient un acteur essentiel des initiatives destinées à relier le monde physique à l'univers numérique.

En appui à l'ensemble des activités opérationnelles du Groupe, la foncière, filiale de La Poste Poste Immo gère l'un des plus grands parcs immobiliers de France, avec 11 662 bâtiments répartis sur l'ensemble du territoire. L'étendue de ce parc reflète la mission de service public de La Poste, acteur majeur de l'aménagement et du développement des territoires (au moins 90 % de la population de chaque département français doit être située à moins de 5 kilomètres, ou 20 minutes, d'un point de contact de La Poste).

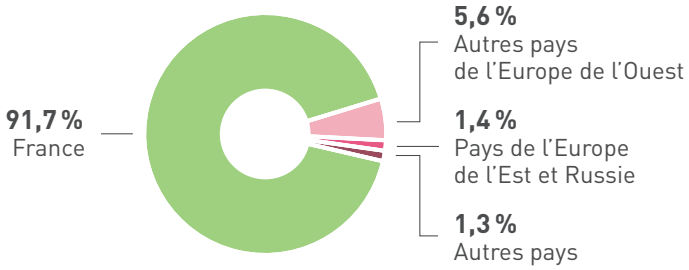
Pour plus d'informations sur les activités du Groupe La Poste, y compris la filiale Immobilière – indicateurs financiers et d'exploitation, informations sur les caractéristiques structurelles et organisationnelles, enjeux, priorités stratégiques et perspectives –, consultez les pages 22 à 80 du document de référence 2014.

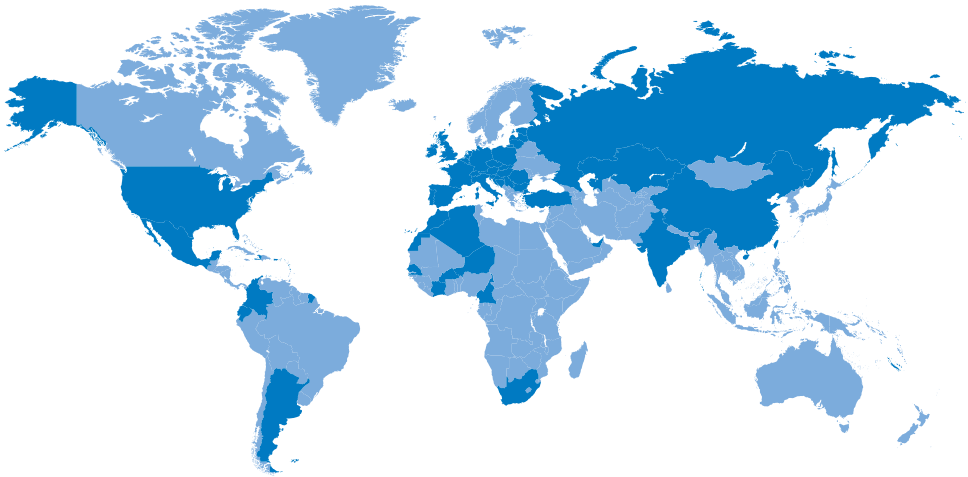
UNE EXPANSION MONDIALE PORTÉE PAR DE SOLIDES FONDEMENTS SUR LE MARCHÉ EUROPÉEN

G4-5, G4-6

Répartition de l'effectif du Groupe La Poste par continent

97,3 % de l'effectif du Groupe La Poste est localisé en Europe de l'Ouest (classification de l'Unesco).





Implantations du Groupe La Poste

Grand groupe de services multiactivités, Le Groupe La Poste figure aujourd'hui parmi les 25 premières entreprises françaises par le chiffre d'affaires. Il est aussi, après l'État, l'un des principaux employeurs de France et contribue de longue date au bien-être social et économique du pays. Le Groupe La Poste a développé avec les Français une véritable proximité, en facilitant leur quotidien, et en s'inscrivant durablement dans leurs territoires.

Quatre missions de service public lui ont été confiées par le législateur. Pleinement intégrées à ses activités, ces missions sont au coeur de l'identité du Groupe et de sa stratégie. Outre sa mission fondamentale visant à assurer le service postal universel en France, Le Groupe La Poste garantit l'accès aux services bancaires partout en France, gère le transport et la distribution de la presse et participe largement à l'aménagement du territoire et au développement local du pays, dans un esprit d'engagement citoyen.

La plupart des activités du Groupe se déroulent dans des pays disposant d'institutions démocratiques et de ressources capables de garantir le respect des droits de l'homme et des principes fondamentaux de l'Organisation Internationale du Travail. Le Groupe La Poste est également présent dans des pays plus exposés, au travers de sociétés ou de partenariats de taille modeste.

GeoPost continue de renforcer ses positions à l'international

D'ores et déjà deuxième acteur sur le marché de la livraison de colis express en Europe, GeoPost a concrétisé plusieurs initiatives stratégiques en 2014. Objectif : étendre son empreinte en Europe et dans le monde. En 2014, GeoPost a réalisé un chiffre d'affaires de 4,9 milliards d'euros, en progression de 13,3 %. L'acquisition de 100 % du capital de la société polonaise de livraison de colis Siodemka, dont le siège se situe à Varsovie, a permis à DPD Polska, la filiale polonaise de GeoPost, de consolider ses positions sur ce marché, avec un chiffre d'affaires supérieur à 240 millions d'euros. En outre, GeoPost a renforcé sa participation dans le capital du spécialiste britannique de la logistique, wnDirect, passant de 20 % à 63,5 % et prenant ainsi le contrôle de l'entreprise qui dessert aujourd'hui l'Europe, les États-Unis et l'Océanie. Par cette opération, GeoPost a renforcé ses positions sur le marché international du e-commerce. Grâce à l'acquisition de plusieurs franchises SEUR en Espagne et au Portugal, GeoPost a consolidé ses positions au sein de la société espagnole de livraison express en portant ses parts à 65 %. Enfin, GeoPost a conclu une alliance avec Japan Post par le biais de Lenton, son partenaire, désormais détenu par Japan Post à hauteur de 14,9 % et par GeoPost à hauteur de 34,7 %. GeoPost renforce ainsi sa présence en Asie et consolide les flux entre l'Asie et l'Europe, notamment ceux issus du e-commerce.

2 / « LA POSTE 2020 : CONQUÉRIR L'AVENIR », UNE POLITIQUE RSE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DU GROUPE G4-2

p. 19 / Analyse de matérialité des enjeux et des priorités RSE G4-2, G4-18, G4-45

P. 22 / La stratégie RSE

P. 23 / Mettre en œuvre la politique RSE au sein de chaque unité opérationnelle

DANS LE CADRE DE SA STRATÉGIE BAPTISÉE « LA POSTE 2020 : CONQUÉRIR L'AVENIR », Le Groupe La Poste a élaboré une politique ambitieuse en matière de responsabilité sociale et environnementale. Il souhaite à la fois assurer ses missions traditionnelles de service public et développer de nouvelles activités d'intérêt général.
Et, parce qu'il s'attache à intégrer une dimension sociale et environnementale à chacune de ses initiatives, Le Groupe formule clairement et précisément son orientation en matière de RSE.
La responsabilité sociétale du Groupe La Poste se décline en une ambition et deux engagements.

Une ambition

Le Groupe La Poste, acteur de la distribution et des services de proximité, a pour ambition de faciliter l'accès de tous à toutes les formes de services utiles pour contribuer au développement durable des territoires.

Deux engagements

1. Un groupe exemplaire dans son engagement social et environnemental. Cet engagement porte sur son offre, ses process, la relation avec ses clients, et avec ses fournisseurs et sous-traitants. Il s'efforce de développer des services d'intérêt public respectueux des personnes et de l'environnement.
2. Un groupe qui contribue au développement économique des territoires et à l'emploi local. Il s'emploie à développer des synergies et des solidarités nouvelles pour contribuer au développement d'une économie de proximité plus inventive et plus responsable.

ANALYSE DE MATÉRIALITÉ DES ENJEUX ET DES PRIORITÉS RSE

G4-2, G4-18, G4-45

Une analyse de matérialité [1] a été conduite par le Groupe et dans chaque branche pour définir les priorités concrètes de ces deux engagements, conformément aux objectifs du Groupe La Poste à l'horizon 2020, et pour accompagner Le Groupe dans sa démarche de différenciation par rapport à ses concurrents et à d'autres grands acteurs du secteur public. Cette analyse des enjeux RSE s'inscrit dans le cadre des deux référentiels internationaux, ISO 26000 et Global Reporting Initiative (GRI), version 4. Le référentiel RSE du Groupe porte sur 36 domaines d'action.

COLLABORATEURS

- Condition d'emploi et cadre de travail (aspects légaux)
- Formation
- Évolution et mobilité professionnelle
- Santé et sécurité au travail
- Qualité de vie au travail
- Diversité et égalité des chances
- Dialogue social
- Autres droits humains

COMMUNAUTÉS ET DYNAMIQUES TERRITORIALES

- Mécénat et partenariat assimilé
- Fracture numérique
- Vieillissement de la population
- Lutte contre l'exclusion et la pauvreté
- Développement économique local
- Aménagement du territoire

CLIENTS

- Offre responsable
- Relation client responsable
- Accessibilité aux produits et services
- Protection et confidentialité des données clients
- Nouveaux modes et usages de consommation

FOURNISSEURS

- Pratique RSE des fournisseurs
- Pratique RSE des donneurs d'ordre dans le choix
- Pratique RSE des donneurs d'ordre dans la relation (usage et suivi)
- Disponibilité de l'offre fournisseurs

ENVIRONNEMENT

- Énergie
- Émissions de GES
- Adaptation aux changements climatiques
- Santé liée à l'environnement
- Déchets
- Eau
- Biodiversité et services rendus par les écosystèmes
- Raréfaction des ressources naturelles

GOUVERNANCE

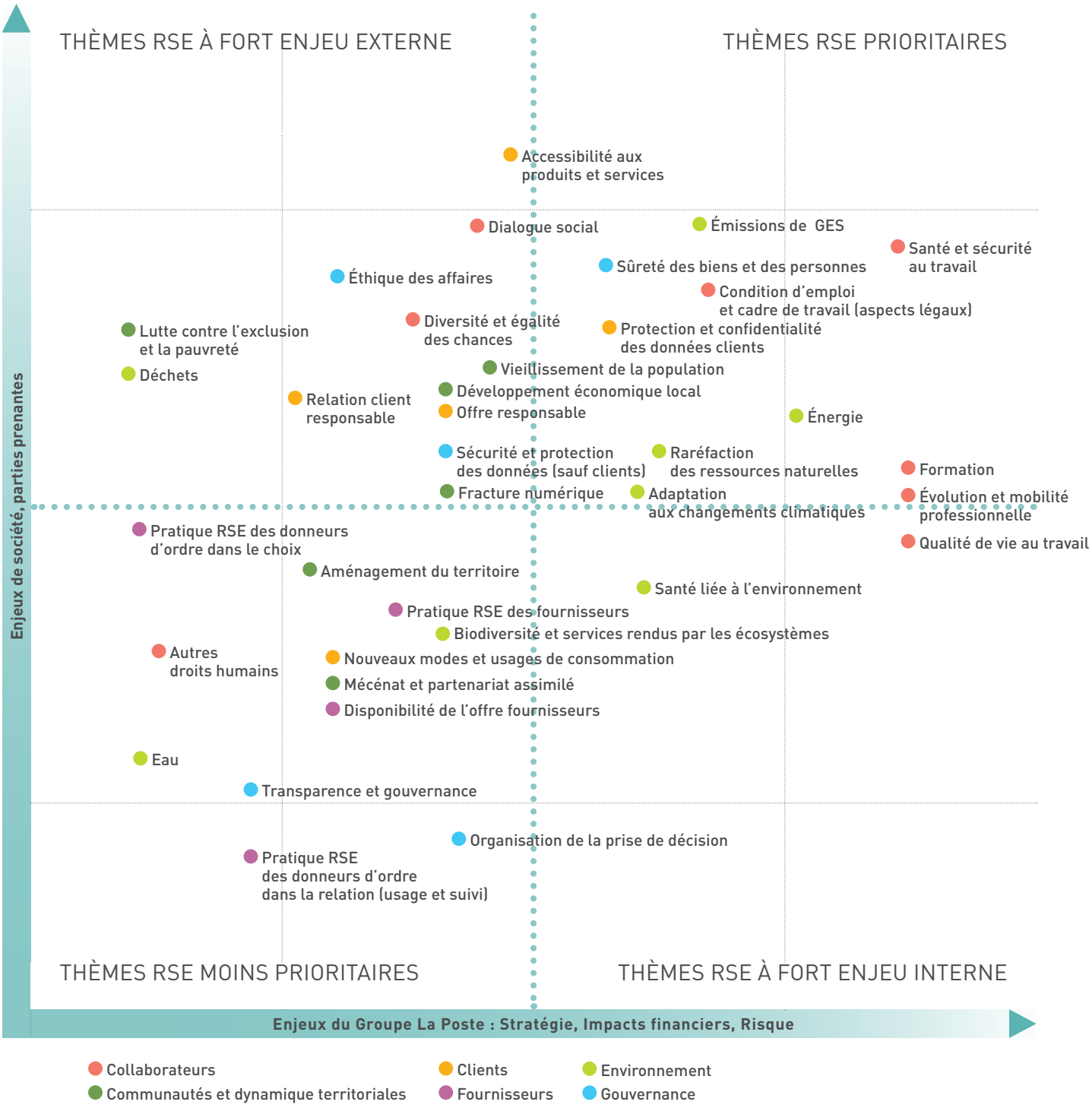
- Sûreté des biens et des personnes
- Sécurité et protection des données (sauf clients)
- Éthique des affaires
- Transparence et gouvernance
- Organisation de la prise de décision

(1) Selon le GRI4, un élément est matériel s'il reflète les impacts économiques, environnementaux et sociaux substantiels de l'organisation ou influe de manière significative sur les évaluations et décisions des parties prenantes.

L'importance stratégique de chacun de ces domaines d'action a été déterminée selon l'étendue de sa contribution à la stratégie du Groupe La Poste, « La Poste 2020 : conquérir l'avenir », son impact financier et les risques qu'il représente pour le Groupe. L'influence de chaque domaine sur les attentes et les décisions des parties prenantes a été évaluée en tenant compte des priorités politiques à différents niveaux (mondial, européen et national), ainsi que des attentes des parties prenantes (exprimées ouvertement ou déduites de leurs réactions).

Cette démarche a abouti à la première matrice de matérialité du Groupe. Aucun des domaines d'action n'a pu être écarté car tous ont été reconnus importants sur au moins un des critères d'évaluation, compte tenu de la diversité des activités du Groupe. La démarche a été conduite parallèlement dans chaque branche et ses filiales, en fonction de ses propres spécificités, la mise en cohérence d'ensemble conduit au résultat ci-dessous.

Matrice de matérialité

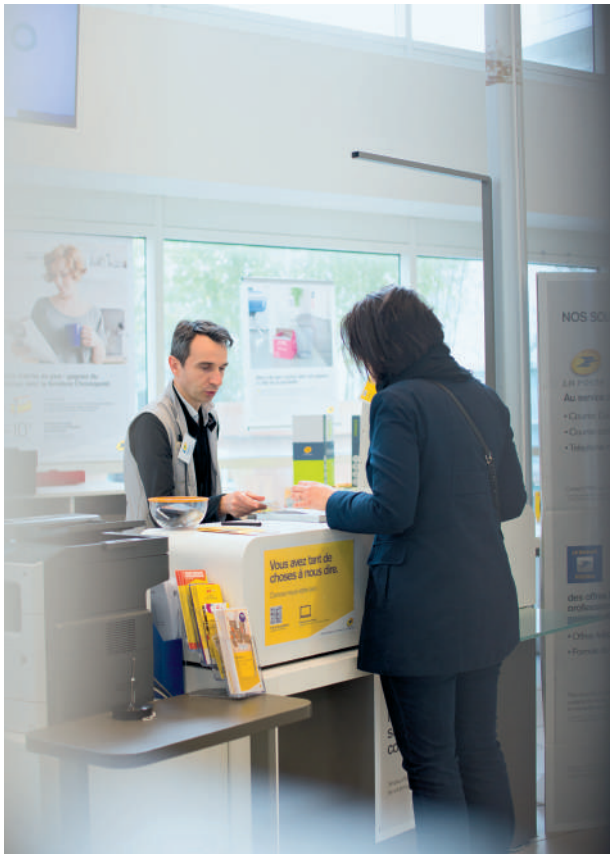


Définir la performance attendue dans chaque domaine d'action

Le pilotage de la performance extra-financière selon le niveau de performance retenu

Suite à cette analyse, il convient de piloter la performance extra-financière du Groupe La Poste. Au regard des deux engagements de la politique, les domaines d'action peuvent être classés en fonction de leur cotation en trois niveaux de performance attendue :

- **ambition :** ces domaines d'action sont clés pour le Groupe et supposent des objectifs ambitieux : (exigence : être innovant et différentiant) ;
- **amélioration continue :** des domaines d'action dans lesquels une amélioration régulière des résultats est attendue ;
- **conformité :** des domaines d'action dans lesquels la conformité aux lois et règlements est nécessaire (exigence de rendre compte aux parties prenantes).



L'importance des ressources humaines

De nombreux domaines d'action RH émergent, comme les plus « matériels » : santé et sécurité au travail, formation, évolution professionnelle, qualité de vie au travail, condition d'emploi et cadre de travail (aspects légaux). Des ambitions pour Le Groupe La Poste, où les enjeux liés aux ressources humaines sont les plus forts, sont d'ores et déjà fixés.

L'importance de l'environnement

Le Groupe a défini deux objectifs ambitieux portant sur l'énergie et les émissions de gaz à effet de serre : réduire les émissions polluantes des activités de La Poste de 15 % par rapport à 2013 et compenser intégralement ses émissions carbone dans son offre courrier, colis, express et numérique.

L'engagement sur le développement économique des territoires

Cet engagement requiert une attention toute particulière. Des objectifs portant sur la qualité des services aux consommateurs, l'aménagement du territoire et l'accessibilité bancaire ont été définis dans le contrat d'entreprise signé avec l'État. Ils soulignent l'engagement du Groupe à proposer des produits et services accessibles pour tous.

Autres domaines d'action

Les autres domaines d'action se regroupent en deux catégories, la volonté de conformité et d'amélioration continue.
La volonté de conformité est affirmée sur la pratique RSE des fournisseurs, biodiversité et services rendus par les écosystèmes, organisation de la prise de décision, disponibilité de l'offre fournisseurs, autres droits humains, pratique RSE des donneurs d'ordre dans la relation (usage et suivi), transparence et gouvernance, eau.
Les autres domaines d'action viennent en renfort des ambitions fixées et font l'objet d'une volonté d'amélioration continue.

LA STRATÉGIE RSE

Pour faire progresser les performances extra-financières, il est essentiel de mettre en place plusieurs mesures :

Quatre leviers de mise en œuvre

Ces leviers, points clés d'une gouvernance responsable, sont des conditions d'atteinte des deux engagements. Cela suppose tout particulièrement :

1. **un pilotage** de la performance extra-financière du Groupe, avec pour objectif l'amélioration continue des résultats et l'intégration de la RSE dans tous les projets du Groupe ;
2. **l'identification** et les plans de couverture des risques financiers et de réputation en cas d'adaptation insuffisante au contexte environnemental et social ;
3. **une attention soutenue** au développement économique responsable des territoires ;
4. **la co-construction** avec les principales parties prenantes [1] et le compte rendu périodique auprès d'elles des avancées.

Cinq chantiers

Le plan d'action est basé sur une démarche pragmatique d'amélioration continue et d'innovation ouverte [2]. Il s'articule autour de cinq grands chantiers :

1. **généraliser** une offre plus responsable : c'est-à-dire « éco-socio-conçue [3] », utile, simple d'utilisation et accessible à tous ;
2. **développer** les collaborateurs ;
3. **piloter** la transition énergétique et l'évolution de la logistique urbaine (intégré aux deux programmes prioritaires communs du même nom) ;
4. **favoriser** les initiatives pour un développement économique durable des territoires et de l'emploi ;
5. **créer** des solidarités et construire ensemble des solutions innovantes.

Objectifs 2020 du Groupe La Poste suite à l'analyse de matérialité

De nombreux domaines se positionnent dans la matrice de matérialité en tête des préoccupations : ressources humaines (santé et sécurité au travail, formation, développement professionnel, qualité de vie au travail), émissions de gaz à effet de serre, énergie, sécurité des personnes et sécurité des actifs et des données.
Le Groupe La Poste a défini des objectifs pour ces enjeux prioritaires.
Ils sont présentés dans le tableau ci-dessous.

ENJEU	OBJECTIF POUR 2020
Santé et sécurité au travail ; qualité de vie au travail	Baisse régulière du nombre et du taux de gravité des accidents du travail
Formation	80 % des collaborateurs de La Poste bénéficient d'une formation chaque année, 100 % sur 2 ans, 100 heures de formation par postier sur 5 ans
Développement professionnel	10 000 parcours professionnels accompagné par an
Réduction des émissions de gaz à effet de serre	Réduction de 15 % en 2020 par rapport à 2013 pour les activités de La Poste
Énergie	Compenser les émissions carbone de l'offre et services courrier, colis, express et numérique
Sécurité des personnes, des biens et des données	Élaboration d'un plan d'action d'ici à 2016.

(1) Les principales parties prenantes identifiées sont : le personnel, les consommateurs et les clients, les élus représentant des territoires, les partenaires fournisseurs et sous-traitants, les actionnaires.
(2) L'innovation ouverte est un concept qui consiste à ne plus se baser uniquement sur sa propre recherche. Une entreprise peut créer de la valeur (services et produit), par exemple par le biais de collaborations.
(3) Il s'agit de respecter l'environnement, les droits humains et la protection du consommateur.

METTRE EN ŒUVRE LA POLITIQUE RSE AU SEIN DE CHAQUE UNITÉ OPÉRATIONNELLE

Services-Courrier-Colis

Face au dérèglement climatique, il est urgent de produire et de consommer autrement. L'enjeu est double : réussir notre propre transition énergétique puis, grâce aux savoir-faire acquis, nous positionner comme un acteur apportant des solutions nouvelles pour accompagner la transition énergétique des entreprises, des collectivités et des particuliers.

Nicolas Routier
Directeur général adjoint,
en charge de la branche Services-Courrier-Colis

DESCRIPTION

BSCC (branche Services-Courrier-Colis) : Deuxième prestataire de services postaux en Europe par le chiffre d'affaires et les volumes d'activité, la branche Services-Courrier-Colis (SCC) est présente sur le marché du courrier, des colis et de la logistique, en France et à l'international. Elle se positionne également sur le marché des services de proximité au travers du réseau des facteurs.

ENJEUX ET RÉPONSES EN MATIÈRE DE RSE

La branche SCC doit faire face à trois enjeux majeurs. Tout d'abord, la baisse des volumes de courrier.
Ensuite, la nécessité de réduire les émissions de CO_2 et de renforcer l'efficacité énergétique de ses activités.
Enfin, la sécurité des postiers de la branche.
La Poste a enregistré une réduction de 6 % des volumes de courrier au cours de l'année 2014, conformément à la baisse de 50 % prévue entre 2008 et 2020 (portant le nombre d'objets traités à 9 milliards, contre 18 milliards au début de la période). Compte tenu du montant de ses dépenses structurelles, Le Groupe La Poste a décidé de tester de nouveaux services de proximité, mettant à profit la capacité d'intervention de ses facteurs au quotidien. Trois services ont ainsi été lancés. Le premier, Cohésio, propose des visites quotidiennes au domicile de personnes isolées. Le deuxième, Relevéo, est un service de relevé de compteurs d'énergie, tandis que le troisième, Faciléo, consiste à remettre et à collecter des informations ou des documents auprès des usagers. Dans cette perspective, la politique RSE encourage le développement des compétences au sein du Groupe afin de renforcer ses performances collectives et la satisfaction de ses équipes, conditions essentielles à la réalisation de l'objectif stratégique du Groupe sur les services de proximité.
S'agissant de son empreinte environnementale, la branche SCC s'est fixé pour objectif de réduire ses émissions de CO_2 de 15 % entre 2012 et 2020. Sur la seule année 2014, la branche SCC a réduit l'ensemble de ses émissions de CO_2 de 7,8 % et de 4 % pour sa flotte automobile. La branche Services-Courrier-Colis possède le plus grand parc de véhicules électriques au monde : 6 000 véhicules, dont 1 000 Quads et Stabys (un nouveau modèle de 3 roues électrique).
En outre, depuis 2008, la branche a formé plus de 80 000 facteurs aux pratiques de conduites écologiques.
D'autres initiatives destinées à réduire les émissions de gaz à effet de serre sont en cours. Elles visent notamment le développement des tournées à vélo (y compris grâce aux vélos électriques) et piétonnes ainsi que et la mise en œuvre de dispositifs (programme "climate proximité") destinés à soutenir des projets innovants d'adaptation au changement climatique en France.
La branche SCC maintient ses efforts dans les domaines du transport et des bâtiments : renouvellement de la flotte avec pour objectif 10 000 véhicules utilitaires légers électriques dans sa flotte en 2020 ; développement de transports alternatifs au transport aérien ; optimisation des plans de transport ; réduction des surfaces et des budgets alloués pour l'énergie ; rénovations, constructions HQE et sensibilisation des collaborateurs aux écogestes.
La sécurité des équipes de livraison est au cœur des préoccupations de la branche SCC.
Les mesures spécifiques mises en œuvre afin d'améliorer la sécurité des postiers de la branche sont présentées dans la section 5 sur les ressources humaines de l'entreprise.

La Banque Postale

La Banque Postale, banque publique au service de l'économie réelle, a choisi; depuis sa création, un modèle de développement unique, solide et pérenne. La Banque Postale accompagne ses clients en situation de fragilité financière, au-delà de sa mission d'accessibilité bancaire, et pratique une gestion d'actif responsable.

Rémy Weber
Directeur général adjoint,
président du directoire de La Banque Postale

DESCRIPTION

Activité bancaire : 10,8 millions de particuliers sont des clients actifs, et près de 425 000 entreprises et organismes bénéficient des services bancaires, d'assurance et de gestion des actifs.

ENJEUX ET RÉPONSES EN MATIÈRE DE RSE

La Banque Postale (LBP), banque de service public, accueille tous les clients, quelle que soit leur situation : depuis 2008, elle assure la mission de service public garantissant à l'ensemble de la population française l'accès aux services bancaires. Présente dans toute la France à travers le maillage des bureaux de poste, LBP entretient une relation de proximité avec l'ensemble de ses clients, particuliers et entreprises.
Soucieuse de participer au développement des territoires, la branche mobilise l'épargne de ses clients pour appuyer des projets locaux. LBP qui privilégie ses clients avant toutes choses veille à prévenir les risques financiers et extra-financiers liés à ses activités.
La politique RSE de LBP, approuvée en 2012 pour une période s'étendant jusqu'en 2015, repose sur cinq axes, douze missions et vingt-cinq projets clés (pour plus d'informations, consultez le document de référence du Groupe La Poste et de La Banque Postale 2014).
En 2015, ces éléments seront réexaminés et actualisés à la lumière de l'analyse de matérialité du Groupe La Poste portant sur ses principaux enjeux RSE. En 2014, les cinq axes englobaient :

- des services bancaires pour tous. Cet axe comprend l'accompagnement des clients en situation de fragilité financière, la prévention des risques de surendettement, la promotion du microcrédit et la sensibilisation des jeunes à la gestion de l'argent ;
- un service client responsable. LBP s'appuie sur la méthode de service clientèles des « 7 Gagnants », reconnue par les agences de notation extra-financières et sur un code d'éthique des affaires ;
- des produits et services responsables. Pour développer de nouveaux produits et services, LBP prend en compte 19 critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). En 2014, 65% de ses encours sous gestion intègrent les critères ESG ;
- le contrôle des risques extra-financiers. Les risques environnementaux, sociaux et de gouvernance font désormais partie intégrante de l'analyse des risques liés aux activités opérationnelles du Groupe ;
- une responsabilité sociale, sociétale et environnementale. La Banque Postale adopte une politique d'employeur exemplaire et développe une approche responsable auprès de ses parties prenantes externes, tout en œuvrant pour limiter son impact environnemental.

Numérique

Le numérique responsable est un enjeu stratégique pour Le Groupe La Poste. Avec la création de la branche Numérique, nous avons pour ambition de lutter contre la fracture numérique sur l'ensemble du territoire. Nous développons des offres innovantes, responsables et accessibles par tous et partout. Nous optimisons également l'empreinte carbone de nos systèmes d'information, limitant ainsi nos impacts et ceux liés à nos offres.

Nathalie Collin
Directrice générale adjointe,
en charge de la branche Numérique et de la communication

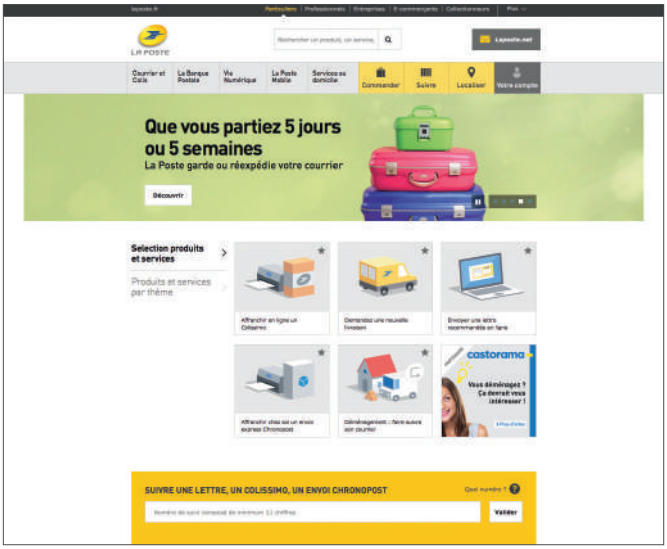
DESCRIPTION

Numérique : Le Groupe La Poste a pour ambition de simplifier, sécuriser et créer du lien dans la vie quotidienne des Français. Pour être le tiers de confiance numérique des citoyens, des entreprises et de l'ensemble des parties prenantes, il s'est donné trois objectifs stratégiques : devenir une entreprise numérique, placer le numérique au service du capital humain et, enfin, être un opérateur universel d'échange pour nos clients.

ENJEUX ET RÉPONSES EN MATIÈRE DE RSE

Trois préoccupations majeures :

– la fracture entre les personnes ayant accès à Internet et celles qui en sont privées est une préoccupation pour Le Groupe La Poste, en particulier pour sa branche Numérique, qui veille à faciliter l'accès de tous à tous ses supports ;
– la réduction de l'impact environnemental de La Poste dans le numérique est un enjeu majeur. Cela passe notamment par le renforcement de l'efficacité énergétique de ses systèmes d'information et de communication, et par la compensation carbone des offres ;
– enfin, en matière de données, la branche Numérique accorde une importance particulière à la sécurisation des données des entreprises et administrations (dématérialisation, échanges d'informations réglementés) et des particuliers (coffre-fort sécurisé, identité numérique, Webmail).



GeoPost

> Nous voulons être capables de livrer à domicile, dans les relais Pickup ou dans des consignes automatiques[1], en proposant des solutions de retour des colis faciles à utiliser et qui soient économiquement acceptables pour les chargeurs et les destinataires, neutre en émissions de gaz à effet de serre liées au transport.

Paul-Marie Chavanne
Directeur général adjoint,
président de GeoPost

DESCRIPTION

Le cœur de métier de **GeoPost** englobe le transport et la livraison de colis de moins de 30 kg, essentiellement sur le marché de la livraison express (livraison à J+1 pour les envois vers le territoire national et livraison à J+1 ou J+2 pour les envois vers l'international).

ENJEUX ET RÉPONSES EN MATIÈRE DE RSE

GeoPost considère la réduction des émissions de CO_2 et l'optimisation de la livraison de colis en ville comme des enjeux RSE majeurs. C'est dans ce contexte que GeoPost a mis en place une démarche de management du carbone. Tous les trimestres, l'entreprise mesure l'empreinte carbone liée à ses activités : transport routier et aérien, consommation d'énergie des bâtiments et utilisation de papier sur plusieurs années. Ces données servent ensuite à étayer des initiatives internes destinées à réduire les émissions de CO_2.
Engagé en faveur de livraisons neutres en carbone, le réseau GeoPost compense, depuis 2012, dans une démarche volontaire, ses émissions de CO_2 incompressibles en investissant dans des projets environnementaux à travers le monde. En 2014, GeoPost a compensé 700 000 tonnes d'émissions de CO_2.

(1) Les services de livraison Pickup sont les suivants :
– en relais commerçants ;
– en pickup stores ;
– en pickup stations (consignes automatiques).

Réseau La Poste

Le Réseau La Poste favorise l'accès à une offre de services adaptée aux clients dans toute leur diversité à travers un maillage territorial dense offrant la même qualité d'accueil et de conseil partout et pour tous. Il promeut également des produits et services plus responsables ainsi que des offres éco-conçues, neutres en carbone, et des services bancaires intégrant dans leur conception des critères environnementaux, sociétaux et de gouvernance (ESG). Le Réseau contribue à l'innovation pour répondre au développement de nouveaux marchés et modes de consommation.

Philippe Bajou [1]
Directeur général adjoint,
en charge du Réseau La Poste et de la transformation,
président de Poste Immo

DESCRIPTION

Le Réseau La Poste est le réseau de distribution multicanal et multiactivité du Groupe La Poste au service de ses clients, particuliers et entreprises. En 2014, 85 % des Français déclaraient s'être rendus au moins une fois dans leur bureau de poste afin d'utiliser un service postal ou d'effectuer une opération bancaire, auprès d'un agent ou au moyen d'un automate « courrier ».

ENJEUX ET RÉPONSES EN MATIÈRE DE RSE

Chaque jour, 1,7 million de clients poussent les portes d'un des 17000 points de contact du Réseau La Poste, dont l'esprit de service public intègre pleinement les enjeux liés à la RSE. L'ambition RSE du Réseau La Poste vise à renforcer ses capacités uniques de proximité :

- en proposant à ses divers clients, des services accessibles et adaptés à leurs besoins ;
- en s'attachant à garantir l'égalité des chances pour l'ensemble de ses collaborateurs et à créer un environnement de travail de qualité ;
- en participant à l'attractivité des territoires tout en optimisant son impact environnemental.

Cette ambition prend vie à travers plusieurs actions concrètes.

Pour les clients, en rendant les bureaux de poste accessibles aux personnes handicapées, en développant des services bancaires adaptés aux personnes en situation de précarité et en proposant des offres financières responsables (investissement socialement responsable et prêts orientés vers des initiatives solidaires).

Pour les collaborateurs, en encourageant la diversité et l'égalité des chances dans l'entreprise, en mettant l'accent sur le développement professionnel des employés handicapés et sur la qualité de vie au travail, en incitant les facteurs à participer à des activités bénévoles et à partager leurs compétences. Pour les déplacements professionnels, en développant des moyens de transport plus écologiques que la voiture ou l'avion.

Pour les territoires, en optimisant l'efficacité énergétique des bureaux de poste, en améliorant leur confort et en privilégiant un mobilier et des équipements respectueux de l'environnement, en favorisant une meilleure gestion du recyclage des déchets, en intensifiant l'impact du Réseau La Poste sur les territoires grâce à des achats effectués auprès d'associations à but non lucratif employant des personnes défavorisées et une implantation géographique correspondant aux besoins locaux, en développant des synergies avec des associations au cœur des quartiers défavorisés afin de mieux accueillir tous les clients.

En 2014, La Poste Mobile a continué à centrer sa politique commerciale sur la vente de forfaits sans engagement et sans mobile. En juillet, le lancement d'un forfait SIM avec voix et SMS en illimité à moins de 10 euros a connu un très large succès. Enfin, la commercialisation de l'offre ADSL, basée sur la box de SFR, a fortement progressé. Cette offre, donnant droit à une remise tarifaire sur une ligne mobile couplée, a participé à la fidélisation des clients. Cette politique a permis d'acquérir 730000 nouveaux clients en 2014. Les ventes nettes (après résiliations) ont été de 210000. Sur l'offre téléphonique, la gamme DORO grâce à ses grosses touches et à la lisibilité de ses écrans permet un meilleur accès à tous. Le nombre de clients a progressé de 22 % pour atteindre 1,15 million à fin 2014.

(1) Depuis le 1er juin 2015, Philippe Bajou est directeur général adjoint en charge de la transformation, président de Poste Immo et Anne-Laure Bourn est directrice générale adjointe en charge du Réseau La Poste.

Immobilier (Poste Immo)

Le premier comité de suivi du contrat d'entreprise signé en 2013 avec l'État a salué les efforts accomplis par La Poste dans l'exécution de ses missions et rappelé les enjeux de leur juste compensation. Nous sommes sommes à l'écoute de toutes nos parties prenantes pour évoluer.

Marc-André Feffer
Directeur général adjoint,
en charge de la stratégie de développement,
des affaires juridiques et internationales, et de la régulation

DESCRIPTION

Gestion d'un parc immobilier de 6,8 millions de m² dont le Groupe détient 59,5 % et de 23 000 contrats de location.

ENJEUX ET RÉPONSES EN MATIÈRE DE RSE

Pour Poste Immo, le principal enjeu RSE est double : moderniser les bâtiments existants, dont la moitié a plus de 50 ans, en visant si l'actif le permet, un niveau conforme aux certifications environnementales reconnues comme HQE (Haute Qualité Environnementale) et faire en sorte que les nouvelles constructions respectent les normes BBC (Bâtiment basse consommation).
Poste Immo s'est engagée, d'une part, dans l'étude du potentiel de rénovation énergétique de bâtiments stratégiques, d'autre part, dans l'expérimentation avant déploiement de dispositifs et plans d'action simples, adaptables à l'ensemble du parc.
La signature des annexes environnementales engagées en 2013, a permis à Poste Immo de développer une "Démarche Bail Vert". Un label interne et un catalogue de 80 actions ont été créés pour mettre en place une gestion durable des immeubles, au travers du dialogue bailleur-preneur.

En 2013, Poste Immo a signé la Charte pour l'efficacité énergétique des bâtiments tertiaires publics et privés et a pris, en mai 2014, l'engagement d'améliorer de 25 % la performance énergétique des sites patrimoniaux de plus de 5 000 m² à horizon 2020.
Poste Immo s'engage résolument dans une démarche proactive de maîtrise et d'amélioration de la performance énergétique de son parc immobilier, et réaffirme sa volonté de demeurer un acteur de référence dans ce domaine.
Par ailleurs, depuis mai 2012, 45 installations photovoltaïques ont été mises en service sur des immeubles de Poste Immo.
Enfin, Poste Immo a confié à GEOPLC la collecte et la valorisation des certificats d'économie d'énergie (CEE) sur l'ensemble des lignes de programmes de travaux et développe des politiques actives en termes d'achats responsables.

Forte de ses réalisations au sein du Groupe, Poste Immo a l'ambition de s'ouvrir progressivement au marché externe en proposant des prestations de services (gestion de parc et maîtrise d'ouvrage) et de nouvelles offres en matière de rénovation énergétique.

3 / UNE APPROCHE RSE INTÉGRÉE, ÉTAYÉE PAR DE SOLIDES PRATIQUES DE GOUVERNANCE

p. 31 / Gouvernance d'entreprise
P. 34 / Valeurs et principes
P. 39 / Structures, organisation et processus

PRÉSERVER LA CONFIANCE DE SES CLIENTS, COLLABORATEURS, PARTENAIRES ET PARTIES PRENANTES est essentiel pour mener à bien toutes les activités du Groupe La Poste. C'est la raison pour laquelle le Groupe accorde autant d'importance à la fiabilité des pratiques de gouvernance et à l'exemplarité des conduites éthiques. Le Groupe La Poste considère également comme prioritaire l'implication des parties prenantes dans sa stratégie de développement. Des rôles et des responsabilités précisément établis à tous les niveaux de l'organisation donnent au Groupe la capacité de relever de nouveaux défis et de prendre des décisions en tenant compte de ses propres intérêts ainsi que de ceux des parties prenantes.

GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

Cette section donne un aperçu des structures de gouvernance d'entreprise du Groupe et met tout particulièrement l'accent sur les processus qui impliquent directement les instances de gouvernance sur les impacts économiques, sociaux et environnementaux. De plus amples informations sur les politiques, structures et processus de gouvernance figurent aux chapitres 14 (Organes d'administration, de direction et de surveillance et Direction générale), 15 (Rémunération et avantages), 16 (Fonctionnement des organes d'administration) et à l'annexe 1 du document de référence 2014.

Structure et composition des instances de gouvernance, rôles et responsabilités

G4-34 à G4-41

Conseil d'administration

Les opérations du Groupe La Poste sont supervisées au plus haut niveau par le Conseil d'administration de La Poste SA, présidé par Philippe Wahl, Président-directeur général de La Poste. Il se compose de 21 membres, répartis en trois catégories :

- 12 administrateurs nommés par l'Assemblée Générale des actionnaires de La Poste en tant que représentants, sur proposition de l'État français et/ou de la Caisse des Dépôts et Consignations, les co-actionnaires de l'entreprise ;
- 2 administrateurs nommés par décret : l'un représentant les collectivités territoriales, et l'autre, les consommateurs ;
- 7 administrateurs élus par le personnel pour le représenter.

La première catégorie d'administrateurs nommés par l'Assemblée Générale comprend le Président-directeur général sur proposition de l'État français et de la Caisse des Dépôts et Consignations, huit administrateurs sur proposition de l'État français et trois administrateurs sur proposition de la Caisse des Dépôts et Consignations.

En tant que société anonyme du secteur public, La Poste ne compte aucun actionnaire privé et aucun de ses 12 administrateurs représentant les actionnaires ne peut donc être considéré comme indépendant de l'État français. Cependant, les deux administrateurs nommés par décret sont externes et indépendants.

La durée du mandat des membres du Conseil d'administration est de cinq ans. Les mandats des administrateurs actuellement en fonction expireront le 20 décembre 2015.

Le commissaire du gouvernement et le chef de la mission de Contrôle général, économique et financier de l'État (CGEFI) auprès de La Poste assistent également aux séances du Conseil d'administration, sans voix délibérative.

La Charte de l'administrateur, créée en décembre 2004 et annexée depuis à chacune des nouvelles versions du règlement intérieur successivement adoptées par le Conseil d'administration, récapitule les règles déontologiques auxquelles doivent se conformer tous les membres du Conseil d'administration.

À la connaissance de La Poste et à la date de publication du présent document, il n'existe aucun conflit d'intérêts potentiel à l'égard de La Poste entre les devoirs du mandataire social et des membres du Comité exécutif et leurs intérêts privés ou d'autres devoirs.

À la connaissance de La Poste, il n'existe aucun arrangement ou accord conclu avec des actionnaires, clients, fournisseurs ou autres en vertu duquel un membre du Conseil d'administration a été nommé en cette qualité.

Comités spécialisés au sein du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration s'est doté de quatre comités spécialisés : le Comité d'audit (créé en 2001), le Comité stratégique et des investissements (créé en 2004), le Comité des rémunérations et de la gouvernance (créé en 2010) et le Comité qualité et développement durable (créé en 2004 sous la dénomination « Comité qualité client », il a pris cette appellation en 2007).

Sous la présidence de Jean-Michel Hubert, le Comité qualité et développement durable assiste le Conseil d'administration dans l'analyse de la qualité des services fournis aux clients ainsi que dans le cadre des analyses de performances économiques, environnementales, sociales et de gouvernance de La Poste et de toutes les entreprises du Groupe.

Pour de plus amples informations sur la compositon du Conseil d'administration et de ses comités spécialisés, y compris l'expérience et les qualifications de chaque membre du Conseil d'administration, ainsi que les mandats exercés et autres fonctions importantes, le lecteur est invité à consulter les pages 203 à 218 du document de référence 2014.

Processus d'évaluation du fonctionnement du Conseil d'administration G4-44

Depuis 2006, le Conseil d'administration de La Poste consacre un point de son ordre du jour chaque année à l'évaluation de son fonctionnement interne, notamment au regard de son règlement intérieur et de toute amélioration susceptible d'y être apportée. Ce processus d'autoévaluation annuelle relève des responsabilités du Comité des rémunérations et de la gouvernance depuis sa création en 2010. Pour entrevoir de nouvelles perspectives, le Conseil d'administration a également engagé un cabinet externe qui l'assiste dans le cadre de cette procédure tous les trois ans.

L'évaluation pour 2014 du fonctionnement interne du Conseil a été réalisée début 2014 par le biais d'un questionnaire détaillé, envoyé à chaque administrateur. Les réponses ont mis en évidence l'efficacité des mesures prises suite à l'audit effectué par Leaders Trust International, le cabinet externe engagé l'année précédente : une augmentation du nombre de séminaires stratégiques durant l'année, une amélioration des informations fournies aux membres du Conseil, etc. D'autres recommandations formulées par les administrateurs ont été suivies d'actions en 2014, dont un meilleur suivi de l'application des décisions prises, des acquisitions et des partenariats à travers des points formalisés de l'ordre du jour, la mise à disposition de davantage d'informations sectorielles ou concernant la concurrence, et la désignation d'un administrateur représentant le personnel au sein du Comité des rémunérations et de la gouvernance.

Chaque année, cette procédure d'autoévaluation annuelle implique un examen des performances à l'égard de la gouvernance des sujets économiques, environnementaux et sociaux.

Processus de consultation entre les parties prenantes et les instances de gouvernance du Groupe

Le processus de développement du plan stratégique actuel du Groupe La Poste, « La Poste 2020 : conquérir l'avenir », dont les aspects spécifiques de responsabilité sociale d'entreprise sont récapitulés partie 2, a impliqué la participation d'élus, de représentants syndicaux et d'associations de consommateurs et du personnel du Groupe, aux côtés des membres du Conseil d'administration de La Poste, dans le cadre de groupes de travail et de séminaires s'étant déroulés tout au long de l'année 2013.

Par ailleurs, afin d'élargir le champ de ses consultations au sujet de ce nouveau plan, Le Groupe La Poste a organisé des conférences citoyennes, une initiative inédite à cette échelle en France. En partenariat avec l'institut de sondages et d'études de marché Ifop, trois groupes-échantillons composés de personnes représentatives à l'échelle nationale des zones rurales, des zones urbaines et des entrepreneurs (microentreprises et PME) ont été conviés à exprimer leurs attentes vis-à-vis de La Poste et des services de demain représentant un intérêt pour eux, et à engager ensuite des discussions autour de ces questions. Les résultats de cette vaste démarche participative ont tous été intégrés dans les priorités du plan « La Poste 2020 : conquérir l'avenir ».

Parmi les autres initiatives fréquemment menées par le Groupe pour promouvoir les engagements des parties prenantes, Philippe Wahl, président-directeur général de La Poste, adresse tous les mois une invitation à tous les parlementaires français pour qu'ils prennent part à un petit déjeuner de travail informel au siège du Groupe et auquel participent également les membres du Comité

exécutif. Durant ces séances, il les informe des évolutions des stratégies et des activités commerciales du Groupe. Les parlementaires sont invités à poser des questions, alerter sur d'éventuels dysfonctionnements ou évoquer les déclinaisons locales des stratégies mises en œuvre.

Cadre juridique concernant la dissociation des fonctions et les mécanismes permettant de garantir l'indépendance

Comme le stipulent les dispositions légales françaises régissant l'organisation de La Poste, les fonctions de directeur général et de président du Conseil d'administration ne sont pas dissociées. Cependant, ces règles ne s'appliquent pas aux filiales telles que La Banque Postale et Poste Immo, où le principe de dissociation est maintenu.

Plusieurs mécanismes sont en place pour garantir l'indépendance du Conseil d'administration vis-à-vis du président-directeur général :

- une autorisation préalable du Conseil d'administration est nécessaire pour les décisions du président-directeur général impliquant des montants supérieurs à un certain seuil (30 millions d'euros pour les acquisitions, 200 millions d'euros pour les investissements hors budget du Groupe, 700 millions d'euros pour les prêts) ;
- la stratégie du Groupe et ses comptes sont régulièrement audités par la Cour des comptes française, l'Inspection générale des finances (IGF) et par le Contrôle général économique et financier du ministère des Finances français (CGEFI) ;
- en 2014, le président-directeur général a mis en place plusieurs groupes consultatifs, composés notamment d'experts indépendants dans les domaines de la logistique et des services numériques, à l'échelle nationale et internationale, afin de prodiguer des conseils et une assistance à l'égard d'un ensemble de questions, et qui viennent compléter et sont distincts des attributions du Comité stratégique et des investissements du Conseil d'administration.

Comité exécutif

Le Comité exécutif est l'instance de gouvernance du Groupe La Poste responsable des échanges et de la concertation sur les stratégies, ainsi que de leur bonne mise en œuvre au sein du Groupe, en facilitant et en garantissant une coopération efficace entre les branches. Présidé par le président-directeur général, le Comité exécutif se réunit chaque lundi pour examiner les questions transverses soulevées au sein du Groupe et prendre en compte toutes les décisions majeures. Le Comité exécutif assure également le suivi des objectifs et des résultats opérationnels. Les membres du Comité exécutif sont nommés par le président-directeur général.

