

RAPPORT RSE 2015



LE GROUPE LA POSTE

SOMMAIRE

P. 2 – LE MOT DU PRÉSIDENT

P. 4 – 2015, UNE ANNÉE RESPONSABLE AVEC LA POSTE

1

P. 6 – LE PROFIL DU GROUPE LA POSTE

2

P. 16 – LE DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

3

P. 28 – UNE POLITIQUE RSE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DU GROUPE
« LA POSTE 2020 : CONQUÉRIR L'AVENIR »

4

P. 42 – UNE APPROCHE RSE INTÉGRÉE, ÉTAYÉE PAR DE SOLIDES
PRATIQUES DE GOUVERNANCE

5

P. 60 – UNE OFFRE RESPONSABLE « ÉCO-SOCIO-CONÇUE »,
UTILE, SIMPLE ET ACCESSIBLE À TOUS

6

P. 76 – DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES – LE PACTE SOCIAL

7

P. 98 – RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DU GROUPE
ET ACCOMPAGNER LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

8

P. 116 – LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DURABLE
DES TERRITOIRES

9

P. 128 – DE NOUVELLES SOLIDARITÉS POUR UNE MEILLEURE
INCLUSION SOCIALE

10

P. 138 – ANNEXES



Philippe Wahl
Président-directeur général
du Groupe La Poste

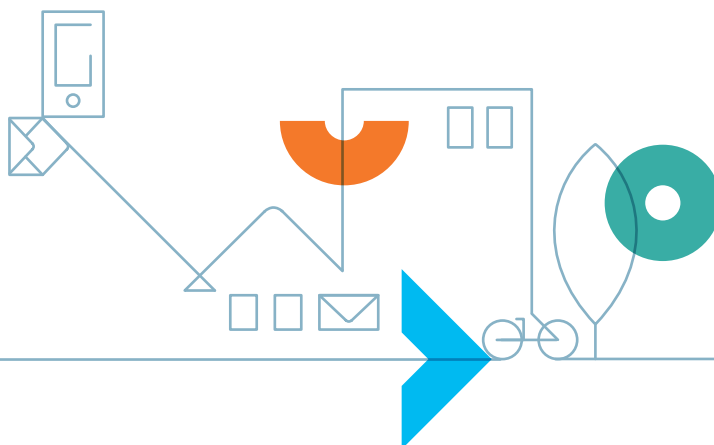
Le Groupe La Poste a entrepris une transformation profonde. Il doit, en lien avec ses parties prenantes, s'adapter à l'évolution des attentes de ses clients, leur simplifier la vie, tout en servant l'intérêt général.

2015 a été une année d'avancées stratégiques.

Des innovations majeures ont été lancées comme l'envoi depuis la boîte aux lettres qui concerne plus d'un million de colis ou le service d'identification vocale de La Banque Postale Talk to pay qui est une première mondiale. La montée en puissance des nouveaux services du facteur renforce la proximité dans les territoires. Le Groupe s'ouvre à de nouvelles activités avec la Silver économie et la course urbaine urgente.

La diversification des formats de bureaux de poste, de 3 en 2014 à 7 en 2015, et je l'espère à 20 le plus vite possible, prouve que La Poste est capable de s'adapter à la réalité territoriale complexe de notre pays, aux modes de vie de nos clients afin de répondre au mieux à leurs attentes.

La Banque Postale a dévoilé, fin 2015, une gamme verte complète. Elle propose aux particuliers des offres qui vont du financement de la rénovation énergétique des logements au financement et à l'assurance de l'écomobilité. Dans la gestion d'actifs et la prévoyance, elle a réalisé des opérations de rapprochement majeures tout en renforçant ses exigences dans l'analyse ESG (environnement, social, gouvernance) des impacts de ses placements afin de favoriser un développement économique durable des territoires.



Après la signature de l'Alliance dynamique avec l'ESS en 2014, l'année 2015 a permis de poser les bases de notre collaboration avec ce secteur. Les champs de notre coopération ont été identifiés et les premières expérimentations lancées.

Les échanges numériques nous permettent de trouver des solutions qui simplifient la vie de nos clients et partenaires. Les premières innovations postales en ce domaine ont été remarquées au Consumer Electronics Show de Las Vegas. Fidèles à nos valeurs, nous accompagnons des milliers de personnes dans la transition numérique pour leur apprendre à se saisir des outils et des services numériques. La Poste veut aussi être le tiers de confiance à qui l'on confie ses données personnelles et intimes. Pour cela, nous avons préparé une charte data⁽¹⁾ exposant clairement nos engagements et respectant le choix du client.

Fin 2015, Le Groupe La Poste a marqué son implication dans la lutte contre le changement climatique en participant à la 21^e conférence des Nations unies pour le climat à Paris. Engagé depuis plus de dix ans dans sa propre transition énergétique et fort de ses expertises, le Groupe développe de nouveaux services pour permettre à tous de consommer, de se déplacer, de se loger et d'améliorer sa qualité de vie en diminuant ses impacts environnementaux. Nous œuvrons au quotidien pour réduire de 15 % les émissions de GES de La Poste entre 2013 et 2020 et passer progressivement à une alimentation en électricité 100 % d'origine renouvelable⁽²⁾.

Nous agissons pour qu'en 2020, les 15 principales métropoles françaises bénéficient d'une logistique urbaine qui s'appuie sur des moyens de livraison à faibles émissions pour améliorer la qualité de l'air.