Pour de plus amples informations sur la composition du Comité exécutif, ainsi que sur l'expérience et les qualifications de chacun de ses membres, le lecteur est invité à consulter les pages 221 à 225 du document de référence 2014.

La Poste 2020 : cinq projets prioritaires communs

Dans le cadre de la mise en œuvre du plan stratégique du Groupe La Poste, le Président-directeur général du Groupe La Poste délègue ses pouvoirs pour des projets prioritaires spécifiques portant sur des sujets économiques, environnementaux et sociaux, à certains membres du Comité exécutif en fonction de leur expertise respective dans ces domaines. Dans le contexte du plan stratégique actuel du Groupe « La Poste 2020 : conquérir l'avenir », cinq projets prioritaires ont été confiés par Philippe Wahl à des membres du Comité exécutif :

- **Transition énergétique :** Nicolas Routier, directeur général adjoint en charge de la branche Services-Courrier-Colis ;
- **Logistique urbaine :** Paul-Marie Chavanne, directeur général adjoint, président de GeoPost ;
- **E-commerce :** Paul-Marie Chavanne, directeur général adjoint, président de GeoPost ;
- **Modernisation de l'action publique :** Jacques Savatier, directeur général adjoint en charge du développement territorial et des instances de gouvernance ;
- **Connaissance des clients particuliers :** Nathalie Collin, directrice générale adjointe en charge de la branche Numérique et de la communication..

Rémunération du mandataire social G4-51, G4-52, G4-54

La Poste compte aujourd'hui un seul et unique dirigeant mandataire social, son président-directeur général, M. Philippe Wahl, qui détient ce mandat depuis le 26 septembre 2013. Sa rémunération est soumise à décision ministérielle, conformément au décret n° 53-707 du 9 août 1953 sur les entreprises publiques nationales et certains organismes ayant un objet d'ordre économique ou social, et ultérieurement modifié par le décret n° 2012-915 du 26 juillet 2012. Ce second décret plafonne la rémunération des dirigeants mandataires sociaux des établissements et entreprises publiques à 450 000 euros.

Pour de plus amples informations, le lecteur est invité à consulter le chapitre 15 (Rémunération et avantages) du document de référence 2014.

La rémunération de tous les autres membres du Comité exécutif du Groupe, contrairement à la rémunération attribuée au président-directeur général, inclut une part variable, qui se fonde notamment sur l'accomplissement des objectifs de développement durable définis par le Conseil d'administration, après examen des recommandations formulées par le Comité des rémunérations et de la gouvernance.

En 2014, le ratio entre la rémunération annuelle brute du président-directeur général de La Poste et le salaire annuel brut moyen de ses collaborateurs était de 15,56.

La mixité au sein des instances de gouvernance

Le Groupe La Poste respecte le principe de mixité au sein de ses instances dirigeantes. Neuf membres du Conseil d'administration de La Poste sont des femmes et détiennent ainsi 43 % de ses sièges. Non seulement cette proportion est supérieure au quota initial prévu de 20 % d'administrateurs de sexe féminin dans les conseils d'entreprises introduit par la loi Copé-Zimmermann, et qui devait être respectée à l'issue des assemblées générales de 2014, mais elle est également supérieure au second quota de 40 %, qui ne devient obligatoire qu'en 2017. Quant au Comité exécutif du Groupe, il compte actuellement 12 membres, dont deux sont des femmes, ce qui correspond à 25 % de ses effectifs.

Le Conseil d'administration de La Poste est composé de **21** membres, dont **9** femmes.

Le Comité exécutif de La Poste est composé de **11** membres [1], dont **2** femmes [2].

VALEURS ET PRINCIPES

La stratégie de développement responsable du Groupe La Poste est basée sur le respect de la diversité de ses clients et marchés, la qualité de l'emploi et la préservation de l'environnement. Six valeurs fondamentales font partie de l'histoire du Groupe et guident l'ensemble de ses actions : l'ouverture, la considération, l'équité, l'accessibilité, la proximité, le sens du service. Ces valeurs, qui sont le socle sur lequel Le Groupe La Poste a toujours développé son activité, donnent du sens et un objectif aux activités quotidiennes de tous les collaborateurs du Groupe et les inscrivent dans les territoires français et au-delà.

L'éthique et la déontologie protègent les salariés et l'entreprise, et renforcent l'unité du Groupe tout en respectant la diversité de ses activités. Bien au-delà d'une simple question morale, elles doivent être comprises comme étant avant tout un levier de confiance, donc de performance pour La Poste, afin d'améliorer son efficacité économique, financière et sociale.

Patrick Widloecher
Conseiller du président et du Délégué général du Groupe La Poste pour le développement durable, l'éthique et la déontologie

(1) 12 depuis le 1er juin 2015.
(2) 3 depuis le 1er juin 2015.

Normes et lignes directrices internes et externes G4-15, G4-56

Un certain nombre de guides pour l'élaboration de politiques et procédures ainsi que d'autres documents décrivant les principes et les normes de comportement ont été établis au niveau du Groupe et de ses diverses branches.

Au niveau du Groupe :
- le référentiel RSE ;
- le référentiel de déontologie ;
- la Charte des achats responsables ;
- le code déontologique de la Direction financière du Groupe ;
- le kit « Esprit de service » (voir page 50) ;
- le code de conduite applicable aux activités de lobbying (voir page 51) ;
- la Charte des fournisseurs.

Au niveau de La Poste et des branches du Groupe La Poste :
- les chartes d'engagement de La Poste (voir page 38) ;
- le référentiel de marketing responsable ;
- le référentiel concurrence équitable de La Poste ;
- le recueil de la déontologie de La Banque Postale ;
- la charte éthique de Poste Immo ;
- la charte des bâtiments tertiaires de Poste Immo (voir page 98).

Par ailleurs, l'approche adoptée par le Groupe en matière d'éthique et de RSE s'adosse à des référentiels internationaux, notamment le Pacte mondial des Nations unies (La Poste en est signataire), la Déclaration universelle des droits de l'homme, les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales ainsi que les conventions. fondamentales de l'Organisation internationale du travail. En France, La Poste est signataire de la Charte de la diversité, la Charte de la parentalité, la Charte de l'apprentissage, l'engagement national pour l'insertion professionnelle des jeunes des quartiers et la Charte « entreprises et quartiers ».

Un cadre éthique pour les actions des collaborateurs du Groupe G4-56, G4-58

En 2011, Le Groupe La Poste a approuvé la mise en œuvre d'un dispositif éthique et déontologie, qui a depuis présenté trois rapports annuels sur ses résultats pour l'exercice précédent au Comité exécutif et au Conseil d'administration. Ce programme a favorisé la pénétration et la diffusion d'une norme éthique partagée au sein du Groupe, qui s'est solidement ancrée au cours des quatre dernières années. Les résultats du troisième baromètre du climat éthique[1], réalisé par BVA en octobre 2014, confirme cette réalisation : 74 % des collaborateurs du Groupe pensent qu'il y a eu une évolution des comportements éthiques et déontologiques au cours des deux dernières années, et 93 % se sentent concernés par les actions menées par le Groupe en matière d'éthique, un bond de huit points par rapport à 2013. Ce baromètre annuel facilite également la mise en place d'actions spécifiques grâce au tri des résultats par catégorie de collaborateurs (niveau hiérarchique, type de contrat de travail et branche).

Le dispositif éthique du Groupe La Poste comprend :
- un **référentiel de déontologie,** annexé au règlement intérieur de La Poste, qui précise l'ensemble des règles de conduite individuelles et collectives à suivre. Sa diffusion, initiée en décembre 2011, s'est achevée en 2013. Le référentiel est disponible en ligne sur l'intranet de La Poste (en français et en anglais) et sur le site institutionnel du Groupe La Poste pour les parties prenantes externes ;
- un **réseau de déontologues** composé de plusieurs personnes clés : le déontologue du Groupe, cinq déontologues de branches, ainsi que les déontologues des principales filiales. Ils se réunissent une fois tous les trimestres pour échanger sur les problèmes ou les cas à traiter et co-construire les outils de sensibilisation des personnels (intranet, lettre mensuelle d'information, module de formation au management éthique, etc.) ;
- un **Comité d'Éthique** présidé par le Délégué général du Groupe et composé des déontologues du Groupe, ainsi que des directeurs des directions fonctionnelles ;
- un **système d'alerte** pour répondre aux questions des collaborateurs, leur permettre de remonter, le cas échéant, les manquements en matière d'éthique qu'ils pourraient constater ou, dans certains cas, demander une médiation. L'anonymat leur est garanti.

(1) Le questionnaire a été co-construit avec l'institut de sondage BVA et Le Cercle Éthique des Affaires pour une exploitation en interne et auprès d'un panel de grandes entreprises afin de pouvoir se comparer.

En 2014, le pôle Déontologie a poursuivi le développement de ses outils de communication, conçus pour aider les collaborateurs à se poser les bonnes questions et à trouver les réponses adéquates face aux situations rencontrées sur le terrain :

• un **intranet dédié,** qui a été amélioré et mis à jour au cours de l'année ;

• ***News Éthique,*** une lettre mensuelle d'information axée sur les dernières avancées dans le domaine de l'éthique au sein du Groupe La Poste, d'autres grandes entreprises et au niveau international ;

• ***Pratique Éthique,*** publication trimestrielle sous forme de magazine, chaque numéro traitant d'un ou deux sujets. En 2014, on pouvait compter parmi ces sujets l'alerte professionnelle, la prestation de serment, le secret professionnel, le baromètre du climat éthique à La Poste et le rapport annuel « Éthique et déontologie » ;

• ***Le Petit Illustré,*** supplément trimestriel de *Pratique Éthique,* dont chaque numéro s'articule autour d'un seul sujet, examiné au travers d'études de cas ;

• ***Petit Précis d'éthique illustré,*** nouveauté 2014, est un guide destiné aux collaborateurs qui contient de nombreuses illustrations visant à accroître la sensibilisation à l'égard des grands enjeux éthiques du Groupe.

En 2014, 145 alertes ont été reçues, tous déontologues du Groupe confondus. Certaines d'entre elles ont permis de faire progresser le Groupe dans ce domaine en l'invitant à revoir certaines de ses procédures ou certains modes de fonctionnement. La confiance dans le dispositif d'alerte anticipée est un indicateur suivi de près dans le baromètre du climat éthique chaque année, et les résultats de 2014 démontrent une fois de plus la réussite du Groupe dans ce domaine : 75 % des collaborateurs déclarent qu'ils demanderaient l'aide de leur déontologue pour les questions relatives à l'éthique, et 94 % d'entre eux ont indiqué qu'ils seraient prêts à lancer une alerte s'ils constataient un manquement en matière d'éthique.

En 2014, le pôle Déontologie est intervenu deux fois devant le Comité qualité et développement durable. Une première fois pour présenter le rapport annuel « Éthique et déontologie », une deuxième fois pour présenter les résultats du baromètre du climat éthique à La Poste, qui ont fait l'objet de discussions.

Le Groupe La Poste joue un rôle actif dans les travaux d'organismes de premier plan du domaine de l'éthique : il siège notamment au Conseil d'administration de l'institut français Le Cercle d'Éthique des Affaires (CEA), travaille en collaboration avec l'organisation non gouvernementale Transparency International, organisation anti-corruption non gouvernementale d'envergure internationale, et prend part aux échanges et aux événements organisés par l'Institute of Business Ethics (IBE), groupe de réflexion britannique.

Prévention de la corruption G4-SO4, G4-SO5

Le référentiel de déontologie du Groupe intègre la prévention de la corruption comme l'un des principes éthiques

Plusieurs parutions internes du Groupe, notamment NewsEthiques, Pratique Éthique et Le Petit Illustré, ont traité de la corruption par le biais de numéros spéciaux ou fournissent régulièrement des informations à jour à ce sujet, dans le but de sensibiliser les managers et les autres membres du personnel. Ces parutions sont diffusées aux 800 principaux managers du Groupe et accessibles à tous les postiers sur l'intranet Éthique et Déontologie (http://www.ethique-deontologie.log.intra.laposte.fr/).

Le Groupe est également membre de Transparency International pour rester en veille sur ces sujets. En mars 2014, le Comité d'Éthique du Groupe a échangé sur la prévention de la corruption au sein du Groupe et dans l'ensemble de ses branches. Deux représentants de Transparency International y sont venus partager les enjeux pour les entreprises et les leviers pour la mise en œuvre d'un plan d'action. Le sujet a fait l'objet de deux alertes en 2014 pour prévenir des tentatives de corruption évitées par les collaborateurs des Branches concernées.

Respect des droits de l'homme

La Poste et ses filiales françaises sont régies par le droit du travail français, qui applique la protection des droits de l'homme, conformément aux Conventions fondamentales de l'OIT. Le bureau d'inspection du travail est tenu de vérifier la conformité en France.

Début 2015, sous les auspices du Collège des Directeurs du Développement Durable (C3D), organisme rassemblant une centaine de directeurs du développement durable d'entreprises du secteur privé et d'organismes publics ainsi que d'autres experts du domaine, Le Groupe a lancé un groupe de travail en collaboration avec d'autres membres du C3D pour échanger des informations sur les droits de l'homme et discuter des mesures prises par Le Groupe La Poste et d'autres grandes sociétés dans le domaine.

Chronopost international Maroc obtient le label RSE de la confédération générale des entreprises marocaines

Fin 2014, Chronopost International Maroc (CIMA) a obtenu le label de la Confédération générale des entreprises du Maroc. La Poste française l'a accompagné pour sa mise à niveau. Elle a également continué la formation RSE de la poste marocaine (actionnaire de CIMA) en abordant les thèmes de l'égalité hommes-femmes, de la transition énergétique et de l'éco-mobilité.

Principe de précaution G4-14

Au sein du Groupe La Poste, la seule entité pour laquelle le principe de précaution est un enjeu est La Banque Postale.

Conformément aux objectifs de gouvernance de La Banque Postale, les fonds de matières premières agricoles sont exclus du périmètre des instruments financiers autorisés. Les fonds ISR de la banque excluent aussi systématiquement des portefeuilles d'investissements les entreprises du secteur du tabac, de la défense et de l'aérospatiale. Une politique d'exclusion normative est aussi pratiquée pour les encours gérés sous intégration ESG.

En tant qu'acteur essentiel de l'économie française, La Banque Postale lutte contre l'évasion fiscale en mettant scrupuleusement en œuvre des mesures préventives et en se conformant à toutes les réglementations en vigueur. Banque de détail française, elle intervient quasi exclusivement sur le territoire national et n'a pas d'activité dans les pays listés par le *Tax Justice Network*. Les activités des clients en termes de conformité fiscale font l'objet d'un suivi dans le cadre de la lutte contre le blanchiment des capitaux, le financement du terrorisme, ainsi que la fraude. Un dispositif de contrôle des opérations internationales entre la France et les pays « à risques » a été mis en place. Ces vigilances génèrent des alertes qui sont ensuite signalées et traitées dans un outil dédié. Une équipe de plus de 100 personnes est employée à cette activité au sein de la Direction de la sécurité des opérations financières.

Valeurs et engagements mis en œuvre dans le Groupe G4-56

La Poste : quatre chartes d'engagement

Depuis 2010, La Poste s'applique à consulter fréquemment ses clients dans tous ses secteurs d'activité : particuliers, professionnels indépendants et petites entreprises, entreprises de plus grande envergure et grands comptes stratégiques, plus particulièrement par le biais d'enquêtes annuelles afin de mieux comprendre leurs attentes et d'adapter ainsi ses quatre chartes d'engagement à l'évolution de leurs exigences en matière de service.

Les particuliers manifestent un intérêt grandissant pour l'accès aux services de La Poste 24 h/24 et 7 j/7 via Internet. Le Numérique, qui constitue la branche la plus récente du Groupe, est le fer de lance d'un certain nombre d'innovations dans ce domaine, notamment Digiposte, solution numérique sécurisée et personnalisée de messagerie et d'archivage de documents, ainsi que des efforts visant à simplifier l'expérience en ligne du client.

Les professionnels indépendants et les petites entreprises souhaitent également accéder aux produits et aux services de La Poste à tout moment, de jour comme de nuit, mais ils souhaiteraient aussi recevoir davantage d'informations sur leur courrier et sur la manière dont La Poste contribue à la protection de l'environnement. Outre les solutions qui ont déjà été proposées aux particuliers, des spécialistes des professionnels et des petites entreprises de La Poste sont disponibles pour répondre aux besoins spécifiques de ces clients par téléphone de 8 heures à 19 heures les jours de semaine, et jusqu'à midi le samedi. Les demandes peuvent être également soumises en ligne en dehors de ces plages horaires, une réponse étant garantie le jour ouvré suivant. La Lettre verte de La Poste et son offre média courrier comptent parmi les solutions économes en émissions de CO_2 et neutres en carbone, très appréciées de ses clients.

Pour les entreprises de plus grande envergure, les engagements de La Poste comprennent un système d'alerte qui les avertit de tout retard prévu dans la collecte ou la livraison du courrier, et un responsable de compte dédié pour traiter l'ensemble des demandes. De nouvelles offres de La Poste, comme Recy'go, le service de collecte et de recyclage de papiers de bureau, et Digiposte, sont également largement utilisées par ces clients.

La Poste forge des relations professionnelles responsables, véritables partenariats, avec ses grands comptes stratégiques grâce aux dispositifs suivants : un comité stratégique se réunissant une fois par an pour examiner tous les aspects des relations d'affaires, identifier les domaines nécessitant des améliorations et échanger sur les projets partagés, mais également encourager les échanges avec d'autres clients confrontés aux mêmes problématiques ; un gestionnaire de comptes dédié ainsi qu'un portail Web dédié proposant un accès sécurisé et personnalisé aux éléments principaux de la relation d'affaires.

La Banque Postale : une banque citoyenne, leader RSE de son secteur [1]

Fidèle à sa devise « Banque et citoyenne », La Banque Postale est une institution financière animée par les valeurs fondamentales du Groupe, notamment la proximité et l'ambition de rendre ses services accessibles au segment le plus étendu possible de la population française. Par ailleurs, La Banque Postale accompagne tous les acteurs locaux, quelle que soit leur taille, qui contribuent concrètement au développement des territoires : les collectivités locales, les partenaires du logement social, les parties prenantes de l'économie sociale, ainsi que d'autres entreprises. Dans le cadre de ce soutien, La Banque Postale vise à devenir un acteur clé et à encourager ainsi la croissance des entreprises du secteur de l'économie sociale et solidaire, tout en continuant à étendre sa gamme d'investissements socialement responsables et de produits solidaires. En 2014, La Banque Postale a ainsi introduit « Service Intérêts Solidaires », donnant à ses clients l'opportunité de soutenir, via leur épargne, un organisme d'intérêt général ou une association reconnue d'utilité publique. La Banque Postale a également lancé, au cours de l'année, deux fonds à formule, LBP EthicEuro 100 et LBP EthicEuro 90, dont les performances sont liées à celles de l'indice ISR Ethical Europe Equity.

Poste Immo : un ambitieux projet de redéveloppement postal et urbain

Situé en plein cœur de Paris, l'imposant bureau de poste de la rue du Louvre, le plus grand en France et le seul qui soit ouvert jour et nuit, 7 j/7, fait l'objet d'un ambitieux projet de rénovation, dont l'achèvement est prévu pour 2018. L'objectif est non seulement de préserver l'héritage de ce joyau architectural du XIXe siècle, mais également de restructurer l'immeuble afin de mieux répondre aux besoins de ses clients actuels et futurs.

Pour Le Groupe La Poste, le projet consiste à moderniser les installations, tout en misant sur l'innovation et en incarnant les valeurs fondamentales du Groupe La Poste : proximité, ouverture, accueil et sens du service comme partie intégrante d'un projet plus large visant à donner

(1) Classement Oekom de janvier 2015 qui indique que La Banque Postale est la première banque mondiale en matière de politique RSE.

à ce site emblématique un nouveau souffle et à diversifier ses utilisations. Une partie du bâtiment accueillera toujours un bureau de poste, un centre de préparation et de livraison du courrier ainsi qu'une plate-forme colis, mais le reste sera occupé par d'autres commerces de détail proposant des horaires d'ouverture étendus, des infrastructures publiques, dont un commissariat, une garderie et un centre de télétravail, ainsi que des bureaux, des unités de logement social et un hôtel.

Aides publiques du Groupe La Poste

G4-EC4

La loi de finances rectificative pour 2012 a instauré un crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE). La Poste en est le premier bénéficiaire.

La Poste est éligible au CICE au regard des critères suivants :
- La Poste est une SA ;
- La Poste ne bénéficie d'aucune situation de monopole et exerce toutes ses activités dans un environnement totalement concurrentiel ;
- La Poste est le second employeur de France après l'État : elle emploie en effet 231 347 personnes en France, dont 82 % ont une rémunération inférieure ou égale à 2,5 fois le SMIC. Entreprise de main-d'œuvre, employant des salariés modestes, elle est donc au premier rang des bénéficiaires du CICE.

Le CICE a pour objet le « financement de l'amélioration de la compétitivité des entreprises, à travers notamment des efforts en matière d'investissement, de recherche, d'innovation, de formation, de recrutement, de prospection de nouveaux marchés, de transition écologique et énergétique, et de reconstitution de leur fonds de roulement ».

STRUCTURES, ORGANISATION ET PROCESSUS

La démarche du Groupe La Poste en matière de RSE est centrée sur les priorités définies par son Comité exécutif en octobre 2012, répondant aux exigences de la norme ISO 26000 et des lignes directrices du Global Reporting Initiative (GRI), dans un esprit d'amélioration continue.

Structures de gouvernance de la RSE, responsables et représentants

G4-35 à G4-37

Pour ancrer la RSE à tous les niveaux de décision de l'entreprise, Le Groupe La Poste s'est doté d'un ensemble d'instances polyvalentes, interconnectées. Au plus haut niveau, le Comité qualité et développement durable du Conseil d'administration examine les orientations stratégiques et suit les réalisations. Il prépare le terrain pour les discussions du Conseil d'administration et adresse toute recommandation utile sur toute question ayant trait à la qualité des relations que La Poste et l'ensemble des filiales du Groupe entretiennent avec leurs clients, ainsi que sur les sujets portant sur le développement durable.

Le Comité se concentre en particulier sur les domaines suivants :
- l'étude de la satisfaction des clients du Groupe La Poste ;
- l'analyse de la qualité des services fournis aux clients du Groupe La Poste ;
- l'examen des bonnes pratiques en matière de services fournis aux clients du Groupe La Poste ;
- l'examen des bonnes pratiques en matière de développement durable et de responsabilité sociale du Groupe La Poste.

Le Comité peut se voir confier par le Conseil d'administration toute autre mission dans le domaine de la qualité et du développement durable. Le Comité peut également de son côté suggérer au Conseil de le saisir pour tout point particulier lui apparaissant nécessaire ou pertinent. Le 30 mai 2013, le Conseil d'administration a ajouté aux domaines de compétence du Comité l'examen du bien-être au travail au sein de La Poste et des meilleures pratiques en la matière.

Le **Délégué général du Groupe** est le référent RSE pour le Comité exécutif. Il communique chaque année au Comité exécutif un rapport d'avancement sur le déploiement des initiatives de RSE dans le Groupe. Le Délégué général du Groupe préside également le Comité d'éthique, qui est composé des déontologues du Groupe ainsi que des directeurs de ses principales entités.

Sous la direction du déontologue du Groupe, **le pôle Déontologie** organise chaque trimestre des réunions rassemblant les déontologues de toutes les branches. Ces réunions permettent d'échanger sur le traitement des alertes pour manquements en matière d'éthique, les difficultés rencontrées ou les bonnes pratiques éprouvées sur le terrain, qui peuvent se révéler utiles à d'autres branches, mais également d'envisager des actions transverses, comme la réintroduction de la prestation de serment sous une nouvelle forme ou une application smartphone servant de guide de référence de poche en matière d'éthique pour tous les collaborateurs du Groupe.

Chaque année, un rapport sur la déontologie au sein du Groupe et de ses branches est rédigé. Ce rapport est présenté au Comité exécutif, au Comité d'éthique et au Comité qualité et développement durable du Conseil d'administration. Pour la première fois en 2014, le rapport « Éthique et déontologie » du Groupe a été diffusé aux 650 principaux managers du Groupe.

Le Groupe La Poste a créé une **Direction RSE** en 2011, qui succède à sa Direction développement durable établie en 2003. La Direction RSE coordonne un réseau efficacement structuré de représentants et de managers RSE dans les diverses entités et filiales du Groupe. Elle organise également les réunions de deux comités de direction RSE, le premier étant composé de représentants des branches du Groupe et le second, de représentants des directions fonctionnelles, ainsi qu'un certain nombre d'ateliers chaque année.

Chacune des branches du Groupe et un certain nombre de ses filiales ont mis en place leurs propres **directions RSE** pour définir leurs approches à l'égard des enjeux économiques, environnementaux et sociaux, et pour gérer le développement des plans d'action opérationnels afin de veiller à ce que le développement responsable fasse partie intégrante de leurs processus et de leur gestion. Au niveau local, les **représentants RSE** sont désignés par chaque division et par les filiales, lorsque cela est justifié par leur taille et leur structure organisationnelle. Ces représentants sont soutenus par les **21 délégations régionales DRG** du Groupe réparties partout en France, qui servent de points de liaison entre les établissements locaux des branches et des filiales, et les parties prenantes locales.

Renforcement de la mise en œuvre de la RSE dans Le Groupe La Poste

Suivi des performances et coordination des initiatives

Le Groupe La Poste a élaboré des outils et des indicateurs visant à assurer le suivi de sa stratégie RSE, en phase avec ses objectifs. Le périmètre de ces indicateurs couvre plus de 90 % des activités du Groupe en termes de chiffre d'affaires et d'effectif. Ces indicateurs s'appuient sur des cadres nationaux (tels que l'article 225 de la loi Grenelle II et l'outil Bilan Carbone® de l'ADEME) et des normes internationales (principalement les lignes directrices G4 du GRI) largement utilisées pour le reporting en matière de responsabilité sociale et environnementale.

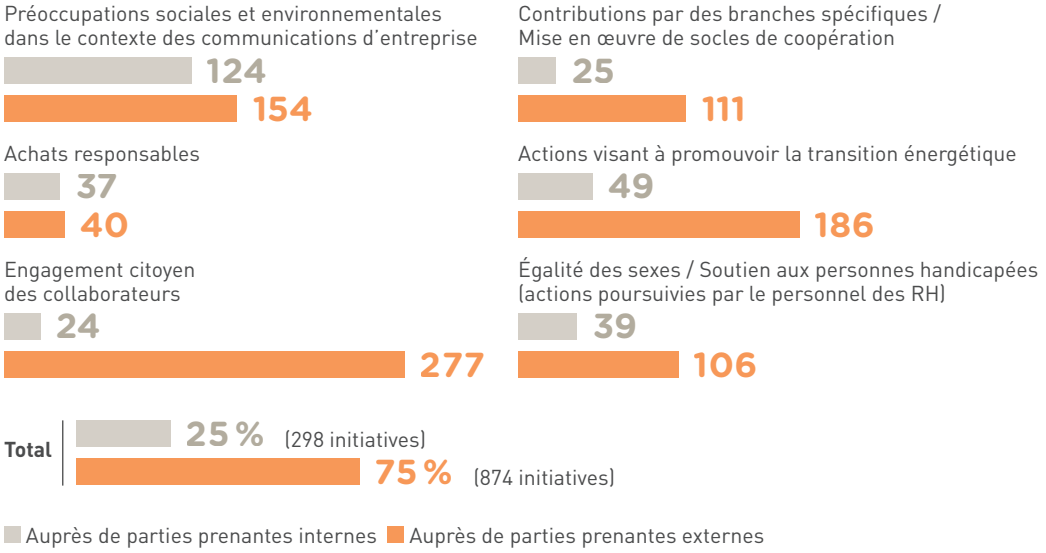
Le Groupe La Poste a mis en place des formations et des sessions de sensibilisation spécifiques à sa stratégie RSE pour une majorité de ses collaborateurs. Des réunions d'équipe régulières, baptisées au sein de La Poste ETC (pour « Espaces Temps Communication ») sont des moments privilégiés d'information et d'écoute des collaborateurs, notamment autour des problèmes de RSE. Chaque branche organise également des campagnes de sensibilisation axées sur ses propres enjeux et réalisations.

La Direction RSE du Groupe apporte des informations sur les priorités stratégiques et les démarches de communication, les événements nationaux, les initiatives des branches et des DRG. Elle fournit les expertises et les outils de communication utiles, et travaille sur l'articulation avec les différents acteurs de la RSE en interne et en externe.
En 2014, la Direction RSE du Groupe La Poste a poursuivi ses travaux en coordonnant et en renforçant la mise en œuvre de la RSE dans Le Groupe. Quatre comités se sont ainsi tenus au cours de l'année, réunissant les représentants de toutes les activités de La Poste et holdings de filiales, complétés par un certain nombre de réunions axées sur le développement de l'approche et le partage d'expériences ayant trait aux mesures déjà mises en œuvre.

Extension de la portée des bonnes pratiques du Groupe à toutes les régions françaises

En 2014, les 21 délégations régionales du Groupe ont animé un total de 1 172 initiatives dans la lignée de la stratégie de développement responsable du Groupe, dont 75 % sont actuellement développées auprès de parties prenantes extérieures. Ces initiatives peuvent être divisées en six catégories, comme l'indique le tableau ci-dessous :

Bonnes pratiques déployées par Le Groupe en régions



La RSE dans les objectifs communs, les objectifs de performance managériale, les processus de contrôle interne et de décision

Des critères de développement responsable font partie intégrante de l'approche managériale du Groupe La Poste.

Les avancées réalisées dans l'optique d'atteindre les objectifs de performance durable font l'objet d'un suivi continu dans le tableau de bord des indicateurs de performance présenté à des fins de revue par le président et lors des revues de performances réalisées avec chacun des membres du Comité exécutif assumant des responsabilités opérationnelles de niveau élevé.

Tous les managers du Groupe, des membres du Comex au chef d'équipe, ont dans leur feuille de route des objectifs couvrant une série d'aspects économiques, environnementaux et sociaux. Parmi les sujets mentionnés fréquemment, on peut compter la promotion des produits et services responsables proposés par La Poste, les réductions des émissions de CO_2, les achats solidaires, l'égalité des sexes en matière d'embauche et de salaire, ainsi que la qualité de vie sur le lieu de travail. Les performances des managers par rapport à l'ensemble de ces indicateurs RSE fixent une partie de leur rémunération variable. Les objectifs de performance individuelle pour un certain nombre de managers du Groupe sont également liés à des critères environnementaux (en particulier les membres du Comité exécutif et les managers qui leur sont directement rattachés, ainsi que les managers régionaux au sein de chaque branche).
À La Poste, la prime d'intéressement mise en place pour les collaborateurs intègre les critères suivants : la progression de la mise en accessibilité pour les personnes à mobilité réduite des ERP (établissements

recevant du public) patrimoniaux, la réduction du total des émissions compensées par leurs entreprises dans le programme de neutralité carbone sur le périmètre de La Poste, ainsi que le temps d'attente moyen en bureau de poste.

Les impacts économiques, sociaux et environnementaux sont systématiquement analysés lors de l'évaluation de tous les projets considérés comme importants en termes de montants ou d'enjeux. Les points clés d'analyse sont transmis aux chefs de projet.

Les préoccupations en matière de RSE sont traitées par les procédures de contrôle interne et de gestion des risques du Groupe : le Groupe met régulièrement à jour son référentiel juridique relatif à ces préoccupations, et la matrice annuelle d'autoévaluation inclut des questions relatives à la RSE.

Engagement des parties prenantes

Les parties prenantes de La Poste forment un « écosystème » riche et complexe. Toutes attendent du Groupe des solutions efficaces en totale conformité avec son engagement à l'égard de la RSE. De par sa présence et sa longue histoire, La Poste jouit d'un statut emblématique aux yeux des Français, sa propre diversité reflétant de manière frappante celle du pays. Le Groupe ne peut donc ignorer l'impact de ses activités sur l'environnement, pas plus que leurs conséquences sociales.

Une attention constante sur les sujets et les préoccupations des parties prenantes

G4-24, G4-25, G4-27

Le Groupe La Poste identifie et choisit les parties prenantes avec lesquelles il s'engage de diverses manières. Outre ses actionnaires, les hommes et les femmes du Groupe La Poste ont toujours été d'importantes parties prenantes pour le Groupe puisque leur bien-être et leurs capacités sont essentiels aux performances opérationnelles et à la création de valeur. Les clients du Groupe sont également des parties prenantes indispensables car leur contribution est vitale pour le développement de produits et de services qui font écho à leurs préoccupations et répondent à leurs critères de RSE. Plus récemment, le Groupe a identifié les fournisseurs et les sous-traitants comme étant des parties prenantes importantes dans leur engagement à l'égard des achats responsables. Par ailleurs, une série d'ONG et d'autres associations de loi 1901 sont devenues des partenaires du Groupe, suite à la communication d'opinions ou d'analyses sur le Groupe par le biais des médias ou d'autres canaux, ou lorsque le Groupe a estimé qu'une assistance experte fréquente dans des domaines spécifiques s'avérait profitable afin d'honorer ses engagements citoyens. Les partenariats de longue date du Groupe s'inscrivant dans ce type de collaboration incluent celui de la Poste avec le World Wildlife Fund pour la protection de l'environnement et celui avec Transparency International pour la prévention de la corruption.

Le tableau ci-dessous présente une synthèse des principales parties prenantes du Groupe La Poste, de leurs attentes et de la façon dont le Groupe s'engage auprès d'elles. G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

CATÉGORIE DE PARTIES PRENANTES	PARTIES PRENANTES SPÉCIFIQUES EN CONTACT AVEC LE GROUPE	ATTENTES PRINCIPALES	CONTEXTE DE LA RELATION	STRUCTURES PRINCIPALES	PROCESSUS CLÉS
Actionnaires	• L'État français (73,68 %) et la Caisse des Dépôts et Consignations (26,32 %), qui est devenue le second actionnaire de La Poste suite au changement de statut juridique en société anonyme.	• Performance financière et pérennité du modèle économique (création de valeur à long terme). • Maîtrise des risques pouvant impacter la réputation de l'entreprise. • Contributions à l'atteinte des engagements avec l'État (conformité réglementaire en matière de responsabilité sociale et environnementale, obligations de service public).	• La Poste est une société anonyme détenue à 100 % par des actionnaires publics depuis le 1er mars 2010.	• Le Conseil d'administration et ses comités spécialisés, en particulier le Comité qualité et développement durable.	
Clients et associations de consommateurs	• Services-Courrier-Colis : toutes les entreprises françaises et tous les particuliers vivant ou séjournant en France. • La Banque Postale : les clients de banque de détail, notamment les personnes financièrement vulnérables ; les clients dans le domaine de la banque privée, entreprises et institutionnels. • 17 associations de consommateurs issues du mouvement familial, du mouvement syndical et du mouvement consumériste et spécialisé.	• Écoute des besoins, proximité et réactivité du conseil, traitement rapide des réclamations. • Considération et respect des besoins du client et de ses intérêts, et prise en compte des vulnérabilités des clientèles particuliers. • Informations claires sur les offres et les politiques tarifaires. • Innovation sociétale dans le cadre de l'intérêt général. • Accessibilité des offres à tous, y compris aux clients vulnérables. • Services utiles au quotidien avec une plus-value environnementale et/ou sociale. • Modèle d'embauche favorisant la qualité de service.	• Tout au long de l'histoire du Groupe, ses structures et ses processus d'engagement ciblant les clients et les associations de consommateurs ont été adaptés en fonction des évolutions du statut juridique de La Poste. • Une approche personnalisée vis-à-vis de la gestion des grands comptes et des clients entreprises par toutes les branches et les filiales logistiques est en place depuis 1990. • En 1989, Le Groupe a institué un processus officiel destiné au dialogue avec les associations de consommateurs, qui est coordonné par le médiateur du Groupe.	• L'un des membres du Conseil d'administration, nommé par décret, qui est aussi membre du Comité qualité et développement durable, représente les consommateurs en France.	• Saisine du médiateur du Groupe. • Concertation structurée avec les associations de consommateurs au sein de réunions et de groupes de consultation. • Présentations au Comité qualité et développement durable et échanges avec ses membres. • Enquêtes et baromètres.

CATÉGORIE DE PARTIES PRENANTES	PARTIES PRENANTES SPÉCIFIQUES EN CONTACT AVEC LE GROUPE	ATTENTES PRINCIPALES	CONTEXTE DE LA RELATION	STRUCTURES PRINCIPALES	PROCESSUS CLÉS
Collaborateurs et leurs représentants	• Tous les collaborateurs du Groupe et notamment ceux de La Poste ainsi que leurs syndicats (CFDT, CFTC, CGT, FO, SUD, Unsa). • Délégués du personnel, ou leurs équivalents, dans les filiales du Groupe en France et à l'étranger.	• Qualité de l'emploi et des conditions de travail (santé, sécurité, bien-être). • Participation des collaborateurs aux évolutions de l'entreprise. • Développement de l'employabilité et accompagnement des projets professionnels. • Égalité des chances dans l'accès à l'emploi et les parcours de carrière. • Transparence du dialogue social. • Reconnaissance des efforts et du savoir-faire. • Engagement en faveur de la RSE. • Volonté d'être impliqués dans le déploiement des actions concrètes en faveur de la RSE, en particulier de solidarité.	• Des enquêtes, des groupes témoins et des processus de consultation des collaborateurs ont été organisés régulièrement depuis 1988. • Relations de longue date avec les syndicats, qui ont été renforcées au cours des six dernières années. • Le Groupe est largement connu pour ses initiatives participatives novatrices.	• Instances de représentation du personnel.	• Baromètre social. • Enquêtes diverses, notamment les baromètres RSE, groupes de travail assurant le suivi des indicateurs qualitatifs et quantitatifs. • « Espaces Temps Communication ». • Saisine de la médiatrice de vie au travail (poste créé en 2012). • Soutien postier (dispositif de saisine centralisé par e-mail), introduit en 2011.
Élus locaux, collectivités	• Ensemble des élus locaux et nationaux français et européens.	• Respect des engagements de service public et des réglementations. • Forte présence dans les territoires, notamment dans les quartiers sensibles. • Produits et services offerts à tous les clients, même les plus vulnérables. • Participation aux projets locaux et régionaux en faveur du développement durable : « plans climat », les Agendas 21, les schémas régionaux Climat Air Énergie, les plans d'urbanisme, le développement rural. • Contributions aux politiques d'emploi en faveur des populations marginalisées.	• Au cours des 14 dernières années, les mécanismes et les processus du Groupe destinés au dialogue avec les élus locaux ont été formalisés et structurés afin de mieux répondre aux préoccupations de ces parties prenantes.	• L'un des membres du Conseil d'administration, nommé par décret, représente les autorités régionales françaises. • CDPPT (Commissions départementales de présence postale territoriale). • Partenariats avec l'Association des maires de France (AMF), l'Association des régions de France (ARF), l'Association des maires des grandes villes de France (AMGVF), l'Association des maires ruraux de France (AMRF), l'Association nationale des élus de montagne (ANEM).	• Enquêtes et baromètres. • Réunions et groupes de travail impliquant la participation des membres de la CDPPT ainsi que des élus locaux et d'autres autorités. • Réunions et groupes de travail organisés dans le contexte des partenariats du Groupe avec les associations des élus énumérés ci-dessus.

CATÉGORIE DE PARTIES PRENANTES	PARTIES PRENANTES SPÉCIFIQUES EN CONTACT AVEC LE GROUPE	ATTENTES PRINCIPALES	CONTEXTE DE LA RELATION	STRUCTURES PRINCIPALES	PROCESSUS CLÉS
Fournisseurs et sous-traitants	• Le Groupe entretient des relations contractuelles avec plus de 30 000 fournisseurs et sous-traitants.	• Collaboration économique sur le long terme avec des engagements de commande fermes. • Respect des engagements contractuels et des délais de paiement. • Conditions d'accès aux marchés, donnant leur chance à tous et valorisant les engagements RSE. • Accompagnement dans le développement d'offres plus responsables. • Soutien à l'innovation.	• Les fournisseurs et les sous-traitants revêtent une importance capitale pour les processus d'engagement des parties prenantes du Groupe en raison de leur nombre, en constante augmentation depuis que La Poste a acquis son statut d'entreprise publique autonome début 1991.		• Charte des achats responsables, cahier des charges d'achats responsables. • Processus communs de conception et de construction pour l'équipement utilisé, impliquant la participation des fournisseurs et du personnel. • Groupes de travail examinant les manières de favoriser le développement de l'économie sociale et solidaire par le biais des achats, avec la participation des PME pouvant intervenir en qualité de fournisseurs.
Partenaires associatifs (ONG et autres associations de loi 1901)	• France Nature Environnement (FNE), World Wildlife Fund (WWF), Planète Urgence (PU), FNH (Fondation Nicolas Hulot), France Terre d'asile (FTDA), Transparency International, etc.	• Ouverture au dialogue et à la coopération par rapport aux travaux réalisés dans le cadre de partenariats. • Transparence des pratiques et de la communication. • Engagement à l'égard de normes élevées en matière de conformité réglementaire et d'éthique des affaires. • Accès aux produits et services postaux et bancaires pour tous. • Contributions du Groupe aux initiatives de solidarité nationales et locales, ainsi qu'à l'expansion des activités de RSE.	• Le Groupe signe des accords de mécénat sur plusieurs années avec un grand nombre de ses partenaires.		• Relations avec les partenaires structurées par des accords de mécénat ou d'autres arrangements. • Assistance fournie par le Groupe, comportant des aspects de gouvernance. • Participation à des réunions de comité bilatérales, se tenant une ou deux fois par an pour examiner les avancées, et à des groupes de travail. • Demandes de rapports d'experts formulées par les organisations. • Signature de chartes ou de manifestes.

CATÉGORIE DE PARTIES PRENANTES	PARTIES PRENANTES SPÉCIFIQUES EN CONTACT AVEC LE GROUPE	ATTENTES PRINCIPALES	CONTEXTE DE LA RELATION	STRUCTURES PRINCIPALES	PROCESSUS CLÉS
Autres entreprises et groupes	• Plusieurs réseaux et associations d'employeurs ou faisant partie de ces réseaux : Entreprises pour l'environnement (EpE), Association française des managers de la diversité (AFMD), Club développement durable des établissements et entreprises publics (CDDEEP), Avere-France, Association française des entreprises privées – mouvement des entreprises de France (Afep-Medef), Confédération générale des petites et moyennes entreprises (CGPME), Nos Quartiers ont des Talents (NQT), Institut du mécénat de solidarité (IMS), etc.	• Ouverture aux échanges de bonnes pratiques. • Prise de position ou engagements communs. • Développement d'outils et de méthodes en commun. • Développement commun de solutions destinées aux difficultés de mise en œuvre.	• Le Groupe est depuis longtemps un membre actif et, dans certains cas, un membre fondateur de plusieurs associations réunissant les employeurs autour des questions économiques, environnementales, sociales et de gouvernance.	• Présence dans de nombreux Conseils d'administration, participation aux Assemblées générales.	• Participation à des groupes de travail. • Présence dans les instances de gouvernance des associations d'employeurs partenaires. • Coordination de dialogues bilatéraux ou multilatéraux.
Associations de parties prenantes	• Comité 21, Institut de l'économie circulaire (IEC), Observatoire de la responsabilité sociale des entreprises (ORSE), Écoles de la 2e chance (E2C), Organisation pour le respect de l'environnement dans l'entreprise (Orée), etc.	• Demande de dialogue avec le Groupe. • Prise d'engagements par rapport aux thématiques du développement durable. • Informations et retour par rapport aux engagements pris. • Participation à des travaux d'intérêt général.	• Habituellement, le Groupe participe activement en tant que membre de ces associations ou conclut des accords de mécénat sur plusieurs années.	• Le Conseil d'administration et son Comité qualité et développement durable.	• Participation à des groupes de travail et des réunions d'examen bilatérales. • Signature de conventions de partenariats, de chartes et de manifestes.

La prise en compte de la consultation des parties prenantes dans la stratégie du Groupe La Poste

Pour élaborer son nouveau plan stratégique « La Poste 2020 : conquérir l'avenir », Le Groupe La Poste a associé en 2013 l'ensemble de ses parties prenantes à une démarche inédite de consultation.

Il a été donné l'occasion aux postiers, associations nationales représentant des élus, associations de consommateurs, clients particuliers et professionnels, syndicats et actionnaires de s'exprimer sur leurs attentes. Leurs contributions ont été essentielles pour définir les objectifs stratégiques de La Poste. Cette démarche a permis d'apporter un éclairage sur les perspectives d'avenir : La Poste doit accélérer son développement, assurer et moderniser ses missions de service public, développer de nouvelles missions d'intérêt public, construire un pacte social, accroître sa compétitivité et retrouver sa bonne santé économique.

Une simplification et un assouplissement de l'offre

Les clients de La Poste s'étaient largement prononcés, lors des conférences citoyennes de 2013, pour une simplification et un assouplissement de l'offre de La Poste. Depuis le 1er janvier 2015, La Poste a renforcé la continuité et la cohérence entre les offres Courrier et Colis, en reconnaissant le besoin de simplifier les démarches pour l'envoi de petits objets, documents ou marchandises n'excédant pas une épaisseur de 3 cm et un poids de 3 kg. Par ailleurs, La Poste propose désormais une plus grande gamme d'emballages préaffranchis ou non affranchis, ainsi que la « Lettre suivie », une nouvelle lettre plus abordable et suivie, conçue pour l'envoi de petits objets, documents ou marchandises, n'excédant pas 3 cm d'épaisseur. La Poste continue à axer ses efforts sur le remaniement des services proposés aux clients dans ses bureaux et ce, au travers de trois parcours :

- un espace « Prêt à envoyer » pour les documents, petits objets ou marchandises de moins de 3 cm d'épaisseur et jusqu'à 3 kg, proposant une gamme de lettres préaffranchies et de produits destinés à l'emballage de petits colis ;
- un espace « Préparez vous-mêmes vos envois » offrant aux clients la liberté de sélectionner l'emballage approprié pour leurs colis (avec des outils et un équipement pour les guider dans leur choix) ;
- la possibilité pour les clients de préparer eux-mêmes leurs propres emballages chez eux ou au bureau par l'un des moyens disponibles pour régler l'affranchissement nécessaire (comptoirs traditionnels, automates et laposte.fr en ligne pour un affranchissement avantageux).

Rapprochements entre La Banque Postale et le Réseau La Poste

« La Poste 2020 : conquérir l'avenir » a également donné lieu à de nouveaux principes d'organisation, introduits en 2014, principalement en réponse aux opinions exprimées par les parties prenantes en 2013, qui porte entre autres sur la création de nouvelles synergies entre La Banque Postale et le Réseau La Poste, grâce à de nouveaux processus unifiés pour la gestion des ressources humaines, et qui confère également un plus grand pouvoir décisionnel aux managers directement en contact avec les clients. Cette approche contribue d'ores et déjà à améliorer les relations avec les clients du Groupe et développera certainement les activités bancaires du Groupe, l'un des axes principaux du plan stratégique. De plus, l'année 2014 a été témoin de l'inauguration d'un programme de formation conjointe, École de la Banque et du Réseau La Poste, dont l'objectif vise la montée en compétences des 70 000 collaborateurs de La Banque Postale, des services financiers et du Réseau en leur proposant de nouvelles perspectives de carrière qui s'alignent sur les objectifs du plan stratégique. Ce programme est au cœur des priorités de La Banque Postale avec le développement des compétences sur tous les marchés, notamment dans le domaine patrimonial et autour du marché des professionnels. De plus, en annonçant des investissements dans ses systèmes d'information et ses technologies numériques, La Banque Postale organise l'intégration de ses canaux essentiellement physiques dans un environnement de services omnicanal.

Une qualité de service renforcée dans le cadre des missions de service public

La première réunion du comité de suivi constitué pour évaluer les performances du Groupe dans le cadre du contrat d'entreprise avec l'État français pour la période de 2013-2017 s'est tenue le 31 octobre 2014, présidée par le ministre français de l'Économie. Composé de représentants des parties prenantes, telles que les organisations syndicales, les associations de consommateurs, le régulateur du secteur postal, de Philippe Wahl et des dirigeants du Groupe, le comité a rappelé l'attachement de l'État français, de La Poste et de toutes les parties prenantes à la réalisation et à la pérennité des missions du service public confiées à La Poste. Le haut niveau de qualité de service assuré par La Poste dans l'exécution de ses missions de service public a été relevé par l'ensemble des parties prenantes.

Processus d'évaluation de la matérialité

Pour l'élaboration de sa première matrice de matérialité au cours de l'année 2014, le Groupe a bénéficié du soutien de plusieurs ONG partenaires de longue date, telles que C3D, ORSE, Comité 21, Orée, IMS et FNE, souvent dans le contexte de groupes de travail et de séminaires axés sur divers aspects de la responsabilité sociale d'entreprise. Le Groupe a évalué les normes et les cadres de développement durable, s'est engagé auprès de ses parties prenantes et a regroupé les retours d'expérience, en se concentrant sur les 13 principales catégories de questions sociales et environnementales, conjointement avec les risques et les opportunités qui y sont associés. L'analyse de ces questions se poursuit en 2015 dans le but de définir les objectifs 2020 pour les indicateurs les plus représentatifs des enjeux prioritaires du Groupe.

Panorama des démarches partenariales du Groupe La Poste

Un partenariat clé avec le WWF

Dans le cadre d'un partenariat initié en 2008 avec le World Wildlife Fund (WWF), La Poste a dans un premier temps procédé à une évaluation des risques environnementaux liés aux activités courrier et a depuis lors poursuivi sa collaboration avec le WWF afin d'analyser les progrès réalisés et de développer des plans d'action et des mesures de protection de l'environnement. Ce partenariat a également permis de valoriser les performances et les engagements environnementaux de La Poste, qui se manifestent de longue date au travers d'initiatives en matière de papier responsable et d'une réduction des émissions de CO_2. En 2013, cet accord a été reconduit pour une durée de trois ans et se concentre à présent principalement sur un mécénat en soutien aux actions de conservation du WWF, et notamment ses actions en faveur de la reforestation et de la ville durable.

Une initiative de partenariat pionnier pour des projets forestiers en région centre France

En association avec GIP Massif Central, un groupement d'intérêt public réunissant les conseils régionaux d'Auvergne, de Bourgogne, du Languedoc-Roussillon, du Limousin, du Midi-Pyrénées et le Centre National de la Propriété Forestière, la branche Services-Courrier-Colis a élaboré en 2015 un accord de partenariat sur 6 ans venant soutenir une démarche emblématique de gestion forestière durable en France. Cette initiative implique le développement d'un projet pilote permettant de tester les pratiques de gestion forestière dans le cadre du futur label carbone forestier actuellement en cours de développement par CDC Climat avec le soutien des autorités gouvernementales françaises. La contribution de La Poste porte en particulier sur la lutte contre le changement climatique en contribuant à des actions de gestion forestière améliorée et de replantations.

GeoPost soutient le développement durable au travers de partenariats innovants

Enercoop

Parmi ses nombreux partenariats novateurs pour promouvoir le développement durable, GeoPost incite ses différentes entités à mener des expérimentations prospectives visant à améliorer l'efficacité énergétique de ses agences. Sa filiale Chronopost a donc choisi Enercoop, la première et plus grande coopérative en France qui fournit de l'énergie 100 % renouvelable, pour alimenter son nouveau centre logistique situé dans le quartier de Beaugrenelle (Paris 15e) et à Concorde. Outre ses mérites écologiques, cette initiative démontre également le fort engagement social de Chronopost, puisque l'entreprise est aujourd'hui sociétaire de la coopérative. En tant que premier acteur français du secteur des transports à signer un partenariat avec ce type de fournisseur, Chronopost envisage de déployer ce modèle sur ses autres sites en capitalisant sur son expérimentation réalisée dans le centre de Beaugrenelle.

Nouveau centre logistique situé dans le quartier de Beaugrenelle (Paris 15e).

Mooville by Muses
Exapaq [1] et Chronopost ont tous deux choisi le Mooville, le nouveau véhicule électrique de livraison urbaine, conçu et fabriqué en France par Muses, pour équiper leurs réseaux. Exapaq a inauguré son partenariat en commandant 10 véhicules en 2013. Chronopost, dont le partenariat avec Muses remonte à 2010 et qui a apporté son assistance et ses conseils à la start-up à diverses étapes de conception et de développement du Mooville, a pour sa part récemment signé un protocole d'accord portant sur une commande ouverte de véhicules durant une période de quatre ans (2014-2018).

Ashoka
GeoPost soutient le travail d'Ashoka, une organisation internationale reconnue pour avoir nommé, créé et lancé l'entreprenariat social. Ce partenariat, récemment renouvelé pour la période 2014-2016, implique un soutien financier apporté en Europe pour le programme Fellows d'Ashoka, en particulier dans les domaines de la mobilité et de l'emploi, venant soutenir le processus de sélection des Fellows ainsi que l'organisation des bourses et l'accompagnement, et Changemakers Challenge, son concours d'innovation sociale.

GeoPost accompagne les entrepreneurs sociaux pour le dernier kilomètre de livraison

Dans le cadre de son partenariat avec Ashoka, GeoPost a lancé un appel à projets sur « le dernier kilomètre de livraison » à l'attention d'entrepreneurs sociaux. Objectifs : simplifier les livraisons pour les clients et réduire l'impact des livraisons sur l'environnement.

Poste Immo, un fort engagement public
Depuis plusieurs années, Poste Immo démontre son fort engagement à l'égard du développement durable au travers d'initiatives externes et internes, aux niveaux régional et national. Sa Charte des bâtiments tertiaires constitue un référentiel commun au sein du Groupe qui permet de bâtir des scénarios d'occupation intégrant tous les paramètres utiles à la prise de décision – surface, coûts, occupation, confort, qualité d'accueil, développement durable. En région parisienne, Poste Immo a signé la charte du Plan Climat de Paris, impliquant des engagements de réduction de la consommation d'énergie des bâtiments.
Au niveau national, Poste Immo a signé la Charte pour l'efficacité énergétique des bâtiments tertiaires publics et privés, une initiative du plan Bâtiment durable officiellement adopté par la France, qui a mis en place un groupe de travail pour développer et mettre en œuvre des mesures visant à réduire la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre des bâtiments.

La Direction des services informatiques du Groupe La Poste réduit son empreinte carbone
Fermement engagé à l'égard de la transition énergétique, Le Groupe est à la recherche constante de partenaires susceptibles de l'aider à progresser dans ce domaine. L'un d'eux est Dotgreen, qui a été choisi par le Groupe pour le développement conjoint d'une solution contribuant à la réduction de l'impact environnemental de ses systèmes informatiques. La Poste, Oseo et Dotgreen ont signé un accord pour le développement de GreenArgile, un outil d'évaluation de l'empreinte carbone de tous les équipements informatiques utilisés au sein du Groupe. En 2015, le département informatique utilisera GreenArgile pour analyser les avantages pouvant être obtenus suite au renouvellement des équipements envisagé, ainsi que les résultats des mesures introduites à ce jour.

Panneaux photovoltaïques sur les toits de la plate-forme industrielle Courrier de Montpellier Mauguio.

Le nouveau véhicule électrique de livraison urbaine.

(1) Exapaq est devenu DPD France au 3 avril 2015.

Recy'go, le service de collecte et de recyclage du Groupe.

Recy'go : partenariats avec l'économie sociale et solidaire

Recy'go, le service de collecte et de recyclage du Groupe, a honoré comme il se doit l'un de ses engagements clés qui consiste à contribuer directement au retour à l'emploi durable des personnes peu ou pas diplômées. Ses partenaires, et en particulier Nouvelle Attitude, ont accompagné 34 salariés en parcours d'insertion en 2014, dont 27 ont décroché un emploi en CDI ou entrepris une formation diplômante. La Poste a également collaboré avec Les Genêts d'Or afin d'aider 650 personnes handicapées à trouver un emploi. La Poste a de plus conclu un partenariat avec les Ateliers du Bocage, une unité de la fondation Emmaüs, pour le reconditionnement des mobiles.

Une culture du service omniprésente dans les interactions avec les parties prenantes

La démarche « Esprit de service » de La Poste se traduit par un ensemble d'attitudes clés prenant appui sur les valeurs du Groupe et s'exprimant au travers d'actions et de comportements qui permettent de construire dans la durée une relation client de qualité fondée sur le professionnalisme et l'engagement des postiers.

Ces attitudes, qui sont déterminées par le Groupe en collaboration avec ses clients et collaborateurs, sont structurées autour de trois catégories principales : l'accueil (chaque client doit se sentir bienvenu), l'écoute (mettre l'accent sur les besoins des clients) et l'efficacité (répondre à leurs besoins de manière efficace).

Fondée sur le principe que l'habilitation et la satisfaction des postiers sont déterminantes pour assurer un service client optimal, la démarche « Esprit de service » déploie ces attitudes sur les trois niveaux de la relation de service : entre postiers et clients, entre managers et collaborateurs, et entre branches et services.

Un important dispositif de formation accompagne la diffusion de cette démarche globale orientée vers le service. À titre d'exemple, La Banque Postale a formé plus de 4 000 collaborateurs de son centre de services financiers aux trois attitudes clés et à leur application. Toutes les divisions de La Poste ont intégré la démarche « Esprit de service » dans le cadre du contrôle et de la gestion de leurs activités commerciales pour ce qui est des stratégies de ventes et de marketing, mais également au niveau des aspects opérationnels.

L'Esprit de service du Groupe La Poste s'exprime par 3 attitudes clés...

ACCUEIL	ÉCOUTE	EFFICACITÉ
▼	▼	▼

... qui s'appliquent dans les 3 dimensions de la relation de service

Relation Postiers / Clients	Relation Managers / Collaborateurs	Coopération Inter-branches / Inter-services

Participation aux associations industrielles et activités de lobbying G4-16

Anticiper les évolutions

À Bruxelles, Le Groupe dispose d'un bureau de représentation permanente chargé de la veille et de la relation institutionnelle avec la Commission et le Parlement européens. Ce bureau édite notamment à destination des différents décideurs du Groupe la lettre *Veille des dossiers européens,* qui aborde les évolutions du cadre législatif et réglementaire européen pouvant concerner La Poste. Le bureau fait valoir le point de vue et les réalisations de La Poste auprès des institutions européennes.

En France, le Groupe a mis en place une veille parlementaire permettant de réunir l'ensemble des composantes de l'entreprise autour des projets de loi déposés au Parlement. La variété des activités et des branches du Groupe lui donne une visibilité importante sur la mise en œuvre et permet d'alerter les parlementaires sur les éventuelles difficultés.

Outre l'invitation adressée chaque mois à tous les parlementaires français par le Président-directeur général du Groupe La Poste à des petits déjeuners informels au siège du Groupe pour débattre de l'évolution de ses activités commerciales, La Poste a désigné un représentant spécial chargé de défendre ses intérêts devant ces élus. Les parlementaires et les membres du Conseil d'administration ont donc accès à un interlocuteur unique responsable de la communication de toutes les informations nécessaires au travail législatif lié au Groupe et à ses missions de service public.

La Poste est également le partenaire d'associations nationales représentant des élus et des collectivités territoriales (Mairie 2000, ARF, ADGCF, AMGVF, AMRF, ANEM, APVF, FVM, etc.). Une fois par an, le président-directeur général de La Poste rencontre les élus officiels siégeant au Conseil d'administration de ces associations afin d'échanger des points de vue, des idées et des informations. De plus, en participant aux conférences annuelles organisées par ces associations, La Poste s'implique dans leurs décisions et apporte des conseils dans le cadre de leurs projets.

En région, le président-directeur général de La Poste a désigné dans chaque région et dans chaque département un représentant du Groupe en charge des relations avec les élus. Fidèle à ses valeurs de proximité et de transparence, La Banque Postale a renforcé son lien avec les acteurs du secteur public local en créant un comité d'orientation des finances locales, composé d'élus, d'anciens parlementaires et d'experts. Ce comité est chargé d'une mission de prospective, d'observation et de conseil (appréciation des risques, veille, proposition de nouveaux services, etc.).

Toutes les activités de lobbying du Groupe sont menées dans le respect d'un code de conduite spécifique afin de garantir à tout moment la représentation responsable des intérêts du Groupe. Adopté par le Comité exécutif de La Poste, les principes de cette charte, qui régissent toutes les relations des collaborateurs du Groupe avec les représentants gouvernementaux et décideurs publics au niveau national ou européen, sont regroupés en trois catégories : respect des lois et règlements, intégrité et confiance mutuelle dans les relations avec les parties prenantes.

En vertu de la loi française, la participation des entreprises aux activités politiques est interdite. G4-S06

Enfin, en ce qui concerne certaines questions, le Groupe estime souvent nécessaire de procéder à une analyse impliquant la participation de tout un éventail de parties prenantes. Le Groupe a donc conclu des accords avec des structures ayant l'habitude de participer aux développements ayant une incidence sur les cadres juridiques et réglementaires. Depuis 2013, le Groupe est notamment membre de trois clubs sous les auspices de Com'Publics, une société française de lobbying politique et de relations avec les médias : Club des Voitures Écologiques, Club Autonomie et Dépendance et le Club du Dernier Kilomètre de Livraison. Le Groupe est également membre des associations suivantes :

- **l'Institut de l'économie circulaire** a été créé en 2013 à l'initiative de La Poste et d'autres acteurs. Elle a contribué à la définition de la stratégie et du positionnement sur la conférence environnementale. Il a aussi participé aux groupes de travail juridique et de « cradle to cradle ». Il était présent aux Rencontres parlementaires de l'économie circulaire ;
- **Entreprises pour l'environnement (EpE)** est une association d'une quarantaine d'entreprises françaises et internationales engagées à travailler ensemble pour mieux prendre en compte l'environnement dans leurs stratégies et leur gestion courante. Le Groupe La Poste est adhérent à cette association depuis 2006. Le Groupe est ainsi membre actif de la commission « Changement climatique », ainsi que de plusieurs de ses groupes de travail thématiques ;
- **l'Association française des managers de la diversité (AFMD)** offre un espace d'échanges et de partage d'expérience autour du management de la diversité, réunissant des managers, des responsables diversité et ressources humaines. L'objectif est de proposer des solutions concrètes et pragmatiques, de diffuser des pistes d'actions innovantes, notamment sur la base du retour d'expérience, et de jouer le rôle d'interface de référence avec le monde institutionnel et politique ;

• **Avere-France,** fondée en 1978 sous l'impulsion de la Commission européenne, est une association professionnelle ayant pour mission de promouvoir le développement du véhicule électrique en France et qui intervient en tant que pôle d'informations, d'échange et d'expertise, soutenu par un réseau d'experts international. Avere-France réunit les principales parties prenantes au développement des véhicules électriques en France. Le Groupe La Poste est un membre de longue date de cette association et siège à son Conseil d'administration.

Prendre position et agir

La Poste poursuit une coopération institutionnelle avec l'ADEME et le ministère dans le cadre du Club développement durable des établissements et entreprises publics (CDDEEP). Par ailleurs, Poste Immo est très impliquée dans les réflexions de place et les réflexions gouvernementales, autour de la réglementation en matière de rénovation du parc tertiaire. La filiale participe activement aux groupes de travail sur l'élaboration des futures réglementations (Plan bâtiment durable, RBR 2020, etc.). Le Groupe, qui souhaite réduire significativement son empreinte environnementale, peut ainsi concrétiser cette ambition, tout en s'assurant de l'opérabilité et de la soutenabilité financière des décisions réglementaires pouvant être prises.

La Banque Postale reste publiquement engagée en faveur de la mise en place du fichier positif sous l'égide de la Banque de France. Ce fichier, en répertoriant l'ensemble des crédits contractés, permettrait une vision exhaustive de l'endettement du client. Sans se substituer aux autres vérifications nécessaires, il protégerait les clients du « malendettement », état précédant le surendettement. Ce dispositif, qui existe déjà dans la grande majorité des pays, a fait ses preuves en tant qu'outil essentiel pour la distribution d'un crédit responsable.

Le Groupe La Poste préside le Groupe de projet développement durable de l'UPU

Un représentant de La Poste préside le groupe de projet développement durable organisé sous les auspices de l'Union Postale Universelle (UPU). L'UPU est une agence spécialisée des Nations unies créée en 1874 pour l'organisation et l'amélioration des services postaux dans le monde, et la collaboration internationale dans ce domaine. Le Groupe La Poste contribue activement à la réalisation et à l'animation de séminaires, par continent, afin de sensibiliser les différents prestataires de services postaux nationaux au développement durable et de les aider à construire leurs stratégies en la matière. Ces séminaires aboutissent à un plan d'action pour chaque poste y participant.
Depuis 2004, le Groupe a cofinancé, organisé et animé 11 séminaires dans toutes les régions du monde.
En novembre 2014, Le Groupe La Poste a animé un séminaire pour les Caraïbes, qui a réuni tous les prestataires de services postaux de la région. Les représentants du séminaire ont échangé leurs idées, leurs solutions et leurs meilleures pratiques, notamment en ce qui concerne la gestion des catastrophes naturelles, la gestion de la diversité, ainsi que le développement de nouveaux produits et services qui prennent en compte le développement durable.

Avantages économiques directs G4-EC1

REVENUS ET COÛTS D'EXPLOITATION

En 2014, Le Groupe La Poste a généré un chiffre d'affaires de 16,5 milliards d'euros issu des activités commerciales et un produit net bancaire de 5,6 milliards d'euros, pour un produit d'exploitation total de 22,2 milliards d'euros. Les coûts d'exploitation, qui incluent les achats et autres dépenses, les autres produits et charges d'exploitation, et les pertes sur cessions d'actifs, ont atteint 7,3 milliards d'euros. Le résultat d'exploitation s'élève à 719 millions d'euros dont 18 millions d'euros au titre de la quote-part du résultat des sociétés sous contrôle conjoint.

22,2 Mds€
de produit d'exploitation total.

SALAIRES ET AVANTAGES SOCIAUX DU PERSONNEL

Le Groupe La Poste comptait un effectif moyen de 257 890 collaborateurs en 2014 (en termes d'équivalents temps plein), dont 21 000 postiers situés en dehors de la France. En 2014, le Groupe a versé 8,7 milliards d'euros au titre des rémunérations, salaires, primes et indemnités, et 3,3 milliards d'euros de cotisations de retraite, de Sécurité sociale et de charges sociales. Le Groupe a versé 790 millions d'euros d'impôts assis sur les rémunérations et de cotisations salariales en 2014 (cf. Détail dans la note 9 du chapitre 20 du document de référence, page 320).

12,5 Mds€
rémunération + charges sociales

VERSEMENTS AUX APPORTEURS DE CAPITAUX HORS DIVIDENDES

En 2014, Le Groupe La Poste a engagé des frais de financement nets d'un montant de 157 millions d'euros, et le résultat net d'autres postes financiers (charges d'actualisation et autres charges et produits financiers) a représenté une dépense de 41 millions d'euros.

157 M€
de frais de financement nets

VERSEMENTS À L'ÉTAT

La Poste bénéficie d'un traitement fiscal local favorable en France, en reconnaissance de ses missions de service public et de sa contribution au développement local et régional. En 2014, Le Groupe La Poste a versé 150 millions d'euros d'impôts locaux et 85 millions d'euros au titre d'autres impôts et taxes. La charge de l'impôt sur les bénéfices du Groupe pour l'exercice s'est élevée à 182 millions d'euros. En 2014, le Groupe a reçu 349 millions d'euros au titre du CICE, le crédit d'impôt français pour promouvoir la compétitivité et l'emploi.

235 M€
de taxes.

INVESTISSEMENTS DANS LES COMMUNAUTÉS

En 2014, La Poste s'est engagée à verser des fonds à La Fondation d'Entreprise La Poste, pour un montant total de 3 millions d'euros, répartis sur la période 2014-2016. Au 31 décembre 2014, l'engagement est de 2 millions d'euros. Les actions de mécénat accordées à Adphile (association à but non lucratif de philatélie qui organise de nombreux programmes éducatifs) et au WWF représentaient 4 millions d'euros au 31 décembre 2014. L'engagement de La Poste concerne aussi des partenariats sportifs (6 millions d'euros). Le 7 avril 2014, La Poste et les organisations syndicales ont signé un accord sur la politique du logement social qui concerne l'achat de logements sociaux destinés aux postiers dans des programmes de construction. La Poste a alloué un total de 20 millions d'euros à ce fonds pour la période 2014-2016. Au 31 décembre 2014, l'engagement était de 14 millions d'euros.

26M€
d'investissements dans les communautés.

4 / UNE OFFRE RESPONSABLE « ÉCO-SOCIO-CONÇUE », UTILE, SIMPLE ET ACCESSIBLE À TOUS

p. 57 / Une offre éco-socio-conçue et compensée pour les produits courrier, colis, express et numérique

p. 61 / Une distribution multicanale pour mieux servir ses clients

POUR LE GROUPE, SE MONTRER EXEMPLAIRE DANS SES ACTIVITÉS, c'est permettre à ses clients de consommer des services respectueux des personnes et de l'environnement. Ses offres intègrent, depuis leur conception jusqu'à leur distribution, les préoccupations environnementales et sociales. Les produits courrier, colis, express et numérique font également l'objet d'une compensation carbone, permettant au Groupe La Poste et à ses clients d'exercer leurs responsabilités en matière de changement climatique. Soucieux de servir au mieux ses clients, le Groupe développe de multiples canaux de distribution, prend des engagements fermes en matière de respect et de satisfaction du client, et s'attache à faciliter la relation pour tous les consommateurs.

UNE OFFRE ÉCO-SOCIO-CONÇUE ET COMPENSÉE POUR LES PRODUITS COURRIER, COLIS, EXPRESS ET NUMÉRIQUE

Une offre de produits et services éco-socio-conçue G4-EN27

Le Groupe La Poste s'appuie sur la démarche d'éco-conception, démarche à laquelle il a intégré le respect des droits humains et l'accessibilité à tous du produit ou du service (éco-socio-conception). Les préoccupations environnementales, sociales et sociétales sont donc intégrées aux différentes étapes d'élaboration des offres. Les responsables marketing des différentes branches mettent en œuvre les orientations du Groupe en matière de RSE. La RSE fait l'objet d'examens réguliers.
Grâce à son offre de produits et services, Le Groupe La Poste accompagne ses clients dans la transition vers une utilisation durable de l'énergie.

Exemples de produits et services proposés dans l'offre éco-socio-conçue du Groupe G4-EN30

Courrier et colis

• Sur le marché européen, les branches Services-Courrier-Colis, Numérique et GeoPost proposent des services entièrement neutres en carbone. La Poste garantit depuis 2012 la neutralité carbone de l'ensemble de ses offres, sans coûts supplémentaires pour ses clients. Les projets de compensation carbone sont sélectionnés en fonction de leur impact positif sur les conditions de vie des personnes. En 2014, un logo ECOVEO a été mis gratuitement à disposition des clients, afin de leur permettre d'exprimer leur engagement pour l'environnement en affichant la neutralité carbone de leurs envois. La même année, le logo a été simplifié dans un souci de valorisation de la démarche de compensation carbone et adapté à l'ensemble des filiales de La Poste.
http://legroupe.laposte.fr/Decouverte/La-neutralite-carbone-une-demarche-volontaire-du-Groupe-La-Poste

• La Lettre verte, acheminée en France en deux jours, réduit l'empreinte carbone, car elle ne prend plus l'avion en métropole. De plus, elle est traitée dans la journée uniquement. Elle contribue donc à l'amélioration des conditions de travail des salariés en réduisant le travail de nuit.

• Entièrement recyclables, les emballages Colissimo utilisent jusqu'à 85 % de carton recyclé, des encres végétales et des colles à base d'eau et d'amidon de maïs.

• Les timbres Marianne et les beaux timbres sont fabriqués à base de papier issu de forêts gérées durablement et d'encres végétales. Les produits Prêt-à-Poster sont labellisés NF Environnement.

• Les pochettes gonflables Chronopost sont produites à 70 % dans des centres qui emploient des personnes en situation de handicap.

• Avec Recy'go, son offre de collecte et de recyclage des papiers de bureau, Le Groupe crée des emplois d'insertion, facilite le tri des papiers de bureau pour les salariés et contribue à la création de circuits solidaires d'économie circulaire.

• L'offre de produits et services est proposée à tous.

La Banque Postale

• Au sein de La Banque Postale, le comité d'examen des nouveaux produits s'appuie sur une liste de 19 critères RSE couvrant la conception, la distribution et l'accompagnement des clients. La Banque Postale développe une gamme d'offres à valeur ajoutée :
– environnementale : EcoPTZ, Pactys Habitat, Fonds ISR thématique LBPAM Responsable Actions environnement, microcrédit précarité énergétique ;
– sociale : Livret A, Service Intérêt Solidaire, microcrédit personnel et entrepreneurial, formule de compte simplicité.
• Pour seulement 7 euros par trimestre, La Banque Postale propose des services bancaires à sa clientèle interdite de chéquier.
• La Banque Postale propose à ses clients en situation de fragilité financière des offres de microcrédits pour financer leurs projets personnels ou professionnels.
• La Banque Postale gère une gamme complète de fonds d'investissement socialement responsable (ISR) ayant obtenu les labels Novethic et Finansol. Les fonds LBP EthicEuro, proposés par La Banque Postale Asset Management, bénéficient d'une garantie totale ou partielle du capital investi tout en offrant à l'investisseur un potentiel de performance liée à l'évolution d'un indice composé d'entreprises européennes répondant à des critères précis sur le plan économique, social et de la gouvernance. En 2014, les encours ISR s'élevaient à 1,2 milliard d'euros.
• La Banque Postale propose également le Service Intérêts Solidaires, qui permet à ses clients de reverser tout ou partie des intérêts de leur livret d'épargne à l'une des 11 associations du club « L'initiative contre l'exclusion bancaire » dont le Groupe est membre. En outre, La Banque Postale abonde de 10 % le montant versé.

GeoPost

GeoPost garantit la neutralité carbone intégrale de son offre de services.
Grâce à Predict, le nouveau service de pointe de GeoPost, le destinataire est informé de l'heure de passage approximative du livreur, dans un créneau d'une à cinq heures selon les pays, par e-mail ou par SMS.
Si le destinataire n'est pas disponible à l'heure indiquée, il peut replanifier la date de livraison, jusqu'à six jours suivant le premier passage. Ce dispositif permet de réduire considérablement le nombre d'échecs de livraison et d'accroître fortement la satisfaction des clients. Avec Predict, tout le monde gagne du temps. Mais ce n'est pas tout. Predict permet aussi de réaliser des économies de transport et de réduire les émissions de CO_2. Aujourd'hui, Predict est proposé dans 18 pays européens. Son déploiement est en cours dans l'ensemble des filiales de GeoPost en Europe.
La filiale Pickup Services de GeoPost recouvre un vaste réseau de relais commerçants qui permet au client de choisir le lieu de livraison qui lui convient le mieux.
Le réseau Pickup est composé de plus de 16 000 points relais en Europe à fin 2014, ainsi que de consignes situées dans des gares ferroviaires et d'autres lieux à forte fréquentation en France. En 2014, trois Pickup Store ont été inaugurés dans des gares d'Île-de-France. En tout, le réseau Pickup devrait compter 22 000 relais Pickup d'ici à la fin de l'année 2015. L'année 2014 a été marquée par le lancement de la navette Pickup, le premier service qui propose la livraison de colis de client à client en relais Pickup.

Numérique

La Poste propose une gamme complémentaire de services afin d'offrir le meilleur du print et du numérique. Les activités numériques sont neutres en carbone.

Mediapost SAS
Au début de l'année 2014, Mediapost a lancé Print Solidaire, une offre d'impression solidaire qui garantit la neutralité carbone intégrale de l'ensemble de ses prestations (papier, impression, énergie, transport et distribution). Le Groupe a sélectionné des imprimeries engagées dans une démarche environnementale, et les entreprises qui emploient des personnes handicapées sont séléctionnées de préférence. En outre, le papier utilisé est issu de forêts gérées durablement, tandis que les encres sont végétales. Mediapost permet également à ses clients de cibler précisément leurs campagnes de marketing afin de réduire le nombre de brochures et d'imprimés distribués. L'impression des documents est réalisée au plus près du lieu de livraison, de sorte que les distances de transport soient réduites. Les imprimés qui ne sont pas distribués sont recyclés.

Les autres filiales du Groupe
Au sein du Groupe, d'autres filiales proposent des services responsables adaptés à la clientèle professionnelle du Groupe.
• Véhiposte propose des solutions éco-socio-responsables de gestion de parc automobile et de location de véhicules de longue durée. La filiale offre des services de gestion écologique de parcs automobiles, de réduction des émissions de carbone pour les véhicules utilitaires et personnels, et de sensibilisation à l'éco-mobilité par le co-voiturage.
Greenōvia • Spécialisé dans le conseil et les solutions d'éco-mobilité, Greenovia met à profit l'expérience et le savoir-faire du Groupe La Poste dans le domaine de la gestion de parcs automobiles afin d'accompagner les entreprises et les collectivités dans la transition vers des modes de transport plus responsables.
mobigreen • Au départ spécialisé dans la formation des facteurs à l'éco-conduite, Mobigreen propose désormais des formations pour maîtriser l'utilisation du véhicule électrique et d'autres modules sur la sécurité routière à destination d'une clientèle très variée.

Exemples de produits et services pour tous

En application de la loi relative aux activités postales, La Poste s'est vue confier une mission de service public qui comprend également la prestation de services bancaires, financiers et d'assurance. En outre, le Groupe La Poste s'engage à faciliter l'accès et l'utilisation de ses services à tous les publics – personnes handicapées, en situation de pauvreté, migrantes ou ayant des difficultés à lire ou à écrire –, grâce à des informations facilement accessibles et compréhensibles, ainsi que des services personnalisés, lorsque cela est nécessaire.

Pour mieux accompagner ses clients en situation de vulnérabilité, le Groupe travaille en partenariat avec quatre ONG nationales (La Croix-Rouge, FNARS, Unis-Cité et Face) et plusieurs associations locales. Entre autres finalités, ces partenariats visent à faire en sorte que les clients les plus fragilisés sachent utiliser les services de La Poste, les distributeurs de billets et autres automates. Dans le cadre du contrat de présence postale territoriale 2014-2016, La Poste, l'État et l'Association des maires de France se sont engagés à faciliter l'accès aux services de La Poste aux clients en situation de vulnérabilité et ce, dans 65 départements. Pour affirmer son soutien à cette initiative, La Poste a organisé 40 sessions de formation et fourni des outils, un kit pédagogique et un guide des offres du Groupe utiles dans les situations quotidiennes les plus courantes (« Je dois régler une facture », « Je déménage », etc.).

Quant à La Banque Postale, elle a toujours rendu des services bancaires essentiels accessibles à tous. C'est le cas notamment du Livret A, que La Banque Postale a obligation d'ouvrir à partir de 1,50€ à chaque personne qui en fait la demande. Ce livret peut être utilisé à diverses fins, comme par exemple le versement des prestations sociales ou des pensions de la fonction publique, et le prélèvement des impôts, des quittances d'eau, de gaz et d'électricité et des loyers HLM. La Banque Postale est aussi la seule banque à autoriser les dépôts et les retraits sur le Livret A à partir de 1,50 euro. Tous les comptes de La Banque Postale font l'objet d'un suivi attentif afin de contribuer à la prévention du surendettement. Elle propose ainsi depuis 2007 une offre de microcrédit personnel en partenariat avec des associations locales qui sont en contact direct avec les personnes en situation d'exclusion bancaire du fait de leur faible solvabilité. En 2014, le nombre de microcrédits personnels octroyés a augmenté de 40 %.

De plus, pour les personnes les plus vulnérables, souvent interdites de chéquier, La Banque Postale propose une formule de compte Simplicité qui permet d'effectuer des paiements. Ses tarifs sont parmi les moins élevés du marché. Enfin, dans la ligne de sa politique de prévention du surendettement et de son engagement en faveur des personnes en situation de détresse financière, La Banque Postale a créé « L'Appui », une plate-forme téléphonique qui propose des conseils aux clients qui rencontrent des difficultés financières en relation avec des partenaires associatifs dont CRESUS.

Autres exemples d'initiatives portées par Le Groupe La Poste afin d'assurer au plus grand nombre son offre de produits et services :

• La Poste Mobile a lancé un forfait mobile à seulement 3,90 euros par mois, pour 2 heures d'appels et des SMS en illimité. Depuis septembre 2013, Le Groupe propose un nouveau forfait à moins de 20 euros comprenant l'abondance de téléphone, data et SMS, ainsi qu'un smartphone. Cette offre a également remporté un grand succès.

• Plus de 150 partenariats ont été conclus sur des actions de médiation sociale, de formation et d'interprétariat au service des clients de 300 bureaux de poste en ZUS, sur 64 départements.

• Dans le cadre des partenariats avec France Terre d'asile et l'Office français de l'immigration et de l'intégration, qui visent à améliorer l'accessibilité aux personnes migrantes et plus particulièrement aux demandeurs d'asile et réfugiés aux services postaux, bancaires et téléphoniques, 101 bureaux de poste référents ont été sélectionnés. Dans 70 % de ces points de contact, le personnel a été formé à l'accueil et au service des publics migrants.

Sensibiliser les clients aux répercussions de leur mode de consommation sur l'environnement G4-PR3

Pour éclairer les consommateurs sur leurs choix et répondre à leurs attentes, La Poste a élaboré des calculateurs qui lui permettent également d'anticiper les nouvelles mesures législatives (affichage CO_2 des prestations de transport, étiquetage environnemental des produits et services, etc.). Validé par Bureau Veritas en 2011 et 2013, un éco-calculateur est utilisé pour répondre aux demandes de la clientèle grands comptes et entreprises de la branche Services-Courrier-Colis. Depuis novembre 2012, une version grand public permettant de calculer l'empreinte carbone d'un envoi a été mise en ligne sur un site Internet dédié (www.objectifzeroCO_2.laposte.fr). Les clients peuvent également s'informer auprès de leur interlocuteur commercial. Enfin, la branche Services-Courrier-Colis met à la disposition du grand public, via son site Internet colissimo.fr, un comparateur multicritère, permettant d'estimer les principaux impacts environnementaux d'un achat sur Internet par rapport à un achat « physique » en magasin.

Selon les éléments en sa possession, La Poste n'a répertorié aucun incident pour non-respect de la réglementation ou des codes internes volontaires concernant l'étiquetage et l'information sur ses produits et services. G4-PR4

UNE DISTRIBUTION MULTICANALE POUR MIEUX SERVIR SES CLIENTS

Le Groupe La Poste crée des relations avec ses clients en privilégiant trois axes : la simplification, la personnalisation et la considération.

Des engagements fermes envers ses clients

La confiance est la signature de la marque La Poste et la composante clé de la relation de service. En 2014, 70 % des Français déclarent faire confiance à La Poste. Pour maintenir et renforcer cette relation de confiance, Le Groupe La Poste a mis en œuvre dès 2009 une démarche continue de prise d'engagements clients.

Cette politique a entraîné l'élaboration d'une Charte d'engagements clients pour chacun des quatre segments de clientèle. Depuis 2010, La Poste réalise régulièrement des enquêtes auprès de ses clients, particuliers, professionnels et entreprises, afin de suivre l'évolution de leurs besoins et d'adapter ses Chartes d'engagement en conséquence.

Exemples de solutions par segment de clientèle :
- pour les particuliers à la recherche d'une solution pratique pour recevoir des e-mails et stocker des fichiers en ligne, Digiposte, l'offre d'archivage sécurisée de La Poste, est la réponse idéale, accessible chez soi depuis un ordinateur connecté à Internet ou depuis une tablette ou un smartphone ;
- pour les PME et les professionnels qui souhaitent aller à l'essentiel, La Poste propose la carte Pros, qui permet de bénéficier d'un accueil prioritaire dans les bureaux de poste dotés d'un guichet dédié ;
- pour les entreprises en quête de services sur mesure, La Poste met à disposition un interlocuteur privilégié. Lorsque ce dernier évolue vers une nouvelle mission, ses clients en sont informés par écrit, un mois à l'avance, afin de fixer un rendez-vous avec le nouvel interlocuteur et préparer la transition ;
- pour les grands comptes, il est essentiel de pouvoir construire une relation solide. C'est pourquoi La Poste réunit un comité stratégique au moins une fois par an avec chacun de ces clients. Objectif : passer au crible la relation commerciale, déterminer les axes de progrès et concevoir de nouveaux projets communs.

Cet engagement de service s'est traduit par des résultats concrets et des progrès continus. À titre d'exemple :
- en 2014, l'attente dans les 1 000 plus grands bureaux de poste est désormais réduite à 2,12 minutes en moyenne pour retirer ou déposer les courriers et colis, et 93,5 % des clients sont servis en moins de 5 minutes ;
- le taux de respect des engagements portant sur une 2e présentation des courriers remis contre signature le lendemain est de 92,1 % ;
- l'engagement sur le passage du facteur le lendemain au plus tard en cas de non-distribution de la tournée est de 98,2 % (avec un dédommagement automatique du client en cas de non-respect) ;
- les objectifs sur les engagements liés au traitement des réclamations se situent à 94,3 % pour la remise d'un accusé de réception sous 48 heures et à 94,7 % pour l'envoi de la réponse dans les délais annoncés.

Ces objectifs ont pu être tenus grâce aux plans d'actions déployés dans les différentes entités de La Poste : formation à la qualité des réponses, renforcement des équipes, simplification des formulaires de réclamation Internet, développement des mesures de satisfaction client par Internet.

Des conseils à suivre en toute confiance

La force d'une relation commerciale repose sur la capacité à apporter des conseils fiables en phase avec les attentes des clients. Ainsi, La Banque Postale a mis en place un dispositif complet de conseils aux clients pour l'ensemble de ses agences, composé d'un livret sur l'éthique des affaires expliquant l'importance de mettre en œuvre des pratiques commerciales responsables, et un guide de sémantique pour apprendre à présenter les offres du Groupe avec des messages clairs, simples et transparents, reflets des valeurs et des principes fondamentaux de l'entreprise.

La Banque Postale a toujours eu à cœur de faire en sorte que ses produits correspondent à la situation et aux besoins de ses clients.

Pour construire des relations solides avec ses clients, La Banque Postale a mis en place, en 2005, une démarche fondée sur l'examen complet de la situation financière de ses clients afin de pouvoir leur apporter des conseils adaptés à leurs besoins présents et à venir. Cette démarche, qui repose sur la méthode des « 7 Gagnants » a depuis été reconnue par les agences de notation extra-financières.
Les conseillers sont les artisans de la qualité de l'accompagnement qu'ils proposent à leurs clients. En 2012, le Groupe a mis en place un outil permettant aux conseillers d'évaluer précisément les besoins financiers de leurs clients et de les accompagner dans le choix de la solution financière la mieux adaptée à leurs projets. La Banque Postale a défini un processus de conseil en services bancaires qui lui permet d'identifier et de comprendre les besoins de ses clients de la manière la plus efficace possible, afin de leur proposer les offres qui correspondent le mieux à leurs besoins.

Ainsi, dès sa création, La Banque Postale s'est dotée d'un réseau de 685 conseillers spécialisés en immobilier. En 2013, le réseau s'est étoffé avec l'arrivée de 45 conseillers en crédits immobiliers. La Banque Postale a également formé ses conseillers aux besoins particuliers des entreprises, des associations et des organismes de logement social. D'une manière générale, des formations sont organisées régulièrement afin de garantir l'excellence des services.
Enfin, la qualité des conseils et la pérennité des relations sont étayées par un système de management des ventes qui propose aux conseillers un accompagnement, des formations approfondies et des incitations financières collectives et individuelles qui reposent sur des critères quantitatifs et qualitatifs, avec en ligne de mire l'intérêt des clients. Chaque conseiller signe également un contrat de performance annuel et rencontre son responsable trois fois par an pour une évaluation des performances.

Faciliter la relation pour les consommateurs

Le Groupe La Poste dispose d'un Service Consommateurs multicanal grâce à : un numéro court unique non surtaxé (le 3631) ; un espace consommateurs mis en valeur sur la page d'accueil du portail Internet du Groupe (www.laposte.fr) ; et une adresse postale unique : Service Consommateurs – 99999 LA POSTE. Le 3631 accueille plus de 900 000 appels par mois, près de 149 000 visiteurs uniques consultent chaque mois l'espace Service Consommateurs sur Internet, et plus de 19 000 formulaires de réclamation papier sont transmis en moyenne chaque mois au Service Consommateurs par courrier.
Enfin, l'analyse sémantique automatique des réclamations a été expérimentée afin de permettre à terme une analyse qualitative en continu de la voix des clients réclamants.
Sur les médias sociaux, depuis juillet 2012, une équipe de téléconseillers du Service Consommateurs intervient aux côtés du community manager du Groupe pour répondre aux demandes de service clients et aux réclamations déposées sur la page Facebook du Groupe et via le compte Twitter @lisalaposte.
La Poste a obtenu en 2014 la première place du « Podium de la Relation Client – Bearing Point/TNS Sofres » dans la catégorie Entreprises de services. Le Service Consommateurs du Groupe est certifié NF Service « Centre de relation clients » pour les plates-formes des services Courrier, Colis et Réseau.
Et Docapost, pour ses activités de Gestion de la Relation Client, a vu son label Responsabilité sociale renouvelé en 2014 pour une durée de trois ans, dans la catégorie des centres de relations clients externalisés.

Le taux de satisfaction globale des clients français du Groupe La Poste G4-PR5

SATISFACTION GLOBALE
DES FRANÇAIS FRÉQUENTANT LE RÉSEAU
(1) Source : baromètre BVA 2014.

Le taux de satisfaction des clients français du Groupe a augmenté de 89 % à 91 %, en ligne avec la tendance générale observée par l'enquête de satisfaction BVA lors des sept dernières années. Selon un sondage Ipsos mené en 2014, le taux de satisfaction des clients interrogés immédiatement après leur visite dans un bureau de poste était encore plus élevé, à 95 %. Ce succès est le résultat concret de démarches spécifiques visant à améliorer l'expérience client, en réduisant par exemple le temps d'attente (qui est passé de 3,58 minutes en moyenne à 2,12 en 2014) et à respecter les exigences des normes de services de la certification Afnor, détenue par 1 434 bureaux de poste à fin 2014.

Une communication responsable

Dans le cadre de son plan stratégique Ambition 2015, le Groupe La Poste s'est engagé en 2009 dans une démarche responsable. Chaque filière professionnelle devait intégrer dans son activité les choix du Groupe en matière de RSE. C'est dans ce cadre qu'une expérimentation a été lancée au sein de l'Agence nationale de communication et d'information (ANCI) du Groupe. Avec 18 agences, 214 collaborateurs, cette structure représente 75 % des effectifs de la communication au niveau du Groupe.

Une phase expérimentale

L'expérimentation, qui s'est déroulée de 2009 à 2012, a comporté deux volets : un programme d'éco-conception des supports de communication et un programme de maîtrise de l'impact environnemental des activités. Le premier a permis de développer une compétence en la matière et de créer plusieurs outils d'aide à l'éco-conception.
C'est ainsi que le « référentiel communication responsable », réalisé par un groupe de travail de responsables RSE et de communicants, permet désormais d'harmoniser les pratiques des communicants et de fixer des objectifs aux collaborateurs de la filière communication.
Le second a permis d'ancrer des comportements responsables dans les pratiques des collaborateurs, de maîtriser et de réduire les nuisances environnementales ainsi que les coûts, et de créer un « reporting » simple et fiable.

Un bilan positif

En 2012, 95 % des projets corporate nationaux et territoriaux portés par les ANCI, ont été éco-conçus. Ce bilan a fait l'objet d'un fascicule (« Bilan du programme de communication responsable du Groupe La Poste 2009-2012 »).Il a été soumis à nos parties prenantes externes, l'Union des annonceurs (UDA) et l'Association des agences conseil en communication (AACC).

L'UDA a jugé la démarche du Groupe La Poste « innovante dans la méthodologie employée », la plupart des entreprises se fixant un objectif de communication responsable avant de construire et de mettre en place les outils.

Dominique Candelier, directrice Communication et développement durable de l'UDA, a jugé le niveau d'investissement du Groupe La Poste « assez unique pour nos métiers de la communication ». Et les deux associations professionnelles ont jugé « excellent » le référentiel de communication responsable créé par La Poste dans le cadre de l'expérimentation.

L'ambition, aujourd'hui, est d'étendre cette phase expérimentale à l'ensemble des outils de communication du Groupe et de ses filières.

Dans trois régions-tests (Aquitaine, Midi-Pyrénées, Pays de la Loire), l'ensemble des communicants du Groupe et des branches travaillent aujourd'hui à l'harmonisation des pratiques.

Être accessible à tous grâce au multicanal

Le Groupe La Poste a vocation à être accessible à tous, quel que soit le moyen d'entrer en relation avec les services de La Poste : en bureau de poste, grâce aux automates, par téléphone et par Internet.

Trois brochures d'information sur les modalités d'accès aux offres de La Poste (à destination des gens du voyage, des personnes en situation de handicap physique et des personnes migrantes) réalisées en concertation avec des associations qui les diffusent et les mettent en mains de leurs publics.

Le 13 mars 2014, la troisième convention qui pérennise la relation partenariale avec France Terre d'asile (FTDA) a été signée pour les quatre prochaines années.

Cette convention complète le partenariat plus général signé avec l'OFII (Office français de l'immigration et de l'intégration) en octobre 2012. Pour la première fois, un volet bénévolat a été ajouté aux actions de formation du réseau et d'adaptation des procédures.

En matière d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite, le Groupe dispose d'un plan de mise en accessibilité de ses locaux ouverts au public (notamment les bureaux de poste) dans les conditions prévues par le législateur.

Fin 2014, environ 89 % des sites patrimoniaux[1] sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR). Depuis 2007, 1 530 bureaux de poste ont été mis en conformité PMR, dont 151 en 2014. Pour le parc locatif, 52 % des sites sont accessibles PMR. Pour les sites du parc locatif, Poste Immo poursuit son plan d'action d'information et de sensibilisation des bailleurs institutionnels et particuliers. Pour les bailleurs des collectivités locales (70 % des bailleurs), la mise en place de plans d'adaptation spécifiques sera finalisée en 2015 pour une réalisation d'une accessibilité tout handicap en majorité dans les trois ans.

En complément, une mise aux normes PMR a été réalisée en 2014 pour 166 guichets automatiques de banque (GAB) situés en façade des bureaux de poste, portant la conformité du parc à 4 690 GAB, représentant 96 % du parc (qui sont donc soit accessibles aux PMR, soit situés dans un bureau où au moins un GAB est accessible).

Un accès Internet via webcam et en langue française des signes est disponible pour les personnes sourdes et malentendantes. En mai et juin 2014 a été diffusé sur les écrans TV des bureaux de poste un film encourageant l'utilisation du service. L'accueil en langage naturel sur le serveur vocal du 3631 a été généralisé, et un contrôle automatisé continu de l'accessibilité des formulaires Internet a été mis en place. Par ailleurs, le site **www.laposte.fr** est accessible aux personnes mal voyantes et respecte les standards en vigueur.

Le Réseau intègre, dans la démarche globale de transformation du réseau des bureaux de poste en espace de services modernes (Espace Service client) la prise en compte des préoccupations RSE dans toutes ses composantes (accessibilité, matériaux éco-conçus, réduction des consommations énergétiques, accueil, efficacité du service et qualité du conseil). Les points de contact (APC et RPC) ont été dotés de tablettes numériques pour un accès généralisé à l'offre.

La proximité est un point clé de l'accessibilité. Dans un souci d'améliorer l'accès aux services postaux, bancaires et téléphonique, le Groupe a complété sa collection de documentations numériques par une brochure dédiée aux personnes souffrant d'un handicap intellectuel.

Rendre les locaux de La Poste accessibles à tous

RATIO D'ACCESSIBILITÉ
DES SITES OUVERTS AU PUBLIC[1]
(PARC PATRIMONIAL GÉRÉ PAR POSTE IMMO)

Les personnes à mobilité réduite peuvent accéder aux personnes à mobilité réduite. Ces dernières peuvent également accéder à 84 % des bureaux de poste dont La Poste est propriétaire et à 51 % de ceux appartenant à son parc locatif.
96 % des distributeurs de billets sont accessibles aux personnes à mobilité réduite ou sont situés dans un bureau de poste qui propose au moins un distributeur de billets accessible aux personnes à mobilité réduite. De plus, des initiatives ont été lancées afin de faciliter l'accès des personnes souffrant d'autres types de handicaps. Ainsi, 1 769 automates d'affranchissement sont désormais accessibles
aux personnes souffrant de déficience visuelle, tandis qu'un service adapté est proposé aux personnes sourdes et malentendantes.

96 %
des distributeurs de billets sont accessibles ou sont situés dans un bureau de poste qui possède au moins un distributeur de billets accessible en façade.

(1) Hors cessions en cours. La filiale foncière du Groupe, Poste Immo, gère un parc de 11 662 immeubles représentant 6,8 millions de m². 59,5 % des surfaces sont en pleine propriété.