Cette transformation n'est possible qu'avec et au bénéfice de tous les collaborateurs du Groupe. 2015 est aussi une grande année sociale avec la signature d'un accord social majoritaire « Un avenir pour chaque postier ». En 2020, les métiers auront changé et le Groupe aura conservé ses valeurs pour que sa transformation profite à tous, à ses clients petits et grands mais aussi aux postiers, aux territoires et à tous ses partenaires.

Le Groupe avait adhéré, en 2003, au Pacte mondial des Nations unies en faveur des droits humains. Notre engagement pour l'application de ses principes demeure sans faille et nous nous impliquons activement pour faire progresser les 17 objectifs du développement durable redéfinis par l'ONU en septembre 2015, notamment dans le secteur postal.

Je suis heureux de partager aujourd'hui avec vous cette nouvelle édition du rapport RSE qui vous donnera une large vision de nos engagements, de nos réalisations et de nos progrès.

« LE GROUPE LA POSTE S'EST
ENGAGÉ DANS LA TRANSITION
ÉNERGÉTIQUE TANT POUR LUI-MÊME
QUE POUR LES TERRITOIRES. »

(1) La charte data du Groupe La Poste sera publiée au 1^{er} semestre 2016.

(2) La Poste alimente tous ses sites et tous ses véhicules électriques en électricité d'origine renouvelable depuis le 1^{er} mai 2016.



2015, une année responsable avec La Poste



JANVIER



GeoPost développe de nouvelles solutions de livraison aux consommateurs hors domicile et sur rendez-vous : 200 consignes Pickup stations sont ouvertes en France en 2015 et la possibilité est offerte au client de choisir sa préférence de livraison dès la première présentation.



FÉVRIER

Le Groupe La Poste signe trois accords majoritaires « Un avenir pour chaque postier » avec les organisations syndicales, qui apportent des réponses concrètes aux postiers sur les métiers, les formations et l'évolution professionnelle.

Renault et la branche **Services-Courrier-Colis** expérimentent à Dole (Jura) un camion électrique doté d'une pile à combustible à hydrogène qui double l'autonomie du véhicule. Une première en Europe ! Ce test, d'une durée d'un an, permettra d'explorer tous les potentiels de la technologie hydrogène en conditions réelles d'exploitation.



MARS

Poste Immo remporte le concours CUBE 2020 pour le multisite de Rennes Colombier (Ille-et-Vilaine). Les postiers de ce bâtiment ont réalisé 20,7 % d'économie d'énergie.



AVRIL

Du 13 au 17 avril 2015, **Le Groupe La Poste** organise pour la première fois la semaine du bénévolat. Une soixantaine d'opérations de promotion et de valorisation du bénévolat sont organisées auprès des postiers dans 18 régions en France.



MAI

La branche **Services-Courrier-Colis** enrichit le service Recy'go avec la collecte des papiers sensibles ou confidentiels, du carton et une solution de désarchivage.



JUIN

Le Groupe La Poste lance Ardoiz dans 32 bureaux de poste de Loire-Atlantique et Vendée, une tablette numérique conçue et développée pour faciliter l'accès des seniors à Internet.

Pour la première fois, **Le Groupe La Poste** est partenaire de la Semaine de la qualité de vie au travail (SQVT), organisée du 15 au 19 juin 2015. C'est pour le Groupe, l'opportunité d'informer sur ses réalisations et de partager et mutualiser les initiatives menées à tous les niveaux de l'entreprise.



JUILLET ET AOÛT

Le Groupe La Poste signe l'accord en faveur de l'égalité professionnelle avec les organisations syndicales. Cet accord renforce la promotion de la mixité, l'articulation entre vie professionnelle et personnelle et accorde une large place à la parentalité.

La Poste a été choisie pour une mission de veille et de détection auprès de 60 000 retraités, assurée par les postiers de la branche **Services-Courrier-Colis**.



OCTOBRE

Le Groupe La Poste signe des contrats de fourniture d'électricité d'origine renouvelable pour 1 300 sites majeurs représentant 66 % de la consommation électrique des bâtiments postaux.

La Poste devient le premier opérateur postal au monde, et la première entreprise française à rejoindre l'initiative RE100 par laquelle elle s'engage pour un approvisionnement à 100 % en électricité verte.

La Poste, à travers sa branche **Numérique**, est partenaire du CES® Unveiled Paris et présente les 15 projets les plus innovants du programme exposés aux côtés de La Poste à l'édition du CES® de Las Vegas et qui incarneront la première délégation French IoT qui concourt au rayonnement de la filière française de l'Internet des objets sur la scène internationale.



DÉCEMBRE

Le Groupe La Poste est partenaire officiel de la COP21 et participe à de nombreux événements de sensibilisation sur le changement climatique. Le Groupe La Poste a assuré le recyclage des papiers de la conférence par Recy'go en partenariat avec ArjoWiggins et a mis à disposition trois véhicules électriques pour faciliter la logistique.

Les actions du **Groupe La Poste** en matière environnementale, sociale et sociétale sont reconnues par les agences de notation.



SEPTEMBRE

Le Réseau La Poste ouvre la première Maison de services au public (MSAP). La Poste s'est engagée auprès de l'État à transformer 500 bureaux de poste en MSAP dans les zones rurales ou « urbaines éloignées », pour assurer l'accès des populations aux services au public.

La branche **Services-Courrier-Colis** lance le service d'expédition de Colissimo en boîte aux lettres.