5 / DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES – LE PACTE SOCIAL

p. 67 / Ressources humaines G4-10
p. 69 / Le pacte social
p. 70 / Une politique d'emploi responsable
p. 72 / Les acteurs de l'accompagnement RH
p. 73 / Politique d'évolution professionnelle, de formation et de promotion
p. 76 / Diversité et égalité des chances
p. 80 / Santé et sécurité au travail – Qualité de vie au travail
p. 83 / Politique de rémunération générale
p. 85 / Politique sociale

LE GROUPE LA POSTE A FAIT LE CHOIX D'UN DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE qui conjugue amélioration de la performance et attitude exemplaire aux plans social, sociétal et environnemental. Ce développement responsable du Groupe passe par un modèle social fort, fondé sur l'égalité des chances et la diversité, et sur l'accompagnement des projets professionnels.
Dans ce cadre, en 2014, La Poste a notamment poursuivi le déploiement des actions prévues par l'accord cadre Qualité de vie au travail, signé en janvier 2013.
Afin de poursuivre ce développement responsable dans un environnement en forte évolution et de faire de chaque collaborateur l'acteur et le bénéficiaire de la transformation de l'entreprise, La Poste a également bâti le pacte social, qui est le volet social du plan stratégique « La Poste 2020 : conquérir l'avenir ». (Pour en savoir plus sur le pacte social, consulter ci-après)
L'année 2014 a également été une année importante en matière de démocratie sociale, avec les élections professionnelles, qui se sont tenues en décembre, et sur le plan du dialogue social, avec notamment des négociations engagées en mai 2014 qui ont abouti à la signature de trois accords majoritaires le 5 février 2015.
Cette signature atteste de la volonté partagée d'accompagner la transformation de l'entreprise au bénéfice de tous les postiers.

RESSOURCES HUMAINES G4-10

Confrontée à de nouveaux challenges, La Poste change. Le Pacte Social, volet RH du plan stratégique, accompagne les postiers, pour en faire les acteurs et les bénéficiaires de cette transformation. La formation, l'évolution professionnelle, la santé et la sécurité au travail en sont les trois piliers. En bâtissant tous ensemble La Poste de demain, nous construisons un avenir pour chaque postier.

Sylvie François
Directrice générale adjointe,
en charge des ressources humaines et des relations sociales

L'effectif total du Groupe La Poste en équivalents temps plein s'élève à 257 891 personnes en moyenne en 2014, en diminution de 3,2 % par rapport à 2013.

L'effectif de La Poste sur trois années en personnes physiques

La baisse du trafic courrier explique la grande majorité des réductions d'effectif.

L'effectif du Groupe en France

EFFECTIF TOTAL EN PERSONNES PHYSIQUES AU 31 DÉCEMBRE

	2013	2014
La Poste	238 699	231 347
La Banque Postale	3 619	3 942
Sofipost	19 897	18 395
GeoPost	5 531	5 531
Poste Immo	638	644
Autres	38	40
TOTAL	**268 422**	**259 899**

Au cours des trois dernières années, le nombre de salariés en CDI au sein de La Poste a progressé de 2 826 (+ 2,7 %). À l'inverse, le nombre de recrutements en CDD a chuté de 1 171 (– 7,1 %).

Répartition par type de contrat de travail et par sexe pour La Poste et les filiales

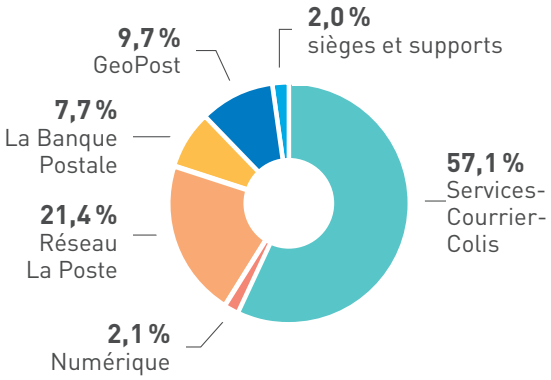
RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DE L'EFFECTIF PHYSIQUE AU 31 DÉCEMBRE 2014

			La Poste	La Poste, La Banque Postale and Mediapost SAS
Indicateurs	2012	2013	2014	2014
Effectif total au 31/12 en personnes physiques[1]	243 172	238 699	231 347	245 081
Dont contrats à durée déterminée	16 491	16 912	15 320	16 031
Femmes	51,2 %	51,5 %	51,8 %	51,2 %
Hommes	48,8 %	48,5 %	48,2 %	48,8 %

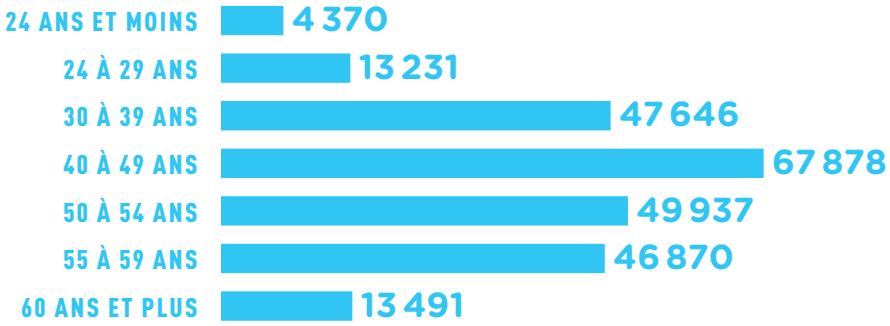
(1) Sont pris en compte les fonctionnaires, salariés en CDI et CDD. Les fonctionnaires détachés sous contrat de travail dans les filiales sont par convention comptabilisés dans les effectifs de ces filiales en contrat à durée indéterminée.

L'évolution des effectifs est uniquement due à des départs naturels et embauches, ainsi qu'au recrutement robuste par les filiales du Groupe. La Poste n'emploie aucun travailleur reconnu comme étant indépendant selon la législation nationale. En 2014, La Poste employait 3 157 intérimaires en équivalents agents années. Les métiers de la logistique sont saisonniers et nécessitent pendant la période de fin d'année le recrutement de personnels temporaires.

Répartition des effectifs par branche



Répartition des effectifs du Groupe en France selon l'âge



EFFECTIF FONCTIONNAIRE [1] ET EN CONTRAT À DURÉE INDÉTERMINÉE AU 31 DÉCEMBRE

L'un des enjeux majeurs du Groupe est de favoriser le transfert de l'expérience et des savoirs entre les générations. Pour cela, l'entreprise a mis en place un dispositif de mentorat dans lequel les salariés chevronnés, proches du départ à la retraite, accompagnent leurs jeunes collègues. Le nombre de salariés de 55 ans et plus au sein de La Poste SA a progressé en 2014, portant leur part à 25,5 %, contre 23,5 % en 2013.

100 %
des collaborateurs du Groupe en France sont sous statut de fonctionnaires ou bénéficient du régime d'une convention collective et de négociation salariale.

G4-11

Périmètre
Dans leur grande majorité, les informations présentées dans cette section concernent La Poste, qui totalise 89 % des effectifs du Groupe en France, et qui, compte tenu du déclin du volume de courrier, doit faire face à des enjeux liés à l'emploi d'une extrême complexité.

(1) Depuis que La Poste est devenue une société anonyme, en 2010, les agents fonctionnaires ne sont plus employés par l'État, même s'ils ont conservé leur statut de fonctionnaire.

LE PACTE SOCIAL

Le pacte social comprend quatre axes majeurs :
• la formation, pour répondre aux besoins d'adaptation liée à l'évolution des activités et aux attentes de développement des collaborateurs ;
• l'évolution professionnelle, pour éclairer les collaborateurs sur leur avenir, pour gérer et accompagner la mobilité et mieux accompagner les situations de reclassement ;
• la santé et la qualité de vie au travail, pour construire un environnement plus sûr et mieux prendre en compte le vieillissement ;
• le développement managérial et la transformation de la filière RH.

L'ACCORD UN AVENIR POUR CHAQUE POSTIER

Le contenu de cet accord se centre sur :
– la création d'un dispositif de management des effectifs et des compétences, doté d'un observatoire des métiers composé de représentants des syndicats et de La Poste. Sa mission consistera à informer les salariés des postes à pourvoir et des compétences requises ;

– la promotion du développement professionnel par la mise en place de nouvelles passerelles professionnelles intra-branches et interbranches, et l'encouragement de la mobilité interne géographique et fonctionnelle entre les filiales, notamment en maintenant l'ancienneté et en garantissant l'absence de perte de salaire ;

– l'engagement à former 80 % des collaborateurs chaque année et 100 % sur deux ans, chaque salarié bénéficiant en moyenne de 100 heures de formation sur une période de cinq ans ; 50 000 formations diplômantes proposées dans le cadre d'un cursus professionnel donné ou d'une nouvelle orientation professionnelle au cours de ces cinq années, et une prime de qualification ;

– l'amélioration des conditions de travail par la réduction de la pénibilité physique, notamment en accordant trois à cinq jours de congés supplémentaires par an aux salariés de 55 ans et plus exerçant des fonctions comportant des facteurs de pénibilité ;

– le renforcement de la formation et de l'accompagnement des managers et de l'aménagement du temps de travail des cadres exerçant des fonctions de management opérationnel, le développement des compétences RH, , notamment par la création d'une « École RH ».

Précédemment un accord Qualité de vie au travail avait été conclu début 2013 (pour plus d'informations, consultez les pages 62 et 63 du Rapport de responsabilité sociale et environnementale 2013).

UNE HISTOIRE CONSTRUITE SUR LE PROGRÈS

2013
Signature de l'accord Qualité de vie au travail.

2014
Élaboration du nouveau plan stratégique du Groupe La Poste « La Poste 2020 : conquérir l'avenir ».

2014
Signature du Contrat de Génération (22 janvier).

FÉVRIER 2015
Signature par la Poste et les organisations syndicales de trois accords majoritaires pour faire des postiers les acteurs et les bénéficiaires de la transformation de La Poste.

2015
Plusieurs accords majeurs portant sur l'égalité des chances sur le lieu de travail et la promotion des personnes handicapées dans l'entreprise ont été signés.

UNE POLITIQUE D'EMPLOI RESPONSABLE

La politique d'emploi du Groupe La Poste

Le Groupe La Poste mène une politique d'emploi responsable dans une conjoncture et un environnement difficiles, marqués par la diminution des volumes de courrier et la baisse de fréquentation des bureaux de poste. L'évolution des effectifs résulte du seul solde des départs naturels et des recrutements.

La politique d'emploi de La Poste favorise les effectifs en contrats permanents, qui représentent 94,6 % des effectifs de La Poste maison mère en 2014, et s'appuie sur une politique de recrutement dynamique qui soutient activement l'insertion des jeunes dans l'emploi et favorise l'inclusion sociale.

La Poste a respecté son engagement de recruter 15 000 collaborateurs en CDI sur la période 2012-2014. Après les 5 211 recrutements en CDI réalisés en 2012, l'entreprise a recruté 5 298 nouveaux collaborateurs en CDI en 2013 et 4 525 en 2014.

Dans le cadre de ces recrutements, La Poste s'est engagée à intégrer dans l'entreprise, sur la période 2013-2015, 3 000 personnes ayant préalablement travaillé en CDD : la candidature de toute personne ayant exercé une fonction à La Poste est examinée de manière prioritaire lors du recrutement en CDI sur la même fonction.

Nombre d'embauches en contrat à durée indéterminée de collaborateurs ayant préalablement exercé en CDD

En 2014, dans le total des recrutements en CDI :
- la proportion de femmes a été de 47,5 % ;
- la proportion des personnes âgées de 45 ans et plus, de 7,6 %.

En 2014,
47,5 %
des nouveaux collaborateurs recrutés en CDI étaient des femmes.

Politique d'emploi en faveur des jeunes

Conformément à la convention signée avec l'État, 1 000 jeunes, pas ou peu qualifiés, ont bénéficié sur la période 2013-2014 d'une période d'acquisition de compétences ou d'une qualification reconnue. La Poste s'est engagée à pérenniser en CDI l'emploi de ces jeunes dès lors qu'ils satisfont aux critères de l'emploi sur lequel ils ont été formés en CDD.
Pour plus d'informations, consultez la section page 79 « Les enjeux liés à un effectif vieillissant et intergénérationnel » ci-dessous. En outre, la section page 118 présente des initiatives visant à recruter des jeunes, en particulier ceux issus de milieux défavorisés. La Poste s'engage également dans le développement de programmes d'études en partenariat avec des établissements d'enseignement.

4 201
jeunes ont bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

Une politique active en matière d'alternance

Convaincue que l'alternance constitue un moyen adapté et performant de préparation à la vie professionnelle et d'intégration dans le monde du travail, La Poste s'est résolument engagée depuis de nombreuses années dans une politique d'insertion des jeunes dans l'emploi à travers le développement de l'alternance (contrats d'apprentissage et contrats de professionnalisation).

La politique de La Poste en matière d'alternance s'inscrit ainsi dans une double logique :
- logique de formation et d'insertion dans la vie active, en donnant aux jeunes la possibilité d'obtenir un diplôme et une première expérience professionnelle qui contribueront à leur employabilité ;
- logique de prérecrutement, notamment pour les emplois « cœur de métier » (facteurs et conseillers financiers notamment), en regard des besoins de recrutement.

Les cursus proposés à La Poste permettent d'acquérir des diplômes ou des titres professionnels, du CAP[1] jusqu'au master. Concrètement, cette politique se traduit par la volonté de proposer sur la période 2013-2015 au moins 7 500 contrats d'alternance. En 2013 et en 2014, malgré un contexte difficile, respectivement 5 106 et 4 201 jeunes ont bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

Turnover G4-LA1

La Poste connaît un faible taux de turnover. L'histoire de l'entreprise, ancrée dans le service public, et le statut de fonctionnaire d'un grand nombre de ses salariés lui confèrent une culture étrangère aux licenciements. De plus, La Poste finance sur son propre budget la charge des allocations de chômage de ses anciens agents.

Enfin, les départs volontaires ont pour la plupart lieu au cours de la première année, la grande diversité des opportunités professionnelles incitant les collaborateurs à poursuivre leur carrière au sein du Groupe.

Taux de turnover de La Poste

(1) Un certificat de formation professionnelle qui est habituellement obtenu au lycée.

LES ACTEURS DE L'ACCOMPAGNEMENT RH

Afin d'améliorer la gestion de ses ressources humaines dans ses entités locales, le Groupe a mis en place un réseau de managers RH locaux et organise des formations RH obligatoires à destination des responsables directs.

Les sections ci-dessous fournissent la description de l'approche managériale (DMA), conformément aux exigences GRI4.

Professionnalisation des responsables RH de proximité

L'activité de la fonction RH de proximité recouvre deux grandes dimensions :
• la gestion RH de proximité orientée vers la mise en œuvre, auprès des managers opérationnels, de l'animation du dialogue social et de la conduite du changement au niveau local. Elle nécessite de solides compétences techniques ;
• la relation RH de proximité, davantage orientée vers les personnes, qui se traduit concrètement par la mise à disposition des collaborateurs d'interlocuteurs RH généralistes, capables d'aborder, en premier niveau, tous les aspects de la vie professionnelle, dans le respect de la confidentialité et de la liberté d'expression des personnes. Cette seconde dimension sollicite des compétences relevant davantage du savoir-être et s'appuie en particulier sur une posture proactive.
Près de 1 100 responsables RH de proximité ont été déployés dans tous les territoires et dans chacune des branches de La Poste. Plusieurs des filiales du Groupe ont également retenu ce principe. Chaque collaborateur et chaque manager bénéficient de leurs services.

Les missions des responsables RH de proximité sont communes, quel que soit leur rattachement.
On en compte quatre principales :
• informer et traiter les questions courantes relevant de la gestion administrative ;
• informer et conseiller en matière d'évolution professionnelle ;
• être un interlocuteur de confiance en cas de situation difficile de l'agent, professionnelle ou personnelle ;
• accompagner les managers dans la gestion et le développement professionnel des membres de l'équipe.
Pour ce faire, ils doivent rencontrer chaque manager de leur périmètre au moins deux fois par an, et chaque collaborateur au moins une fois tous les deux ans.

Treize journées nationales de formation à destination des RH de proximité ont été déployées de novembre 2013 à avril 2014 pour leur permettre de :
• acquérir une vision commune du rôle et activités RH de proximité ;
• partager des éléments de méthode ;
• bénéficier d'une sensibilisation à la détection des situations sensibles ;
• développer les échanges entre pairs.

Le rôle RH du manager

Afin d'apporter appui et soutien aux nouveaux managers, une formation obligatoire spécifique portant sur le rôle RH du manager a été mise en place en 2013. De novembre à avril 2014, les RH de proximité à travers toute la France ont reçu une journée de formation dédiée pour leur permettre :
• de savoir exercer son rôle dans l'accompagnement de ses collaborateurs, et en particulier dans l'accompagnement de leur évolution professionnelle ;
• d'accompagner son collectif dans les processus de changement ;
• de savoir créer les conditions individuelles et collectives de la qualité de vie au travail au sein de son équipe.

D'une durée de deux jours, cette formation est obligatoire et permet de brasser des managers de toutes les branches et de tous les niveaux hiérarchiques. Il est prévu de former 3 000 nouveaux managers chaque année. En complément du dispositif de formation des nouveaux managers et afin de les accompagner dans les premiers mois de leur prise de poste, La Poste désigne désormais un référent expérimenté pour chaque nouveau manager.

1 922
managers ont été formés à leur rôle RH par l'Institut du Management du Groupe en 2014.

POLITIQUE D'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE, DE FORMATION ET DE PROMOTION

Le pacte social, qui accompagne le projet stratégique du Groupe La Poste « La Poste 2020 : conquérir l'avenir », place l'évolution professionnelle et la formation au cœur des politiques de gestion des ressources humaines. Faire des collaborateurs les acteurs et les bénéficiaires de la transformation de La Poste, c'est donner à tous ceux qui le souhaitent la possibilité de construire leur projet professionnel avec le Groupe. Pilier de l'évolution professionnelle, la formation répond à un double enjeu : accompagner le développement des compétences nécessaires à l'évolution de l'entreprise et répondre aux attentes individuelles des collaboratrices et des collaborateurs en matière de parcours professionnel.

Évolution professionnelle G4-LA10

La Poste promeut une évolution professionnelle respectueuse des personnes et ouverte à la diversité des projets professionnels, ayant pour finalités :
• de répondre aux souhaits d'évolution professionnelle des collaborateurs et cela, dans toute la diversité de leurs projets, qu'il s'agisse de projets associés à une mobilité interne, géographique ou fonctionnelle, comme à une mobilité vers les fonctions publiques ou encore de création d'entreprise ;
• de fidéliser les collaborateurs de La Poste en leur offrant plus de perspectives d'évolution professionnelle et d'accompagner la modernisation de l'entreprise en permettant la mobilisation des compétences là, où et quand elles sont nécessaires ;
• de consolider la mise en place d'une gestion des ressources humaines par les compétences déjà engagée avec les avancées réalisées en matière de formation et de promotion.

En octobre 2014, La Poste a organisé pour la deuxième année consécutive une Semaine de l'évolution professionnelle, durant laquelle les collaborateurs ont pu découvrir l'ensemble des activités du Groupe et développer leur projet professionnel au travers de plus de 1 100 manifestations, conférences, rencontres et ateliers, sur tout le territoire et dans toutes les branches.

La Poste s'engage également à proposer un entretien de carrière avec un responsable RH spécialisé à chaque postier qui le souhaitera, lorsqu'il exerce le même poste ou la même fonction depuis au moins cinq ans.

La procédure de l'entretien de carrière a été modifiée. Son nouveau format sera mis en œuvre en 2015.

Mobilité interne

La Poste souhaite développer les opportunités d'évolution professionnelle au sein du Groupe.

À cette fin, en 2014, une nomenclature a été déployée qui regroupe l'ensemble des fonctions exercées dans l'entreprise en filières et familles professionnelles communes à l'ensemble des activités de La Poste. Ce référentiel commun, simple et lisible, facilite la construction d'un grand nombre et d'une grande variété de parcours professionnels à l'échelle de toute La Poste. Il va permettre de développer des travaux de gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences dans une perspective commune à l'ensemble des branches de l'entreprise.

En matière de mobilité interne, La Poste permet aux collaborateurs de l'entreprise d'être acteurs de leur projet professionnel en créant les conditions de leur prise d'initiative : règles de mobilité interne, bourse d'emplois accessible à tous sur intranet et Internet, développement d'un réseau de conseillers mobilité ou de conseillers en évolution professionnelle répartis dans les différentes branches de l'entreprise. En 2013, une étape nouvelle a été franchie lors de la signature de l'accord Qualité de vie au travail, avec l'extension de la bourse d'emplois de La Poste à l'ensemble de ses filiales françaises. En 2014, avec l'ouverture d'un site dédié à l'évolution professionnelle, accessible à tous depuis Internet et intranet, la capacité de chaque collaborateur à être acteur de son projet professionnel a été renforcée.

Enfin, La Poste a poursuivi le développement de parcours professionnels croisés entre ses branches et ses domaines professionnels. Ainsi, en 2014, 403 collaborateurs de la branche Services-Courrier-Colis ont bénéficié d'un dispositif passerelle de développement des compétences, alternant périodes en bureau de poste et périodes en établissement de formation, qui les a conduits à exercer le métier de guichetier au sein du réseau des bureaux de poste.

Mobilité externe

Mobilité vers les fonctions publiques
Pour apporter une réponse aux demandes exprimées par les collaborateurs de mobilité vers l'une des trois fonctions publiques (d'État, territoriale et hospitalière), La Poste déploie un dispositif juridique de détachement puis d'intégration des personnels fonctionnaires.

Ce dispositif dérogatoire commun aux trois fonctions publiques a été institué par la loi n° 2007-148 du 2 février 2007, puis prorogé par la loi n° 2012-347 jusqu'au 31 décembre 2016.

Dans ce contexte, La Poste et le Centre national de la fonction publique territoriale (CNFPT) ont établi un partenariat de formation permettant aux collaborateurs désireux d'une mobilité vers la fonction publique territoriale de bénéficier d'un parcours de formation spécifique au sein du CNFPT ou encore de s'inscrire à titre individuel aux formations et préparations aux concours disponibles au catalogue du CNFPT.

En 2014, La Poste a accompagné 172 mobilités de collaborateurs vers les fonctions publiques, dont 97,9 % se déclarent satisfaits ou très satisfaits de leur évolution professionnelle.

Création d'entreprise
La Poste conduit une politique active d'accompagnement des projets d'entrepreneuriat exprimés par ses collaborateurs, organisée autour de cinq principes : initiative et volontariat du collaborateur entrepreneur, égalité de traitement, accessibilité à l'information et transparence, confidentialité de la démarche, accompagnement individualisé.

La création ou la reprise d'une activité économique fait ainsi l'objet de mesures spécifiques d'accompagnement : un numéro vert d'information, l'accompagnement par des conseillers spécialisés, l'accès à des formations et des aménagements du temps de travail, une aide financière, un suivi postcréation et un droit au retour organisé.

En 2014, 132 collaborateurs porteurs d'un projet de création ou de reprise d'activité ont fait aboutir leur projet.

172
collaborateurs ont évolué vers les fonctions publiques en 2014.

132
collaborateurs ont pu créer ou racheter leur entreprise en 2014.

La formation

Les enjeux de la formation

Dans un contexte de mutations économiques et sociales, le plan stratégique de La Poste porte des ambitions fortes en matière de développement d'activités, de qualité de service aux clients et de qualité de vie au travail.

La formation est donc plus que jamais perçue comme un investissement pour l'avenir, de performance économique et d'enjeu social. La capacité à identifier les compétences nécessaires pour anticiper le développement et répondre aux exigences du marché et des clients constitue un facteur clé de compétitivité.

Au-delà de la dimension économique, la formation doit également répondre aux attentes exprimées par les collaborateurs quant à leur besoin de reconnaissance individuelle et de développement professionnel.

Cette politique s'est traduite en 2014 par un taux d'accès important à la formation : pour la deuxième année consécutive, huit collaborateurs sur dix ont bénéficié d'au moins une formation. Cela doit permettre à chacun d'acquérir et maintenir les compétences nécessaires à l'accomplissement de sa mission et de son projet professionnel.

Le projet formation 2014 du Groupe La Poste s'inscrit donc dans une politique dynamique en matière de développement des compétences des collaborateurs. Une priorité particulière a été accordée aux objectifs suivants :
• accompagner les évolutions professionnelles et les projets professionnels individuels ;
• faciliter l'accès à la formation pour chacun des collaborateurs ;
• développer les parcours internes en lien avec les besoins en compétences de l'entreprise ;
• accompagner le développement des compétences managériales et professionnaliser les acteurs de la filière RH ;
• contribuer activement à l'insertion des jeunes dans l'emploi à travers la voie de l'alternance et des emplois d'avenir ;
• contribuer au développement des savoirs fondamentaux et favoriser le développement des compétences, notamment des premiers niveaux de qualifications.

Formation à La Poste G4-LA9

	2012	2013	2014
Dépenses de formation en pourcentage de la masse salariale	3,6 %	3,6 %	3,5 %
Nombre de collaborateurs ayant reçu au moins une formation		163 822	156 936
Nombre de journées de formation dispensées	590 000	731 543	666 231

8 postiers sur **10** ont bénéficié d'une formation.

Pour la plupart, les initiatives de formation ont pour objectif d'entretenir ou de développer les compétences du poste occupé. D'autres ont pour vocation d'accompagner un salarié dans une démarche individuelle de développement de carrière, comme la recherche d'un emploi dans une autre société ou la réorientation professionnelle.

Le pacte social s'articule autour de quatre grandes initiatives de formation :
• un grand programme de formation numérique pour tous les postiers. Ce programme de formation au numérique sera construit pour tous les postiers de la maison mère, en fonction de l'usage numérique nécessaire à la tenue de leur poste et en fonction des impacts anticipés de la transformation numérique sur leur métier ;
• la formation individuelle pour accompagner les salariés dans leurs projets professionnels ;
• 50 000 parcours qualifiants seront proposées sur cinq années, dont 10 000 en 2015, notamment au sein de l'école de La Banque Postale, qui devra recruter 1 000 conseillers de clientèle professionnelle à l'horizon 2020 ;
• Un programme de développement managérial, à destination de l'ensemble des managers du Groupe. Lancé par l'Institut du Management, Il permet de donner à chaque manager les moyens de porter les actions garantes de la réussite du plan stratégique du Groupe.

La politique de promotion

Trois dispositifs de promotion

En cohérence avec une gestion des ressources humaines centrée sur le développement des compétences, La Poste met en œuvre trois dispositifs de promotion :
• la reconnaissance des acquis professionnels pour progresser d'un niveau de classification ;
• la reconnaissance du potentiel professionnel pour progresser de plusieurs niveaux de classification ;
• la reconnaissance de l'expérience professionnelle pour progresser d'un niveau de classification sur la base du mérite et de l'ancienneté.

En 2014, 11 985 collaborateurs ont bénéficié d'un de ces trois dispositifs de promotion. Cela représente un taux de promotion de 5,6 %. Sur les trois dernières années, ce sont 40 323 collaborateurs qui ont bénéficié d'une promotion.

La promotion diplômante

S'inscrivant dans la tradition de promotion sociale portée par La Poste, le dispositif de promotion diplômante offre à des collaborateurs qui n'ont pas pu poursuivre des études universitaires alors qu'ils en avaient le potentiel la possibilité d'être promus sur un poste de manager opérationnel de niveau cadre grâce à un dispositif de formation en alternance.

Cette formation repose sur un cursus en alternance de dix-huit mois qui comprend des cours dans une école de management en vue d'obtenir un diplôme de niveau bac + 5 et des stages d'apprentissage du métier de manager opérationnel de niveau cadre, en présence d'un tuteur.

DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES

La Poste mène une politique active de promotion de l'égalité des chances et de la diversité depuis plusieurs années. Cet engagement est réaffirmé au plus haut niveau de l'entreprise.

La Direction diversité-égalité des chances (DDEC) pilote la politique diversité de La Poste en matière RH.

La DDEC anime un Comité inter-branches ainsi qu'un réseau de référents diversité dans les structures territoriales pour déployer des actions en matière de diversité et d'égalité des chances sur l'ensemble du Groupe.

La lutte contre la discrimination

Non-discrimination à l'embauche

La Poste est convaincue que la qualité des opérations de recrutement, ouvertes à la diversité de la société et respectueuses de l'égalité des chances, concourt au développement responsable de l'entreprise. La Poste est signataire de la Charte de l'apprentissage (2005), de la Charte de la diversité (2006), de l'Engagement national pour l'emploi des jeunes dans les quartiers (2008), de la Charte entreprises et quartiers (2013).

La Poste donne, dès l'étape du recrutement, toutes ses chances à chaque candidat, en le sélectionnant sur ses seules compétences, qualifications, expériences et motivations. Elle met en œuvre une politique de recrutement ouverte à la diversité et porteuse des engagements du Groupe en la matière.

La Poste favorise la diversité dans ses recrutements en utilisant plusieurs moyens (recrutement en ZUS, contrats de professionnalisation, contrats d'apprentissage, méthode de recrutement par simulation).

La promotion de toutes les diversités dans l'entreprise

Le Code de déontologie du Groupe La Poste ainsi que le règlement intérieur de l'entreprise résument les engagements du Groupe en matière de lutte contre les discriminations. Par ailleurs, La Poste est signataire de la Charte de la diversité depuis 2006.

Fort de la variété de ses métiers et des compétences de ses collaborateurs, le Groupe encourage la diversité au sein de ses branches qui, par leurs activités, reflètent la diversité de la société dans laquelle il évolue.

Pour l'ensemble de ses activités, La Poste est détentrice du Label Diversité (obtention en 2009), qui lui a été attribué pour la seconde fois en 2013 pour une durée de quatre années. Ce label récompense l'ensemble des engagements et des bonnes pratiques de l'entreprise en faveur de l'égalité des chances et contre les discriminations.

La Poste poursuit ainsi ses actions de sensibilisation à la diversité auprès de ses managers, de la filière RH et de l'ensemble de ses collaborateurs. En 2014, plus de la moitié des collaborateurs cadres supérieurs nouvellement nommés ont été formés et sensibilisés aux concepts de diversité et d'égalité des chances.

Nombre total d'incidents de discrimination et mesures prises G4-HR3

NOMBRE DE PLAINTES DÉPOSÉES AUPRÈS DU MÉDIATEUR NATIONAL DÉFENSEUR DES DROITS CONCERNANT :

- le handicap (3)
- la santé (1)
- les syndicats (1)
- l'origine ethnique (1)

LA MÉDIATRICE DE LA VIE AU TRAVAIL A TRAITÉ :

- 285 cas en 2014
- 18 avaient trait au handicap
- aucun ne portait sur une autre dimension de la diversité

Favoriser l'emploi et l'insertion des travailleurs en situation de handicap ou d'inaptitude

Acteur socialement responsable, Le Groupe La Poste a mis en œuvre une politique volontariste en faveur de l'emploi et du développement professionnel des personnes en situation de handicap ou d'inaptitude. La politique handicap s'appuie sur le dialogue social et la signature d'accords d'entreprise conclus pour des périodes de trois ans. Ainsi, en mars 2012, La Poste a signé son cinquième accord en faveur de l'emploi des collaborateurs en situation de handicap.

Cet accord a permis de donner une nouvelle ampleur à la politique en faveur des collaborateurs en situation de handicap. Il traite du recrutement, de l'insertion et du maintien dans l'emploi, de la formation des personnes en situation de handicap, du soutien au secteur protégé et adapté, ainsi que des actions de sensibilisation.

Son application se traduit par un engagement de recrutement d'au moins 480 personnes en situation de handicap sur la période. À fin 2014, ces objectifs avaient été dépassés, avec 643 recrutements en CDI, en alternance et en CDD, d'une durée de six mois et plus. Le sixième accord sur l'emploi des personnes handicapées fera l'objet d'une négociation avec les représentants des syndicats au cours du premier semestre 2015.

Par ailleurs, des actions sont mises en œuvre pour le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, et plus de 2000 collaborateurs ont bénéficié d'au moins une action d'aménagement de poste entre 2012 et 2014, d'une participation au financement de prothèses auditives ou d'orthèses, d'une aide au transport adapté, d'un accès facilité aux formations ou bien encore d'une assistance dans leur vie professionnelle.

Au cours des trois dernières années, les dépenses liées à l'intégration des personnes handicapées ont été supérieures à 34 millions d'euros.

L'accord ouvre également droit à deux autorisations spéciales d'absence rémunérées liées aux démarches associées, d'une part, à la vie avec la situation de handicap et, d'autre part, à la démarche de reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé.

Les autres engagements pris dans l'accord Handicap incluent notamment l'amélioration de la qualité de vie au travail, la garantie d'un accès facilité à l'évolution et à la formation professionnelle, et le développement d'une politique de partenariats avec les différentes structures spécialisées dans la formation et l'accompagnement des travailleurs en situation de handicap.

Pour déployer l'ensemble de ces actions, La Poste s'appuie sur un réseau de médecins du travail, d'assistantes sociales et de référents handicap professionnalisés sur le sujet. Autant d'acteurs qui ont été formés aux engagements pris en faveur des personnes en situation de handicap. En outre, un module e-learning sur les différentes formes de handicap a été diffusé afin de sensibiliser et de former d'autres collaborateurs.

Des travaux importants ont été réalisés avec la Direction de la communication Groupe et les branches pour la mise en accessibilité des supports de communication, tels les journaux de proximité *Jourpost,* de même que dans les Directions des systèmes d'information pour la mise en accessibilité des applications utilisées par les collaborateurs.

Chaque année, lors de la troisième semaine de novembre, le Groupe organise des événements au sein de ses entités afin de promouvoir ses initiatives en faveur de l'emploi des personnes handicapées. Ainsi, en 2014, Le Groupe La Poste a renouvelé son partenariat avec l'Adapt. À cette occasion, le Groupe a fait évoluer la signature de sa politique en faveur des personnes handicapées, « Tous différents, tous performants ». De nombreuses animations ont été organisées afin de sensibiliser l'ensemble des équipes au handicap et de renforcer la collaboration de l'entreprise avec des centres pour l'emploi des personnes handicapées. Au cours des trois années du cinquième accord, le siège social du Groupe a organisé trois éditions du trophée Handifférences destiné à promouvoir les bonnes pratiques capables de faciliter les conditions de travail et la vie des personnes handicapées dans l'entreprise. Le PDG du Groupe La Poste a récompensé sept bonnes pratiques en juin 2014.

En trois ans, entre 2012 et 2014, La Poste est allée au-delà de ses engagements visant à accroître ses achats auprès du secteur adapté et protégé en achetant pour un montant total supérieur à 30 millions d'euros.

Cette politique volontariste a permis à l'entreprise d'atteindre un taux de bénéficiaires de l'obligation d'emploi de 4,11 % en 2014. Ce taux était de moins de 2% en 2011. L'entreprise compte désormais plus de 8000 collaborateurs ayant une reconnaissance du handicap.

- **95 % de l'ensemble des sites de Mediapost ont dépassé l'obligation légale d'employer des travailleurs handicapés dans une proportion de 6 % de leurs effectifs.**
- **Au sein de La Banque Postale, 3,07 % des collaborateurs étaient des personnes handicapées en 2014.**

L'égalité entre les femmes et les hommes

La signature d'accords sur l'égalité professionnelle et la mixité

L'égalité femmes-hommes est au cœur des engagements sociaux pris par La Poste et est encadrée depuis 2005 par des accords sociaux.

Ils abordent l'ensemble des thématiques : favoriser la mixité des recrutements et de l'emploi, garantir une évolution professionnelle équivalente entre les femmes et les hommes garantir des niveaux de rémunération et des évolutions de carrière équivalents, garantir l'égal accès à la formation, sensibiliser et communiquer auprès des salariés et développer la bonne articulation vie professionnelle-vie personnelle.

Sur les trois années, l'écart salarial est très faible entre les femmes et les hommes, et se réduit. Il est de 3,19 % d'écart en défaveur des postières fonctionnaires et de 1,03 % d'écart en défaveur des postières salariées en 2014.

Fin 2014, des négociations ont été ouvertes avec les partenaires sociaux pour la signature d'un troisième accord triennal sur ces sujets signé en juillet 2015.

En 2014, l'effectif de La Poste était féminin à 51,8 %. 25106 femmes occupait des postes d'encadrants et managers, soit 47.2% des encadrants et managers. Ces proportions se sont considérablement renforcées au cours des dernières années. Les femmes sont désormais bien représentées dans les effectifs de l'entreprise. Néanmoins, afin de briser le plafond de verre qui empêche de nombreux talents féminins de s'épanouir pleinement, La Poste s'est engagée à favoriser l'égalité des chances entre les hommes et les femmes à toutes les étapes de leurs carrières et s'attache à recruter davantage de femmes aux plus hauts niveaux de l'entreprise.

Ainsi, les femmes représentaient 31,5 % des cadres dirigeants de l'entreprise en 2014 (contre 26,7 % en 2012), tandis que la composition du Comité exécutif était féminine à 20 %. En 2014, 47,5 % de l'ensemble des personnes recrutées en CDI au sein de La Poste étaient des femmes. Quant aux promotions, elles ont été accordées dans une proportion de 52 % à des collaboratrices. La diversité femmes-hommes est valorisée à tous les niveaux de l'entreprise et dans chacune de ses directions.

- **Au sein de Mediapost, les femmes représentent 39,7 % de l'effectif total. Entre 2011 et 2014, la part des femmes cadres dans la filiale est passée de 38 % à 43,7 %.**
- **La Banque Postale emploie 48,4 % de femmes. En 2014, 45,7 % de ses cadres étaient des femmes.**

52 %
des promotions ont été obtenues par des femmes en 2014.

Écart de rémunération entre les femmes et les hommes [1]

	La Poste		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS
	2013	2014	2014
Fonctionnaires	– 3,1 %	– 3,1 %	
Salariés	– 1,2 %	– 0,9 %	– 2,6 %

(1) Tous les employés fonctionnaires sont inclus au sein de La Poste.

– 0,9 %
Écart de rémunération des femmes par rapport aux hommes, par catégorie professionnelle à La Poste en France.
G4-LA13

La prise en compte de la parentalité

La Poste a intégré comme un de ses engagements principaux la mise en avant de la parentalité dans la vie professionnelle, à travers une forte sensibilisation des collaborateurs. L'objectif est de leur offrir des outils pour une meilleure appréhension et un meilleur équilibre des temps de vie. En signant la Charte de la parentalité, dont l'objectif est d'offrir aux parents un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée, La Poste a confirmé son engagement en faveur
du bien-être de l'ensemble de ses collaborateurs.

Une étude sur le congé parental d'éducation des pères postiers a été réalisée en 2013 afin de comprendre les éléments motivant les pères à prendre un congé parental d'éducation et d'analyser les freins éventuels à la prise de ce congé. Les parents de jeunes enfants bénéficient d'autorisations spéciales d'absence rémunérées.
Par ailleurs, des prestations supplémentaires de garde d'urgence, de soutien scolaire et d'aide à la garde à domicile sont actuellement expérimentées. La Poste a également mis en place des dispositions spéciales pour les parents d'enfants handicapés : horaires adaptés, aménagement de vacation ou encore autorisations d'absences rémunérées.

G4-LA3

Tous les salariés qui choisissent de prendre un congé parental pour une durée inférieure à six mois ont l'assurance de retrouver leur poste à leur retour.
Les salariés qui demandent un congé parental pour une durée supérieure à six mois retrouveront un poste équivalant à celui qu'ils occupaient avant leur départ, dans la même zone géographique.

Les femmes enceintes bénéficient d'aménagements, comme la réduction du temps de travail d'une heure par jour dès le troisième mois de grossesse et d'une heure et demie à partir du sixième mois.

Les salariés reçoivent 100 % de leur salaire pendant leur congé de maternité ou de paternité.

1840
salariés concernés ont pris un congé de paternité.

La gestion des âges et la question de l'intergénérationnel

La Poste a mis en place un plan d'action de gestion des âges afin de favoriser l'intégration, l'employabilité et le développement des compétences des jeunes et des seniors. Des négociations avec les organisations syndicales ont abouti à la signature d'un accord (le 22 janvier 2014) sur le contrat de génération et cela, pour répondre à trois enjeux : l'insertion durable dans l'emploi des jeunes, le maintien dans l'emploi et le recrutement des seniors, ainsi que la transmission des savoirs et des compétences.

Les engagements pris par La Poste dans cet accord impliquent des évolutions managériales qui nécessitent une attention accrue aux échanges entre générations et à l'équité intergénérationnelle.

Pour La Poste, lutter contre les stéréotypes nécessite de réaffirmer l'un des rôles des managers qui est de maintenir la cohésion des équipes et de développer la transmission et le partage des connaissances.
C'est pourquoi La Poste s'est engagée en novembre 2014 avec Valeurs et développement et IMS-Entreprendre pour la cité, avec la participation d'autres grandes entreprises, pour initier un programme de recherche sur les stéréotypes et les générations. Ce programme permettra d'élaborer un outil général d'optimisation des politiques de gestion des âges et réaliser un benchmark interentreprises.

- **Le pourcentage des salariés de plus de 55 ans a progressé, passant de 21,59 % en 2012 à 25,5 % en 2014.**
- **4 201 contrats d'apprentissage et de professionnalisation ont été conclus en 2014.**

SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL – QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Santé et sécurité au travail – La Poste G4-LA6

Taux de fréquence des accidents du travail – La Poste

Le taux de fréquence des accidents du travail, soit le nombre d'accidents du travail (hors trajet domicile-travail) par million d'heures travaillées, a continué de diminuer fortement.

Taux de gravité des accidents – La Poste

Le taux de gravité des accidents, soit le nombre de jours d'arrêt de travail par millier d'heures travaillées divisé par le nombre d'heures travaillées, a connu la même évolution.
Les accidents du travail les plus nombreux sont les chutes, les accidents de manutention, les heurts et chocs et les accidents de la circulation. Les taux de fréquence et de gravité des accidents étaient plus élevés chez les femmes en 2014 : ils s'élevaient respectivement à 25,91 et 1,44.
L'année 2014 a été marquée par plusieurs accidents mortels : cinq sur le lieu de travail et deux sur le trajet domicile-travail.

Taux d'absentéisme pour maladie – La Poste

Le taux d'absentéisme a continué de croître au sein de La Poste en 2014. Les congés maladie de longue durée (supérieurs à 30 jours) ont représenté les trois quarts des jours d'absence pour maladie en 2014. Leur durée a oscillé entre 31 et 90 jours dans 16,7 % des cas.

Prévention des risques professionnels et des accidents de travail

La Poste a poursuivi son action en matière de prévention des accidents de travail, des risques psychosociaux et de la pénibilité physique. L'ensemble des actions menées par l'entreprise en 2014 pour prévenir les accidents du travail a fait l'objet d'une synthèse et de réflexions en Commission nationale Santé et sécurité au travail le 30 octobre et le 17 décembre 2014.

Prévention des accidents de travail et des troubles musculo-squelettiques

La Poste agit à plusieurs niveaux :

• le déploiement de nouveaux équipements de travail permettant de réduire les risques. Concernant le risque routier, la suppression progressive des deux-roues moteurs se poursuit, notamment grâce à la mise en place d'un nouveau véhicule trois-roues moteur, le Staby. Certaines directions ont rendu obligatoire le port du casque à vélo, et une étude est lancée en vue d'une prise de décision nationale sur ce sujet courant 2015 ;

• une nouvelle formation destinée aux managers de la branche Services-Courrier-Colisa été lancée sur la prévention des risques liés à la manutention manuelle et aux postures pénibles ;

• un nouveau dispositif d'habilitation à la conduite a été lancé. Il comprend une visite médicale, une prise en main du véhicule, réalisée dès la prise de poste par un préventeur ou une personne désignée, habilitée et formée, des entretiens de suivi par l'encadrement, une formation adaptée selon les recommandations de la CNAMTS, en fonction de l'activité du conducteur, et un accompagnement de perfectionnement le cas échéant. Ce dispositif concerne aussi bien les postiers permanents que les personnes recrutées en CDD, contrat de professionnalisation ou d'apprentissage.

Formation en matière de sécurité routière et de manutention – La Poste

Prévention des risques psychosociaux

Plusieurs mesures ont été mises en place afin de réduire les risques psychosociaux lié à la transformation de l'entreprise. Elles prévoient notamment un délai minimum de deux ans entre les restructurations au sein d'une même entité, ainsi qu'une procédure d'accompagnement du changement pendant la phase de restructuration qui englobe des négociations approfondies avec les partenaires sociaux et la consultation de chaque salarié.

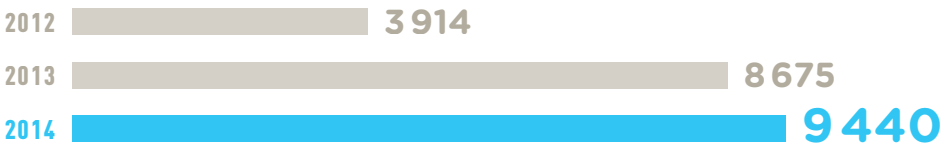
En complément des formations déployées sur les fondamentaux du management, un dispositif de formation se déploie pour améliorer l'évaluation et la prévention des risques psychosociaux en établissement.

Un nouveau dispositif de prévention et de traitement des situations en lien avec le harcèlement moral et le harcèlement sexuel a été lancé à l'automne 2014 après concertation avec les représentants du personnel et la formation des intervenants sur ce sujet.

Le dispositif d'écoute et d'accompagnement psychologique par téléphone est déployé sur tout le territoire avec un numéro pour tous les collaborateurs et un numéro spécifique pour les managers et les acteurs RH.

Plus de 1 000 collaborateurs réalisent leur activité en télétravail dans le cadre de l'accord de juin 2013, ce qui a permis d'améliorer la conciliation de leur vie professionnelle et de leur vie personnelle.

Formation sur la prévention et la gestion des incivilités et des agressions – La Poste



Le nombre des postiers bénéficiant de cette formation augmente d'année en année.

Accompagner les fournisseurs et les sous-traitants dans la prévention des risques professionnels

Pour plus d'informations, consultez la section page 105 intitulée « Achats responsables et relations durables avec les fournisseurs »

Suivi médical

La mesure immédiate définie dans le cadre de l'accord Qualité de vie au travail du 22 janvier 2013 pour renforcer la surveillance en santé au travail des collaborateurs a été reconduite en 2014, de façon à ce que tout collaborateur soit convoqué en visite médicale tous les deux ans. L'animation des équipes médicales a été renforcée.

Fin 2014, La Poste comptait 160 médecins du travail (152 en 2011), 150 infirmiers en santé au travail (105 en 2011), 109 collaborateurs chargés du secrétariat médical (93 en 2011). Plus de 92 % des collaborateurs avaient bénéficié d'une visite médicale depuis moins de deux ans à la fin de l'année 2014.

Plus de
92 %
des salariés ont bénéficié d'un examen médical au cours des deux dernières années.

Le fonctionnement des instances

Les Commissions nationales Santé et sécurité au travail, dont les missions avaient été redéfinies dans le cadre de l'accord Qualité de vie au travail, se sont réunies régulièrement toute l'année. La qualité des rapports et études transmis aux Commissions a été enrichie. Ces Commissions ont notamment traité de nouveaux dispositifs de prévention, tels que le nouveau dispositif de prévention et de traitement des situations en lien avec le harcèlement moral et le harcèlement sexuel, le dispositif d'habilitation à la conduite, la prévention des incivilités, notamment au Réseau, les nouvelles modalités d'organisation de la distribution du courrier.

Une concertation a également été réalisée de façon à préparer le renouvellement des CHSCT suite aux élections professionnelles de 2014.

Les filiales françaises doivent appliquer le droit du travail français, tandis que les filiales étrangères, implantées principalement en Europe de l'Ouest et dans l'Union européenne, doivent se conformer à la législation de leur pays.

Initiatives en faveur de la qualité de vie au travail

La prise en compte de la qualité de vie au travail (QVT) à La Poste

L'attention à la qualité de vie au travail traduit le fait que le bien-être des salariés est dépendant de l'organisation de l'entreprise, de son mode de fonctionnement, de son management et de dimensions telles que la reconnaissance, la confiance, la responsabilisation. Cette notion est aujourd'hui au cœur des attentions de La Poste, affirmée dans les accords QVT (janvier 2013) et « Un avenir pour chaque postier » (février 2015).

Elle constitue une exigence permanente, dans chaque projet, dans chaque mode d'organisation, afin de garantir :
- la qualité du travail (l'organisation, le contenu, le sens ainsi que les conditions de travail) ;
- la qualité au sein du collectif et le management (les relations professionnelles : managers, collègues, clients) ;
- la qualité de l'accompagnement personnel (dont le développement et l'évolution professionnels, la conduite du changement et les actions favorisant la conciliation vie privée-vie professionnelle) ;
- cette notion concrète a trait aussi bien aux conditions pratiques d'exercice du travail, comme l'organisation des pauses, ou la possibilité d'être remplacé pour participer à une formation par exemple, qu'aux parcours professionnels et aux perspectives d'évolution proposés par l'entreprise.

Parmi les actions et mesures attestant de l'engagement de La Poste en matière de QVT :
- l'accès à la formation, considérablement renforcé depuis 2013 ;
- la mise en place d'un dispositif d'écoute et de soutien psychologique, accessible 24 h/24 à tout collaborateur rencontrant une difficulté, que ce soit dans sa vie personnelle ou au travail ;
- le développement du télétravail : fin 2014, plus de 1 000 collaborateurs télétravaillaient, avec un gain observé en temps de trajet de deux heures en moyenne, par jour télétravaillé ;
- la relation RH de proximité avec près de 1 100 responsables RH facilement accessibles pour les collaborateurs et en mesure de traiter leurs demandes RH ;
- le dispositif de temps partiel aménagé senior.

Sur l'ensemble de ces sujets relevant de la QVT, l'accord « Un avenir pour chaque postier », signé en février 2015, prévoit des avancées supplémentaires, telles les possibilités renforcées d'évolutions professionnelles, le développement des formations, le maintien dans l'emploi des personnes en situation de restriction d'aptitude…

En outre, une vingtaine d'idées pour améliorer la qualité de vie au travail, sélectionnées à la suite d'une enquête menée fin 2013, ont été mises à l'essai en 2014. Grâce à cette initiative, d'autres mesures en faveur de la qualité de vie au travail pourront être mises en œuvre.

POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION GÉNÉRALE

Politique salariale

Pour le personnel sous statut de fonctionnaire, les mesures propres à la fonction publique (valeur du point) sont appliquées.

S'agissant du personnel salarié, la politique de rémunération est définie par la convention d'entreprise et par la négociation salariale annuelle. Elle doit essentiellement s'adapter au caractère spécifique de La Poste, qui est une entreprise de main-d'œuvre, dont l'activité s'exerce de façon individuelle ou au sein de petites entités. Cela rend la qualité du service dépendante de l'attitude de chaque salarié. En ce sens, La Poste recherche la fidélisation de ses opérateurs et agents de production, tout en conservant une nécessaire compétitivité de ses coûts de personnel. La politique de rémunération comporte principalement une évolution annuelle négociée, ainsi qu'une certaine progression à l'ancienneté reconnaissant l'évolution des compétences dans une fonction. Elle est complétée par des dispositifs de promotion valorisant les parcours et les évolutions professionnelles. Un dispositif de complément pour charges de famille permet de prendre en considération les charges spécifiques des salariés dans l'évolution de leur vie personnelle.

En ce qui concerne les cadres, la politique de rémunération comporte à la fois des évolutions individuelles de la rémunération fixe en fonction de la contribution et du potentiel, et un dispositif de part variable sur objectifs annuels, quantitatifs et qualitatifs. Les personnels de la force de vente (plus de 10 000 personnes) bénéficient d'un dispositif de rémunération variable adapté à la politique d'action commerciale, notamment dans le domaine bancaire.

Ratio du salaire moyen par rapport au salaire du Président

	2013	2014
Salaire annuel brut moyen au sein de La Poste SA	28 603 €	28 911 €
Ratio	**15,73**	**15,56**

2013 et 2014 ont été marquées par le gel des salaires des dirigeants, tandis que les salaires d'entrée continuent de progresser.

Intéressement et intégration de critères de développement responsable

Le dispositif d'intéressement en vigueur à La Poste depuis 2007 se base sur un résultat économique complété par des résultats de qualité de service et de développement responsable. Un nouvel accord d'intéressement a été signé en 2012 : l'intéressement intègre désormais des critères du développement durable et est calculé sur le résultat après impôt des sociétés intégrées, retraité des éléments convenus dans l'accord. La distribution est uniforme pour tous les collaborateurs, quel que soit le niveau de rémunération ou la branche à laquelle ils appartiennent.

En 2013, un avenant à l'accord d'intéressement a été signé. Il prévoit l'intégration d'un critère d'émission de CO_2 parmi les indicateurs servant à la définition du montant distribué.

L'intéressement permet de valoriser les efforts accomplis et de développer l'association des personnels à la bonne marche et au résultat de l'entreprise. Au titre de l'exercice 2014, il s'est élevé à 84,2 millions d'euros.

Il existe des accords d'intéressement dans la plupart des filiales.

Plan d'Épargne Groupe (PEG) et Plan d'Épargne Retraite Collectif (PERCO)

La Poste et cinq organisations syndicales (FO, CFDT, CFTC, CGC et Unsa) ont signé en décembre 2006 deux accords sociaux instituant respectivement le Plan d'Épargne Groupe (PEG) et le Plan d'Épargne Retraite Collectif (PERCO).

Ces plans d'épargne collectifs sont proposés à l'ensemble des collaborateurs, salariés et fonctionnaires du Groupe La Poste dès trois mois d'ancienneté. En effet, les filiales peuvent y adhérer lorsqu'elles remplissent les conditions d'adhésion fixées par l'accord : filiale et/ou participations de La Poste pour au moins 50 % et dont les comptes sont consolidés au niveau du Groupe. À ce jour, neuf filiales ont choisi d'adhérer aux dispositifs d'épargne salariale du Groupe, notamment Mediapost, Poste Immo et Chronopost parmi les plus importantes.

Plus de
74 650
collaborateurs du Groupe ont participé à l'un des deux plans d'épargne au 31 décembre 2014. Ce chiffre représente une augmentation de 3 % par rapport à l'année précédente.

59 214
collaborateurs de La Poste ont participé au Plan d'Épargne Groupe (PEG) et 24 019 au Plan d'Épargne Retraite Collectif (PERCO), soit un montant total de 534 millions d'euros, au 31 décembre 2014.

Pour plus d'informations, consultez la page 258 du document de référence 2014 du Groupe La Poste.

L'intéressement

Pour plus d'informations, consultez la section 17.7.4, page 259 du document de référence 2014.

POLITIQUE SOCIALE

Le statut du personnel

Constituée à la fois d'agents fonctionnaires et de salariés de droit privé, La Poste s'emploie à appliquer à ces deux populations des règles RH soit communes soit comparables. Cette politique est indispensable dans la mesure où chaque établissement de l'entreprise est constitué à la fois de fonctionnaires et de salariés sur les mêmes postes de travail.

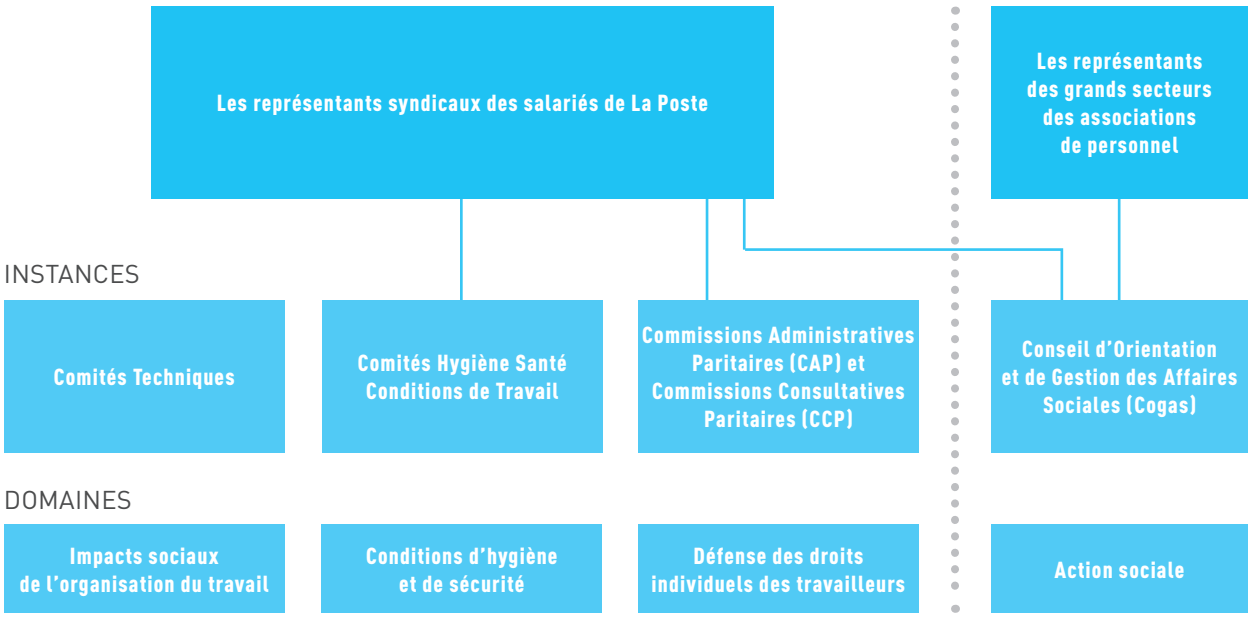
Les droits et les obligations des agents fonctionnaires de La Poste sont énoncés dans les statuts de La Poste, tandis que ceux des agents contractuels de droit privé sont définis dans leur contrat de travail et leur convention collective.

L'emploi des agents contractuels des filiales françaises est soumis au régime de la convention collective applicable au secteur dans lequel la filiale réalise la plus grande partie de son chiffre d'affaires.

Pour plus d'informations sur les statuts qui régissent l'emploi des fonctionnaires, consultez la section 17.9.1. du document de référence 2014.

Dialogue social et représentation du personnel

Les institutions représentatives du personnel



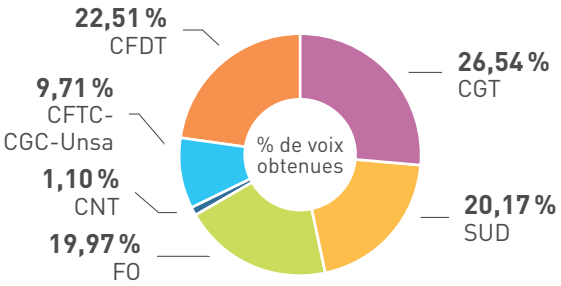
Les filiales françaises de La Poste respectent le droit français relatif à la représentation du personnel et les relations avec les partenaires sociaux.

Au niveau européen, le comité d'entreprise européen (CEE) de GeoPost regroupe les filiales de GeoPost présentes dans les pays suivants : France, Allemagne, Angleterre, Irlande, Espagne, Pologne, Portugal, République tchèque, Pays-Bas, Estonie, Lettonie et Lituanie. Le CEE compte au total une quinzaine de membres : des représentants du personnel élus (dont le nombre varie en fonction de l'effectif de salariés du pays), des représentants de l'entreprise, ainsi que le président et le DRH de GeoPost. Le CEE se réunit au moins une fois par an.

Les élections professionnelles

Les élections professionnelles se sont tenues du 1er au 4 décembre 2014, pour la première fois exclusivement par vote électronique.
Lors de ce scrutin, les collaborateurs ont élu leurs représentants aux Comités techniques (CT), Commissions Administratives Paritaires (CAP) ou Commissions Consultatives Paritaires (CCP).
Les représentants du personnel élus qui forment le Comité technique nomment les représentants du personnel des comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).

Les représentants du personnel aux CT sont directement élus pour quatre ans, par l'ensemble des personnels de La Poste, sans distinction de leur statut, et la représentativité des syndicats est directement issue des résultats de ces élections aux CT au niveau concerné.
Les nouveaux mandats ont débuté le 1er février 2015, pour une durée de quatre ans.



COMITÉ TECHNIQUE NATIONAL
(1er AU 4 DÉCEMBRE 2014)

Résultats des élections des représentants du personnel au Comité technique national.
Taux de participation : 76,38 %.
Représentants élus : 4 CGT, 3 CFDT, 3 SUD, 3 FO, 2 CFTC-CGC-Unsa.

Au moins
91 %
des personnels du Groupe sont représentés dans les comités d'hygiène, de sécurité et de conditions de travail (CHSCT).

G4-LA5

Les accords nationaux signés en 2014

Huit accords et avenants ont été signés en 2014 par La Poste et les organisations syndicales représentatives, dont un accord unanime sur la politique du logement social à La Poste en avril :
- avenant de révision de l'accord sur les métiers de conseil bancaire à La Poste (CGT, FO, CFDT, CFTC, CGC-Unsa) le 14 janvier 2014 ;
- accord collectif relatif au contrat de générations à La Poste (FO, CFDT, CFTC, CGC-Unsa) le 22 janvier 2014 ;
- accord relatif à la situation des agents exerçant à Mayotte (SUD, FO, CFDT, CFTC, CGC-Unsa) le 21 février 2014 ;
- accord unanime sur la politique du logement social à La Poste (CGT, SUD, FO, CFDT, CFTC, CGC-Unsa) le 7 avril 2014 ;

• avenant n° 8 à l'accord du 19 mai 2006 instituant deux régimes de garanties collectives obligatoires au profit des salariés de droit privé de La Poste régis par la convention commune (SUD, FO, CFDT, CFTC, CGC-Unsa) le 22 juillet 2014 ;
• avenant à l'accord Compte Épargne Temps du 7 juillet 2000 (FO, CFDT, CFTC, CGC-Unsa) le 22 juillet 2014 ;
• avenant à l'accord PERCO du 8 décembre 2006 (FO, CFDT, CFTC, CGC-Unsa) le 22 juillet 2014 ;
• accord social sur les métiers de conseil bancaire (CGT, CFDT, FO, CFTC, « Agir Ensemble » composé de la CGC et de l'Unsa). Cet accord s'inscrit dans la continuité de l'accord signé en 2011.

Trois accords majoritaires signés en 2015 pour faire des collaborateurs les acteurs et les bénéficiaires de la transformation de La Poste

La Poste et les organisations syndicales ont engagé des négociations en mai 2014 dans le cadre du nouveau plan stratégique « La Poste 2020 : conquérir l'avenir ».

Ces négociations ont abouti à la signature le 5 février 2015 de trois accords nationaux majoritaires :
• accord social « Un avenir pour chaque postier » (CFDT, FO, CFTC-CGC-Unsa) ;
• accord social sur l'institution du « complément de rémunération » à La Poste (CGT, CFDT, CFTC-CGC-Unsa) ;
• accord social unanime sur l'évolution des grilles indiciaires des fonctionnaires de La Poste (CGT, CFDT, SUD, FO, CFTC-CGC-Unsa).

Ces trois accords, fruit d'un dialogue social avec toutes les organisations syndicales représentatives, traduisent d'importantes innovations dans les politiques sociales de La Poste et impulsent une nouvelle dynamique d'évolution professionnelle.

La signature majoritaire de ces trois accords, inédite à La Poste, démontre la volonté partagée d'accompagner la transformation de l'entreprise au bénéfice de tous les collaborateurs et constitue une étape majeure dans la transformation sociale de La Poste.

Pour plus d'informations sur ces trois accords, consultez la page 262 du document de référence 2014.

Les avantages sociaux

Régime de retraite G4-LA2,G4-EC3

Les personnels de La Poste sont placés chacun dans le régime de droit commun correspondant à leur statut juridique : régime des pensions civiles pour les fonctionnaires, régime général pour les salariés. La Poste n'est concernée par aucun régime spécial.

S'agissant du financement des retraites des fonctionnaires, la loi n° 2006-1771 du 30 décembre 2006 a mis en place un dispositif de contribution libératoire, exonérant La Poste de toute dette afférente à ce régime. Le taux de cette contribution, selon le principe d'équité concurrentielle, « est calculé de manière à égaliser les niveaux de charges sociales et fiscales obligatoires assises sur les salaires entre La Poste et les autres entreprises relevant du droit commun des prestations sociales, pour ceux des risques qui sont communs aux salariés de droit commun et aux fonctionnaires de l'État ».
Depuis 2010, seul le taux d'équité concurrentielle s'applique.

Régime complémentaire maladie

Un régime de prévoyance complémentaire et de prise en charge des frais de santé est en place depuis 2007 pour les personnels salariés. Ce dispositif apparaît comme un instrument important d'amélioration des conditions de vie des personnels, notamment par un dispositif de cotisations qui organise sur l'ensemble du régime une solidarité en faveur des familles et des plus bas revenus. Le suivi de ce régime avec les organisations syndicales constitue également une occasion privilégiée de dialogue social en permettant de prendre en commun des décisions à la fois positives et situées dans un cadre financier maîtrisé. Une communication régulière sur la situation et l'évolution du régime, mettant en valeur le rôle des organisations syndicales signataires, est effectuée auprès des agents.

Pour les personnels fonctionnaires, un régime de remboursement de frais de santé est en place depuis le 1er janvier 2012, dans le cadre de la possibilité ouverte par la loi du 9 février 2010 (loi n° 2010-123 du 9 février 2010 relative à l'entreprise publique La Poste et aux activités postales). Un accord a en effet été conclu le 7 juillet 2011. Il s'agit d'un régime collectif obligatoire, à cotisations définies, régi par le droit commun de la Sécurité sociale (art. L. 911-1 du Code de la Sécurité sociale).

Les bons résultats des deux régimes de remboursement des frais de santé ont permis une amélioration du niveau des garanties depuis le 1er octobre 2013.

Divers avantages en nature

Les facteurs reçoivent un smartphone avec un forfait prépayé, ainsi qu'une allocation qui leur permet de couvrir un abonnement minimum.

Les salariés bénéficient également de taux préférentiels sur la Carte Bleue et sur les produits et services bancaires.

La gestion des activités sociales

La gestion des activités sociales est spécifique car, à La Poste, c'est le Conseil d'Orientation et de Gestion des Activités Sociales (Cogas) qui exerce cette mission. Le Cogas est composé de 24 membres regroupant des représentants de l'entreprise (huit), des syndicats (huit) et des associations nationales (huit à raison de deux représentants pour chacun des quatre secteurs couverts : prévoyance et solidarité, sports et loisirs, culture, restauration et activités économiques). Il est présidé par le président de La Poste ou son représentant.

Depuis 2013, l'ensemble de l'offre sociale, qui était principalement réservée aux personnels permanents, est progressivement rendu accessible aux personnels en CDD de plus de trois mois.

Le budget pour l'année 2014 s'est élevé à plus de 213 millions d'euros et a été principalement consacré à la restauration, aux activités sportives et culturelles, à l'enfance et à la prévoyance/solidarité. L'offre de restauration, composée de restauration collective et de titres restaurant (85 100 bénéficiaires), représente 46 % du budget total. La restauration collective s'inscrit dans une démarche de promotion du plan national Nutrition Santé. De plus, le Cogas a arrêté en 2014 une nouvelle politique afin de faire évoluer l'offre de restauration. Elle adapte notamment la restauration collective aux évolutions d'organisation de travail des collaborateurs, ainsi qu'aux nouveaux comportements du personnel en ce domaine.

Le second poste du budget est alloué aux activités culturelles et sportives à hauteur de 21 % du total. Il recouvre deux volets :

- des aides financières directes pour favoriser la pratique d'un sport, l'accès à des manifestations culturelles ou de loisirs ;
- des subventions à des associations qui œuvrent dans ces domaines afin que les tarifs de leurs prestations soient accessibles à tous les collaborateurs.

L'aide à l'enfance et la jeunesse représente le troisième poste du budget avec 20 % en 2014. Elle se matérialise par des aides pour la garde d'enfants par des assistantes maternelles, en crèche ou en centre aéré, ainsi que pour les séjours en centres de vacances.

Les actions d'entraide et de solidarité constituent le quatrième poste avec 7 % du budget et sont constituées d'aides aux familles d'enfants handicapés, aux grands malades, aux personnels victimes d'alcoolisme, aux donneurs de sang, aux secouristes, aux personnes handicapées.

Par ailleurs, La Poste a développé des prestations individuelles d'action sociale relevant de sa politique d'entreprise, telles que des chèques vacances (45 473 plans d'épargne bénéficiaires), des allocations de scolarité, des Cesu préfinancés.

Répartition des dépenses en matière d'activités sociales

(en millions d'euros)	2014	En %	2013
Restauration et secteur économique	97,8	46	93,9
Dont versé directement aux collaborateurs	*34,5*	*16*	*29,9*
Activités sportives et culturelles	44,8	21	43,1
Enfance	41,7	20	46,3
Prévoyance et solidarité	15,6	7	15,9
Gestion et frais de structure	13,2	6	13,4
Total	**213,1**		**212,6**
Montant moyen par collaborateur (en euros)	1 015		1 011

6 / RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DU GROUPE ET ACCOMPAGNER LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

p. 91 / La stratégie climat et la transition énergétique du Groupe La Poste G4-EC2

p. 92 / Éco-mobilité et logistique urbaine

p. 97 / Lancement d'un programme de réduction des émissions de CO_2 liées aux systèmes d'information et de communication

p. 98 / Bâtiments durables

p. 99 / Contribuer à l'essor de l'économie circulaire et maîtriser la gestion des ressources

p. 101 / Préserver la biodiversité G4-EN12

CHANGEMENT CLIMATIQUE, POLLUTION DE L'AIR, IMPACT ENVIRONNEMENTAL SUR LA SANTÉ PUBLIQUE, APPAUVRISSEMENT DES RESSOURCES NATURELLES…

dans les prochaines années, ces thèmes représenteront des enjeux majeurs pour la société et pour la prospérité du Groupe La Poste. Ils orienteront ses choix stratégiques et inspireront de nouveaux modèles économiques.

En France, l'État a fait du développement des énergies renouvelables une priorité nationale. Le débat public sur la transition énergétique est lancé.

Conséquence de ces engagements politiques, l'évolution du cadre réglementaire aura un impact substantiel sur l'activité et la stratégie de La Poste car la livraison de courriers et de colis, l'utilisation d'un vaste parc immobilier et le déploiement de sites Internet et d'autres services numériques exigent une grande quantité d'énergie. La consommation d'énergie représente en outre une part importante des dépenses du Groupe. Les mesures mises en place pour réduire ces consommations et privilégier une énergie issue de sources renouvelables ont déjà permis d'atténuer l'empreinte environnementale du Groupe et ses dépenses opérationnelles. Mais ce n'est pas tout : elles ont également ouvert la voie à une multitude d'innovations commerciales, à l'image de Greenovia et Mobigreen, qui proposent des services de mobilité responsable. Pour toutes ces raisons, accompagner la transition énergétique constitue un axe prioritaire fondamental de la stratégie énergie-climat du Groupe La Poste, qui œuvre également à la préservation des ressources naturelles en réduisant sa consommation de matières et en encourageant l'économie circulaire grâce à des initiatives comme Recy'go.

LA STRATÉGIE CLIMAT ET LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE DU GROUPE LA POSTE

G4-EC2

La Poste s'est engagée de façon volontaire à réduire de 15 % les émissions de gaz à effet de serre (de types 1 à 3, comprenant les sous-traitants) liées aux activités opérationnelles de La Poste entre 2013 et 2020, et souhaite consommer une électricité 100 % renouvelable d'ici à 2020 dans ses bâtiments en France.
Pour s'en donner les moyens, Le Groupe La Poste a lancé deux projets prioritaires :

- **le projet de transition énergétique** visant un triple objectif : réduire la consommation d'énergie en encourageant une utilisation rationnelle de celle-ci, développer l'utilisation des énergies renouvelables et créer de nouveaux services énergétiques. Ce projet est porté par le directeur général adjoint en charge de la branche Services-Courrier-Colis ;
- **le projet de logistique urbaine,** dont l'objectif est de réduire l'impact environnemental et le coût des livraisons et des collectes de courriers et colis en ville. Il est piloté par le directeur général adjoint de GeoPost.

Exemples d'actions mises en place pour favoriser la transition énergétique dans les différentes branches du Groupe :

- **la branche Services-Courrier-Colis** (BSCC) représente 42 % des émissions de CO2. Elle a défini un objectif de réduction, en volume, de ses émissions de CO_2 ambitieux et engagé une démarche ambitieuse de neutralité carbone, avec un volet réduction et un volet compensation ;
- **Poste Immo** déploie un vaste programme de maîtrise de l'empreinte carbone comprenant : le management de l'énergie et des consommations énergétiques d'un parc immobilier d'exception, le développement d'une expertise en matière d'achats d'énergie, la rénovation énergétique d'un parc immobilier, une expertise opérationnelle pour la gestion immobilière durable et l'expérimentation de solutions innovantes sur les bâtiments ;
- **GeoPost :** une livraison neutre en carbone, gratuite pour le client ;
- **la branche Numérique** assure la neutralité carbone de ses activités. Elle travaille sur l'écoconception logicielle afin de permettre d'optimiser l'empreinte carbone de ses offres et poursuit les actions menées sur le Green IT et l'évaluation de l'empreinte carbone des ressources informatiques sur toute la durée de leur cycle de vie. »

Un partenariat initié en 2008 avec le WWF a permis d'évaluer les impacts et les risques environnementaux liés à l'activité de La Poste. Depuis 2013, La Poste a également un partenariat avec l'ONG France Nature Environnement pour progresser sur les questions de pollution liées à l'air.

PARTENAIRE OFFICIEL
PARIS2015
COP21·CMP11

Le Groupe La Poste, partenaire de la COP21

Le Groupe La Poste s'associe à la conférence des Nations unies sur le changement climatique (COP21), qui se tiendra à Paris en décembre 2015. À ce titre, il contribuera à deux séries de conférences et créera le timbre officiel de la COP21 à l'effigie de l'événement, ainsi qu'un collector de huit timbres autocollants Agissons pour le climat, commercialisé à partir du mois d'avril 2015.

ÉCO-MOBILITÉ ET LOGISTIQUE URBAINE

L'empreinte carbone des activités de transport du Groupe La Poste G4-EN 7/15/16/17

Émissions de gaz à effet de serre liées au transport et aux bâtiments en tonnes équivalents CO_2 (teq CO_2) , périmètre La Poste

LA CLASSIFICATION DES ÉMISSIONS (TYPES 1, 2 ET 3) EST EFFECTUÉE SELON LA MÉTHODOLOGIE DU GHG PROTOCOL.

	2012	2013	2014
Type 1 : émissions directes des moyens loués ou contrôlés, flotte interne de transports et de bâtiments	311 558	312 284	264 742
Type 2 : émissions indirectes liées à l'électricité et aux réseaux de chaleur	40 084	43 491	40 448
Types 3 : émissions indirectes liées aux sous-traitants de transport et aux déplacements professionnels sous-traités	407 832	388 273	374 072
Total = type 1 + type 2 + type 3	**759 474**	**744 048**	**679 262**
% des émissions du Groupe concernées	**50**	**46**	**44**

Émissions de gaz à effet de serre liées au transport et aux bâtiments en tonnes équivalents CO_2 (teq CO_2) La Poste, La Banque Postale, Mediapost, GeoPost [1]

	2012	2013	2014
Type 1 : émissions directes des moyens loués ou contrôlés, flotte interne de transports et de bâtiments	454 022	430 178	379 012
Type 2 : émissions indirectes liées à l'électricité et aux réseaux de chaleur	85 918	96 674	90 050
Types 3 : émissions indirectes liées aux sous-traitants de transport et aux déplacements professionnels sous-traités	934 273	1 041 698	1 026 967
Total = type 1 + type 2 + type 3	**1 474 212**	**1 568 550**	1 496 028
% des émissions du Groupe concernées		**98**	**98**

Émissions totales de gaz à effet de serre liées au transport et aux bâtiments en tonnes équivalents CO_2 (teq CO_2) du Groupe La Poste

LA CLASSIFICATION DES ÉMISSIONS (TYPES 1, 2 ET 3) EST EFFECTUÉE SELON LA MÉTHODOLOGIE DU GHG PROTOCOL.

	2013	2014
Émissions de GES totales du Groupe La Poste	**1 602 523**	**1 529 177**

(1) Corse et DOM TOM inclus

Intensité des émissions
de gaz à effet de serre

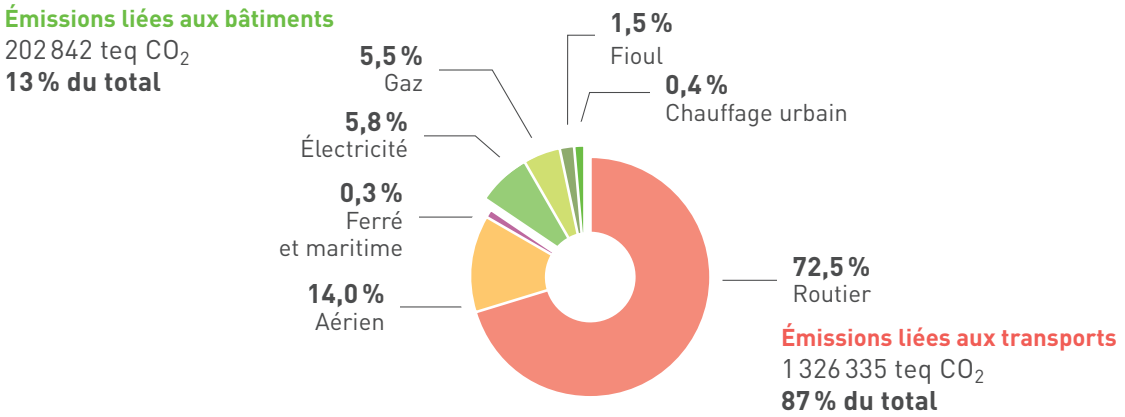
8,99 g éq. CO_2/courrier

116,29 g éq. CO_2/colis

G4-EN18

Source : reporting sectoriel IPC 2015.

Répartition des émissions de gaz à effet de serre par origine G4-EN6 et EN19



RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE GAZ
À EFFET DE SERRE PAR ORIGINE [1] [2]

Les émissions de gaz à effet de serre diminuent de 9,7 % à isopérimètre par rapport à 2013, soit pour La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS.
Sur le périmètre élargi à Geopost, les émissions liées aux bâtiments diminuent fortement, – 22 % entre 2013 et 2014, conséquence de la douceur climatique, qui explique 80 % de la variation, mais aussi de la diminution des surfaces gérées.

Les émissions liées aux transports diminuent de 2 % malgré la croissance de l'activité de GeoPost et l'augmentation des points de distribution du courrier. Pour le courrier/colis, l'accent est mis sur la substitution des véhicules thermiques par des véhicules électriques, l'optimisation de la taille des véhicules en fonction des parcours, ainsi que la rationalisation des transports aériens. Pour GeoPost, l'accompagnement des sous-traitants pour s'équiper de véhicules roulant au gaz naturel (Pays-Bas), de critères de sélection sur l'âge des véhicules lors des appels d'offres (Europe de l'Est) ou encore la mise en place des services Pickup qui permettent aux clients de choisir leurs modalités de livraison et améliorent le taux de succès des livraisons au premier passage, sont des exemples d'actions entreprises.

(1) La classification des émissions est effectuée selon la méthodologie du GHG Protocol.
(2) Périmètre : Le Groupe La Poste.

Le management du carbone, une priorité stratégique

Le management des émissions de carbone est aujourd'hui au cœur de la stratégie de développement durable du Groupe et fait partie intégrante de son plan stratégique à l'horizon 2020. Une démarche de management des émissions de carbone a été mise en place pour les activités de BSCC et de GeoPost, qui représentent aujourd'hui 90 % des émissions de CO_2 du Groupe.

Elle prévoit notamment de :

- anticiper les émissions par une démarche de conception responsable des offres Courrier, Colis et Numérique ;
- mesurer les émissions de CO_2 générées par les activités opérationnelles ;
- réduire ces émissions par la mise en place de mesures particulières ciblant les activités les plus émissives, comme le transport, la consommation d'énergie des bâtiments et des systèmes d'information ;
- compenser, de manière volontaire, les émissions restantes pour les offres Courrier, Numérique et le transport pour le Colis et Colis Express international.

Consommation énergétique de La Poste liée au transport et aux bâtiments en GWh [1] G4-EN3/4

	2012 [2]	2013	2014
Type 1 : consommation directe des moyens loués ou contrôlés, flotte interne de véhicules de transport et de bâtiments		1 360	1 138
Type 2 : consommation liée à l'électricité et aux réseaux de chaleur		563	535
Type 3 : consommation liée aux sous-traitants de transport		1 208	995
Total = type 1 + type 2 + type 3	**1 081**	**3 131**	**2 667**
% des consommations du Groupe	**–**	**49**	**45**
Bâtiments [2]	**1 081**	**1 188**	**943**
Transport [2] [3]	**–**	**1 943**	**1 724**

Consommation énergétique de La Poste, de La Banque Postale, de Mediapost et de GeoPost liée au transport et aux bâtiments en GWh [1] G4-EN3/4

	2012 [2]	2013	2014
Type 1 : consommation directe des moyens loués ou contrôlés, flotte interne de véhicules de transports et de bâtiments		1 856	1 617
Type 2 : consommation liée à l'électricité et aux réseaux de chaleur		762	719
Type 3 : consommation liée aux sous-traitants de transport et aux bâtiments des sous-traitants		3 725	3 492
Total = type 1 + type 2 + type 3		**6 343**	5 828
% des consommations du Groupe	**–**	**99**	**98**
Bâtiments [2]	**1 348**	**1 483**	**1 211**
Transport [2] [3]	**–**	**4 860**	**4 617**
Total Groupe La Poste	**–**	**6 421**	**5 977**

(1) : Source sectorielle des facteurs de conversion de l'énergie pour les transports (IPC).
(2) : Informations ayant fait l'objet d'un avis d'assurance modéré.
(3) : Hors déplacements professionnels et transport aérien international.

Nous souhaitons participer aux efforts de la France pour évoluer vers un modèle économique plus sobre et créateur d'emplois pérennes. En tant que grande entreprise publique, La Poste a le devoir de se mobiliser… Et nous avons la légitimité pour le faire ! Voilà dix ans que nous agissons dans le domaine au titre de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), et notre plan stratégique « La Poste 2020 : conquérir l'avenir » permet de faire émerger de nouveaux métiers, en lien avec ces évolutions. Pour nous, la transition énergétique est précisément l'occasion de déployer des compétences éprouvées en interne et d'étendre notre champ d'activité. Les acteurs extérieurs sont enthousiastes à l'idée que nous mobilisions nos compétences au service de cet enjeu.

Sophie-Noëlle Nemo
Directrice de la délégation
à la transition énergétique du Groupe La Poste

Efficacité des transports routiers

0,16 kg
eq. CO_2/km courrier

1,17 kg
eq. CO_2/km colis

G4-EN5

Source : reporting sectoriel IPC 2015.

Plusieurs leviers pour réduire les émissions atmosphériques liées au transport de marchandises

Un levier technologique

Poursuivant ses actions destinées à réduire les émissions de polluants atmosphériques, gaz à effet de serre (GES), liées au transport de marchandises, La Poste s'équipe de 10 000 véhicules légers électriques, aujourd'hui le plus grand parc de véhicules électriques au monde. Avec plus de 1,39 milliard de kilomètres parcourus par an (hors export), La Poste compte dans sa flotte des véhicules thermiques (9 445 deux-roues, plus de 47 000 véhicules légers et 328 poids lourds) et des véhicules électriques (18 476 vélos électriques, 1 327 quadricycles, Quads, 100 véhicules à trois roues, Stabys, et 4 617 véhicules électriques légers).
Le Groupe La Poste utilise également des moyens de transport qui permettent de réduire le volume des émissions de CO_2. L'activité logistique réduit quand elle le peut l'utilisation du transport aérien et développe aussi le recours au transport ferroviaire, notamment le ferroutage avec l'utilisation de caisses mobiles. En 2014, 14 caisses mobiles assuraient l'acheminement de courriers, colis et petites marchandises à travers la France.

Un levier logistique

SEUR, filiale de GeoPost, a obtenu la médaille d'argent dans la catégorie « Organisations, institutions et entreprises », lors de la quatrième édition des Récompenses de la Semaine espagnole de la mobilité durable (SEMS), grâce notamment à ses nouvelles mesures en matière de mobilité durable et son implication dans des projets internationaux à fort impact. SEUR est par ailleurs membre de FREVUE, une initiative cofinancée par l'Union européenne pour promouvoir l'usage des véhicules électriques dans la distribution urbaine de marchandises.

GeoPost a lancé également le projet de logistique urbaine visant à réduire l'impact environnemental et le coût des livraisons et des collectes de courriers et colis en ville en ciblant le dernier kilomètre de livraison.

Le levier comportemental

Le levier comportemental et le pilotage sont également des points majeurs : depuis 2007, 82 220 collaborateurs ont été formés à l'éco-conduite. Par ailleurs, Mobigreen, filiale de la branche Services-Courrier-Colis, forme les employés des entreprises et collectivités à l'éco-conduite, à la prise en main des véhicules électriques et à la sécurité routière. Pour sa part, Greenovia propose depuis 2014 une prestation globale de conseil sur la mise en place d'un pilotage durable de la consommation des flottes captives.

La Direction Technique a développé un ensemble d'outils permettant le pilotage et l'optimisation des charges véhicules : simulateur budgétaire, carnet de santé du véhicule, guide mémento avec les bonnes pratiques en matière de gestion des véhicules, etc. Une alerte visuelle permet aux directeurs d'établissement d'avoir une vision instantanée des véhicules du parc les plus consommateurs en énergie. Les collaborateurs peuvent consulter, dans le carnet de santé du véhicule, l'historique des dépenses et consommations des véhicules ainsi identifiés et agir au plus tôt pour corriger le comportement des conducteurs ou identifier une dérive technique. Les tableaux de bord viennent enrichir ce dispositif en proposant, pour chaque établissement, un benchmark territorial et national.

Un levier approvisionnement

Depuis plusieurs années, les cahiers des charges des prestataires de services de transport prennent en compte des critères environnementaux. Dans le tableau utilisé pour noter les prestataires du Groupe, ces critères (consommation de carburant, respect des normes européennes, etc.) sont pondérés à plus de 10 %. D'autres critères, comme l'âge du véhicule et la formation à l'éco-conduite, sont également analysés. Désormais, la branche Services-Courrier-Colis demande à ses prestataires de lui communiquer la consommation de carburant de chacun des véhicules utilisés afin d'affiner son propre pilotage des émissions de CO_2 liées au transport.

Un levier normalisation : le système de management responsable du courrier (SMR-C)

Le Groupe La Poste a érigé sa politique de responsabilité sociale et environnementale en catalyseur de son plan stratégique « La Poste 2020 : conquérir l'avenir », et a choisi pour référence la norme ISO 26000.

À ce jour, 24 entités (qui emploient plus de 60 000 collaborateurs, soit 23 % de l'effectif du Groupe) ont fait l'objet d'une évaluation ISO 26000 sur leurs engagements et leurs pratiques RSE. Ces évaluations ont été conduites en partenariat et sous la supervision d'EFQM-Afnor, garant du respect de la méthodologie, des compétences des évaluateurs et de la conformité du scoring délivré par rapport aux critères définis dans le référentiel.

L'intégration de la norme ISO 26000 et du modèle EFQM, récompensée par un trophée européen de l'innovation RSE décerné par l'EFQM, a abouti au développement d'un système de management responsable du courrier (SMR-C), validé par l'EFQM et reconnu comme une méthode fiable et robuste d'évaluation et de scoring par une agence de notation extra-financière indépendante.

Le Groupe La Poste souhaite aujourd'hui gagner en compétences sur la connaissance et la maîtrise des impacts environnementaux autres que le CO_2. Dans ce cadre, la BSCC a signé pour sa branche, en 2013, une convention de partenariat avec l'association France Nature Environnement pour travailler sur les sujets de pollutions atmosphériques et de nuisances sonores, en particulier sur le domaine des transports, et favoriser le partage des points de vue sur la diffusion d'imprimés publicitaires.

La Poste, signataire de la charte Objectif CO_2 de l'ADEME

Le 18 décembre 2014, La Poste a signé la charte « Objectif CO_2 – Les transporteurs s'engagent » portée par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME). La Poste s'est ainsi engagé à réduire ses émissions de CO_2 de 6,5 % au cours des trois prochaines années. Pour ce faire, il s'appuiera sur des plans d'action détaillés, centrés sur 12 leviers visant à optimiser l'usage des véhicules, la consommation d'énergie, les pratiques des conducteurs, ainsi que sur l'organisation et le management. Chaque plan d'action présentera en détail les moyens mis en œuvre pour atteindre ces objectifs.
En outre, La Poste remettra un rapport d'étape annuel à l'ADEME. Pour sa part, Chronopost a renouvelé son engagement responsable en signant la charte « Objectif CO_2 – Les transporteurs s'engagent » pour la troisième fois pour une nouvelle période 2016-2018.

Réduire l'empreinte carbone des trajets professionnels

Le Groupe La Poste a adopté une politique relative aux déplacements qui privilégie le train plutôt que l'avion et les réunions à distance plutôt qu'en présentiel. Cette politique vise également à maîtriser et à réduire les émissions de gaz à effet de serre liées aux déplacements professionnels.

Le Groupe favorise les bonnes pratiques portant sur l'usage des véhicules à faibles émissions de CO_2 :
• 29,1% de la flotte de véhicules du Groupe est composée de véhicules alternatifs (incluant les cycles) ;
• des véhicules hybrides sont proposés dans le catalogue de véhicules de La Poste ;
• les véhicules de liaison proposés dans le catalogue garantissent des émissions de CO_2 plafonnées à 120 g par kilomètre depuis 2010.

Le Groupe promeut la mobilité durable auprès de ses agents pour leurs trajets domicile-travail à travers le développement du covoiturage et de plans de déplacement entreprise (PDE). Concrètement, plus de 60 plans de déplacement ont été mis en œuvre, en interne ou avec d'autres entreprises, et proposés à plus de 60 000 salariés. Au-delà de la sensibilisation à l'utilisation des transports en commun et du vélo, un site de covoiturage a été généralisé en 2013. Réservé aux collaborateurs, il leur permet d'accéder aisément au covoiturage avec un collègue pour leurs trajets domicile-travail.

29,1 %
de la flotte de véhicules est composée de véhicules alternatifs
G4-EN30

Source : reporting sectoriel IPC 2015.

LANCEMENT D'UN PROGRAMME DE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE CO_2 LIÉES AUX SYSTÈMES D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION

Dans le cadre de la politique d'achats responsables du Groupe, des spécifications visant à promouvoir le « Green IT », c'est-à-dire des systèmes d'information et de communication écoresponsables, s'ajoutent désormais aux cahiers des charges des fournisseurs concernés. Les exigences portent en particulier sur les labels écologiques et la performance énergétique des équipements informatiques et de télécommunications. En 2014, dans la lignée du programme de transition énergétique, plusieurs actions prioritaires ont été mises en place. Il s'agit notamment de l'évaluation de la consommation d'énergie liée aux infrastructures informatiques (environ 120 000 postes de travail, 100 000 imprimantes, 10 datacenters, etc.) et de l'étude de solutions pour réaliser des économies d'énergie à l'échelle du Groupe.

Le « Green IT » s'inscrit également dans le projet de mise en œuvre d'un système d'information destiné à piloter la transition énergétique au sein du Groupe, et comprenant un tableau de bord et des indicateurs consolidés.

• La Direction des systèmes d'information a mis en œuvre la solution GreenArgile, qui a pour vocation de calculer l'empreinte carbone du parc informatique de l'entreprise, tout au long de son cycle de vie, et de suivre son évolution. GreenArgile peut être utilisée à l'échelle des sites ou du Groupe La Poste dans son ensemble.
• Les branches Services-Courrier-Colis et Numérique ont lancé une démarche d'éco-conception logicielle. Cette démarche d'amélioration continue vise à concevoir, développer et exploiter nos logiciels de façon la plus efficiente possible. L'objectif est de consommer le moins de ressources informatiques tout en assurant un service constant. Un système d'évaluation et de suivi du niveau d'éco-conception de chaque site et logiciel web est en cours de déploiement.
• En accord avec son engagement pour le « Green IT », La Poste, à travers sa politique d'achats responsables, donne la préférence aux équipements électriques et électroniques porteurs de l'éco-label Energy Star.

BÂTIMENTS DURABLES

La forte évolution du contexte réglementaire avec le Grenelle de l'environnement entraîne une mutation profonde des pratiques du secteur immobilier (construction, rénovation, exploitation). Avec un parc de près de 12 000 immeubles gérés, soit 6,8 millions de m^2, dont 4,1 millions de m^2 en pleine propriété, Poste Immo se mobilise pour réduire les consommations d'énergie et les émissions de CO_2. En 2013, Poste Immo a signé la Charte pour l'efficacité énergétique des bâtiments tertiaires publics et privés. Cet engagement concerne près de 120 bâtiments patrimoniaux de plus de 5 000 m^2 et représente 20 % de la surface du parc et 22 % de la consommation totale. Poste Immo a par ailleurs remporté le trophée Reporting environnemental pour son reporting 2013, dans la catégorie « Volontaire » des Trophées France GBC 2014.

De plus, Poste Immo développe aujourd'hui ses actions en faveur de l'efficacité énergétique autour de plusieurs leviers :
- le juste dimensionnement du parc immobilier et son adéquation aux besoins et aux nouveaux usages ;
- la construction de bâtiments aux meilleures pratiques du marché, avec des labels de haute performance énergétique et environnementale, en garantissant la performance environnementale du bâtiment grâce à l'adjonction progressive de baux verts. Pour le parc patrimonial, la signature de baux verts engagée en 2013 s'est volontairement étendue en 2014 pour atteindre 186 baux verts. Ces baux couvrent 36 bâtiments à fin 2014 ;
- l'amélioration de la performance énergétique du parc existant est un enjeu majeur pour La Poste, compte tenu de la volumétrie du parc. Pour obtenir une meilleure performance énergétique, deux canaux doivent être privilégiés : la réalisation de travaux de rénovation et la mise en place de processus concernant l'usage et l'exploitation des bâtiments. En 2014, les filières technologiques opérationnelles ont été dotées de prescriptions méthodologiques et techniques pour appliquer le niveau de performance énergétique « compatible 2050 » dans les travaux de grosses réparations et gros entretiens (GRGE). S'agissant des processus concernant l'usage et l'exploitation des bâtiments, Poste Immo a inscrit 11 sites stratégiques de son parc au challenge Cube 2020. Les premiers résultats confirment un potentiel de baisse des consommations énergétiques de l'ordre de 15 % grâce aux éco-gestes ;
- la sensibilisation des occupants des bâtiments aux enjeux environnementaux ;
- l'étude systématique du développement de sources d'approvisionnement en énergies renouvelables pour les projets de construction. Poste Immo, par l'intermédiaire de sa filiale Arkasolia, a mis en service, à fin 2014, 45 installations photovoltaïques réalisées dans le cadre d'un partenariat (représentant 44 000 m^2 de panneaux photovoltaïques).

Le Groupe La Poste met en œuvre, lorsque nécessaire, des actions visant à respecter les nouvelles obligations de limitation de l'éclairage nocturne des bâtiments.

Le Réseau La Poste rénove 500 bureaux de poste chaque année. Depuis 2011, une partie des matériaux et équipements utilisés sont éco-conçus. En outre, depuis 2012, la rénovation des bureaux de poste tient compte de l'efficacité énergétique des bâtiments (ventilation, éclairage, confort l'été, isolation). La politique d'efficacité énergétique du Groupe s'oriente désormais vers l'amélioration de la maintenance des bâtiments. Première étape de cette démarche, un appel à projets "économies d'énergies" a été lancé en 2014 (pour 45 bureaux de poste bénéficiaires), puis renouvelé en 2015.

En 2014, le nombre d'avenants comportant des clauses environnementales est de
186

Depuis 2010,
36
bâtiments certifiés BBC ont été livrés et sont exploités sous baux verts.

CONTRIBUER À L'ESSOR DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET MAÎTRISER LA GESTION DES RESSOURCES

Consommations responsables et recyclage du papier

Afin de diminuer ses impacts environnementaux, La Poste développe l'économie circulaire pour ses propres consommations. L'utilisation responsable du papier constitue un enjeu pour le Groupe. En 2014, la consommation du Groupe s'élève à 28,7 milliers de tonnes, dont 94,7 % sont du papier responsable (+ 6 points par rapport à 2013). Toutes les entités sont mobilisées pour privilégier le recours à l'utilisation de papier responsable (papier recyclé, éco-labellisé ou issu de forêts gérées durablement).
Lancée début 2012 auprès des TPE-PME et des collectivités locales, l'offre Recy'go de collecte des papiers de bureau de La Poste en vue de leur recyclage est désormais déployée partout en France. 2 845 entreprises ont choisi cette offre de la BSCC, ainsi qu'une partie des sites internes de La Poste, soit un volume de plus de 16 000 tonnes de papier, dont 4 332 tonnes sont collectées par les facteurs. La Poste s'est engagée à faire recycler tous les papiers collectés par les facteurs et à le faire effectuer en France. L'essentiel du tri pour les entreprises de recyclage est effectué par des sociétés d'insertion par l'activité économique (partenaires locaux et filiale Nouvelle Attitude).

Consommation de papier G4-EN1

28 732 tonnes responsables à **94,7 %**

MAÎTRISER L'IMPACT DE NOTRE CONSOMMATION DE PAPIER
PART DE PAPIER RESPONSABLE CONSOMMÉ [1]

(1) Périmètre : Le Groupe La Poste.