NOVEMBRE

La Banque Postale

lance sa gamme verte qui propose aux particuliers un prêt à taux zéro (Éco PTZ), un prêt travaux vert favorisant la rénovation énergétique du logement, du microcrédit habitat, des prêts pour l'achat de véhicules électriques ou hybrides (voitures mais aussi vélos, deux-roues, voire trottinettes électriques) et une assurance dédiée.



LE PROFIL DU GROUPE LA POSTE

- P. 8 Un grand groupe de services multiactivité
- 9 Évaluations des agences de notation et référentiels
- 10 Le Groupe La Poste en bref
- 12 Un groupe présent dans 44 pays sur cinq continents
- 14 Une organisation orientée marché et clients

Grand groupe de services multiactivité, Le Groupe La Poste a développé une véritable proximité avec les communautés locales en facilitant leur quotidien et en s'inscrivant durablement dans les territoires.

Il réunit près de 255 000 postières et postiers entrant chaque jour en relation avec plusieurs millions de personnes, partout en France, et animés par des valeurs citoyennes qui sont depuis toujours au cœur de l'identité postale.

Fort de sa présence territoriale et de ces valeurs, socles de la confiance des Français dans La Poste, le Groupe assure quatre missions de service public pleinement intégrées à ses activités : assurer le service postal universel, garantir l'accès aux services bancaires partout en France, gérer le transport et la distribution de la presse et participer largement à l'aménagement du territoire.

Le Groupe La Poste est le premier réseau commercial de proximité en France et il renforce d'année en année ses positions à l'international.

En 2015, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 23,045 milliards d'euros, dont 20,9 % à l'international. Son rayonnement et son ambition de croissance dans le monde se confirment grâce à ses nouvelles acquisitions en 2015.



Un grand groupe de services multiactivité

➔ G4-2, G4-3, G4-5, G4-7, G4-9

Quatre missions de service public

Composantes essentielles de l'identité du Groupe La Poste, les missions de service public sont l'expression de sa contribution d'entreprise publique au développement des politiques d'intérêt général. Le service universel postal, le transport et la distribution de la presse, la contribution à l'aménagement et au développement du territoire et l'accessibilité bancaire : ces quatre missions de service public confiées à La Poste contribuent au maintien et à l'amélioration des liens sociaux dans la société française. Elles constituent un facteur de cohésion sociale et territoriale, ainsi qu'un socle sur lequel La Poste structure son organisation et son fonctionnement. Pleinement intégrées à ses activités, elles sont au cœur de la stratégie du Groupe et inspirent ses engagements.

Sept domaines d'activité

Le Groupe La Poste est spécialisé dans sept grands domaines d'activité :

- **la logistique** : traitement, tri, transport et livraison de courrier, colis et autres types d'envois ;
- **l'activité bancaire** ;
- **les télécommunications** : téléphonie mobile et l'Internet haut débit ;
- **la gestion de l'information** : à travers un large éventail de solutions numériques ;
- **la distribution multicanale** recouvrant les points de contact physiques et virtuels ;
- **l'immobilier** comprenant la gestion du vaste parc immobilier du Groupe en appui à ses activités opérationnelles ;
- **les services à la personne** avec notamment une large gamme de services de proximité délivrés par les facteurs.

En réponse aux enjeux de société tels que le changement climatique, le vieillissement de la population, la raréfaction des ressources naturelles, La Poste et ses filiales développent progressivement de nouveaux services appuyés sur leurs expertises. La collecte et le tri pour recyclage notamment des papiers et cartons avec **Recy'go**, l'écomobilité avec la formation à l'écoconduite par **Mobigreen**, le conseil en écomobilité auprès des entreprises et des collectivités locales avec **Greenovia**, l'externalisation et la gestion de flotte de véhicules pour le compte des entreprises privées et publiques, des collectivités et des administrations proposées par **Véhiposte**, les offres d'assurance, de tourisme, de santé, d'habitat et des services de proximité pour les personnes âgées avec un directeur de développement de la Silver économie en sont des exemples emblématiques.

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 9 rue du Colonel Pierre Avia 75015 Paris ;
- La Poste est une société détenue exclusivement par des capitaux publics selon l'article premier de la loi n° 2010-123 du 9 février 2010.

Pour plus d'informations sur La Poste SA, son organisation, 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, voir pages 12 et 20 du document de référence 2015.

LOGISTIQUE

ACTIVITÉ BANCAIRE

TÉLÉCOMMUNICATIONS

LES DOMAINES
D'ACTIVITÉS DU GROUPE

GESTION DE L'INFORMATION

DISTRIBUTION MULTICANALE

IMMOBILIER

SERVICES À LA PERSONNE

En 2015, Le Groupe La Poste renforce ses positions et innove dans les domaines d'activité banque et logistique

G4-13

En 2015, Le Groupe La Poste a approfondi certains partenariats et renforcé certaines prises de participations dans ses deux domaines d'activités principaux, la banque et la logistique avec notamment :