Assurer la valorisation des déchets

Les activités exercées par Le Groupe La Poste génèrent des déchets d'une grande variété (déchets d'équipements électriques et électroniques, papier de bureau usagé, déchets d'emballage, cartons, palettes, plastiques). Cela s'ajoute à des actions mises en œuvre pour réduire à la source la production de déchets et pour valoriser les équipements par leur réutilisation, leur recyclage, leur maintenance et leur réparation. À l'instar des vélos qui, entretenus et réparés, sont cédés gratuitement pour leur donner une seconde vie, de nombreux équipements peuvent être affectés à une nouvelle utilisation. Ces initiatives s'appuient sur des partenaires locaux issus du secteur de l'économie sociale et solidaire (Nouvelle Attitude, LGO) et sur des acteurs spécialisés dans le recyclage en amont en France.

La Direction des services informatiques assure une gestion responsable de ses déchets d'équipements électriques et électroniques, en s'appuyant notamment sur :

- son expérience de plusieurs années en gestion des déchets d'équipements électriques et électroniques ;
- ses points de collecte et l'existence d'une structure sur tout le territoire ;
- une sélection de fournisseurs, en privilégiant les entreprises qui emploient des personnes handicapées ou en situation de précarité.

82 %

des déchets d'équipements électriques et électroniques sont valorisés lors de leur traitement par des prestataires spécialisés[1], au-delà de l'objectif de 80 %. En Île-de-France, ces déchets sont confiés à une entreprise du secteur adapté et protégé.

La Poste, membre fondateur de l'Institut de l'économie circulaire

La Poste est l'un des huit membres fondateurs de l'Institut de l'économie circulaire, lancé début février 2013. L'objectif de cet institut multiacteurs (entreprises, ONG, élus) est de promouvoir une autre économie inspirée des écosystèmes naturels. Dans ce modèle, l'économie de ressources et d'énergie, la réflexion dès l'amont sur les matières utilisées permettent que les déchets des uns deviennent les ressources des autres, soit en les réutilisant, soit en utilisant leurs composants comme matières premières ou pour produire de l'énergie, ou pour fertiliser la terre. L'Institut vise notamment à instaurer un environnement institutionnel favorable au développement de cette nouvelle économie, plus respectueuse de l'environnement. La Poste est également membre fondateur, avec l'école de management Kedge Business School, la SNCF, Orange et plusieurs ONG, d'une chaire sur l'économie circulaire. Lancée le 18 avril 2013, cette chaire de recherche en management intitulée « Business as Unusual » a pour ambition de repenser les modèles économiques existants et d'explorer de nouvelles voies.

(1) Périmètre : La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS.

PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ G4-EN12

Les impacts potentiels des activités du Groupe sur l'équilibre biologique, les milieux naturels, les espèces animales et végétales protégées sont liés aux émissions de gaz à effet de serre et de polluants locaux, et à la consommation de ressources, domaines pour lesquels des politiques actives sont mises en œuvre. La société foncière du Groupe, Poste Immo, a ainsi cartographié l'ensemble de ses bâtiments par rapport aux zones d'intérêt écologique (ZIE) et réalisé l'audit de quelques bâtiments ciblés quant à leurs impacts sur la biodiversité.

Par ailleurs, Poste Immo a lancé des actions en partenariat avec des associations locales, comme SEPOL, qui œuvre pour la protection des oiseaux dans la région du Limousin. Cette coopération a permis la mise à disposition de nichoirs pour les hirondelles à l'occasion du nettoyage des façades d'un bureau de poste.

En outre, Poste Immo a distribué, à l'échelle de ses bureaux régionaux, des kits pour installer des ruches sur les toits de certains bureaux de poste. Chaque kit comprend une autorisation d'implantation type et des supports de communication. Sur plusieurs sites de Bretagne, des Pays de la Loire, d'Île-de-France, de la région PACA et de Corse, des ruches ont été implantées, une manière de contribuer à la préservation de la biodiversité. Ces actions menées à l'échelle régionale viennent s'ajouter à des sites urbains emblématiques, comme le siège de La Banque Postale à Paris et le bureau de poste de Paris-Louvre.

Par ailleurs, Le Groupe La Poste, après une analyse des services rendus par les écosystèmes dans une plate-forme industrielle de traitement du courrier, a initié en 2013 deux partenariats pour la sensibilisation à la protection de la biodiversité : partenariat avec l'Espace national de concertation pour la sensibilisation des scolaires, et avec la Fondation Nicolas Hulot pour l'information et la mobilisation de ses collaborateurs.

En complément des actions directes engagées par La Poste, le programme de compensation carbone de la branche Services-Courrier-Colis au domicile participe, au travers des projets financés au Kenya et au Pérou, à la préservation de la biodiversité. Ainsi, le projet d'accès à l'eau potable à plus de 4,5 millions de personnes au Kenya apporte plusieurs bénéfices, dont la préservation du couvert forestier et la lutte contre l'érosion des sols. Le projet au Pérou permet de préserver la biodiversité sur une zone de près de 100 000 hectares de forêt amazonienne.

Une apicultrice et salariée de La Poste travaille sur le rucher situé sur le toit d'un centre de tri.

7 / LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DURABLE DES TERRITOIRES ET DE L'EMPLOI

p. 105 / L'aménagement du territoire
p. 105 / Étendre sa responsabilité à l'ensemble de la chaîne de valeur
p. 108 / Soutenir l'écosystème économique du Groupe

PAR SES ACTIVITÉS ET NOTAMMENT SES MISSIONS DE SERVICE PUBLIC, ses 257 900 collaborateurs, le nombre et la variété de ses clients et son ancrage territorial, Le Groupe La Poste joue un rôle majeur dans la vie et l'aménagement des territoires.
Ainsi, 96,6 % des Français résident à moins de 5 kilomètres ou 20 minutes d'un point de contact postal, et leur domicile est desservi par le facteur 6 jours sur 7. Entreprise responsable, La Poste étend sa responsabilité à l'ensemble de sa chaîne de valeur, notamment par le déploiement d'une politique d'achats responsables, l'encouragement de l'intégration de la RSE dans les pratiques de ses fournisseurs et par l'accompagnement de son écosystème, notamment au profit des économies innovantes : économie sociale et solidaire, économie circulaire, *silver economy*…

L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE G4-EC7

Par ses activités, le Groupe joue un rôle majeur au cœur des territoires, et tout particulièrement sur le territoire français. Au bénéfice des particuliers comme des entreprises, la densité de la présence postale fait que 96,6 % des habitants sont à moins de 20 minutes ou moins de 5 kilomtres d'un point de contact en France. Dans plus de 17 000 points de contact, toutes les opérations postales sont possibles et ce, de façon plus simple depuis l'équipement de 1 059 agences postales communales (APC) et des relais poste (RP) en tablettes numériques. Le Groupe participe activement aux instances de réflexion des territoires et à l'élaboration de leurs politiques structurantes, telles que les schémas régionaux climat air énergie, les plans climat, les agendas 21, les plans d'urbanisme, les schémas locaux d'accessibilité, etc. En termes de transport des marchandises et des personnes, La Poste apporte son expertise, et est notamment très engagée dans le déploiement de plans de déplacements entreprises et interentreprises. Elle contribue à la mise en œuvre des projets structurants des territoires et à l'adaptation de son activité.

La présence postale sur l'ensemble du territoire est une préoccupation constante pour les élus locaux. C'est pourquoi des organes institutionnels viennent étayer leurs actions sur la structure des services postaux. À l'échelle nationale, l'Observatoire national de la présence postale (ONPP), créé en décembre 2007, veille à la mise en œuvre du contrat de présence postale territoriale. À cet égard, il contrôle en particulier la gestion du fonds de péréquation, le travail des commissions départementales de présence postale territoriale (CDPPT) et l'évolution du maillage de La Poste. Il cherche des solutions concrètes pour renforcer les relations entre La Poste et ses partenaires.

96,6 %
des Français résident à moins de 5 kilomètres ou 20 minutes d'un point de contact postal.

ÉTENDRE SA RESPONSABILITÉ À L'ENSEMBLE DE LA CHAÎNE DE VALEUR

Les achats responsables et relations durables avec les fournisseurs G4-12

La chaîne d'approvisionnement

Avec près de 40 000 fournisseurs actifs, La Poste est fortement investie dans la maîtrise de sa chaîne d'approvisionnement.

Le Groupe encourage des comportements responsables d'un bout à l'autre de sa chaîne de valeur, et en particulier chez ses fournisseurs et leurs sous-traitants. Le montant des achats du Groupe est important, 4,3 Mds€, soit le quart de son chiffre d'affaires.

Pour promouvoir sa politique RSE et les valeurs de l'entreprise, la filière achats (rassemblant les 500 acheteurs, responsables Achats, approvisionneurs du Groupe) a rédigé et déployé une politique d'achats responsables applicable à l'ensemble des dépenses externes de l'entreprise.

L'objectif de la filière achats vise à optimiser l'ensemble de ses conditions contractuelles afin de conserver la qualité des biens et services achetés, et à recenser les fournisseurs responsables et durables. À titre d'illustration, la politique d'achats responsables du Groupe prévoit une clause concernant les sous-traitants et leur obligation à respecter le droit du travail et les valeurs de l'entreprise. En outre, le processus d'achats s'appuie sur un logiciel SAP et respecte les règles du dispositif de contrôle interne. Celles-ci garantissent également la séparation des rôles et responsabilités dans l'analyse des candidatures des fournisseurs aux appels d'offres et la sélection des fournisseurs.

Le cadre de la démarche des achats responsables : la Charte d'achats responsables entre Le Groupe La Poste et ses fournisseurs G4-EC8

Signataire du Pacte mondial des Nations unies en février 2003 et de la Charte des relations interentreprises, Le Groupe La Poste s'est engagé à respecter et à promouvoir, à travers ses activités et sa sphère d'influence, un ensemble de principes fondamentaux dans les domaines des droits de l'homme, des normes du travail et de l'environnement, de la lutte contre la corruption et des achats responsables.

Pour inciter ses fournisseurs à adopter ses valeurs d'ouverture d'esprit, d'égalité des chances, de solidarité et de développement social, La Poste attend de ses fournisseurs qu'ils s'engagent activement à ses côtés en adhérant à sa Charte d'achats responsables. À ce jour la charte a été signée par 99 % des fournisseurs de La Poste (http://legroupe.laposte.fr/Fournisseurs). Dans le processus de sélection, la notation des soumissionnaires intègre, chaque fois que le marché le permet, des critères RSE de façon à sensibiliser, à prestation égale, les fournisseurs à la RSE. Pendant la durée du contrat, La Poste s'efforce d'accompagner ses fournisseurs dans la prise en compte des enjeux RSE.
Pour les domaines d'achats à forts enjeux économiques, environnementaux et/ou sociaux, des rencontres sont organisées avec les prestataires afin d'identifier les pistes de progrès mutuels. Cet engagement a été reconnu : La Poste et la Ville de Paris ont remporté, le 27 mars 2014, les premiers Trophées européens des achats publics de textile équitable.

La Poste est assujettie à l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 et au décret n°2005-1308 du 20 octobre 2005 qui prévoient notamment l'équité et la transparence dans l'attribution des marchés. Le processus d'achats est réglementé afin de garantir une réelle concurrence.

La Direction des achats a élaboré son propre référentiel de déontologie des achats, lequel s'inspire du référentiel du Groupe et s'articule autour des valeurs de l'entreprise et du respect des règles et des pratiques en matière de conduite des affaires. Ce référentiel a été diffusé à l'ensemble des acheteurs de La Poste, et tous les prescripteurs potentiels ont été informés de son existence.

Le Groupe La Poste est signataire de la Charte des relations interentreprises, régissant les relations entre grands donneurs d'ordres et PME, créée par la Médiation du crédit et la Compagnie des dirigeants et acheteurs de France (CDAF), comprenant 10 engagements pour des achats responsables. Cette charte est intégrée dans le référentiel de déontologie achat.

Promouvoir les comportements responsables chez les acheteurs

Le Groupe La Poste a mis en œuvre une batterie d'outils permettant d'intégrer des critères RSE à ses pratiques d'achats. Tous les domaines d'achats sont aujourd'hui impactés par cette démarche, de la restauration collective à l'entretien des matériels, en passant par le papier, les fournitures et mobiliers de bureau, les achats de prestations et d'équipements informatiques, les transports, les bâtiments, les véhicules ou l'entretien des espaces verts.

Des outils pour accompagner les acheteurs

Le Groupe La Poste a mis en place des outils pour suivre ses fournisseurs : leur santé financière et leur respect du droit du travail notamment en matière de travail illégal. Un référentiel d'autoévaluation « achats responsables », élaboré à l'issue d'un travail collaboratif de deux ans impliquant l'ensemble de la Filière Achats du Groupe, permet à l'acheteur d'évaluer grâce aux différents critères RSE de l'outil le caractère responsable de son achat. Le Groupe met également à disposition des acheteurs 45 fiches achats responsables reprenant les critères et enjeux RSE de chaque famille d'achats de La Poste (données sur les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux par famille, la réglementation, les éco-labels, la maturité RSE de leur marché fournisseurs). Cela permet aux acheteurs de mieux connaître les capacités des marchés adressés par famille d'achats et de convaincre les prescripteurs, du caractère responsable, de la performance de ces fournisseurs et sous-traitants (en particulier dans le secteur adapté / protégé ou dans le secteur de l'insertion).

En 2014, un travail de révision du référentiel d'autoévaluation a été initié. La matrice des enjeux et opportunités RSE des achats a intégré de nouvelles familles d'achats, bonnes pratiques et labels.

Des formations spécifiques

Pour accompagner l'appropriation de ces outils et sensibiliser les acteurs impliqués dans le processus d'achats aux enjeux RSE, La Poste met en place, comme pour les équipes de ventes, des formations dédiées. À fin 2014, 90 % des acheteurs du Groupe ont suivi la formation de deux jours aux achats responsables. Cette formation est conçue autour de cas pratiques qui permettent aux acheteurs de prendre en main les outils à leur disposition pour mettre en œuvre une démarche d'achats responsables. Cette formation leur a donné les clés pour construire leurs stratégies achats en prenant en compte la responsabilité sociétale du Groupe. Elle leur a appris à identifier les leviers pour sensibiliser les prescripteurs, acheteurs et utilisateurs, et à déployer, au sein de leur équipe et auprès de leurs clients internes, une démarche d'achats responsables.

Encourager les initiatives d'achats responsables

En 2014, afin de sensibiliser ses collaborateurs aux enjeux RSE, La Banque Postale a élaboré et publié un recueil d'informations pour illustrer la quantité d'énergie consommée dans ses bâtiments, pour faire fonctionner ses équipements, imprimer, se déplacer, organiser des événements et assurer ses services de conseil.

En 2014 également, en partenariat avec Handeco, La Poste a organisé 20 sessions de formation dans toute la France afin d'expliquer aux salariés des filières Achats les problématiques liées aux achats effectués auprès du secteur adapté et protégé. Depuis le début de cette initiative conjointe en 2013, Handeco a réalisé 38 sessions de formation au profit de 382 salariés de La Poste.

Répartition des achats par type de fournisseurs

Indicateurs Achats [1]			La Poste	La Poste La Banque Postale et Mediapost SAS
	2012	2013	2014	2014
Montant des achats (en M€ HT)	–	3 781,50	3 046,2	3 794,2
dont montant des achats en M€ HT effectués auprès :				
du secteur adapté et protégé	8,56	11,20	12,56	13,81
du secteur de l'insertion	2,28	2,77	2,13	2,13
Dépenses d'intérim (en M€ HT) [2]	–	117	127	135

(1) Pour l'ensemble des indicateurs sur les achats, les résultats communiqués intégraient jusqu'en 2013 les achats de la filiale Poste Immo, dont l'impact n'est pas significatif.
Les achats comprennent l'ensemble des biens et prestations achetés à l'extérieur (matériels, transport/logistique, informatique, frais généraux, etc.), donnant lieu à immobilisation ou comptabilisés sous forme de charges.
(2) Montants en HTND pour La Poste ; en HT pour les autres entités du Groupe.

Agir en donneur d'ordres responsable

Limiter le risque de dépendance économique

Les acheteurs sont extrêmement vigilants sur l'état de dépendance économique de leurs fournisseurs vis-à-vis de La Poste. Le Groupe a choisi de se fixer un seuil limite de 20 % du chiffre d'affaires, au-delà duquel il estime mettre son fournisseur en situation de risque. Lorsque le seuil fixé par La Poste est dépassé, les acheteurs avertissent le prestataire du risque engendré par cette dépendance économique et engagent une démarche de suivi de ce taux en encourageant le prestataire à rechercher d'autres clients. Par ailleurs, lorsque La Poste souhaite remettre en concurrence le marché, un processus est mis en place afin que tout désengagement éventuel avec des fournisseurs en situation de dépendance soit anticipé et géré de manière progressive.

Les délais de paiement contractualisés respectent la loi de modernisation économique, et les conditions générales d'achats de La Poste ont été revues en conséquence. La Poste procède au paiement de la facture dans un délai de soixante jours calendaires à compter de sa date d'émission, sauf disposition légale contraire. Une procédure de paiement urgent en deux semaines peut être mise en place pour un fournisseur en difficulté de trésorerie. Le Groupe La Poste applique aussi les dispositions législatives spécifiques en matière de transport postal vis-à-vis de ses 850 prestataires. Pour ces prestations, La Poste paie à trente jours à compter de la date de la réception de la facture.

Le Groupe La Poste développe la part des PME dans ses fournisseurs. La Banque Postale propose aussi des offres de crédit ou d'affacturage pour les PME.

Un engagement de transparence avec les fournisseurs

La Poste a le souci de permettre l'accès de toutes les entreprises à ses marchés. Elle a ainsi mis en accès libre ses conditions générales d'achat téléchargeables sur le site http://espacefournisseurs.inter.laposte.fr/. Le cadre légal oblige La Poste à publier au Journal Officiel de l'Union Européenne(JOUE) chaque opération d'achat à partir d'un certain seuil. La Poste a volontairement décidé de publier sur son "espace fournisseur" chaque appel d'offres d'un montant supérieur à 100k€, pour une meilleure accessibilité à ses marchés. Pour les PME, le site du Pacte PME relaie automatiquement l'ensemble des opportunités publiées sur le site par le Groupe.

De plus, les PME ont la possibilité de s'adresser à un médiateur au sujet d'une difficulté rencontrée avec un acheteur ou un prescripteur dans le cadre du processus d'achat.

16 M€
d'achats au secteur protégé
et de l'insertion
par l'activité économique.

Promouvoir la RSE dans les entreprises prestataires
Le premier levier est de favoriser les partenaires fournisseurs et sous-traitants responsables (voir le chapitre ci-avant : page 107. Le cadre de la démarche des achats responsables : la Charte d'achats responsables entre La Poste et ses fournisseurs).
Le deuxième levier est de faciliter la diffusion des démarches RSE dans les entreprises. La Poste est partenaire de plusieurs clubs d'employeurs, membres du club France développement durable (EpE, Comité 21, C3D, association Bilan carbone, ORSE...) et soutient des ONG (Orée, FNE, FNH) dont l'objet est de co-construire et de promouvoir les contributions des acteurs de la société civile française aux grands rendez-vous internationaux du développement durable. La Poste promeut les bonnes pratiques de management de la qualité à travers sa participation aux instances qualité (Comité « management et services » de l'Afnor, de l'association Innov'Acteurs, Association France Qualité Performance...), ses partenariats avec les clubs interentreprises (Best Practices ISO ou Club Benchmark EFQM) et du Groupement des professions de services et des associations de la relation client (Association française de la relation client, Association pour le management de la réclamation client, Institut Esprit Service).

Le troisième levier est de favoriser la recherche sur l'intégration de la RSE dans les pratiques managériales. La Poste est notamment partenaire de la chaire Diversité de l'université Paris-Dauphine, et membre fondateur (avec l'école de management Kedge, la SNCF, Orange et plusieurs ONG) d'une nouvelle chaire sur l'économie circulaire, baptisée « Business as Unusual ».

SOUTENIR L'ÉCOSYSTÈME ÉCONOMIQUE DU GROUPE

Soutenir l'économie sociale et solidaire

Partenariat avec l'alliance dynamique

Le 14 octobre 2014, Le Groupe La Poste et une quarantaine de fédérations ont signé l'Alliance Dynamique avec l'appui d'un grand nombre d'acteurs du secteur de l'économie sociale et solidaire (ESS) pour identifier ensemble tous les axes de partenariats et de collaborations susceptibles de fonder une alliance d'intérêt général. Cinq principaux axes de coopération ont été définis : les produits financiers de La Banque Postale, la transition énergétique, le repositionnement des services postaux dans des espaces partagés, le développement des achats dans les secteurs à but non lucratif, en particulier auprès d'associations du secteur protégé et de l'insertion, et l'accompagnement des salariés de La Poste, qui souhaitent mettre à profit leurs compétences au sein de ces associations. Ces cinq axes de coopération s'inscrivent dans la ligne de la stratégie de l'entreprise, « La Poste 2020 : conquérir l'avenir ». Ils figurent dans le contrat de service public conclu avec l'État.

Contribuer à l'activité du secteur protégé et du secteur de l'insertion par l'activité économique

Le Groupe porte une attention particulière aux associations des secteurs protégés et de l'insertion par l'activité économique. Pour améliorer leur connaissance des appels d'offres, il dépose ses offres d'achat sur la plate-forme Internet commune « Handeco – P@s à P@s », dont il est membre fondateur, ce qui, accompagné d'actions de sensibilisation sur les achats solidaires auprès des acheteurs et des managers, a fait progresser la part de ses achats concédés à ces secteurs (14,7 millions d'euros uniquement pour La Poste en 2014) et donc l'emploi de proximité des personnes handicapées. Le Groupe s'adresse également aux entreprises d'insertion par l'activité économique : La Poste a ainsi réalisé pour 2,13 millions d'achats auprès de ce secteur.

S'engager dans le développement de nouvelles filières

Soutenir la filière du papier

Le Groupe La Poste s'investit particulièrement dans des initiatives autour de la filière du recyclage du papier visant à promouvoir une utilisation responsable de cette matière première et à soutenir la gestion durable des forêts. La Poste et Mediapost sont membres co-fondateurs de l'association Culture Papier, fondée en janvier 2010 pour partager le savoir-faire de la filière et valoriser les atouts du papier bien utilisé. Le Groupe propose également à ses clients un ciblage pour leur communication afin de limiter le nombre de prospectus à fabriquer, des supports à base de papier responsable etd'encres végétales, et le recyclage des éventuelles quantités excédentaires. Pour poursuivre la sensibilisation de ses clients, elle a lancé, en janvier 2013, une campagne de sensibilisation nationale, visant les décideurs, les leaders d'opinion et le grand public. Elle mettait en avant le caractère recyclable du papier, renforçant ainsi la campagne grand public Ecofolio sur les gestes de recyclage du papier. Ces actions s'ajoutent au développement de l'offre Recy'Go à destination des PME (cf page 99).

La *silver economy* : faciliter l'accès aux services à la personne

En France, Le Groupe La Poste cherche à déployer une offre de services permettant une accessibilité à tous aux biens essentiels.

Suite à la signature du contrat de filière *silver economy* co-déployé par les ministères du Redressement productif et des Personnes âgées et de l'Autonomie, les branches Services-Courrier-Colis, Numérique et La Banque Postale ont développé des services pour améliorer la qualité de vie des personnes vulnérables. Par exemple, La Poste a déployé sur le territoire ses offres Services Facteur Porteo (portage à domicile de livres, de médicaments) et Cohésio (recueil d'informations au domicile pour des tiers personnes morales habilités). Des tests de conciergerie numérique sont en cours. La Banque a développé un site d'aide aux aidants **(www.vivreenaidant.fr),** et l'équipement des facteurs en smartphones Facteo, qui sera achevé à fin 2015, ouvre de nombreuses possibilités de développement.

Le Groupe La Poste a également développé avec des partenaires (Tikeasy, Bayard Presse et Archos) une solution, Cohesio Digital, visant à créer un bouquet de services pour favoriser le « bien vivre chez soi », le lien social et le soutien à domicile des personnes âgées. Une tablette numérique appelée Ardoiz, simple d'utilisation, permettant l'accès aux services et au lien social, sera proposée en test en avril 2015. Le projet a fait partie des lauréats sélectionnés par le gouvernement dans le cadre du Concours mondial d'innovation 2030, le 23 juillet 2014.

Les filières de la mobilité durable

Le Groupe La Poste s'est particulièrement investi dans le développement de flottes de véhicules plus écologiques. Le groupement de commandes de véhicules électriques a permis de structurer la demande de véhicules utilitaires légers électriques et l'émergence d'une filière industrielle. Les besoins des entreprises publiques, d'une vingtaine d'entreprises privées, des collectivités locales et de l'État ont abouti à une commande de près de 20 000 véhicules électriques, dont 10 000 pour La Poste. Le 5 000e véhicule a été livré à La Poste à la fin de l'année 2014.

La Poste, avec l'appui des facteurs, a testé des prototypes et élaboré le cahier des charges d'un véhicule trois-roues électrique destiné à remplacer en partie le deux-roues thermique, accidentogène et émetteur de gaz à effet de serre. Le constructeur Ligier a remporté le marché en 2014 avec le Staby. Depuis, 100 Stabys ont été mis en service.

Les savoir-faire acquis par le Groupe, notamment par Véhiposte et par l'équipe de Greenovia, en matière d'éco-mobilité et de gestion de flotte sont utilisés pour accompagner les entreprises et collectivités dans leurs projets de transformation : l'optimisation de la gestion de flotte de véhicules, l'aide à l'introduction de véhicules électriques, l'élaboration de solutions innovantes (auto-partage, covoiturage, etc.) et l'élaboration de plans de déplacement entreprises (PDE). Par ailleurs, Mobigreen, filiale de la branche logistique, forme les employés d'entreprises et de collectivités à l'éco-conduite, à la prise en main des véhicules électriques et à la sécurité routière. Depuis 2014, elle propose une gamme complète de services d'accompagnement vers une utilisation plus responsable des flottes professionnelles. Après vingt-sept mois d'activité de recherche et développement, le consortium Infini Drive, coordonné par Greenovia, a présenté ses conclusions et proposé un guide de bonnes pratiques en matière d'utilisation des véhicules électriques et son dispositif de recharge dédié aux flottes professionnelles.

Soutenir l'économie collaborative (ou de partage)

Le Groupe La Poste soutient le festival OuiShare Fest

Le Groupe La Poste a été partenaire du OuiShare Fest, qui s'est tenu du 5 au 7 mai 2014 à Paris, réunissant une vaste communauté internationale de start-up, grandes entreprises, designers, médias, groupes de réflexion, économistes, investisseurs et acteurs du secteur public travaillant sur l'avenir de l'économie collaborative ou de partage. À cette occasion, trois salariés de La Poste sont intervenus sur les thèmes de l'utilisation des capacités excédentaires, de la mise en œuvre de l'économie collaborative dans les grandes entreprises et de la création de liens entre l'économie circulaire et l'économie collaborative. L'entreprise fait front commun avec des acteurs clés de l'économie collaborative afin de développer des projets conjointement et d'accompagner les entreprises du secteur.

La Banque Postale partenaire de l'économie collaborative

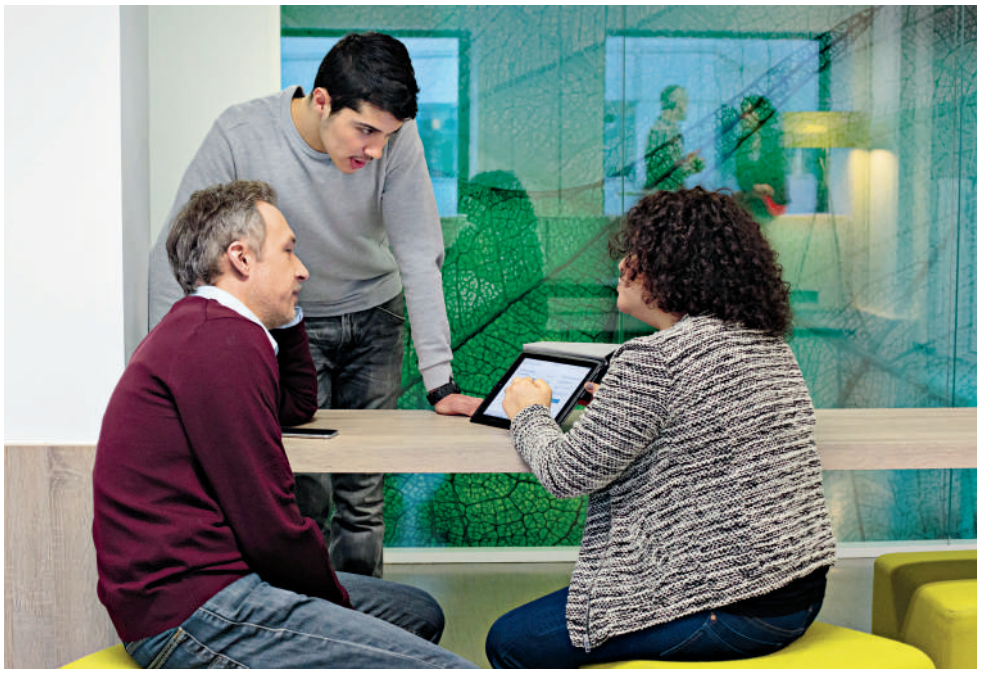
Depuis juin 2011, La Banque Postale s'investit dans l'économie collaborative dans le cadre d'un partenariat avec la plate-forme de financement participatif KissKissBankBank, qui permet à des entrepreneurs de collecter des fonds auprès du grand public afin de financer leurs projets. Chaque mois, La Banque Postale cofinance à hauteur de 50 % son projet coup de cœur : depuis le lancement du partenariat, 46 projets ont été ainsi soutenus. En 2013, le partenariat a accueilli un nouveau membre, HelloMerci, spécialisé dans les prêts solidaires entre particuliers. Enfin, en 2014, La Banque Postale a lancé avec KissKissBankBank et MakeSense la « Social Cup », première compétition en France qui réunit des étudiants autour de projets d'entrepreneuriat social. Cette première édition a vu plus de 300 étudiants présenter près de 50 projets innovants d'entrepreneuriat social. Huit projets ont été sélectionnés pour participer à l'étape finale de la compétition, qui s'est tenue à Paris en janvier 2015. Lauréat de cette édition, Axel and Cie est une start-up de recyclage du textile. Chacun des huit finalistes a reçu une dotation financière de La Banque Postale sur leur collecte KissKissBankBank. À travers ce partenariat et ses propres initiatives, La Banque Postale encourage à la fois l'esprit d'entreprise et le développement de l'économie collaborative.

Soutenir l'innovation concourant à la responsabilité sociale des entreprises

Le Groupe La Poste a lancé, le 26 mai 2014, Start'inPost, filiale dédiée à un programme complet d'incubation, d'accélération et d'accompagnement des start-up innovantes : prise en charge de tests de concepts, soutien industriel et commercial au développement, conseil et accès au réseau de La Poste, et, dans certains cas, financement de la croissance. La gestion de cet incubateur de start-up a été confiée à la branche Numérique. À travers Start'in Post, le Groupe a pour objectif de soutenir le développement de start-up capables de dynamiser l'activité sur les marchés actuels et futurs de La Poste et de ses filiales. Les projets sont sélectionnés selon trois grandes thématiques, en lien avec le plan stratégique « La Poste 2020 : conquérir l'avenir » : les services au commerce, à l'e-commerce et plus généralement aux professionnels, les services de proximité (pouvant mobiliser les facteurs) et les solutions de confiance numérique.

Les entités opérationnelles du Groupe La Poste jouent un rôle de « sponsors industriels » auprès des start-up, notamment pour la réalisation des tests en conditions réelles de marché. Start'inPost a été capitalisée et à hauteur de 5 millions d'euros et ambitionne d'accueillir 24 start-up par an en régime de croisière. En cinq mois d'activité, Start'inPost a reçu 142 dossiers de candidature. À fin novembre 2014, le dispositif a permis de lancer cinq tests entre start-up et entités opérationnelles du Groupe. L'un d'eux s'est conclu positivement par un partenariat commercial entre la société Heuritech et Media Data Live, et a intégré la phase d'accélération du programme Start'inPost. La société Heuritech est spécialiste du retraitement des données de masse (big data) en vue d'améliorer le ciblage des campagnes de communication, de publicité et de promotion.

Le hub numérique de La Poste, une solution universelle pour tous les objets connectés.



8 / RENFORCER LES SOLIDARITÉS ET CONSTRUIRE ENSEMBLE

p. 115 / La compensation carbone et la préservation des écosystèmes

p. 117 / L'engagement solidaire de La Poste et des postiers en faveur de l'inclusion sociale

p. 119 / L'engagement des postiers dans les associations de personnel, et notamment les associations de solidarité

p. 120 / La Fondation La Poste : par l'écriture, culture, solidarité, innovation

LE GROUPE LA POSTE ŒUVRE À LA PRÉVENTION DE L'EXCLUSION, fort de son engagement de longue date en faveur d'une meilleure accessibilité à l'information, fondée sur la création de liens, et aux services bancaires et d'assurance.
L'entreprise et ses salariés s'engagent pour faciliter l'accès des personnes vulnérables à l'éducation, à la culture, et en définitive à l'emploi. Le Groupe La Poste s'investit par ailleurs dans des initiatives de compensation carbone et d'autres mesures visant à réduire les émissions de CO_2 et à améliorer le bien-être des populations.

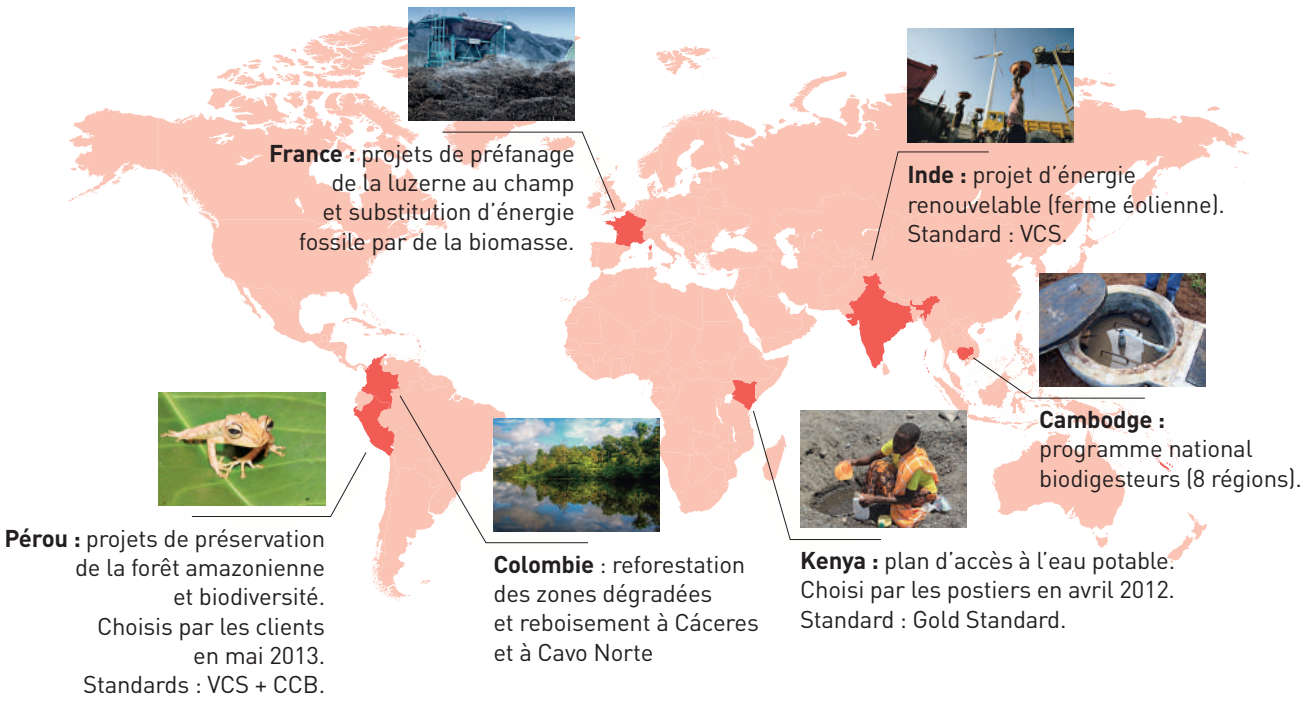
LA COMPENSATION CARBONE ET LA PRÉSERVATION DES ÉCOSYSTÈMES

Compensation carbone : investir dans des projets à forts bénéfices sociaux et environnementaux

La compensation carbone fait partie des mesures mises en place à l'échelle mondiale pour lutter contre le réchauffement climatique (voir le chapitre 6). Outre les mesures visant à prévenir, mesurer et réduire les émissions de CO_2, la compensation carbone favorise le développement social des communautés en encourageant le développement des sources d'énergie renouvelables, la réhabilitation des forêts, l'accès à l'eau potable et la distribution de matériel consommant moins d'énergie. Depuis mars 2012, La Poste compense les émissions de CO_2 liées aux activités de ses branches Services-Courrier-Colis, GeoPost et Numérique en achetant des crédits carbone sur le marché volontaire.

Ainsi, en 2014, Le Groupe La Poste a fait l'acquisition de crédits carbone certifiés qui lui ont permis de compenser ses millions de tonnes équivalents CO_2 émis sur 2014, liées aux émissions de gaz à effet de serre dû aux consommations énergétiques des bâtiments, des transports internes et sous-traités et à l'ensemble des offres papier, hybrides et numériques. L'achat de crédits carbone du Groupe La Poste pèse pour près de 5% des crédits achetés sur le marché volontaire.

Six projets portés par le Groupe La Poste



Le fonds Livehoods

En 2012, La Poste a rejoint le fonds d'investissement carbone Livelihoods. Créé à l'initiative de Danone, ce fonds réunit aujourd'hui neuf entreprises : Schneider Electric, Crédit Agricole, Hermès International, SAP, CDC Climat, La Poste, Voyageurs du monde et Firmenich.
Il a pour vocation d'investir dans trois types de projets : la restauration et la préservation d'écosystèmes naturels, l'agroforesterie et la restauration des sols par des pratiques agricoles durables, et l'accès à l'énergie rurale réduisant la déforestation.

Six projets sont actuellement soutenus par le fonds :
- **Sénégal (Casamance), Inde (golfe du Bengale) et Indonésie (Sumatra) : restauration de mangroves ;**
- **Inde (Araku, État de l'Andhra Pradesh) et Guatemala : agroforesterie ;**
- **Kenya (mont Kenya) : distribution de foyers de cuisson plus performants énergétiquement.**

Tous ces projets sont labellisés selon les meilleurs standards internationaux (ONU, VCS, Gold Standard).

La démarche de neutralité carbone de Geopost

Depuis 2012, GeoPost compense ses émissions de CO2 incompressibles en investissant dans des projets environnementaux à travers le monde. En 2014, l'entreprise a compensé 700 000 tonnes d'émissions de CO2 dans trois projets principaux, au Cambodge, en Colombie et en France.

• Le premier est une initiative nationale mise en œuvre au Cambodge et destinée à remplacer les systèmes à kérosène par des biodigesteurs capables de générer de l'énergie pour la cuisson des aliments et l'éclairage. Cette solution permet de limiter et réduire le volume d'émissions de CO_2 générées par l'utilisation du kérosène dans les foyers, améliorant ainsi la santé des habitants. De plus, les déchets servent d'engrais et permettent donc de limiter le recours aux pesticides nocifs. 20 288 biodigesteurs ont été distribués dans huit régions, au profit d'environ 100 000 personnes.

• Le deuxième projet est une initiative de reforestation dans deux régions distinctes de Colombie. L'objectif est de planter des arbres afin de restaurer la richesse de la biodiversité de la région, détériorée en raison d'activités aurifères illégales, de plantations de coca et de pratiques agricoles inappropriées. En tout, 18 variétés d'arbres ont été plantées sur 1 200 hectares : elles contribueront à protéger les ressources d'eau et à restaurer la biodiversité.

• Le troisième projet, déployé en France, porte sur la production de luzerne déshydratée grâce à la combustion de sciure de bois plutôt que de charbon. En choisissant la biomasse, il a été possible de réduire de 570 000 tonnes les émissions de CO2 depuis le début du projet. De même, l'utilisation de pesticides a pu être limitée.

Ces trois projets sont également créateurs d'emplois.

La création du Postal Carbon Fund, le fonds de compensation carbone de l'UPU

La Poste est à l'initiative de la création du fonds de compensation carbone, Postal Carbon Fund (association de droit suisse), en avril 2014, avec huit autres postes fondatrices (Costa Rica, Équateur, Finlande, Irlande, Sénégal, Suisse, Thaïlande et Togo). Premier fonds de compensation carbone sectoriel au monde, il permet aux postes des pays développés de compenser leurs émissions de CO_2 en finançant des projets de développement durable et de réduction des émissions polluantes dans les pays en développement.
Ces crédits carbone prennent un sens particulier pour les entreprises clientes, qui sont également présentes dans ces pays. Ils contribuent à mobiliser tout un secteur en faveur de la lutte contre le changement climatique et à promouvoir le transfert de technologies et de savoir-faire. En outre, cette initiative positionne le secteur postal comme proactif et ambitieux.. En ce sens, elle correspond en tout point aux attentes de Ban Ki-moon visant à garantir la transition énergétique : des investissements supplémentaires à long terme mis en œuvre par des alliances transnationales pour le développement durable et le climat (ATSC).

L'ENGAGEMENT SOLIDAIRE DE LA POSTE ET DES POSTIERS EN FAVEUR DE L'INCLUSION SOCIALE

Les actions visant à l'inclusion sociale des personnes se déclinent autour de l'accès à l'argent, l'accès à l'information, l'accès et le retour à l'emploi. Elles s'appuient sur des actions conjointes avec des collaborateurs volontaires.

Le Groupe La Poste encourage ses collaborateurs à s'engager dans des actions bénévoles comme le démontrent les deux exemples ci-dessous.

Le Groupe participe à la semaine des défis Mecenova, qui visent à faciliter les partenariats d'intérêt général entre les entreprises et les associations. Pendant cette semaine, La Poste organise des actions de bénévolat pour les postiers dans différentes régions (Alsace, Aquitaine, PACA, Rhône-Alpes, Île-de-France, etc.).

Le Groupe La Poste encourage l'engagement solidaire de ses salariés à l'échelle mondiale en soutenant financièrement deux associations à but non lucratif : Planète Urgence depuis 2006 et France Volontaires depuis 2008. En 2014, 50 salariés de La Poste sont partis sur leur congés en mission de congés solidaires à vocation humanitaire. Près de 550 salariés ont ainsi consacré une partie de leur temps et leur savoir-faire à une cause éducative ou socio-économique.

Pour l'inclusion sociale

Au-delà de l'accès à l'offre de services pour le plus grand nombre, l'objectif de La Poste de contribuer à l'inclusion sociale est complété par diverses actions. Une étude a été réalisée pour examiner les solutions mises en place par les personnes sous contrainte au travers des réseaux sociaux numériques.

Ses enseignements permettent d'enrichir les formations des postiers en contact avec ces populations.

Pour l'autonomie des clientèles fragiles

Une attention particulière est portée par la banque à la fragilité financière. La Banque Postale soutient l'association Institut pour l'éducation financière du public (IEFP) et l'association Entreprise et Pauvreté. Elle a également généralisé la plate-forme de conseil et d'orientation bancaire et budgétaire « L'Appui », étendue en 2014 aux centres financiers, bureaux de poste volontaires (plus de 100 en Île-de-France et en Rhône-Alpes), auprès du Médiateur de La Poste, des services réclamations et des partenaires associatifs. L'Appui a été reconnu par le gouvernement dans le cadre des projets labellisés « La France s'engage ». La Banque Postale propose également à ses clients qui rencontrent des difficultés financières ponctuelles ou récurrentes des services comme l'accompagnement budgétaire et bancaire, ou la mise en relation avec des partenaires, associations ou services sociaux, pour développer l'accès aux droits et l'accès à des offres solidaires.

En 2014, La Banque Postale et Réseau La Poste ont piloté le déploiement national d'ateliers de pédagogie budgétaire auprès de jeunes inscrits dans les Missions locales. Ces ateliers sont animés par des postiers bénévoles qui s'appuient sur un outil développé par CRESUS (Chambre régionale du surendettement social), qui accompagne les personnes en situation de surendettement.

Le Groupe La Poste s'est également rapproché de l'association Monalisa, qui a pour but de favoriser le maintien des personnes âgées dans une vie sociale active par la détection de difficultés et l'action des bénévoles.

Pour l'emploi des personnes vulnérables

Le Groupe La Poste s'implique également pour l'emploi des personnes vulnérables, notamment :

- en informant les jeunes et les demandeurs d'emploi les plus vulnérables sur ses métiers, par le biais des Forums de l'emploi des collectivités, des plans locaux d'insertion et des acteurs de l'emploi (missions locales, maisons de l'emploi) ;
- en développant le tutorat et le parrainage des jeunes et des demandeurs d'emploi grâce à plusieurs partenariats (« Nos quartiers ont des talents », les « Écoles de la 2e chance ») ;
- en soutenant les jeunes en voie de réinsertion professionnelle. En juillet 2014, Mediapost SAS et l'Épide ont ainsi signé une convention de partenariat pour lequel Mediapost SAS a obtenu le prix dans la catégorie « Formation et Tutorat », lors des neuvièmes Trophées de la diversité.

L'inclusion et l'éducation bancaire

La Banque Postale propose, depuis 2012, en partenariat avec le réseau des missions locales, des ateliers d'éducation budgétaire à destination des jeunes. Assurés par des collaborateurs volontaires du Groupe La Poste, ces ateliers portent sur la bonne gestion d'un budget, l'utilisation d'un compte bancaire, le bon usage du crédit et de l'épargne. Plusieurs centaines de jeunes accueillis dans les missions locales ont ainsi pu bénéficier de ces ateliers en trois ans. Cet engagement des collaborateurs de La Banque Postale et du Groupe La Poste s'est élargi en 2014 à de nouvelles missions en bénévolat de compétences en faveur de l'inclusion bancaire. En 2014, près de 200 collaborateurs se sont déclarés volontaires pour exercer quatre types de missions : les ateliers budgétaires et financiers auprès de jeunes ou d'associations partenaires qui luttent contre l'exclusion bancaire ; le parrainage d'une mini-entreprise pour aider une équipe de 10 à 20 élèves à « créer une entreprise », encadrée par l'association Entreprendre pour Apprendre ; l'assistance à la création de microentreprise avec PlaNet Finance France ; ou encore la sensibilisation des réseaux de créateurs d'entreprises à l'assurance professionnelle.

B.A.ba Solidarité

En 2013, La Poste et cinq entreprises ont fondé l'association BA'-A'-ba Solidarité afin de lutter contre l'illettrisme chez les salariés des sociétés prestataires de ménage en renforçant leur maîtrise du français et des savoir-faire de leur métier. Le projet comprend des cours formels assurés par un organisme de formation, complétés par une aide individualisée sous forme de tutorat proposée par des bénévoles de La Poste. Sept salariés de sociétés prestataires de ménage ont ainsi reçu l'aide de 28 bénévoles de La Poste en 2014.

L'ENGAGEMENT DES POSTIERS DANS LES ASSOCIATIONS DE PERSONNEL, ET NOTAMMENT LES ASSOCIATIONS DE SOLIDARITÉ

Dans le cadre d'une alliance d'associations consacrées à des missions solidaires, les collaborateurs de La Poste peuvent mettre à disposition une partie de leur temps et leurs compétences ou prendre un congé de solidarité à vocation humanitaire afin de contribuer à la cause de l'une de ces associations.
Exemples d'engagements :

- le congé solidaire à vocation humanitaire pour les salariés sauveteurs secouristes du travail qui souhaitent rejoindre l'Union nationale des associations de secouristes et sauveteurs (UNASS) ;
- l'engagement au sein de l'Association des travailleurs handicapés ou reclassés de La Poste (ATHA) :
  - préserver le lien social,
  - sensibiliser le public au handicap,
  - mener des actions de communication ;
- l'engagement au sein de l'APCLD, Association d'aide aux personnes malades et handicapées de La Poste ;
  - réfléchir sur un projet d'amélioration des procédures internes (qualité, suivi des partenariats),
  - être à l'écoute des personnes malades et des personnes handicapées, et leur proposer un accompagnement,
  - participer à des actions de prévention et promouvoir l'association.

Je souhaite apporter un peu de mon temps et de ma disponibilité pour des enfants qui ont de grandes difficultés et pour lesquels l'apprentissage du français est capital.

Myriam Gautier
Postière de la délégation régionale
du Groupe La Poste en Languedoc-Roussillon.

LA FONDATON LA POSTE : PAR L'ÉCRITURE, CULTURE, SOLIDARITÉ, INNOVATION

La lettre est par excellence créatrice de lien social ; son développement a justifié celui de La Poste ; les évolutions de son écriture conditionnent notre avenir : c'est pour cela que notre Fondation se consacre à l'écrit avec éclectisme, avec le souci de la qualité, avec la liberté que permet une fondation mais avec la volonté d'être celle de l'entreprise et de tous les postiers.