- le rapprochement, en juillet 2015, des filiales respectives de La Banque Postale et Malakoff Médéric : **La Banque Postale Asset Management (LBPAM) et Fédérés Gestion d'Actifs** qui permet à LBPAM de développer ses activités de gestion d'actifs auprès des mutuelles et d'élargir sa gamme de produits, notamment les produits d'investissement socialement responsable ;
- la prise de participation minoritaire dans **Aegon AM** à hauteur de 25 % du capital par LBPAM lui offrant un renforcement de son expertise et de son positionnement institutionnel, une coopération pour le lancement d'une nouvelle gamme de produits complète et performante, notamment de gestion diversifiée à destination des clients particuliers et institutionnels pour répondre aux enjeux de la baisse historique des taux d'intérêt et un enrichissement de la gamme internationale de LBPAM grâce à l'expertise globale d'Aegon AM ;
- la signature d'un accord de **partenariat entre Malakoff Médéric, La Mutuelle Générale et La Banque Postale** en matière d'assurance santé collective qui se concrétise par le lancement d'une première gamme d'assurance santé collective distribuée sur tout le territoire national depuis le 2 avril 2015. Cette nouvelle offre s'inscrit dans le développement de La Banque Postale sur le marché des entreprises et des professionnels : une solution modulable fidèle à ses valeurs, simple et accessible, répondant aux besoins liés à la généralisation de la complémentaire santé à tous les salariés à compter du 1^{er} janvier 2016 ;
- l'acquisition par La Banque Postale de la participation de Nexity dans **Ciloger**, acteur de référence des métiers de l'immobilier non coté, illustrant la volonté de La Banque Postale de se développer dans les métiers de la gestion d'actifs, au service de ses clients ;
- le renforcement du positionnement de GeoPost sur le **marché du freight forwarding** par l'acquisition via sa filiale Tigers, de l'opérateur australien **WorldLink Perth** et de l'opérateur britannique **Signet UK** ;
- le rachat par GeoPost des 50 % non encore détenus dans la **filiale DPD Russie**, renforçant le maillage du Groupe en Europe de l'Est, DPD Russie étant un acteur significatif des marchés domestiques de la Russie, du Kazakhstan et de la Biélorussie ;

- l'acquisition de **Resto-in**, avec une prise de participation de 80 % du capital, qui renforce le positionnement du Groupe sur le marché de la livraison de repas à domicile et la **prise de participation de 20 % dans Stuart**, entreprise française spécialisée dans la livraison de colis en moins d'une heure par un coursier.

Évaluations des agences de notation et référentiels

G4-32

Le Groupe La Poste est évalué par les organismes et agences de notation suivants :

- **Carbon Disclosure Project** : Le Groupe La Poste obtient la note de 97/100 pour la transparence (29 % des sociétés sont notées entre 75 et 100) et la note C pour la performance (6 % des entreprises sont notées C ou B).
- **IPC** : Le Groupe La Poste est noté 79/100 et classé dans la catégorie argent (11^e sur 21).
- **Vigeo** : Le Groupe La Poste est noté 59/100 et classé 2^e/29 dans son secteur (transport).
- **Oekom** : l'évaluation est prévue en 2016.
- **EcoVadis** : la performance RSE du Groupe La Poste est notée 70/100, niveau gold, au 9 février 2016.

LE RAPPORT RSE DU GROUPE LA POSTE

Depuis 2014, Le Groupe La Poste élabore son rapport de RSE en s'appuyant sur les lignes directrices pour le reporting développement durable de la Global Reporting Initiative et déclare les informations publiées en conformité avec les lignes directrices G4 – option relative aux critères essentiels. Une table de correspondance des indicateurs GRI-G4 et des indicateurs du Groupe La Poste est disponible en pages 139 à 148 du présent document. Les éléments d'information relatifs aux lignes directrices GRI sont signalés par la marque suivante **G4-X**.

Les sigles utilisés sont développés dans le glossaire en annexe.



Le Groupe La Poste en bref

Effectifs

Près de **255 000**
collaborateurs dans le monde

Implantation internationale

Présent dans
44 pays sur 5 continents

Sites d'exploitation

Près de **3 000**
centres de traitement, plates-formes de distribution
et dépôts

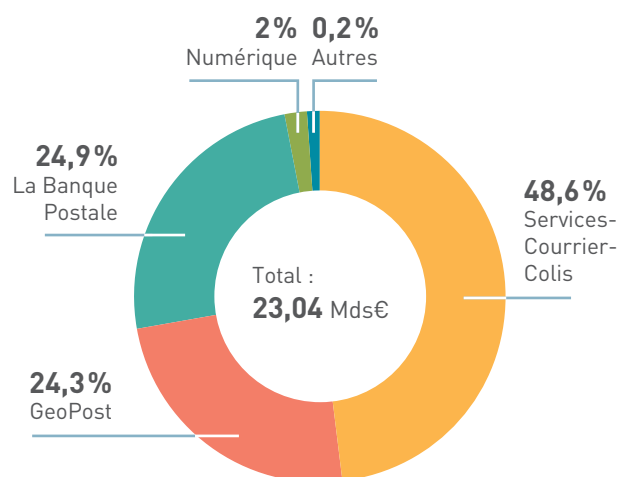
Chiffre d'affaires en 2015

23,04 Mds€

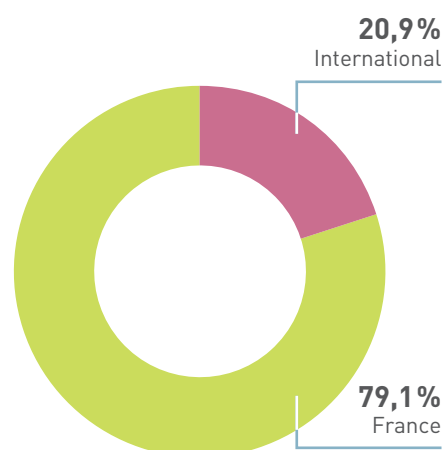
Une structure financière saine

La dette nette⁽¹⁾ s'élève à 3,6 milliards d'euros
au 31 décembre 2015, soit

37,6%
de ratio d'endettement net sur capitaux propres



RÉPARTITION DU CHIFFRE
D'AFFAIRES PAR BRANCHE
EN 2015



RÉPARTITION DU CHIFFRE
D'AFFAIRES PAR ZONE
GÉOGRAPHIQUE

[1] La dette nette du Groupe ne prend pas en compte La Banque Postale, pour laquelle ce concept n'est pas pertinent.

Logistique

- **22,3 milliards de plis** distribués six jours sur sept dans le monde entier.
- **2^e prestataire de services postaux en Europe** par son chiffre d'affaires et son volume d'activité.
- **1^{er} 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.
- **1 milliard de colis** transportés et livrés en 2015 sur les cinq continents.

Activité bancaire

- **10,8 millions de particuliers** sont des clients actifs de La Banque Postale.
- **408 000** personnes morales (associations et entreprises) bénéficient de ses services bancaires, d'assurance et de gestion des actifs.
- **63,12% des actifs** sous gestion pour compte de tiers intègrent des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance.
- **3,39 milliards d'euros** d'encours ISR gérés par La Banque Postale Asset Management et ses filiales.

Les télécommunications

- **1,25 million de clients en téléphonie mobile.**
- Une offre de box très haut débit lancée sous la marque La Poste Mobile depuis le 8 mars 2016.

Gestion de l'information

- **3^e webmail français.**
- **4^e fournisseur de messagerie.**
- Plus de **550 millions d'euros investis** en France, dans les projets numériques en trois ans (2016-2019).
- **560 millions d'euros** de chiffre d'affaires.
- **1,6 million de coffres électroniques** ouverts avec Digiposte, leader français.
- **25 millions de visiteurs uniques** par mois pour son offre de régie publicitaire sur Internet.

Distribution multicanale

- **1^{er} réseau commercial de proximité** en France, près de 17 100 points de contact, doté d'environ 60 000 postiers formés à l'expertise bancaire et qui accueillent chaque jour 1,6 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 **8 000 relais et consignes Pickup.**
- Ce sont aussi les 7 683 guichets automatiques de banque, automates d'affranchissement, le portail La Poste, la boîte aux lettres et la remise en main propre.
- **151,4 millions d'euros de chiffre d'affaires** réalisés en ligne pour La Poste en 2015.
- Plus de **12 millions de visiteurs uniques** qui se connectent à laposte.fr.

Immobilier

- **Parc immobilier de 12 475 immeubles**, dont 65 % des m² sont sous pilotage du Groupe.
- Gestion du **2^e parc immobilier de France**, pour une valeur vénale estimée à **3,6 milliards d'euros.**

Services à la personne

En 2015, les **offres Proxi** mises en œuvre par les facteurs ont généré :

- **4,5 millions de contrats;**
- un chiffre d'affaires de **9 millions d'euros.**

Le bénéfice pour les souscripteurs de services à la personne dans les **contrats de prévoyance individuels** (2,7 millions de contrats en portefeuille à fin 2015), dont le produit d'assurance autonomie, a été désigné lauréat d'or des trophées de l'assuré 2015.



Un groupe présent dans 44 pays sur 5 continents

↪ G4-5, G4-6, G4-10

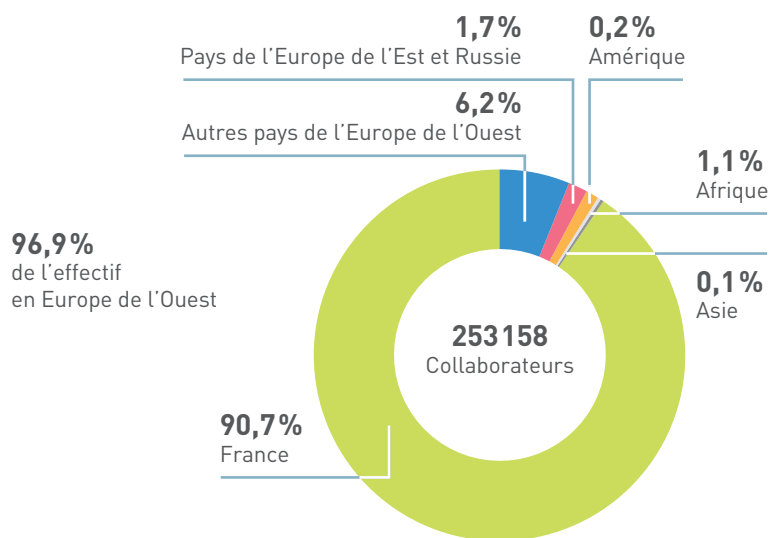
Répartition de l'effectif du Groupe La Poste par continent

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 (cf. pages 394 à 397 du document de référence 2015).