Dominique Blanchecotte
Déléguée générale de la Fondation

Créée en 1995, La Fondation d'entreprise La Poste soutient l'expression écrite. Elle est d'abord le mécène de la littérature épistolaire, qu'elle s'efforce de faire connaître, notamment auprès d'un vaste public, en aidant l'édition de correspondances ou les manifestations qui mettent les lettres en valeur. S'engageant en faveur de l'écriture pour tous, elle aide des associations et des collectivités qui mènent des actions auprès des personnes exclues ou plus fragiles : apprendre à écrire, utiliser l'écrit quand la vie quotidienne le requiert, s'exprimer avec aisance, clarté et avec plaisir. Plusieurs ateliers ont eu lieu en milieu scolaire, dans des quartiers difficiles, des hôpitaux..., et ont associé l'effort de l'apprentissage avec un aspect ludique.

La Fondation s'intéresse enfin aux formes nouvelles de l'écriture, aux prix qui les récompensent, aux paroles des chansons, à la multiplication des écritures numériques. La Fondation s'efforce de répartir ses interventions sur l'ensemble du territoire – y compris l'Outre-Mer. Elle souhaite que les postiers puissent s'y reconnaitre, en être acteurs ou bénéficiaires : engagement aux côtés des associations, accès à des festivals, achat de livres facilité, diffusion de la culture – abonnement gratuit, par exemple, à la revue littéraire électronique Florilettres – www.fondationlaposte.org
En 2014, la Fondation a financé 128 initiatives qui illustrent les valeurs du Groupe – proximité, solidarité, innovation – et son engagement citoyen.

ACTIONS FONDATION 2014 PAR RÉGION

ÎLE-DE-FRANCE

- Association Africultures, ateliers d'écriture et de photographie pour la réalisation d'un roman *Belleville en bulles*
- Association Lire, c'est vivre, ateliers d'écriture, Maison d'arrêt de Fleury Mérogis

NORD-PAS-DE-CALAIS

- *Femmes sur le pied de guerre Chronique d'une famille bourgeoise 1914-1918,* éditions Les Presses universitaires du Septentrion
- Ville de Lens, ateliers d'écriture

PICARDIE

- Association Prolifik Record, Slide Kids 2014

CENTRE

- Lettre du pays/ Pays de Loire – Beauce
- Association Les Amis de Max Jacob, *Max Jacob 1876-1944, Vie et mort d'un archange foudroyé*

- Publication de correspondances
- Manifestations
- Texte et musique
- Actions solidaires

FRANCHE-COMTÉ

- Festival Jacques Brel, Vesoul, du 3 au 11 octobre

CHAMPAGNE-ARDENNE

- Association Initiales, Vivre ensemble le Festival de l'écrit

ALSACE

- Association CRAPT CARRLI, Plaisir d'écrire, Graines d'histoires

BOURGOGNE

- Le Festival du mot, 9e édition, La Charité-sur-Loire, du 28 mai au 1er juin

RHÔNE-ALPES

- Festival de la Correspondance, 19e édition, Grignan, du 1er au 6 juillet
- Association Théâtre du Fenouillet, Du front à la ferme et de la ferme au front
- Tome XIX des œuvres complètes de Montesquieu, Volume 2 de la correspondance de Montesquieu 1731-1747
- Cafés littéraires de Montélimar
- Association Sport dans la ville, ateliers d'écriture L'Apprenti'Bus

PROVENCE–ALPES-CÔTES D'AZUR

- Compagnie Mises en scènes à Avignon : ateliers d'écriture La Parabole des papillons
- Correspondance Manosque La Poste, 16e édition, du 24 au 28 septembre
- Académie européenne de musique, Festival d'Aix-en-Provence, 17 édition, du 2 au 24 juillet

LANGUEDOC-ROUSSILLON

- Association Uni'Sons : ateliers d'écriture Hip Hop
- Association Il mots en images, ateliers d'écriture « Se souvenir des belles choses »

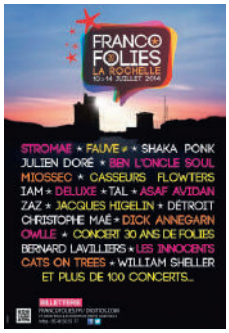
MIDI-PYRÉNÉES

- Association Prix du jeune écrivain, « Emmanuel Roblès, Une vie de littérature », le 15 novembre
- Rencontre d'Aubrac, 19e édition, « Imaginaires du ciel étoilé » association À la rencontre d'écrivains, du 18 au 22 août
- Le Marathon des mots, 10e édition, du 26 au 29 juin
- E.H.P.A.D. Broquiès : ateliers d'écriture inter générationnel

AQUITAINE LANGUEDOC-ROUSSILLON

- Association Voix du Sud à Astaffort
- Association Libreplume, ateliers d'écriture

POITOU-CHARENTES



- Francofolies La Rochelle, 30e édition du 10 au 14 juillet

BRETAGNE

- La Maison Thérapeutique du Collégien et du Lycéen, ateliers d'écriture
- Association Les Établissements Bollec, « Citad'elles » ateliers d'écriture au Centre pénitentiaire de Rennes

BASSE-NORMANDIE

- Colloque à Cerisy-la-Salle, Centre culturel international, du 16 au 23 août

Le musée de La Poste a pour volonté de favoriser l'accès à ses collections au plus grand nombre, et notamment aux personnes peu familières des institutions culturelles. Le musée s'est engagé, depuis presque deux ans, auprès des structures franciliennes de lutte contre l'illettrisme, avec le soutien de l'Agence nationale de la lutte contre l'illettrisme (ANLCI) en offrant aux associations et à leurs groupes la gratuité pour toutes ses prestations et offres culturelles : visites guidées, ateliers et projets « sur mesure » (mallette du Messager au facteur, atelier de Mail Art…). Ainsi, de mai à décembre 2014, **le musée a organisé 13 séances auprès des élèves des écoles de la 2nde chance, soit 254 personnes.**

Depuis 2012, La Banque Postale s'est engagée auprès de **« L'Envol, le campus de La Banque Postale ».** L'association, en partenariat avec l'Éducation nationale, vise à favoriser chaque année le parcours d'une soixantaine d'élèves talentueux issus de milieux modestes (urbains et ruraux) dans l'enseignement secondaire et supérieur. Détectés au collège, ils sont accompagnés financièrement et culturellement avec l'aide de postiers volontaires de la seconde à leur entrée dans une filière de haut niveau.

En outre, La Poste poursuit son **engagement philanthropique** en faveur de grandes causes nationales comme le Téléthon (collecte de fonds pour financer la recherche contre les maladies génétiques neuromusculaires et l'accompagnement des malades), l'opération des Pièces jaunes (collecte de fonds pour améliorer la vie des enfants hospitalisés) et le Rallye des Gazelles (rallye-raid au Maroc, 100 % féminin).

9 / ANNEXES

p. 124 / Annexe 1
p. 147 / Annexe 2
p. 158 / Annexe 3

Annexe 1

TABLE DE RÉFÉRENCEMENT GRI-G4

Article 225 du Grenelle II et COPdu Pacte Mondial

N.A. = Non approprié / N.D. = Non disponible / N.C. = Non communiqué
Partiel Total : DR = Document de référence
RRSE = Rapport RSE

- Indicateur complet
- Indicateur partiel
- Non disponible ou non communiqué pour Le Groupe La Poste

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
1. STRATÉGIE ET ANALYSE							
G4-1	Déclaration du décideur le plus haut placé de l'organisation sur la pertinence du développement durable pour l'organisation et sa stratégie	Le Groupe La Poste	RRSE	2 et 3	Le mot du Président	I.2.a.1	A
G4-2	Description des impacts, risques et opportunités majeurs	Le Groupe La Poste	RRSE	19 à 22	2/ "La Poste 2020: conquérir l'avenir" – Une politique RSE au cœur de la stratégie du Groupe	I.2.a.1	A
2. PROFIL DE L'ORGANISATION							
G4-3	Nom de l'organisation	Le Groupe La Poste	RRSE DR	couverture I 20	– 4 / Informations concernant la société	I.2.a.1 I.2.a.2 I.2.a.4 II.3.c.2	B
G4-4	Principales marques et principaux produits et services.	Le Groupe La Poste	RRSE	13	1 / Profil du Groupe La Poste	I.2.a.1 I.2.a.2 I.2.a.4 II.3.c.2	B
G4-5	Lieu où se trouve le siège de l'organisation	Le Groupe La Poste	RRSE DR	couverture IV 20	– 4 / Informations concernant la société	I.2.a.1 I.2.a.2 I.2.a.4 II.3.c.2	- - -
G4-6	Nombre de pays dans lesquels l'organisation est implantée et nom de ceux où l'organisation exerce d'importantes activités, ou qui sont particulièrement concernés par les thèmes de développement durable abordés dans le rapport.	Le Groupe La Poste	RRSE	14	1 / Profil du Groupe La Poste	I.2.a.1 I.2.a.2 I.2.a.4 II.3.c.2	- - -
G4-7	Nature du capital et forme juridique	Le Groupe La Poste	RRSE DR	9 20	1/ Profil du Groupe La Poste 4 / Informations concernant la société	I.2.a.1 I.2.a.2 I.2.a.4 II.3.c.2	- - -

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
G4-8	Marchés desservis avec répartition géographique, secteurs desservis et types de clients ou bénéficiaires	Le Groupe La Poste	RRSE	13	1 / Profil du Groupe La Poste	I.2.a.1 I.2.a.2 I.2.a.4 II.3.c.2	- - -
G4-9	Taille de l'organisation, notamment : • le nombre total de salariés ; • le nombre total de sites ; • le chiffre d'affaires net (pour les organisations du secteur privé) ou les recettes nettes (pour les organisations du secteur public) ; • le capital total, en séparant les dettes et les capitaux propres (pour les organisations du secteur privé) ; • la quantité de produits ou de services fournis.	Le Groupe La Poste	RRSE	8 à 13	1 / Profil du Groupe La Poste	I.2.a.1 I.2.a.2 I.2.a.4 II.3.c.2	- - -
G4-10	Effectif total par type d'emploi, contrat de travail et zone géographique et répartition par sexe. Indiquer si une part importante du travail de l'organisation est assurée par des personnes ayant le statut juridique de travailleurs indépendants ou par des personnes autres que des salariés ou intérimaires, y compris les salariés ou intérimaires des prestataires. Indiquer toute variation importante du nombre de personnes employées (telle que les variations saisonnières de l'emploi dans le tourisme ou l'industrie agricole).	La Poste et Le Groupe La Poste	RRSE	69 et 70	5 / Développer les compétences - Le Pacte Social	I.1.a.1.2_4 I.1.a.2.1 I.1.a.2.2	COP6 à COP8
G4-11	Pourcentage de l'ensemble des salariés couverts par une convention collective.	Le Groupe La Poste	RRSE	70	5 / Développer les compétences - Le Pacte Social	I.1.e.1	COP6 à COP8
G4-12	Décrire la chaîne d'approvisionnement de l'organisation.	Le Groupe La Poste	RRSE	106 et 107	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi	I.2.a.1 I.2.a.2 I.2.a.4 II.3.c.2	- - -
G4-13	Changements significatifs de la taille, de la structure de l'organisation, de son capital ou de la chaîne d'approvisionnement de l'organisation au cours de la période de reporting y compris : • les changements d'implantation ou les changements d'activités, incluant l'ouverture, la fermeture ou l'extension de sites ; • les modifications dans la structure du capital actif et autre source de capital, la préservation du patrimoine et autres • opérations (pour les organisations du secteur privé) ; • les changements de localisation des fournisseurs, les modifications de la structure de la chaîne d'approvisionnement, ou des relations avec les fournisseurs, y compris la sélection et la résiliation.	ND	ND	ND	ND	I.3.c.1	COP2

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Engagements externes							
G4-14	Explications sur la position de l'organisation quant à la démarche ou au principe de précaution et sur ses actions en la matière	Le Groupe La Poste et La Banque Postale	RRSE	39	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	COP1
G4-15	Chartes, principes et autres initiatives, d'origine extérieure en matière économique, environnementale ou sociale, auxquelles l'organisation a souscrit ou donné son aval	Le Groupe La Poste / La Poste et ses filiales	RRSE	37	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	COP1 à COP21
G4-16	Affiliation à des associations (associations professionnelles) ou adhésion à des organisations nationales ou internationales de défense des intérêts dans lesquelles l'organisation : • détient des postes au sein des organes de gouvernance • participe à des projets ou des comités • apporte des financements dépassant la simple cotisation • ou considère sa participation comme stratégique	Le Groupe La Poste	RRSE	53 et 54	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	COP15 à COP17
3. ENJEUX MATÉRIELS IDENTIFIÉS ET PÉRIMÈTRE							
G4-17	Liste des entités incluses dans les états financiers consolidés de l'organisation ou documents équivalents. Indiquer si une entité incluse dans les états financiers consolidés de l'organisation ou documents équivalents n'est pas prise en compte dans le rapport.	Le Groupe La Poste	DR	410 à 418	20 / Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur – Note 41	I.2.a.1 I.2.a.2 I.2.a.4 II.3.c.2 PG2 PG4	- - -
G4-18	Processus de contenu et du Périmètre des enjeux matériels. Expliquer comment l'organisation a mis en œuvre les Principes de reporting de contenu.	Le Groupe La Poste	RRSE	18 à 22	2 / "La Poste 2020 : conquérir l'avenir" – Une politique RSE au cœur de la stratégie du Groupe	PG4	- - -
G4-19	Liste des enjeux matériels identifiés dans le processus de définition du contenu du rapport.	Le Groupe La Poste	RRSE	18 à 22	2 / "La Poste 2020 : conquérir l'avenir" – Une politique RSE au cœur de la stratégie du Groupe	- - -	- - -
G4-20	Pour chacun des enjeux matériels, indiquer le Périmètre au sein de l'organisation, comme suit : si l'enjeu matériel est pertinent au sein de l'organisation ; • si l'enjeu matériel n'est pas pertinent pour toutes les entités au sein de l'organisation (suivant la description du point G4-17), choisir l'une des deux approches suivantes et préciser : soit la liste des entités ou groupes d'entités inclus dans le point G4-17 pour lesquels l'enjeu matériel n'est pas pertinent ; soit la liste des entités ou groupes d'entités inclus dans le point G4-17 pour lesquels l'enjeu matériel est pertinent. • indiquer toute restriction spécifique concernant le Périmètre de l'enjeu matériel au sein de l'organisation.	Le Groupe La Poste	RRSE	19 à 28	2 / "La Poste 2020 : conquérir l'avenir" – Une politique RSE au cœur de la stratégie du Groupe	PG2	- - -

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
G4-21	Pour chacun des enjeux matériels, indiquer le Périmètre de l'enjeux matériel en dehors de l'organisation, comme suit : • indiquer si l'enjeu matériel est pertinent en dehors de l'organisation ; • si l'enjeu matériel est pertinent en dehors de l'organisation, identifier les entités, groupes d'entités ou éléments concernés. En outre, décrire l'emplacement géographique où l'enjeu matériel s'avère pertinent pour les entités identifiées ; • indiquer toute restriction spécifique concernant le Périmètre de l'enjeu matériel en dehors de l'organisation.	Le Groupe La Poste	RRSE	19 à 28	2 / "La Poste 2020 : conquérir l'avenir" – Une politique RSE au cœur de la stratégie du Groupe	PG2	- - -
G4-22	Raisons et conséquences de toute reformulation d'informations communiquées dans des rapports antérieurs.	La Poste	RRSE	73	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	PG1	- - -
G4-23	Changements substantiels concernant le champ d'étude et le périmètre des enjeux matériels, par rapport aux précédentes périodes de reporting.	NA	NA	NA	NA	PG1	
4. IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES							
Dialogues avec les parties prenantes							
G4-24	Liste des groupes de parties prenantes inclus par l'organisation	Le Groupe La Poste	RRSE	45 à 48	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	I.3.b.1	COP21
G4-25	Base d'identification et sélection des parties prenantes avec lesquelles dialoguer	Le Groupe La Poste	RRSE	45 à 48	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	I.3.b.1	COP21
G4-26	Démarche de ce dialogue, et notamment fréquence par type et par groupe de parties prenantes	Le Groupe La Poste	RRSE	45 à 48	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	I.3.b.1	COP21
G4-27	Questions et préoccupations clés soulevées via le dialogue avec les parties prenantes et manière dont l'organisation y a répondu, notamment lors de l'élaboration de son rapport	Le Groupe La Poste	RRSE	45 à 48	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	I.3.b.1	COP21
5. PROFIL DU RAPPORT							
G4-28	Période de reporting (par exemple année fiscale ou calendaire) pour les informations fournies.	Le Groupe La Poste	RRSE	-	-	- - -	- - -
G4-29	Date du dernier rapport publié, le cas échéant	Le Groupe La Poste	RRSE	-	-	- - -	- - -
G4-30	Cycle considéré (annuel, biennal...)	Le Groupe La Poste	RRSE	-	-	- - -	- - -
G4-31	Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu	Le Groupe La Poste	RRSE	-	-	- - -	- - -

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Index du contenu du GRI							
G4-32	Option de « conformité » choisie par l'organisation et index du contenu GRI pour l'option choisie. Indiquer la référence au Rapport de vérification externe, si le rapport a été vérifié en externe.	Le Groupe La Poste	DR	552	A3 / Synthèse des informations relatives aux conséquences sociales et environnementales de l'activité, engagements sociétaux en faveur du développement durable	PG3	- - -
Validation par des tiers							
G4-33	Politique et pratique courante visant la validation du rapport par des personnes externes à l'organisation.	Le Groupe La Poste	DR	552	A3 / Synthèse des informations relatives aux conséquences sociales et environnementales de l'activité, engagements sociétaux en faveur du développement durable	PG5 PG6 PG7"	D COP1 COP20
6. GOUVERNANCE							
Structure et composition de la gouvernance							
G4-34	Structure de gouvernance de l'organisation y compris les comités de l'instance supérieure de gouvernance. Identifier les comités responsables des décisions relatives aux impacts économiques, environnementaux et sociaux.	Le Groupe La Poste	RRSE DR	30 à 33 203 à 218	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance 14 / Organes d'administration, de direction et de surveillance et Direction générale	- - -	COP1 COP20
G4-35	Processus de délégation des pouvoirs de l'instance supérieure de gouvernance aux cadres dirigeants et autres salariés concernant les thèmes économiques, environnementaux et sociaux.	Le Groupe La Poste	RRSE	30 à 33	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-36	Indiquer si l'organisation a nommé un ou plusieurs cadres dirigeants responsables des thèmes économiques, environnementaux et sociaux, et si ces derniers dépendent directement de l'instance supérieure de gouvernance.	Le Groupe La Poste	RRSE	30 à 33	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-37	Indiquer les processus de consultation entre les parties prenantes et l'instance supérieure de gouvernance concernant les thèmes économiques, environnementaux et sociaux. Si la consultation est déléguée, préciser à qui, et indiquer tout processus de retour d'informations à l'instance supérieure de gouvernance.	Le Groupe La Poste	RRSE	30 à 33	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
G4-38	Composition de l'instance supérieure de gouvernance et de ses comités selon la répartition suivante : • exécutif ou non exécutif ; • indépendance ; • fonctions au sein de l'instance de gouvernance ; • nombre d'autres postes et engagements de chaque membre et nature des engagements ; • sexe ; • membres appartenant à des groupes sociaux sous-représentés ; • compétences relatives aux impacts économiques, environnementaux et sociaux ; • représentation des parties prenantes.	Le Groupe La Poste	RRSE DR	30 à 33 203 à 218	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance 14 / Organes d'administration, de direction et de surveillance et Direction générale	- - -	- - -
G4-39	Préciser si le président de l'instance supérieure de gouvernance est également membre de la direction (et le cas échéant, indiquer ses fonctions dans la direction de l'organisation et les raisons de cette disposition).	Le Groupe La Poste	RRSE	30 à 33	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-40	Processus de processus de nomination et de sélection pour l'instance supérieure de gouvernance et ses comités, et préciser les critères utilisés pour la nomination et la sélection des membres de l'instance supérieure de gouvernance, y compris : • si la diversité est prise en compte et comment ; • si l'indépendance est prise en compte et comment ; • si l'expertise et l'expérience relatives aux thèmes économiques, environnementaux et sociaux sont prises en compte et comment ; • si les parties prenantes (y compris les actionnaires) participent et comment.	Le Groupe La Poste	RRSE DR	30 à 33 203 à 218	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance 14 / Organes d'administration, de direction et de surveillance et Direction générale	- - -	COP1 COP20
G4-41	Processus mis en place afin que l'instance supérieure de gouvernance s'assure que les conflits d'intérêts sont évités et gérés. Indiquer si les conflits d'intérêts sont divulgués aux parties prenantes.	Le Groupe La Poste	RRSE	31	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	COP1 COP2 COP20
Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la détermination de la mission, des valeurs et de la stratégie de l'organisation							
G4-42	Rôles de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants dans le développement, l'approbation et l'actualisation de la mission, des valeurs ou énoncés de mission, stratégies, politiques et objectifs de l'organisation concernant les impacts économiques, environnementaux et sociaux.	-	-	-	-	- - -	- - -
Compétences et évaluation de la performance de l'instance supérieure de gouvernance							
G4-43	Mesures prises pour développer et améliorer les connaissances collectives de l'instance supérieure de gouvernance relatives aux thèmes économiques, environnementaux et sociaux.	-	-	-	-	I.2.a.2	

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
G4-44	Processus d'évaluation de la performance propre de l'instance supérieure de gouvernance, relatif aux thèmes économiques, environnementaux et sociaux	Le Groupe La Poste	RRSE	32	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	I.1.a.3.1 I.1.a.3.2 I.2.a.1	COP1
Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la gestion des risques							
G4-45	Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'identification et la gestion des impacts, risques et opportunités économiques, environnementaux et sociaux. Spécifier le rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la mise en oeuvre des processus de devoir de vigilance. Indiquer l'éventuel recours à une consultation des parties prenantes pour appuyer l'identification et la gestion des impacts, risques et opportunités économiques, environnementaux et sociaux par l'instance supérieure de gouvernance. économique, environnementale et sociale, et notamment les risques, opportunités, ainsi que le respect des normes internationales, des codes de bonne conduite et des principes.	Le Groupe La Poste	RRSE	20	2 / "La Poste 2020: conquérir l'avenir" – Une politique RSE au cœur de la stratégie du Groupe	- - -	D COP1 COP20
G4-46	Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'examen de l'efficacité des processus de gestion des risques de l'organisation concernant les thèmes économiques, environnementaux et sociaux.	-	-	-	-	- - -	- - -
G4-47	Fréquence de l'examen des impacts, risques et opportunités économiques, environnementaux et sociaux par l'instance supérieure de gouvernance.	-	-	-	-	- - -	D COP1 COP20
Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans le reporting extra-financier							
G4-48	Indiquer le comité ou le poste de plus haut niveau qui examine et approuve de façon officielle le rapport de développement durable de l'organisation et s'assure que tous les enjeux matériels sont traités.	-	-	-	-	- - -	- - -
Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'évaluation des performances économiques, environnementales et sociales							
G4-49	Processus pour informer l'instance supérieure de gouvernance des réclamations majeures.	-	-	-	-	- - -	- - -
G4-50	Nature et nombre total de réclamations majeures dont l'instance supérieure de gouvernance a été informée et mécanisme(s) utilisé(s) pour les traiter et les résoudre.	Le Groupe La Poste	RRSE	161	9 / Annexes	- - -	- - -

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Rémunérations et incitations							
G4-51	Politiques de rémunération en vigueur à l'égard de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants. Lien entre les critères de performance de la politique de rémunération et les objectifs économiques, environnementaux et sociaux de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants.	Le Groupe La Poste	RRSE	34	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	I.1.a.3.1	COP1 COP20
G4-52	Processus de détermination de la rémunération. Préciser si des conseils en rémunération participent à la détermination de la rémunération et s'ils sont indépendants de la direction. Indiquer tout autre lien des conseils en rémunération avec l'organisation.	Le Groupe La Poste	RRSE	34	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-53	Mode de sollicitation et de prise en compte des opinions des parties prenantes en matière de rémunération, y compris les résultats des votes sur les politiques et propositions de rémunération, le cas échéant.	-	-	-	-	- - -	- - -
G4-54	Ratio de la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée de l'organisation dans chacun des pays ayant d'importantes activités par rapport à la rémunération annuelle totale médiane de l'ensemble des salariés (excepté la personne la mieux payée) dans le même pays.	Le Groupe La Poste	RRSE	34	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-55	Ratio du pourcentage d'augmentation de la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée de l'organisation dans chacun des pays ayant d'importantes activités, par rapport au pourcentage d'augmentation médian de la rémunération annuelle totale de l'ensemble des salariés (excepté la personne la mieux payée) dans le même pays.	-	-	-	-	- - -	- - -
7. ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ							
G4-56	Valeurs, principes, normes et règles de l'organisation en matière de comportement, tels que les codes de conduite et codes d'éthique.	Le Groupe La Poste	RRSE	34	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	II.3.d	COP12
G4-57	Mécanismes internes et externes pour obtenir des conseils sur les comportements éthiques et respectueux de la loi et les questions liées à l'intégrité de l'organisation, tels que les services d'aide et d'assistance.	Le Groupe La Poste	RRSE	34	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-58	Mécanismes internes et externes utilisés pour faire part des réclamations relatives à des comportements non respectueux de l'éthique et de la loi et à des questions d'intégrité de l'organisation, tels que la remontée à la hiérarchie, et les mécanismes ou lignes téléphoniques de dénonciation.	Le Groupe La Poste	RRSE	34	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
ÉLÉMENTS SPÉCIFIQUES D'INFORMATION							
Économie							
Description de l'approche managériale							
G4-DMA	**a.** Indiquer pourquoi l'enjeu est matériel. Préciser les impacts. **b.** Indiquer comment l'organisation gère la matérialité ou ses impacts. **c.** Préciser l'évaluation de l'approche managériale, y compris : • les mécanismes pour évaluer l'efficacité de l'approche managériale ; • les résultats de l'évaluation de l'approche managériale ; • tout ajustement lié à l'approche managériale.	Le Groupe La Poste	RRSE	104	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi	- - -	- - -
Performance économique							
G4-EC1	Valeur économique directe créée et distribuée, incluant les produits, les coûts opérationnels, prestations et rémunérations des salariés, donations et autres investissements pour les communautés, les résultants mis en réserves, les versements aux apporteurs de capitaux et aux États.	Le Groupe La Poste	RRSE	53	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	I.1.a.3.1	COP15 COP16
G4-EC2	Implications financières et autres risques et opportunités pour les activités de l'organisation liés aux changements climatiques	Le Groupe La Poste	RRSE	91	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique	II.2.a.4	COP15 COP16
G4-EC3	Étendue de la couverture des régimes de retraites à prestations définies	Le Groupe La Poste	RRSE	87	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	- - -	COP15 COP16
G4-EC4	Subventions et aides publiques reçues	Le Groupe La Poste	RRSE	39	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	COP15 COP16
Présence sur le marché							
G4-DMA	Présence sur le marché – Description de l'approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	8 à 16	1 / Profil du Groupe La Poste	- - -	- - -
G4-EC5	Ratios du salaire d'entrée de base par sexe par rapport au salaire minimum local sur les principaux sites opérationnels	ND	ND	ND	ND	I.1.a.3.1	COP15 COP16
G4-EC6	Proportion des cadres dirigeants embauchés localement sur les principaux sites opérationnels	ND	ND	ND	ND	I.1.a.2.1 I.3.a.2	COP15 COP16

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Impacts économiques indirects							
G4-DMA	Impacts économiques indirects – Description de l'approche managériale					- - -	- - -
G4-EC7	Développement et impact des investissements en matière d'infrastructures et d'appui aux services. Indiquer l'étendue du développement des investissements en matière d'infrastructures et d'appui aux services. Indiquer les impacts réels ou attendus sur les communautés et économies locales. Préciser les impacts positifs et négatifs, s'ils sont significatifs. Préciser si ces investissements et services sont des prestations commerciales, en nature ou à titre gratuit.	Le Groupe La Poste	RRSE	106, 107, 110, 113, 119, 122	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi 8 / Renforcer les solidarités et construire ensemble	I.3.a I.3.b.2	COP15 COP16
G4-EC8	Impacts économiques indirects substantiels, y compris importance de ces impacts. Fournir des exemples d'impacts indirects positifs et négatifs importants de l'organisation. Préciser l'importance des impacts au regard des priorités des parties prenantes et de points de comparaison externes tels que les normes, protocoles et programmes politiques nationaux et internationaux.	Le Groupe La Poste	RRSE	106	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi	I.3.a.2	COP15 COP16
Pratiques d'achats							
G4-DMA	Pratiques d'achats – Description de l'approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	106	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi	- - -	
G4-EC9	Part des dépenses réalisées avec les fournisseurs locaux sur les principaux sites opérationnels	Le Groupe La Poste	RRSE	107	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi	I.1.a.2.1 I.3.a.2	COP15 COP16
Environnement							
Environnement							
G4-DMA	Environnement	Le Groupe La Poste / Branches / Pôles	RRSE	90 à 101	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique	- - -	- - -
Matières							
G4-EN1	Consommation de matières en poids ou en volume	Le Groupe La Poste	RRSE	99 155	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.c.2	COP11
G4-EN2	Pourcentage de matières consommées provenant de matières recyclées	NA	NA	NA	NA	I.2.c.2	COP11

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Énergie							
G4-DMA	Énergie – Approche managériale	Le Groupe La Poste / Branches / Pôles	RRSE	91	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique	- - -	- - -
G4-EN3	Consommation énergétique au sein de l'organisation. Consommation totale de combustibles provenant de sources non renouvelables. Consommation totale de combustibles provenant de sources renouvelables. Préciser les normes, méthodologies et hypothèses utilisées. Indiquer la source des facteurs de conversion utilisés.	Le Groupe La Poste	RRSE	94 155 et 156	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.c.3	COP11
G4-EN4	Consommation énergétique en dehors de l'organisation. Préciser les normes, méthodologies et hypothèses utilisées. Indiquer la source des facteurs de conversion utilisés.	Le Groupe La Poste	RRSE	94 156 et 157	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.c.3	COP11
G4-EN5	Intensité énergétique. Indiquer le ratio, le type d'unité d'œuvre, les types d'énergie considérées et le périmètre.	Le Groupe La Poste	RRSE	94 156	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	- - -	COP11
G4-EN6	Réduction de la consommation énergétique. Quantifier les réductions de la consommation énergétique réalisées résultant directement des initiatives d'économie et d'efficacité. Préciser les types d'énergie concernés par les réductions. Préciser la base du calcul des réductions de la consommation énergétique (année ou valeur de référence, par exemple) et la raison de ce choix. Préciser les normes, méthodologies et hypothèses utilisées.	Le Groupe La Poste	RRSE	93 156	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.c.3	COP11
G4-EN7	Réductions des besoins énergétiques des produits et services. Préciser les réductions des besoins énergétiques des produits et services vendus pendant la période de reporting. Préciser la base du calcul des réductions de la consommation énergétique (année ou valeur de référence, par exemple) et la raison de ce choix. Préciser les normes, méthodologies et hypothèses utilisées.	Le Groupe La Poste	RRSE	92 à 95 156	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.c.3	COP10
Eau							
G4-DMA	Eau – Approche managériale	NA	NA	NA	NA	- - -	- - -
G4-EN8	Volume total d'eau prélevé, par source	NA	NA	NA	NA	I.2.c.1	COP11
G4-EN9	Sources d'approvisionnement en eau significativement touchées par les prélèvements	NA	NA	NA	NA	I.2.c.1	COP11
G4-EN10	Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée	NA	NA	NA	NA	I.2.b.1	COP11

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Biodiversité							
G4-DMA	Biodiversité – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	101	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique	- - -	- - -
G4-EN11	Emplacement et superficie des terrains détenus, loués ou gérés dans ou au voisinage d'aires protégées et en zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées	ND	ND	ND	ND	II.2.c.4 I.2.e.1	COP10
G4-EN12	Description des impacts substanciels des activités, produits et services sur la biodiversité des aires protégées ou des zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées	NA	NA	NA	NA	I.2.e.1	COP9
G4-EN13	Habitats protégés ou restaurés	NA	NA	NA	NA	I.2.e.1	COP9
G4-EN14	Nombre total d'espèces menacées figurant sur la liste rouge mondiale de l'UICN et sur son équivalent national et dont les habitats se trouvent dans des zones affectées par des activités, par niveau de risque d'extinction.	NA	NA	NA	NA	I.2.e.1	COP11
Émissions							
G4-DMA	Émissions – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	92 à 98	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique	- - -	- - -
G4-EN15	Émissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1)	Le Groupe La Poste	RRSE	92 à 95 138	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.d.1	COP11
G4-EN16	Émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 2) liées à l'énergie	Le Groupe La Poste	RRSE	92 à 95 138	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.d.1	COP11
G4-EN17	Autres émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 3)	Le Groupe La Poste	RRSE	92 à 95 138	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.d.1	COP11
G4-EN18	Intensité des émissions de gaz à effet de serre	Le Groupe La Poste	RRSE	93 138	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.d.1	COP9 COP11

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
G4-EN19	Réduction des émissions de gaz à effet de serre	Le Groupe La Poste	RRSE	157	9 / Annexes	I.2.d.1	COP11
G4-EN20	Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone (SAO)	ND	ND	ND	ND	I.2.b.1	COP11
G4-EN21	NOX, SOX, et autres émissions atmosphériques substantielles	ND	ND	ND	ND	I.2.b.1	COP11
Effluents et déchets							
G4-DMA	Effluents et déchets – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	99 et 100	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique	- - -	- - -
G4-EN22	Total des rejets d'eau, par type et par destination	NA	NA	NA	NA	I.2.b.1	COP11
G4-EN23	Poids total de déchets, par type et par mode de traitement	ND	ND	ND	ND	I.2.b.2	COP11
G4-EN24	Nombre et volume total des déversements substantiels	NA	NA	NA	NA	I.2.b	COP11
G4-EN25	Poids des déchets transportés, importés, exportés ou traités et jugés dangereux selon les termes des annexes I, II, III et VIII de la Convention2 de Bâle, et pourcentage de déchets exportés	NA	NA	NA	NA	I.2.b.2	COP11
G4-EN26	Identification, taille, statut de protection et valeur de biodiversité des plans d'eau et de leur écosystème très touchés par le rejet et le ruissellement des eaux de l'organisation	NA	NA	NA	NA	I.2.b.1 I.2.e.1	COP11
Produits et services							
G4-DMA	Produits et services – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	56 à 64	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	- - -	- - -
G4-EN27	Portée des mesures d'atténuation des impacts environnementaux des produits et des services	Le Groupe La Poste	RRSE	56 à 64	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	II.3.d.2	COP11
G4-EN28	Pourcentage de produits vendus et de leurs emballages recyclés ou réutilisés, par catégorie	ND	ND	ND	ND	I.2.b.2	COP11
Conformité							
G4-DMA	Conformité – Approche managériale	Le Groupe La Poste	DR	137	9 / Les facteurs de risque	- - -	- - -
G4-EN29	Montant des amendes substantielles et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations en matière d'environnement.	Le Groupe La Poste	DR	137	9 / Les facteurs de risque	- - -	COP11

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Transport							
G4-DMA	Transport – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	90 et 91	6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique	- - -	- - -
G4-EN30	Impacts environnementaux substantiels du transport des produits, autres marchandises et matières utilisés par l'organisation dans le cadre de son activité, et des déplacements des membres de son personnel	Le Groupe La Poste	RRSE	57 97 157 et 158	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous 6 / Réduire l'empreinte environnementale du Groupe et accompagner la transition énergétique 9 / Annexes	I.2.a.3	
Généralités							
G4-DMA	Généralités – Approche managériale						- - -
G4-EN31	Total des dépenses et des investissements en matière de protection de l'environnement, par type.	ND	ND	ND	ND	I.2.a.3	COP11
Évaluation environnementale des fournisseurs							
G4-DMA	Évaluation environnementale des fournisseurs – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	105 à 109	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi	- - -	- - -
G4-EN32	Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères environnementaux	ND	ND	ND	ND	II.3.c.2	- - -
G4-EN33	Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur l'environnement dans la≈chaîne d'approvisionnement et mesures prises.	Le Groupe La Poste	RRSE	105 à 109	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi	II.3.c	- - -
Mécanismes de règlement des griefs environnementaux							
G4-DMA	Mécanismes de règlement des griefs environnementaux – Approche managériale	ND	ND	ND	ND	- - -	- - -
G4-EN34	Nombre de griefs concernant les impacts environnementaux déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs.	Le Groupe La Poste	-	-	-	- - -	- - -
SOCIAL							
Pratiques en matière d'emploi et de travail décent							
G4-DMA	Pratiques en matière d'emploi et de travail décent – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	65 à 88	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	- - -	- - -

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Emploi							
G4-LA1	Nombre total et pourcentage de nouveaux salariés embauchés et taux de rotation du personnel par tranche d'âge, sexe et zone géographique.	Le Groupe La Poste	RRSE	71	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	I.1.a.1.2_4 I.1.a.2.1 I.1.a.2.2	COP6 à COP8
G4-LA2	Avantages sociaux offerts aux salariés à temps plein et non aux intérimaires, ni aux salariés à temps partiel, par principaux sites opérationnels	Le Groupe La Poste	RRSE	87 158	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social 9 / Annexes	- - -	COP6 à COP8
G4-LA3	Retour au travail et maintien en poste après le congé parental, par sexe.	Le Groupe La Poste	RRSE	79 158	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social 9 / Annexes	I.3.c.1 I.3.c.2	COP6 à COP8
Relations employeurs/employés							
G4-DMA	Relations employeurs/employés – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	85 à 88	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	- - -	- - -
G4-LA4	Délai minimal de préavis en cas de changement opérationnel, en indiquant si ce délai est précisé dans une convention collective.	ND	ND	ND	ND	I.1.c.1	COP6 à COP8
Santé et sécurité au travail							
G4-DMA	Santé et sécurité au travail – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	80 à 84	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	- - -	- - -
G4-LA5	Pourcentage de l'effectif total représenté dans des comités mixtes Direction-salariés d'hygiène et de sécurité au travail visant à surveiller et à donner des avis sur les programmes de santé et de sécurité au travail.	Le Groupe La Poste	RRSE	86	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	I.1.d.1	COP6 à COP8
G4-LA6	Taux et types d'accidents du travail, de maladies professionnelles, d'absentéisme, proportion de journées de travail perdues et nombre total de décès liés au travail, par zone géographique et par sexe.	Le Groupe La Poste	RRSE	80 159	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	II.1.d.3 II.1.d.4	COP6 à COP8
G4-LA7	Salariés exposés directement et fréquemment à des maladies liées à leur activité	ND	ND	ND	ND	II.1.d.3	COP6 à COP8
G4-LA8	Thèmes de santé et de sécurité couverts par des accords formels avec les syndicats	Le Groupe La Poste	RRSE	82 et 83 159	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social 9 / Annexes	I.1.d.2	COP6 à COP8
Formation et éducation							
G4-DMA	Formation et éducation – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	73 à 75	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	- - -	- - -
G4-LA9	Nombre moyen d'heures de formation par an, par salarié, par sexe et par catégorie professionnelle.	Le Groupe La Poste	RRSE	75 159 et 160	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social 9 / Annexes	I.1.e.2	COP6 à COP8

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
G4-LA10	Programmes de développement des compétences et de formation tout au long de la vie destinés à assurer l'employabilité des salariés et à les aider à gérer leur fin de carrière.	Le Groupe La Poste	RRSE	73 160	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social 9 / Annexes	I.1.e.1	COP6 à COP8
G4-LA11	Pourcentage de salariés bénéficiant d'entretiens d'évaluation et d'évolution de carrière périodique par sexe et par catégorie professionnelle.	Le Groupe La Poste	RRSE	73 160	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social 9 / Annexes	I.1.e.1	COP6 à COP8
Diversité et égalité des chances							
G4-DMA	Diversité et égalité des chances – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	76 à 79	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social 9 / Annexes	- - -	- - -
G4-LA12	Composition des instances de gouvernance et répartition des salariés par catégorie professionnelle, en fonction du sexe, de la tranche d'âge, de l'appartenance à une minorité et d'autres indicateurs de diversité.	Le Groupe La Poste	RRSE	34 160	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance 9 / Annexes	I.1.a.1.2 I.1.a.1.3 I.1.a.1.4 I.1.f.1 I.1.f.2 I.1.f.3	COP6 à COP8
Égalité de rémunération entre hommes et femmes							
G4-DMA	Égalité de rémunération entre hommes et femmes – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	78	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	- - -	- - -
G4-LA13	Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes par rapport aux hommes, par catégorie professionnelle et par principaux sites opérationnels.	Le Groupe La Poste	RRSE	78	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	I.1.f.1 I.3.c.1 I.3.c.2	COP6 à COP8
Évaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs							
G4-DMA	Évolution des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	105 à 111	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi	- - -	- - -
G4-LA14	Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux pratiques en matière d'emploi	ND	ND	ND	ND	I.3.c	- - -
G4-LA15	Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les pratiques en matière d'emploi dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises.	ND	ND	ND	ND	II.3.c.2	- - -
Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux pratiques en matière d'emploi							
G4-DMA	Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux pratiques en matière d'emploi – Approche managériale	ND	ND	ND	ND	- - -	- - -
G4-LA16	Nombre de griefs concernant les pratiques en matière d'emploi déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs.	ND	ND	ND	ND	- - -	- - -

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Droits de l'Homme							
Droits de l'Homme							
G4-DMA	Droits de l'Homme – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	15 37	1 / Profil du Groupe La Poste 3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
Investissement							
G4-HR1	Pourcentage et nombre total d'accords d'investissement significatifs incluant des clauses relatives aux droits de l'Homme ou ayant été soumis à un contrôle sur ce point.	ND	ND	ND	ND	II.3.e	COP3 à COP5
G4-HR2	Nombre total d'heures de formation des salariés sur les politiques et procédures relatives au droit de l'Homme applicables dans leur activité, y compris le pourcentage de salariés formés.	ND	ND	ND	ND	I.1.e.2 II.3.e	COP3 à COP5
Non-discrimination							
G4-DMA	Non-discrimination – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	57 à 60 76	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous 5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	- - -	- - -
G4-HR3	Nombre total d'incidents de discrimination et actions correctives mises en place.	Le Groupe La Poste	RRSE	76	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	I.1.f.3 II.1.g.2	COP3 à COP5
Liberté syndicale et droit de négociation							
G4-DMA	Liberté syndicale et droit de négociation – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	85	5 / Développer les compétences – Le Pacte Social	- - -	- - -
G4-HR4	Sites et fournisseurs identifiés au sein desquels le droit à la liberté syndicale et à la négociation collective pourrait ne pas être respecté ou est fortement menacé, et mesures prises pour le respect de ce droit.	ND	ND	ND	ND	II.1.g.1	COP3 à COP5
Interdiction du travail des enfants							
G4-DMA	Interdiction du travail des enfants – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	35	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-HR5	"Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque substantiel d'incidents liés au travail des enfants et mesures prises pour contribuer à abolir efficacement ce type de travail.	ND	ND	ND	ND	II.1.g.4 I.3.c.1 II.3.c.2	COP3 à COP5

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Abolition du travail forcé et obligatoire							
G4-DMA	Abolition du travail forcé et obligatoire – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	35	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-HR6	Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque substantiel d'incidents relatifs au travail forcé ou obligatoire et mesures prises pour contribuer à l'abolir sous toutes ses formes.	ND	ND	ND	ND	II.1.g.3 I.3.c.1	COP3 à COP5
Pratiques en matière de sécurité							
G4-DMA	Pratiques en matière de sécurité – Approche managériale	ND	ND	ND	ND	- - -	- - -
G4-HR7	Pourcentage d'agents de sécurité formés aux politiques ou procédures de l'organisation relatives aux droits de l'homme applicables dans leur activité.	ND	ND	ND	ND	II.3.e	COP3 à COP5
Droits des peuples autochtones							
G4-DMA	Droits des peuples autochtones – Approche managériale	NA	NA	NA	NA	- - -	- - -
G4-HR8	Nombre total d'incidents de violations des droits des peuples autochtones et mesures prises.	NA	NA	NA	NA	I.3.a.2 II.3.e	COP3 à COP5
Évaluation							
G4-HR9	Nombre total et pourcentage de sites qui ont fait l'objet d'examens relatifs aux droits de l'homme ou d'évaluations des impacts.	ND	ND	ND	ND	I.3.c.1 II.3.c.2	COP3 à COP5
Évaluation du respect des droits de l'homme chez les fournisseurs							
G4-DMA	Évaluation du respect des droits de l'homme chez les fournisseurs – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	105 à 111	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi	- - -	- - -
G4-HR10	Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux droits de l'homme.	ND	ND	ND	ND	II.3.c.2	- - -
G4-HR11	Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les droits de l'homme dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises.	ND	ND	ND	ND	II.3.c.2	- - -
Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux droits de l'homme							
G4-DMA	Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux droits de l'homme – Approche managériale	ND	ND	ND	ND	- - -	- - -
G4-HR12	Nombre de griefs concernant les impacts sur les droits de l'homme déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs	ND	ND	ND	ND	II.3.e	

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Société							
Communautés locales							
G4-DMA	Communautés locales – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	104 et 105 114 à 122	7 / Le développement économique durable des territoires et de l'emploi 8 / Renforcer les solidarités et construire ensemble	- - -	- - -
G4-SO1	Pourcentage de sites ayant mis en place une participation des communautés locales, des évaluation des impacts	Le Groupe La Poste	RRSE		9 / Annexes	I.3.a.1 I.3.a.2	COP12 à COP14
G4-SO2	Activités avec d'importantes conséquences néfastes, réelles et potentielles, sur les communautés locales.	Le Groupe La Poste	RRSE		9 / Annexes	I.3.a.2	COP12 à COP14
Lutte contre la corruption							
G4-DMA	Lutte contre la corruption – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	15 36 et 37	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-SO3	Nombre total et pourcentage des sites qui ont fait l'objet d'une évaluation des risques de corruption et risques substantiels identifiés.	ND	ND	ND	ND	II.3.d.1	
G4-SO4	Communication et formation sur les politiques et procédures en matière de lutte contre la corruption.	Le Groupe La Poste	RRSE	36	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	II.3.d.1	COP12 à COP14
G4-SO5	Cas avérés de corruption et mesures prises.	Le Groupe La Poste	RRSE	36	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	II.3.d.1	COP12 à COP14
Politiques publiques							
G4-DMA	Politiques publiques – Approche managériale	NA	NA	NA	NA	- - -	- - -
G4-SO6	Valeur financière totale des contributions politiques versées, directement et indirectement, par l'organisation en nature et en espèces, répartie par pays et par bénéficiaire.	NA	NA	NA	NA	- - -	COP12 à COP14
Comportement anti-concurrentiel							
G4-DMA	Comportement anti-concurrentiel – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	35	3 / Une approche RSE intégrée étayée par de solides pratiques de gouvernance	- - -	- - -
G4-SO7	Nombre total d'actions en justice pour comportement anticoncurrentiel, pratiques antitrust et monopolistiques et leurs issues.	ND	ND	ND	ND	- - -	

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
Conformité							
G4-DMA	Conformité – Approche managériale	Le Groupe La Poste	DR	135 à 137	9 / Les facteurs de risque	- - -	- - -
G4-SO8	Montant des amendes substantielles et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations.	ND	ND	ND	ND	- - -	COP12 à COP14
Évaluation des impacts des fournisseurs sur la société							
G4-DMA	Évaluation des impacts des fournisseurs sur la société – Approche managériale	ND	ND	ND	ND	- - -	- - -
G4-SO9	Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux impacts sur la société.	ND	ND	ND	ND	II.3.c.2	- - -
G4-SO10	Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur la société dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises.	ND	ND	ND	ND	II.3.c.2	- - -
Mécanismes de règlement des griefs relatifs à l'impact sur la société							
G4-DMA	Mécanismes de règlement des griefs relatifs à l'impact sur la société – Approche managériale	ND	ND	ND	ND	- - -	- - -
G4-SO11	Nombre de griefs concernant les impacts sur la société déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs.	ND	ND	ND	ND	- - -	- - -
Responsabilité liée aux produits							
Santé et sécurité des consommateurs							
G4-DMA	Santé et sécurité des consommateurs – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	22	2 / "La Poste 2020 : conquérir l'avenir" – Une politique RSE au cœur de la stratégie du Groupe	- - -	- - -
G4-PR1	Pourcentage des catégories importantes de produits et de services pour lesquelles les impacts sur la santé et la sécurité sont évalués aux fins d'amélioration.	ND	ND	ND	ND	II.3.d.2	- - -
G4-PR2	Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits et des services pendant leur cycle de vie, par type de résultat.	ND	ND	ND	ND	II.3.d.2	- - -
Étiquetage des produits et services							
G4-DMA	Étiquetage des produits et services – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	60 à 63	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	- - -	- - -
G4-PR3	Type d'information sur les produits et services et leur étiquetage par les procédures de l'organisation et pourcentage des catégories importantes de produits et de services soumises à ces exigences en matière d'information.	Le Groupe La Poste	RRSE	60	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	II.3.d.2	- - -

		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE	
GRI N°	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial
G4-PR4	Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant l'information sur les produits et services et leur étiquetage, par type de résultat.	Le Groupe La Poste	RRSE	60	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	II.3.d.2	- - -
G4-PR5	Résultats des enquêtes de satisfaction client.	Le Groupe La Poste	RRSE	62	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	- - -	- - -
Communication, marketing							
G4-DMA	Communication, marketing – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	63	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	- - -	- - -
G4-PR6	Vente de produits interdits ou controversés	ND	ND	ND	ND	II.3.d.2	- - -
G4-PR7	Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires relatifs à la communication marketing, y compris la publicité, la promotion et les parrainages, par type de résultat	Le Groupe La Poste	RRSE	63	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	II.3.d.2	- - -
Vie privée des clients							
G4-DMA	Vie privée des clients – Approche managériale	Le Groupe La Poste	RRSE	63	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	- - -	- - -
G4-PR8	Nombre total de plaintes fondées pour atteinte à la vie privée et pour la perte de données des clients	Le Groupe La Poste	RRSE	63	4 / Une offre responsable "éco-socio-conçue", utile, simple et accessible à tous	II.3.d.2	- - -
Conformité							
G4-DMA	Conformité – Approche managériale	Le Groupe La Poste	DR	135 à 137	9 / Les facteurs de risque	- - -	- - -
G4-PR9	Montant des amendes substantielles reçues pour non-respect des lois et réglementations concernant la mise à disposition et l'utilisation de produits et de services	ND	ND	ND	ND	II.3.d.2	- - -

GRENELLE 2

PG1 Les informations publiées sont présentées « de façon à permettre une comparaison des données » (loi du 12 juillet 2010).
Le rapport du conseil d'admninistration ou du directoire « présente les données observées au cours de l'exercice clos et, le cas échéant, au cours de l'exercice précédent, de façon à permettre une comparaison entre ces données » (décret du 24 juillet 2012).