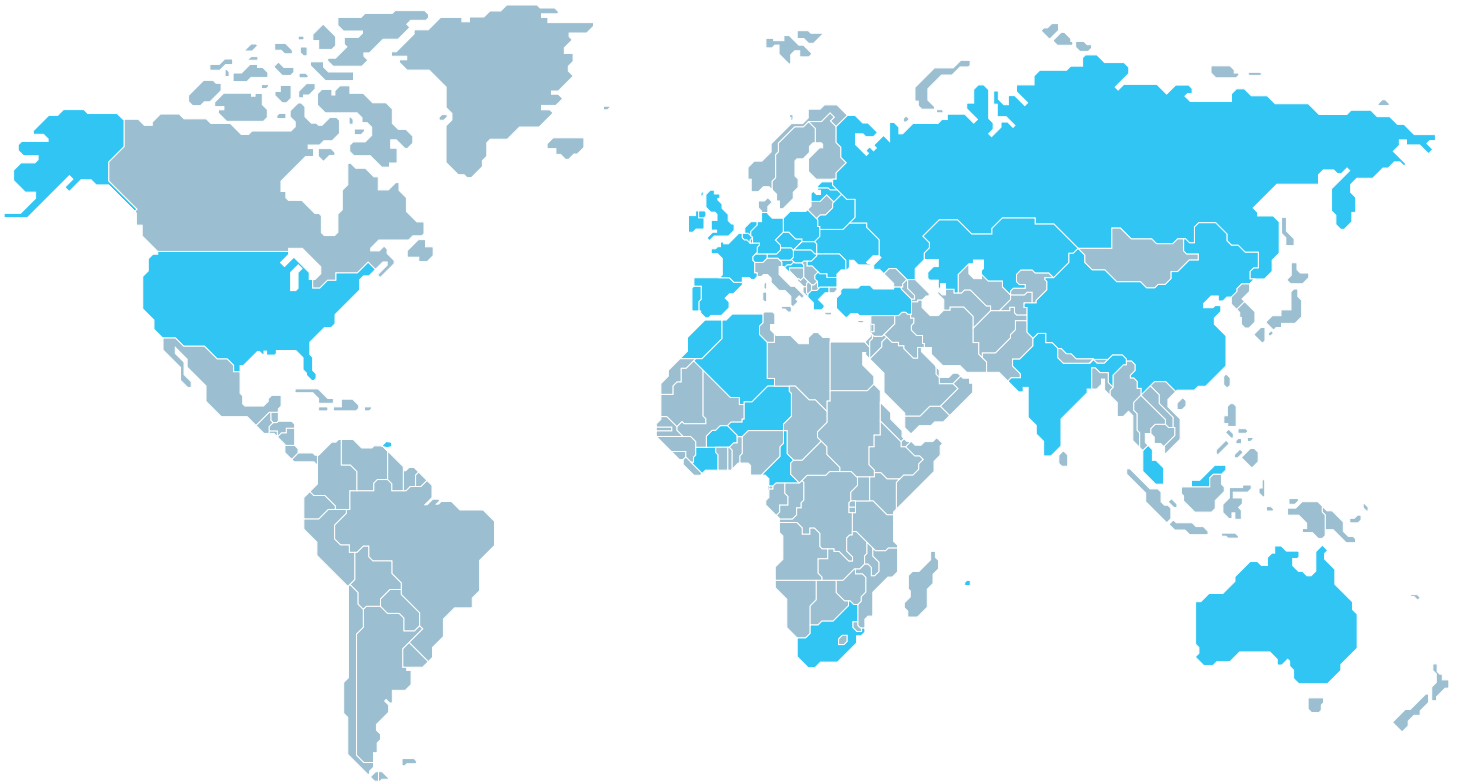
96,9% de l'effectif du Groupe La Poste sont localisés en Europe de l'Ouest (classification de l'Unesco).

Classification de l'Unesco :

Allemagne, Andorre, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Islande, Italie, Liechtenstein, Luxembourg, Malte, Monaco, Norvège, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Saint-Marin, Saint-Siège au Vatican, Suède, Suisse.



RÉPARTITION DES EFFECTIFS
DU GROUPE PAR CONTINENT



● PRÉSENCE DU GROUPE LA POSTE DANS LE MONDE

États-Unis	Allemagne	Luxembourg	Biélorussie	Chine
Trinité-et-Tobago	Autriche	Pays-bas	Russie	Hong Kong
	Belgique	Pologne	Kazakhstan	Inde
	Bulgarie	Portugal	Turquie	Malaisie
	Croatie	République tchèque	Ukraine	Singapour
	Espagne	Roumanie	Afrique du Sud	Australie
	Estonie	Slovaquie	Algérie	
	France	Slovénie	Burkina Faso	
	Grande-Bretagne	Suisse	Cameroun	
	Grèce		Côte d'Ivoire	
	Hongrie		Île Maurice	
	Irlande		Maroc	
	Liechtenstein		Niger	
	Lettonie			



Une organisation orientée marché et clients

↳ G4-4, G4-8

Pour exercer ses sept domaines d'activité, Le Groupe La Poste s'appuie sur les compétences de La Poste et les expertises de ses filiales et est organisé en cinq branches Services-Courrier-Colis, La Banque Postale, Réseau La Poste, GeoPost et Numérique.

La branche **Services-Courrier-Colis** recouvre : la distribution du courrier, de la presse et des colis, en France et à l'international, sous la marque La Poste, la diffusion d'imprimés publicitaires et marketing, et des solutions d'expédition intégrées pour le secteur de l'e-commerce. Fournisseur du service universel en France, la branche Services-Courrier-Colis dessert 26 millions de foyers en France, 6 jours sur 7. Elle porte aussi une deuxième mission de service public, celle de la distribution de la presse. Les activités de la branche Services-Courrier-Colis sont exercées sous la marque La Poste et Mediapost principalement.



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 78% 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 près de 8000 points relais en France et plus de 22000 en Europe fin 2015.

Les activités de la branche GeoPost sont exercées sous les marques : DPD, Chronopost, SEUR et Interlink express fédérées par la marque DPDgroup.



Avec ou sans rendez-vous un conseiller de La Banque Postale est disponible pour accompagner les clients dans leurs projets.

La Banque Postale abrite l'activité banque/assurance du Groupe. Elle est l'héritière des services financiers de La Poste. La Banque Postale compte au 31 décembre 2015 10,8 millions de clients actifs ; 11,7 millions de comptes de dépôts ; 8 millions de cartes bancaires. L'activité de La Banque Postale est organisée autour de trois secteurs : la banque de détail, son cœur de métier avec une clientèle de particuliers, étendue aux personnes morales depuis 2011 et aux collectivités locales depuis 2012 ; l'assurance (filiales d'assurance-vie, de prévoyance, de dommages et santé) ; la gestion d'actifs.

La Banque Postale porte la mission d'accessibilité bancaire avec le livret A. La distribution de ce compte d'épargne a été généralisée conformément à la loi de 2008 de modernisation de l'économie, mais La Banque Postale a l'obligation de l'ouvrir à tous à partir de cinq euros de dépôt. Les activités de La Banque Postale sont exercées sous la marque éponyme.



Le Réseau La Poste est la structure de distribution multiactivité du Groupe. Il porte la mission de service public d'aménagement du territoire (au moins 90% de la population de chaque département français doivent être situés à moins de cinq kilomètres, ou 20 minutes, d'un point de contact de La Poste). 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. Les activités du Réseau La Poste sont exercées sous les marques La Poste et La Poste Mobile.



La branche Numérique produit et commercialise les solutions et services numériques du Groupe dans le domaine de la transformation numérique, du marketing digital, de l'éditique et de la confiance numérique. La branche Numérique a reçu, dans le cadre du plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », la mission de coordonner l'innovation et la transformation numérique du Groupe et, plus largement, de mettre ses expertises numériques au service de tout le Groupe. Ces missions passent notamment par l'évolution des outils et méthodes de travail des collaborateurs, l'animation des différentes structures et dispositifs d'innovation de La Poste, notamment avec la gestion de la filiale Start'inPost et l'animation d'un programme ambitieux de visibilité de l'activité numérique du Groupe. Les activités de la branche Numérique sont exercées sous diverses marques dont Docapost et Mediapost Communication.



Poste Immo, filiale du Groupe La Poste, est à la fois foncière de groupe, prestataire de services immobiliers et promoteur-développeur. L'entreprise gère, entretient, développe et valorise un parc peu ordinaire de par sa taille et sa diversité. Il comprend environ 6,5 millions de m² dont près de 4 millions de m² en pleine propriété, représentant plus de 11 300 immeubles tertiaires, industriels et commerciaux sur l'ensemble du territoire. Poste Immo gère 91 % des bâtiments du Groupe.



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) voir les pages 21 à 112 du chapitre 5 du document de référence 2015.



LE DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

- P. 17 À l'écoute des attentes des parties prenantes
- 26 La prise en compte de la consultation des parties prenantes dans la stratégie du Groupe
- 27 Schéma de répartition de la valeur

Le Groupe La Poste considère comme prioritaire l'implication des parties prenantes dans sa stratégie de développement et sa transformation. Des rôles et des responsabilités précisément établis à tous les niveaux de l'organisation en matière de responsabilité sociétale sont nécessaires pour donner au Groupe la capacité de relever les nouveaux défis et de prendre les décisions en optimisant ses propres intérêts ainsi que ceux de ses parties prenantes.

À l'écoute des attentes 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. En raison de sa présence et de sa longue histoire, La Poste jouit d'un statut emblématique aux yeux des Français, sa propre diversité reflétant celle du pays. Le Groupe est parfaitement conscient de l'impact de ses activités sur son environnement. Il apporte donc une attention constante aux préoccupations et attentes de ses parties prenantes.

Une attention constante portée aux préoccupations et attentes des parties prenantes

Le Groupe La Poste identifie et choisit les parties prenantes avec lesquelles il s'engage de diverses manières en fonction de l'importance et de la fréquence de leur interaction avec lui. Outre ses actionnaires, les hommes et les femmes du Groupe La Poste sont d'importance puisque leur bien-être et leurs compétences sont essentiels aux performances opérationnelles et à la création de valeur. Les clients du Groupe dans toute leur diversité sont également des parties prenantes clés. Leur contribution est vitale pour le développement de produits et de services qui font écho à leurs préoccupations notamment environnementales et sociales.

Plus récemment, le Groupe a identifié les fournisseurs et les sous-traitants comme étant des parties prenantes importantes compte tenu de son engagement dans les achats responsables.

Par ailleurs, certaines ONG et associations sont devenues des partenaires de La Poste, à la suite de communications publiques ou d'un apport d'expertise dans des domaines spécifiques à enjeu pour le Groupe. Les partenariats avec le World Wildlife Fund (WWF) pour la protection de l'environnement ou avec Transparency International pour la prévention de la corruption s'inscrivent clairement dans cette logique.

Les tableaux des pages suivantes présentent une synthèse des principales parties prenantes du Groupe La Poste, l'origine et le contexte de la relation, leurs attentes et la façon dont le Groupe s'engage auprès d'elles (les structures chargées de la relation au sein du Groupe et les processus clés).