PG2 Le rapport indique, parmi les informations listées par le décret d'application, celles qui, eu égard à la nature des activités ou à l'organisation de la société, ne peuvent être produites ou ne paraissent pas pertinentes, en fournissant toutes explications utiles (décret du 24 juillet 2012).

PG3 Lorsqu'une société se conforme volontairement à un référentiel national ou international en matière sociale ou environnementale, le rapport peut le mentionner en indiquant les préconisations de ce référentiel qui ont été retenues et les modalités de consultation de ce dernier (décret du 24 avril 2012).

PG4 Lorsque la société établit des comptes consolidés, les informations fournies sont consolidées et portent sur la société elle-même ainsi que sur l'ensemble de ses filiales ou les sociétés qu'elle contrôle (loi du 12 juillet 2010).

PG5 Les informations sociales et environnementales figurant ou devant figurer au regard des obligations légales et réglementaires font l'objet d'une vérification par un organisme tiers indépendant [...]. Cette vérification donne lieu à un avis qui est transmis à l'assemblée des actionnaires ou des associés en même temps que le rapport du conseil d'administration ou du directoire (loi du 12 juillet 2010).

PG6 L'organisme tiers indépendant est désigné pour une durée qui ne peut excéder six exercices. Il est soumis aux incompatibilités prévues par l'article L. 882-11 du Code de commerce (interdiction des prestations de conseil pour les commissaires aux comptes auprès des 7 entreprises dont elles certifient les comptes, ou de leurs filiales) (décret du 24 avril 2012).

PG7 L'organisme tiers indépendant doit inclure dans son rapport :
a) Une attestation relative à la présence de toutes les informations prévues par le décret, signalant, le cas échéant, les informations omises et non assorties d'explications ;
b) Un avis motivé sur :
– la sincérité des informations figurant dans le rapport de gestion ;
– les explications relatives, le cas échéant, à l'absence de certaines informations ;
c) Les diligences qu'il a mises en oeuvre pour conduire sa mission de vérification. (décret du 24 avril 2012).

I.1 INFORMATIONS SOCIALES

I.1.a Emploi
I.1.a.1 Effectif total et la répartition des salariés par sexe, par âge et par zone géographique
I.1.a.1.1 Effectif total
I.1.a.1.2 Répartition des salariés par sexe
I.1.a.1.3 Répartition des salariés par âge
I.1.a.1.4 Répartition des salariés parzone géographique
I.1.a.2 les embauches et les licenciements
I.1.a.2.1 Embauches
I.1.a.2.2 Licenciements
I.1.a.3 les rémunérations et leur évolution
I.1.a.3.1 Rémunérations
I.1.a.3.2 Evolution des rémunérations
I.1.b Organisation du travail
I.1.b.1 Organisation du temps de travail
II.1.b.2 Absentéisme
I.1.c Relations sociales
I.1.c.1 Organisation du dialogue social, notamment les procédures d'information et de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci
I.1.c.2 Le bilan des accords collectifs
I.1.d Santé et sécurité
I.1.d.1 Les conditions de santé et de sécurité au travail
I.1.d.2 Le bilan des accords signés avec les organisations syndicales ou les représentants du personnel en matière de santé et de sécurité au travail
II.1.d.3 Les accidents du travail, notamment leur fréquence et leur gravité
II.1.d.4 Les maladies professionnelles
I.1.e Formation
I.1.e.1 Les politiques mises en œuvre en matière de formation
I.1.e.2 Le nombre total d'heures de formation
I.1.f Egalité de traitement
I.1.f.1 Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes
I.1.f.2 Les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées
I.1.f.3 La politique de lutte contre les discriminations
II.1.g Promotion et respect des stipulations des conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail relatives
II.1.g.1 Respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective
II.1.g.2 Elimination des discriminations en matière d'emploi et de profession
II.1.g.3 Elimination du travail forcé ou obligatoire
II.1.g.4 Abolition effective du travail des enfants

I.2 INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

I.2.a Politique générale en matière environnementale
I.2.a.1 Organisation de la société pour prendre en compte les questions environnementales et, le cas échéant, les démarches d'évaluation ou de certification en matière d'environnement
I.2.a.2 Les actions de formation et d'information des salariés menées en matière de protection de l'environnement
I.2.a.3 Les moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions
II.2.a.4 Les montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement, sous réserve que cette information ne soit pas de nature à causer un préjudice sérieux à la société dans un litige en cours
I.2.b Pollution et gestion des déchets
I.2.b.1 Les mesures de prévention, de réduction ou de réparation de rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement
I.2.b.2 Les mesures de prévention, de recyclage et d'élimination des déchets
I.2.b.3 La prise en compte des nuisances sonores et de toute autre forme de pollution spécifique à une activité
I.2.c Utilisation durable des ressources
I.2.c.1 La consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales
I.2.c.2 La consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation
II.2.C.4 Utilisation des sols
I.2.c.3 La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables
I.2.d Changement climatique
I.2.d.1 Les rejets de gaz à effet de serre
II.2.d.2 L'adaptation aux conséquences du changement climatique
I.2.e Protection de la biodiversité
I.2.e.1 Les mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité

I.3 INFORMATIONS RELATIVES AUX ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

I.3.a Impact territorial, économique et social de l'activité de la société
I.3.a.1 Impact territorial, économique et social de l'activité de la société en matière d'emploi et de développement régional
I.3.a.2 Impact territorial, économique et social de l'activité de la société sur les populations riveraines ou locales
I.3.b Relations entretenues avec les personnes ou les organisations intéressées par l'activité de la société, notamment les associations d'insertion, les établissements d'enseignement, les associations de défense de l'environnement, les associations de consommateurs et les populations riveraines
I.3.b.1 Les conditions du dialogue avec ces personnes ou organisations
I.3.b.2 Les actions de partenariat ou de mécénat
I.3.c Sous-traitance et fournisseurs
I.3.c.1 La prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux.
II.3.c.2 L'importance de la sous-traitance et la prise en compte dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants de leur responsabilité sociale et environnementale
II.3.d Loyauté des pratiques
II.3.d.1 Les actions engagées pour prévenir la corruption
II.3.d.2 Les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs
II.3.e Autres actions engagées, au titre du présent 3°, en faveur des droits de l'Homme.

Annexe 2

TABLEAUX DES INDICATEURS

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
PROFIL							
G4-6	Rayonnement international	Le Groupe La Poste	Nombre de pays			40,0	10
G4-6	Répartition de l'effectif du Groupe par continent en équivalent temps plein	France	% de l'effectif total			91,7	14
		Autres pays de l'Europe de l'Ouest	% de l'effectif total			5,6	14
		Pays de l'Europe de l'Est et Russie	% de l'effectif total			1,4	14
		Autres pays	% de l'effectif total			1,3	14
G4-7	Part de l'État français	La Poste SA	%			73,7	9
G4-7	Part de la Caisse des Dépôts et Consignations		%			26,3	9
G4-8	Clients actifs particuliers	La Banque Postale	Million			10,8	11
G4-8	Clients entreprises et organismes	La Banque Postale	Nombre			425 000	11
G4-8	Abonnés au service de téléphonie mobile	La Poste Mobile	Million			1,15	11 27
G4-8	Nouveaux consommateurs	La Poste Mobile	Nombre			730 000	27
G4-8	Évolution du Nombre de clients	La Poste Mobile	%			22	27
G4-9	Relais Pick-up	Europe dont France	Nombre			16 000	4
		France				7 000	4
G4-9	Effectif	Le Groupe La Poste	Effectif total en équivalent temps plein			257 890	53 104
		Le Groupe La Poste en France	Effectif total en personnes physiques au 31 décembre			259 899	67
G4-9	Centres de traitement, plateformes de distribution et dépôts	Le Groupe La Poste	Nombre			3 200	10
G4-9	Chiffre d'affaires	Le Groupe La Poste	Milliard €			22,2	10 53
		France	% du chiffre d'affaires			82,1	10
		International	% du chiffre d'affaires			17,9	10
G4-9	Répartition du chiffre d'affaires par branche	Services–Courrier-Colis	% du chiffre d'affaires			50,2	11
		La Banque Postale	% du chiffre d'affaires			25,5	11
		Numérique	% du chiffre d'affaires			2,2	11
		Le Réseau La Poste	% du chiffre d'affaires			0,2	11
		GeoPost	% du chiffre d'affaires			21,9	11
G4-9	GeoPost chiffre d'affaires (Détail)	GeoPost hors France	% du chiffre d'affaires			77	13

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
G4-9	Dette nette	Hors activité bancaire du Groupe	Milliard €			4	10
G4-9	Fonds propres	Le Groupe La Poste	Milliard €			9	10
G4-9	Ratio d'endettement net sur fonds propres	Le Groupe La Poste	%			44	10
G4-9	Client par jour	La Poste	Million			1,7	10
G4-9	Volume de courrier annuel	La Poste	Milliard d'objets			23,5	10
G4-9	Chiffre d'affaire réalisé en ligne	La Poste	Million €			132	10
G4-9	Abonnés offre Internet haut débit	La Poste Mobile	Nombre			65 000	11
G4-9	Taux d'évolution du volume de courrier	Le Groupe La Poste	%			-6	23
G4-9	Points de contacts France	Le Réseau La Poste	Nombre			17 104	10 13
G4-9	Bâtiments	Poste Immo	Nombre			11 662	13
G4-10	Effectif employé hors France	Le Groupe La Poste	En équivalent temps plein			21 000	53
G4-10	Effectif		% de l'effectif total du Groupe en France en personnes physiques			89	68
		La Poste	Personnes physiques	243 172	238 699	231 347	67
G4-10	Effectif du Groupe en France	Le Groupe La Poste	Personnes physiques		268 422	259 899	67
		La Poste	Personnes physiques		238 699	231 347	67
		La Banque Postale	Personnes physiques		3 619	3 942	67
		Sofipost	Personnes physiques		19 897	18 395	67
		GeoPost	Personnes physiques		5 531	5 531	67
		Poste Immo	Personnes physiques		638	644	67
		Autre	Personnes physiques		38	40	67
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Personnes physiques			245 081	67
G4-10	Nombre de salariés en CDD au 31/12	La Poste	Personnes physiques	16 491	16 912	15 320	67
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Personnes physiques			16 031	67
G4-10	Femmes	La Poste	% de l'effectif total	51,2	51,5	51,8	67 78
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	% de l'effectif total			51,2	67
		Mediapost	% de l'effectif total			39,7	78
		La Banque Postale	% de l'effectif total			48,4	78
		La Banque Postale	% des cadres			45,7	78

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
G4-10	Hommes	La Poste	% de l'effectif total	48,8	48,5	48,2	67
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	% de l'effectif total			48,8	67
G4-10	Évolution de l'effectif	La Poste SA	%			-3	68
G4-10	Répartition des effectifs par branche	Services-Courrier-Colis	% de l'effectif total			57,1	68
		Le Réseau La Poste	% de l'effectif total			21,4	68
		GeoPost	% de l'effectif total			9,7	68
		La Banque Postale	% de l'effectif total			7,7	68
		Siège et supports	% de l'effectif total			2	68
		Numérique	% de l'effectif total			2,1	68
G4-10	Répartition des effectifs permanents selon l'âge (Groupe en France)	24 ans et moins	Nombre			4 370	68
		24-29 ans	Nombre			13 231	68
		30-39 ans	Nombre			47 646	68
		40-49 ans	Nombre			67 878	68
		50-54 ans	Nombre			49 937	68
		55-59 ans	Nombre			46 870	68
		60 ans et plus	Nombre			13 491	68
G4-10	Taux de salariés âgés de 55 ans et plus	La Poste SA	%		+23.5	+25.5	68
G4-10	CDI	La Poste	%			94,6	70
G4-10	Collaborateurs engagés en CDI	La Poste	Nombre	5 211	5 298	4 525	70
G4-10	Collaborateurs engagés en CDI ayant préalablement travaillé en CDD	La Poste	Nombre		1 390	1 379	70
G4-10	Femmes engagés en CDI	La Poste	%			47,5	70 78
G4-10	Collaborateurs âgés de 45 ans et plus engagés en CDI	La Poste	%			7,6	70
G4-10	Jeunes peu ou pas qualifiés ayant bénéficié d'une période d'acquisition de compétence ou d'une qualification reconnue	La Poste	Nombre			1 000	71
G4-10	Jeunes ayant bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation	La Poste	Nombre		5 106	4 201	71
G4-10	Responsables RH de proximité	La Poste	Nombre			1 100	72
G4-10	Femmes encadrants et managers		Nombre			25 106	78
		La Poste	% du nombre de managers total			47,2	78
		Mediapost	% du nombre de managers total			43,7	78
G4-10	Médecins du travail	La Poste	Nombre			160	82

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
G4-10	Infirmiers en santé du travail	La Poste	Nombre			150	82
G4-10	Collaborateurs chargés du secrétariat médical	La Poste	Nombre			109	82
G4-12	Achats	La Poste	Million €		3 781,5	3 046,2	107
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Million €			3 794,2	107
G4-12	Achats effectués auprès du secteur adapté et protégé	La Poste	Million €	8,6	11,2	12,6	107
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Million €			13,8	107
G4-12	Achats effectués auprès du secteur de l'insertion	La Poste	Million €	2,3	2,8	2,1	107 108
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Million €			2,1	107
PARTIES PRENANTES							
G4-26	Taux de participation aux élections des représentants du personnel	Le Groupe La Poste	%			76,4	86
GOUVERNANCE							
G4-34	Membres du conseil d'administration	Le Groupe La Poste	Nombre			21	34
G4-34	Femmes membres du conseil d'administration	Le Groupe La Poste	Nombre			9	34
G4-34	Membres du comité exéctutif	Le Groupe La Poste	Nombre			12	34
G4-34	Femmes membres du comité exécutif	Le Groupe La Poste	Nombre			3	34
G4-43	Inititatives dans la lignée de la stratégie de développement responsable	Le Groupe La Poste	Nombre			1 172	41
G4-43	Inititatives dans la lignée de la stratégie de développement responsable avec des parties prenantes extérieures	Le Groupe La Poste	% des initiatives			75	41
G4-43	Inititatives dans la lignée de la stratégie de développement responsable avec des parties prenantes internes	Le Groupe La Poste	% des initiatives			25	41
G4-51	Salaire annuel brut moyen	La Poste SA	€		28 603	28 911	83
G4-51	Intéressement	Le Groupe La Poste	Million €			84,2	84
G4-54	Ratio du salaire moyen par rapport au salaire du Président	La Poste SA	Ratio		15,7	15,6	83
ÉCONOMIE							
G4-EC1	Chiffre d'affaire issu des activités commerciales	Le Groupe La Poste	Milliard €			16,5	53
G4-EC1	Coûts d'exploitation	Le Groupe La Poste	Milliard €			7,3	53
G4-EC1	Quote-part du résultat des sociétés sous contrôle conjoint	Le Groupe La Poste	Million €			18	53

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
G4-EC1	Résultat d'exploitation	Le Groupe La Poste	Million €			719	53
G4-EC1	Rémunérations et charges sociales	Le Groupe La Poste	Milliard €			12,5	53
G4-EC1	Cotisations de retraites, de sécurité sociale et de charges sociales	Le Groupe La Poste	Milliard €			3,3	53
G4-EC1	Impôts et cotisations salariales	Le Groupe La Poste	Million €			790	53
G4-EC1	Frais de financement nets	Le Groupe La Poste	Million €			157	53
G4-EC1	Résultat net d'autres postes financiers	Le Groupe La Poste	Million €			41	53
G4-EC1	Impôts locaux	Le Groupe La Poste	Million €			150	53
G4-EC1	Autres impôts et taxes	Le Groupe La Poste	Million €			85	53
G4-EC1	Charge de l'impôt sur les bénéfices	Le Groupe La Poste	Million €			182	53
G4-EC1	Montant reçu au titre du CICE	Le Groupe La Poste	Million €			349	53
G4-EC1	Fonds versés à la Fondation La Poste	Le Groupe La Poste	Million €			2	53
G4-EC1	Actions de mécénat octroyés à Adphile et WWF	Le Groupe La Poste	Million €			4	53
G4-EC1	Partenariats sportifs	Le Groupe La Poste	Million €			6	53
G4-EC1	Fond pour la politique du logement social	Le Groupe La Poste	Million €			20	53
G4-EC1	Encours ISR	La Banque Postale	Milliard €			1,2	58
G4-EC1	Produit net bancaire	La Banque Postale	Milliard €			5,6	53
G4-EC1	Ventes nettes après résiliations	La Poste Mobile	€			210 000	27
G4-EC7	Capitalisation Start'in Post	Le Groupe La Poste	Million €			5	111
G4-EC7	Français résidents à moins de 5 km d'un point de contact postal	Le Groupe La Poste	%			96,6	105
G4-EC7	Achats auprès du secteur protégé et de l'insertion par l'activité économique	La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Million €			16	108
G4-EC7	Employées ayant pris un congé de solidarité à vocation humanitaire	La Poste	Nombre			50	117
G4-EC7	Employés ayant consacré une partie de leur temp et savoir faire à une cause éducative ou socio économique	La Poste	Nombre			550	117
G4-EC7	Initiatives financées	La Fondation La Poste	Nombre			128	120
G4-EC8	Distributeurs automatiques de billets (DAB) accessibles ou situés dans un bureau de poste qui possède au moins un DAB accessible en façade	La Banque Postale	Nombre			4 690	64
			%			96	64
G4-EC8	Sites patrimoniaux accessibles aux personnes à mobilité réduite	Poste Immo	%	70,0	82,0	89	64
G4-EC8	Sites du parc locatif accessibles aux personnes à mobilité réduite	Poste Immo	%			52	64
G4-EC8	Automates d'affranchissement accessibles aux personnes souffrant de déficiance visuelle	Le Réseau La Poste	Nombre			1 769	64

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
ENVIRONNEMENT							
G4-EN1	Entreprises ayant choisi l'offre Recy'go	La Poste	Nombre			2 845	99
G4-EN1	Papier responsable	Le Groupe La Poste	Tonnes			28 726	99
G4-EN1	Papier responsable	Le Groupe La Poste	% de la consommation totale			94,7	99
G4-EN1	Papier issu de forêt gérées durablement	Le Groupe La Poste	% de la consommation totale			75,7	99
G4-EN1	Papier recyclé	Le Groupe La Poste	% de la consommation totale			4,7	99
G4-EN1	Papier non-responsable	Le Groupe La Poste	% de la consommation totale			5,3	99
G4-EN1	Papier éco-labellisé	Le Groupe La Poste	% de la consommation totale			14,3	99
G4-EN1	Déchêts d'équipement électriques et électroniques valorisés lors de leur traitement	La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	%			82	100
G4-EN3	Émissions de GES	Services-Courrier-Colis	%			42	91
	Émissions de GES : Total	La Poste	Tonnes équivalent CO_2	759 474	744 048	679 262	92
	Émissions de GES : Total	La Poste	% des émissions du Groupe couvertes	50	46	44	92
G4-EN3	Consommation énergétique : Total	La Poste	GWh	1 081	3 131	2 667	94
G4-EN3	Consommation énergétique : Total	La Poste	% des consommations du Groupe	---	49	45	94
	Émissions de GES : Total	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	Tonnes équivalent CO_2	1 474 212	1 568 550	1 496 028	92
	Émissions de GES : Total	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	% des émissions du Groupe couvertes		98	98	92
G4-EN3	Consommation énergétique : Total	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	GWh	---	6 343	5 828	94
G4-EN3	Consommation énergétique : Total	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	% des consommations du Groupe	---	99	98	94
G4-EN3	Consommation énergétique : bâtiments	La Poste	GWh	1 081	1 188	943	94
G4-EN3	Consommation énergétique : bâtiments	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	GWh	1 348	1 483	1 211	94
G4-EN3	Consommation énergétique : transport	La Poste	GWh	---	1 943	1 724	94
G4-EN3	Consommation énergétique : transport	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	GWh	---	4 860	4 617	94
G4-EN3	Consommation énergétique : bâtiments et transports	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO_2	---	1 602 523	1 529 177	92

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
G4-EN3	Consommation énergétique : Total	Le Groupe La Poste	GWh	---	6 421	5 977	94
G4-EN5	Efficacité des transports routiers	Le Groupe La Poste	eq. CO_2/km courrier			0,16	95
			eq. CO2/km colis			1,17	95
G4-EN6	Évolution des émissions de CO_2	Services-Courrier-Colis	%			-7,8	23
G4-EN6	Bâtiments concernés par les baux verst	Sites patrimoniaux Poste Immo	Nombre			36	98
G4-EN6	Baux verts	Sites patrimoniaux Poste Immo	Nombre			186	98
G4-EN12	Biodiversité préservée au Pérou	La Poste	hectares			100 000	101
G4-EN15	Émissions GES : Type 1	La Poste	Tonnes équivalent CO_2	311 558	312 284	264 742	92
G4-EN3	Consommation énergétique : Type 1	La Poste	GWh	---	1 360	1 138	94
G4-EN15	Émissions GES : Type 1	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	Teq CO_2	454 022	430 178	379 012	92
G4-EN3	Consommation énergétique : Type 1	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	GWh	---	1 856	1 617	94
G4-EN16	Émissions GES : Type 2	La Poste	Teq CO_2	40 084	43 491	40 448	92
G4-EN4	Consommation énergétique : Type 2		GWh	---	563	535	94
G4-EN16	Émissions GES : Type 2	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	Teq CO_2	85 918	96 674	90 050	92
G4-EN4	Consommation énergétique : Type 2	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	GWh	---	762	719	94
G4-EN17	Emissions GES : Type 3	La Poste	Teq CO_2	407 832	388 273	374 072	92
G4-EN4	Consommation énergétique : Type 3	La Poste	GWh	---	1 208	995	94
G4-EN17	Émissions GES : Type 3	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	Teq CO_2	934 273	1 041 698	1 026 967	92
G4-EN4	Consommation énergétique : Type 3	La Poste, La Banque Postale, Mediapost et Geopost	GWh	---	3 725	3 492	94
G4-EN18	Insentité des émissions de gaz à effet de serre	Le Groupe La Poste	Gramme de CO_2e/ courrier			8,99	93
			Gramme de CO_2e/colis			116,29	93
G4-EN19	Émissions GES : bâtiments	Le Groupe La Poste	Teq CO_2			202 842	93
			% du total			13,3	93
G4-EN19	Émissions GES : transport	Le Groupe La Poste	Teq CO_2			1326 335	93
			% du total			87	93
G4-EN19	Émissions GES : routier	Le Groupe La Poste	% du total			72,5	93
G4-EN19	Émissions GES : aérien	Le Groupe La Poste	% du total			14	93

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
G4-EN19	Émissions GES : gaz	Le Groupe La Poste	% du total			5,5	93
G4-EN19	Émissions GES : électricité	Le Groupe La Poste	% du total			5,8	93
G4-EN19	Émissions GES : chauffage urbain	Le Groupe La Poste	% du total			0,4	93
G4-EN19	Émissions GES : fioul	Le Groupe La Poste	% du total			1,5	93
G4-EN19	Émissions GES : ferré et maritime	Le Groupe La Poste	% du total			0,3	93
G4-EN19	Émissions de CO_2	Activités de livraison Services-Courrier-Colis	% du total			90	94
G4-EN27	Installations photovoltaïques	Poste Immo	Nombre			45	28
G4-EN27	Matériaux recyclable d'un emballage Colissimo	Services-Courrier-Colis	%			85	57
G4-EN30	Évolution émissions de CO_2	Flotte automobile BSCC	%			-4	23
G4-EN30	Véhicules électriques	Le Groupe La Poste	Nombre			6 000	23
G4-EN30	Véhicules alternatifs au sein de la flotte automobile	Le Groupe La Poste	%			29,1	97
G4-EN30	KM parcourus par les postiers chaque année (hors GeoPost)	Le Groupe La Poste hors GeoPost	Milliard KM			1,4	95
G4-EN30	Deux-roues motorisées thermiques	Le Groupe La Poste	Nombre			9 445	95
G4-EN30	Véhicules légers thermiques	Le Groupe La Poste	Nombre			47 000	95
G4-EN30	Poids lourds	Le Groupe La Poste	Nombre			328	95
G4-EN30	Vélos à assistance électrique	Le Groupe La Poste	Nombre			18 476	95
G4-EN30	Quadricycles électriques	Le Groupe La Poste	Nombre			1 327	95
G4-EN30	Véhicules 3 roues électriques, Staby	Le Groupe La Poste	Nombre			100	95
G4-EN30	Véhicules électriques légers	Le Groupe La Poste	Nombre			4 617	95
G4-EN30	Employés formés à l'écoconduite depuis 2007	Le Groupe La Poste	Nombre			82 220	95
G4-EN30	Plans de Déplacements Entreprise	Le Groupe La Poste	Nombre			60	97
G4-EN30	Salariés couverts par un Plan de Déplacement Entreprise	Le Groupe La Poste	Nombre			60 000	97
SOCIAL							
G4-LA1	Taux de turnover	Le Groupe La Poste	%	2,8	3,3	3,1	71
G4-LA2	Salariés du Groupe ayant participé à l'un des deux plans d'épargne	Le Groupe La Poste	Nombre			74 650	84
G4-LA2	Salariés du Groupe ayant participé au PEG	La Poste	Nombre			59 214	84
G4-LA2	Salariés du Groupe ayant participé au PERCO	La Poste	Nombre			24 019	84
G4-LA2	Montant total PEG et PERCO	La Poste	Million €			534	84
G4-LA2	Répartition des dépenses en matière d'activités sociales	La Poste	Million €		212,6	213,1	88
G4-LA2	Restauration et secteur économique	La Poste	Million €		93,9	97,8	88
			%			46	88

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
G4-LA2	Activités sportives et culturelles		Million €		43,1	44,8	88
		La Poste	%			21,0	88
G4-LA2	Enfance		Million €		46,3	41,7	88
		La Poste	%			20	88
G4-LA2	Prévoyance et solidarité		Million €		13,4	15,6	88
		La Poste	%			7	88
G4-LA2	Montant moyen par collaborateur	La Poste	€		1 011	1 015	88
G4-LA3	Salariés ayant pris un congé paternité	Le Groupe La Poste	Nombre			1 840	79
G4-LA5	Salariés représentés dans les instances de représentation collective CHSCT	Le Groupe La Poste	%			91	86
G4-LA6	Taux de fréquence des accidents de travail	La Poste	Nombre d'accident de travail par million d'heures travaillées	26,4	25,2	23,4	80
G4-LA6	Taux de gravité des accidents	La Poste	Nombre d'accident de travail par million d'heures travaillées	1,3	1,27	1,25	80
G4-LA6	Taux de fréquence des accidents de travail chez les femmes	La Poste	Nombre d'accident de travail par million d'heures travaillées			25,9	80
G4-LA6	Accidents mortels sur le lieu de travail	La Poste	Nombre			5	80
G4-LA6	Accidents mortels sur le trajet domicile-travail	La Poste	Nombre			2	80
G4-LA6	Taux d'absentéisme pour maladie	La Poste		6,0	6,1	6,4	80
LA-6	Collaborateurs en télétravail	La Poste	Nombre			1 000	82
G4-LA8	Personnes en situation de handicap recrutées	La Poste	Nombre			643	77
G4-LA8	Collaborateurs bénéficiant d'au moins une action d'aménagement de poste depuis 2012	La Poste	Nombre			2 000	77
G4-LA8	Dépenses liées à l'intégration de personnes handicapées	La Poste	Million €			34	77
G4-LA8	Bénéficiaires de l'obligation d'emploi	La Poste	%	2	3,74	4,11	77
G4-LA8	Collaborateurs avec une reconnaissance du handicap	La Poste	Nombre			8 000	77
G4-LA8	Collaborateurs étant des personnes handicapées	La Banque Postale	% des employés			3,07	77
G4-LA8	Salariés ayant bénéficié d'un examen médical au cours des 2 dernières années	La Poste	%			92	82
G4-LA9	Dépenses de formation	Le Groupe La Poste	% de la masse salariale	3,6	3,6	3,5	75
G4-LA9	Nombre de collaborateurs ayant reçu au moins une formation	Le Groupe La Poste	Nombre		163 822	156 936	75

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
G4-LA9	Salariés ayant bénéficié d'une formation	Le Groupe La Poste	%			80	75
G4-LA10	Managers ayant suivi une formation à leur rôle RH	La Poste	Nombre			1 922	72
G4-LA10	Employés ayant reçu une formation en matière de sécurité routière et de manutention	La Poste	Nombre	50 119	41 239	53 749	81
G4-LA10	Employés ayant reçu une formation sur la prévention et la gestion des incivilités et des aggressions	La Poste	Nombre	3 914	8 675	9 440	81
G4-LA11	Collaborateurs ayant évolué vers les fonctions publiques	Le Groupe La Poste	Nombre			172	74
G4-LA11	Collaborateur qui ont pu créer ou racheter leur entreprise	Le Groupe La Poste	Nombre			132	74
G4-LA11	Collaborateurs promus	Le Groupe La Poste	Nombre			11 985	75
G4-LA11	Taux de promotion	Le Groupe La Poste	%			5,6	75
G4-LA12	Femmes cadres dirigeantes	Le Groupe La Poste	%	26,7		31,5	78
G4-LA12	Femmes membres du comité exécutif	Le Groupe La Poste	%			20	78
G4-LA12	Promotions obtenues par des femmes	Le Groupe La Poste	%			52	78
G4-LA13	Écart de rémunération entre les hommes et les femmes : fonctionnaires	La Poste	%		-3,1	-3,1	78
G4-LA13	Écart de rémunération entre les hommes et les femmes : salariés	La Poste	%		-1,2	-0,9	78
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	%			-2,6	78
DROITS HUMAINS							
G4-HR3	Plaintes déposées auprès du Médiateur National Défenseur des Droits	Le Groupe La Poste	Nombre			6	76
G4-HR3	Plaintes traitées par le médiateur du Groupe	Le Groupe La Poste	Nombre			285	76
SOCIÉTÉ							
G4-SO1	Dépenses d'intérim	La Poste	Million €		117	127	107
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Million €			135	107
G4-SO2	Évolution du nombre de microcrédits occtroyés	La Banque Postale	%		+66	+40	60
G4-SO2	Partenariats pour des actions de médiation sociale, formation et interprétariat	Le Groupe La Poste	Nombre	150			60

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2012	2013	2014	PAGE
PRODUIT							
G4-PR5	Satisfaction gloable des français fréquentant le réseau	La Poste	%		89	91	62
AUTRE							
	Appel au numéro consommateur 3631	Le Groupe La Poste	Nombre			900 000	62
	Visiteurs uniques espaces services consommateurs	La Poste	Nombre			149 000	62
	Formulaires de réclamation papier	La Poste	Nombre			19 000	62
	Bureaux de poste qui détiennent la certification AFNOR pour les normes de service	Le Réseau La Poste	Nombre			1 434	62
	Personnes ayant accès à l'eau potable au Kenya grâce aux actions de La Poste	La Poste	Million de personnes			4,5	101

Annexe 3

MÉTHODOLOGIE DE REPORTING ET TAUX DE COUVERTURE DES INDICATEURS

La campagne de reporting de développement responsable

Le reporting de développement responsable s'appuie sur le Protocole de mesure et de reporting des indicateurs de développement responsable du Groupe.
Ce protocole précise les règles de collecte, de calcul et de consolidation des indicateurs, leurs périmètres, les contrôles effectués et les paramétrages correspondants dans l'outil informatique mis en place depuis la campagne 2009.

Il s'adresse aux correspondants des branches, directions supports et filiales contribuant au reporting et constitue le référentiel du Groupe pour les vérifications internes et externes.

Les principes méthodologiques et les facteurs d'émissions retenus dans le protocole sont basés sur des référentiels nationaux et internationaux : GRI version 4, méthodologie de l'outil Bilan Carbone® V7 ou guide des facteurs d'émission V6.1 de l'Ademe, GHG Protocol, études réalisées par les organismes internationaux ou les fournisseurs le cas échéant.

Les indicateurs sont publiés sur une base annuelle correspondant à l'exercice social, lui-même aligné sur l'année civile, soit du 1er janvier au 31 décembre 2014 pour les résultats de l'exercice 2014.

Pour permettre leur consolidation dans les délais de production du rapport de gestion, certains indicateurs sont remontés sur une période « glissante », du 1er décembre de l'année précédente au 30 novembre de l'année considérée ; c'est notamment le cas pour la flotte interne et les consommations énergétiques de La Poste.

Les résultats de l'exercice 2013 ont intégré une extension du périmètre de reporting : prise en compte des escales pour le transport international du courrier et du colis, plus grande exhaustivité pour les filiales du domaine Colis-Express et pour les indicateurs relatifs à l'immobilier. Les résultats des indicateurs d'émissions de CO_2e et de consommation ont été recalculés sur ce périmètre.

Le périmètre de reporting

Le périmètre global de reporting se décompose comme suit :

La Poste

La Poste regroupe les activités du courrier, du colis, du réseau de distribution et les fonctions transverses du corporate et des directions supports. Pour les indicateurs sociaux et sur la diversité, elle inclut également la majorité du personnel de La Banque Postale qui reste rattaché à La Poste (88 % en équivalents temps plein).

La Banque Postale

Les sous-filiales de La Banque Postale ne sont pas prises en compte à ce jour dans le périmètre de reporting, sauf pour l'indicateur sur l'investissement socialement responsable (La Banque Postale Asset Management).

Filiales Courrier / Numérique

Les filiales des domaines du courrier et du numérique sont regroupées au sein de la société holding Sofipost.
Elles incluent notamment Mediapost, STP, Docapost…

Filiales Colis-Express

Les filiales du domaine de la messagerie express sont regroupées au sein de la société holding GeoPost (Chronopost, Exapaq, DPD...). La quasi-totalité des activités du Groupe à l'international relève de ce domaine.

Taux de couverture des indicateurs

Les périmètres publiés dans ce rapport et les taux de couverture correspondants par rapport au périmètre du Groupe (sociétés consolidées en intégration globale) sont indiqués ci-dessous :

Périmètres du rapport	% du CA consolidé	% des effectifs du Groupe couverts (effectifs exprimés en équivalents temps plein)
La Poste	48,3 %	82,2 %
La Poste, La Banque Postale, Mediapost SAS	71,0 %	85,9 %
La Poste, La Banque Postale, Mediapost SAS, GeoPost (périmètre du rapport de gestion 2014)	91,2 %	94,9 %
Groupe La Poste en France	82,9 %	91,7 %
Groupe La Poste	99,9 %	100 %

Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu

DIRECTION DE LA RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE
Christine BARGAIN
Directrice de la Responsabilité Sociale et Environnementale du Groupe
Tél. : +33 (0)1 55 44 01 97
Christine.bargain@laposte.fr

GLOSSAIRE

Achats responsables : « Les achats responsables sont des achats de biens ou services qui, tout au long du processus d'approvisionnement, intègrent une responsabilité sociale, environnementale et économique, basée sur les principes du développement durable, favorisant l'équité des échanges et s'inscrivant dans une transparence optimum » (source : Afnor).

ADGCF : Association des directeurs généraux des communautés de France.

Afep-Medef : Association française des entreprises privées – Mouvement des entreprises de France.

AFMD : Association française des managers de la diversité

AMI : Appel à manifestation d'intérêt.

AMF : Association des maires de France.

AMGVF : Association des maires des grandes villes de France.

AMRF : Association des maires ruraux de France.

ANCI : Agences nationales de communication et d'information.

Anem : Association nationale des élus de montagne.

APVF : Association des petites villes de France.

Arcep : Autorité de régulation des communications électroniques et des postes.

ARF : Association des régions de France.

AVERE : Association pour le développement de la mobilité électrique,

BBC : Bâtiment basse consommation.

BOE : Bénéficiaire de l'obligation emploi.

Breeam : Méthode d'évaluation de la performance environnementale des bâtiments développée par le Building Research Establishment.

BtoB : Business to Business.

BtoC : Business to Consumer.

CAP : Commissions Administratives Paritaires.

CAP : Certificat d'aptitude professionnelle.

CCAS : Centre communal d'action sociale.

CCP : Commissions consultatives paritaires.

CCP : Compte courant postal.

CDD : Contrat à durée déterminée.

CDDEEP : Club développement durable des établissements et entreprises publics.

CDPPT : Commission départementale de présence postale territoriale.

CDI : Contrat à durée indéterminée.

CDSP : Commission de dialogue social de La Poste.

CEE : Comité d'entreprise européen.

CESP : Commission d'échange stratégique de La Poste.

CFDT : Confédération Française Démocratique du Travail.

CFTC : Confédération française des travailleurs Chrétiens.

CGC : Confédération Générale des Cadres.

CGT : Confédération générale de travailleurs.

Chaîne de valeur : Séquence complète d'activités ou d'acteurs qui fournissent ou reçoivent de la valeur sous forme de produits et services (ISO 26000).

CHSCT : Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail.

Client : Organisation ou particulier achetant des biens, produits ou services à des fins commerciales, privées ou publiques (ISO 26000).

Codir : Comité de direction.

Comex : Comité exécutif du Groupe La Poste.

Comité 21 : Composé de quatre collèges, il réunit les parties prenantes concernées en France : entreprises (multinationales et PME), collectivités (des communes aux régions), associations (d'environnement, de développement, de solidarité locale, de défense des droits humains…), institutions, établissements d'enseignement supérieur et médias.

Communication responsable : Communication qui prend en compte les conséquences environnementales, sociales et sociétales des moyens qu'elle met en œuvre et des messages qu'elle élabore.
Elle privilégie les moyens éco-conçus et accessibles, n'utilise les arguments environnementaux, sociaux et/ou sociétaux que lorsque cela se justifie et refuse la promotion de comportements qui impacteraient négativement la qualité de notre environnement et de nos relations sociales. Elle évalue et pilote ses propres impacts.

Consommateur : Particulier achetant ou utilisant des biens, des produits et services à des fins privées (ISO 26000).

COP 21 : Conférence Paris-Climat 2015.

DCOM : Direction de la communication.

DEEE : Déchets d'équipements électriques et électroniques.

DET : Directeur d'établissement terrain.

Développement durable : « Un développement qui répond aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs » (ISO 26000). C'est un concept et un objectif essentiel au niveau mondial.

Développement responsable : Manière dont Le Groupe La Poste entend mettre en œuvre son développement économique en y intégrant chacune des composantes de la responsabilité sociétale des organisations.

DRH : Direction des Ressources humaines.

DRHRS : Direction des Ressources humaines et des Relations sociales.

DSEM : Direction du Support et de la maintenance.

DOTC : Direction Opérationnelle Territoriale Courrier.

DTRLP : Direction territoriale du Réseau La Poste.

DRSE : Direction RSE Groupe.

EFQM : European Foundation for Quality Management.

Employé : Individu placé dans une relation reconnue comme étant « une relation de travail », dans la pratique ou dans la législation nationale (ISO 26000).

Engagement solidaire : C'est pour Le Groupe La Poste la réalisation conjointement par La Poste et les postiers, d'actions de solidarité active dans le prolongement de l'activité de La Poste et de ses missions de service public.

Environnement : Milieu naturel dans lequel opère une organisation, constitué de l'air, de l'eau, des sols, des ressources naturelles, de la flore, de la faune, des êtres humains, de l'espace extérieur, y compris de leurs interactions (ISO 26000).

EPE : Entreprises pour l'environnement

ERP : Établissements recevant le public.

ESG : Environnementaux, sociaux et de gouvernance.

ETC : Espaces temps communication.

ETI : Entreprise de taille intermédiaire.

E2CP : École de la seconde chance

Filière fonctionnelle : Ensemble des fonctions et postes repères d'une des grandes fonctions de l'entreprise (commercial/marketing, production, informatique, ressources humaines, achats, communication…).

FNE : France Nature Environnement

FO : Force ouvrière.

FTDAP : France Terre d'Asile, association d'appui aux réfugiés et demandeurs d'asile

FVM : Fédération des villes moyennes.

GES : Gaz à effet de serre.

GPEC : Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences.

Green IT : Green computing (en français : informatique écoresponsable) ou encore green information technology (abréviation : green IT) ou écoTIC (les écotechniques de l'information) vise à réduire l'empreinte écologique, économique, et sociale des technologies de l'information et de la communication (TIC). Il s'agit à la fois de réduire les nuisances liées à la fabrication et à la fin de vie (pollution, épuisement des ressources non renouvelables) et à la phase d'utilisation (consommation d'énergie).

Gouvernance d'une organisation : Système au moyen duquel une organisation prend et applique des décisions dans le but d'atteindre ses objectifs (ISO 26000).

Groupe vulnérable : Groupe d'individus partageant une ou plusieurs caractéristiques qui constituent la base d'une discrimination ou de circonstances défavorables en matière sociale, économique, culturelle, politique ou touchant à la santé, et qui empêchent les individus en question de disposer des moyens leur permettant de mettre leurs droits en application ou par ailleurs de bénéficier d'opportunités légales (ISO 26000).

HQE : Haute qualité environnementale.

IEC : Institut de l'économie circulaire.

IMS - entreprendre pour la cité : Institut du mécénat de solidarité

Insee : Institut national de la statistique et des études économiques.

IPC : International Post Corporation : créée en 1989, IPC est une association coopérative d'opérateurs postaux d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie-Pacifique. Ses principales missions sont d'améliorer la qualité de service internationale, de réaliser des études et recherches dans le domaine postal et d'animer des forums d'échanges sur les questions postales.

ISR : Investissement socialement responsable.

Management responsable : C'est la façon de manager qui intègre l'identité managériale (un manager à la fois performant et responsable des conséquences de ses décisions, novateur et fidèle aux valeurs du Groupe, coopératif et attentif à chacun, courageux et respectueux des femmes et des hommes) dans la prise de décision toutes les facettes, économique, sociale, environnementale et sociétale en cherchant le meilleur équilibre.

Marketing responsable : Il a pour finalité d'intégrer les préoccupations environnementales, sociales et sociétales dans le processus des filières marketing afin d'améliorer progressivement la performance environnementale et sociale de l'ensemble des offres du Groupe et de contribuer à la promotion de la consommation responsable auprès du plus grand nombre.

MOU : Memorandum of Understanding.

NOD : Niveau opérationnel de déconcentration.

NQT : Nos quartiers ont des talents.

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques.

Ofii : Office français de l'immigration et de l'intégration.

ONPP : Observatoire national de la présence postale.

ONU : Organisation des Nations unies.

OIT : Organisation internationale du travail.

OREE : Association multi-acteurs créée en 1992, rassemble plus de 150 entreprises, collectivités territoriales, associations professionnelles et environnementales, organismes académiques et institutionnels, pour développer une réflexion commune sur les meilleures pratiques environnementales et mettre en œuvre des outils pratiques pour une gestion intégrée de l'environnement à l'échelle des territoires.

Organisation : Entité ou groupe de personnes et d'installations, structuré sur la base de responsabilités, d'autorités et de relations, et ayant des objectifs identifiables (ISO 26000).

Orse : Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises.

OTI : Organisme tiers indépendant chargé de la vérification des données environnementales et sociales publiées par Le Groupe La Poste.

Partie prenante : Individu ou groupe ayant un intérêt dans les décisions ou activités d'une organisation (ISO 26000).

PIC : Plate-forme Industrielle Courrier.

Pimms : Point information médiation multiservices.

PMR : Personne à mobilité réduite.

PME : Petites et moyennes entreprises.

PDE : Plans de déplacement entreprise.

PDU : Plan de déplacements urbains.

Postiers : Vise l'ensemble des employés du Groupe.

PDG : Président-directeur général.

Produit : Article ou substance proposé à la vente ou faisant partie d'un service délivré par une organisation (ISO 26000).

RBR 2020 : Réglementation Bâtiment Responsable 2020.

RH : Ressources humaines.

RSE : Responsabilité sociale et environnementale. La définition de la Commission européenne de la RSE est la suivante : « Un concept qui désigne l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes. »

Responsabilité sociétale des organisations (ISO 26000) : Responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités (comprenant des produits, des services et des processus) sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société, prend en compte les attentes des parties prenantes, respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement, et est intégré dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations (correspondant aux activités de l'organisation dans sa sphère d'influence).

Redevabilité : État consistant, pour une organisation, à être en mesure de répondre de ses décisions et activités à ses organes directeurs, ses autorités constituées et plus généralement, à ses parties prenantes (ISO 26000).

SBF 120 (pour Société des Bourses françaises) : Indice boursier sur la place de Paris.

SEPH : Semaine pour l'emploi des personnes handicapées.

Service : Action d'une organisation visant à répondre à une demande ou à un besoin (ISO 26000).

Sphère d'influence : Portée/ampleur des relations politiques, contractuelles, économiques ou autres à travers lesquelles une organisation a la capacité d'influer sur les décisions ou les activités de personnes ou d'autres organisations (ISO 26000).

SUD (solidaire, unitaire, démocratique) : Confédération syndicale

Territoire : Zone géographique plus ou moins étendue (de la commune, à l'ensemble de la planète).

TNT : Télévision numérique terrestre.

Travailleur : Quiconque effectue un travail, en tant qu'employé ou personne travaillant en indépendant (ISO 26000).

TPE : Très petites entreprises.

UDAF : Unions départementales des associations familiales

UNSA : Union nationale des syndicats autonomes.

WWF : Fondation pour la sauvegarde de l'environnement

ZUS : Zone urbaine sensible.

Conception et réalisation : HAVAS WORLDWIDE **PARIS**
Rédaction : Elsa Boniface – Stephen Gates et ses collaborateurs
Crédits photo : Alex Cretey Systermans/Interlinks Image ; Thomas Laisné/La Company ; Sophie Loubaton/CAPA Pictures ; DPD ; Arnaud Février ; Fred Pierre ; Michel Fisher ; Creative Commons, Land Rover Our Planet, Mariusz Kluzwiak, Nils Bremer, SusanA Secretariat, Thomas Stromberg/Flickr ; Médiathèque du Groupe La Poste.

Publication e-accessibility

La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus du Web, les WCAG 2.0, et certifié ISO 14289-1. Son ergonomie permet aux handicapés moteurs de naviguer à travers ce PDF à l'aide de commandes clavier. Accessible aux déficients visuels, il a été balisé de façon à être retranscrit vocalement par les lecteurs d'écran, dans son intégralité, et ce à partir de n'importe quel support numérique. Il comporte par ailleurs une vocalisation intégrée, qui apporte un confort de lecture qui profite à tous. Enfin, il a été testé de manière exhaustive et validé par un expert non-voyant.

Version e-accessible par ipedis

LE GROUPE LA POSTE

DIRECTION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE
44 BOULEVARD DE VAUGIRARD – 75757 PARIS CEDEX 15
Tél. : +33 (0)1 55 44 00 00
www.laposte.fr

La Poste – Société anonyme au capital de 3 800 000 000 euros – 356 000 000 RCS PARIS