 [G4-24, G4-25, G4-26, G4-27](#)



Actionnaires



Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- L'État français (73,68%) et la Caisse des dépôts (26,32%)



Contexte de la relation

- Création de la société anonyme au 1^{er} mars 2010



Attentes principales

- Performance financière, pérennité du modèle économique et création de valeur à long terme
- Maîtrise des risques pouvant impacter la réputation de l'entreprise
- Atteinte des engagements avec l'État, conformité réglementaire en matière de responsabilité sociale et environnementale, obligations de service public



Structures principales et processus clés

- Conseil d'administration et comité qualité et développement durable (trois à quatre réunions par an)

Clients et associations de consommateurs



Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- Ensemble des entreprises françaises
- Consommateurs vivant ou séjournant en France
- 17 associations de consommateurs



Contexte de la relation

- Une gestion personnalisée des grands comptes des branches et filiales depuis les années 1990
- Dès 1989, existence d'un médiateur de La Poste et rencontres plénières avec les associations de consommateurs
- Les consommateurs sont représentés au conseil d'administration depuis 2010



Attentes principales

- Écoute des besoins, proximité et réactivité du conseil, traitement rapide des réclamations, engagements de qualité client
- Respect du consommateur et de ses intérêts, sécurité des données, des fonds et des informations confiées
- Prise en compte des vulnérabilités des clientèles, recherche de la simplicité d'usage et d'accès, accessibilité des offres à tous, partout, tous les jours
- Information sur les offres et la politique tarifaire
- Services utiles au quotidien avec une plus-value environnementale et/ou sociale
- Qualité du modèle social pour le personnel



Structures principales et processus clés

- Représentante des consommateurs au sein du conseil d'administration (administratrice indépendante)
- Saisine du médiateur du Groupe
- Réunions et groupes de consultation
- Enquêtes et baromètres
- Démarche participative pour l'identification des principaux griefs des clients

Les collaborateurs et leurs représentants



Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- Collaborateurs du Groupe et en particulier de La Poste
- Organisations syndicales CFDT, CFTC, CGT, FO, SUD, Unsa, et dans les filiales les délégués du personnel ou leurs équivalents à l'international



Contexte de la relation

- Représentation au conseil d'administration
- Démarches de consultation des personnels depuis 1988 de façon régulière
- Dialogue avec les organisations syndicales et système d'innovation participative depuis 1996
- Médiatrice de la vie au travail depuis 2012.
- Soutien postier (dispositif de saisine centralisé par e-mail) depuis 2011 et dispositif d'alerte déontologique



Attentes principales

- Qualité de l'emploi et des conditions de travail (santé, sécurité, bien-être)
- Participation 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, reconnaissance des efforts et du savoir-faire
- Transparence du dialogue social
- Implication dans la démarche RSE



Structures principales et processus clés

- Instances de représentation du personnel (ateliers, réunions mensuelles, managériales)
- Baromètre social et RSE
- Enquêtes diverses, groupes qualitatifs et quantitatifs
- Espaces/temps communication
- Saisine de la médiatrice ou de soutien postier

Fournisseurs et sous-traitants



Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- Le Groupe entretient des relations contractuelles avec plus de 40 000 fournisseurs et sous-traitants



Contexte de la relation

- Selon la contractualisation et la charte de l'Alliance dynamique
- Depuis 2014 pour les signataires de l'Alliance dynamique pour l'ESS



Attentes principales

- Collaboration économique sur le long terme avec des engagements de commande fermes
- Conditions d'accès aux marchés donnant leur chance à tous et valorisant les engagements RSE
- Respect des engagements contractuels et des délais de paiement
- Accompagnement dans le développement d'offres plus responsables
- Soutien à l'innovation



Structures principales et processus clés

- Charte des achats, cahier des charges d'achats responsables
- Travaux de co-construction des matériels avec les fournisseurs et les personnels
- Groupe de travail achats avec les fournisseurs de l'ESS



Élus locaux, collectivités



Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- Ensemble des élus locaux, nationaux et européens



Contexte de la relation

- Depuis plus de quatorze ans, les mécanismes et les processus du Groupe destinés au dialogue avec les élus locaux ont été formalisés et structurés



Attentes principales

- Respect des engagements de service public et des réglementations
- Présence forte sur leur territoire notamment en milieu rural et dans les quartiers sensibles
- Implication dans les projets locaux en faveur du développement durable (plan climat, Agenda 21, SRCAE, politique de la ville, développement rural)
- Contribution à la politique en faveur des personnes vulnérables



Structures principales

- L'un des membres du conseil d'administration, nommé par décret, représente les autorités régionales françaises
- Commission départementale de présence postale territoriale (CDPPT)
- La Poste est partenaire de l'AMF, de l'ARF, AMG VF, AMRF, ANEM, OFIL, délégations interministérielles, FNPR...



Processus clés

- Président de l'AMF administrateur indépendant au sein du conseil d'administration
- CDPPT
- Enquêtes, baromètres et rencontres régulières d'élus et des administrations notamment par le président

Autres entreprises et groupes



Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe

- Partenariat ou adhésion avec de nombreux groupements d'employeurs : EpE, AFMD, CDDEEP, Avere-France, Afep-Medef, CGPME, NQT, IMS...



Contexte de la relation

- Travail en commun depuis plusieurs années



Attentes principales





- Échanges de pratiques, prises de position ou engagements commun
- Développement d'outils et de méthodes en commun
- Résolution commune de difficultés de mise en œuvre







Structures principales et processus clés

- Groupes de travail
- Présence dans les instances de gouvernance des associations d'employeurs partenaires
- Dialogues bilatéraux ou multilatéraux
- Production d'un livre blanc

Partenaires associatifs (ONG et autres associations)

	Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none"> FNE, WWF, PU, FNH, France terre d'asile, Transparency International, E2C, NQT et de multiples partenaires territoriaux
	Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none"> Contacts réguliers depuis plusieurs années
	Attentes principales	<ul style="list-style-type: none"> Ouverture au dialogue et à la coopération Transparence et fiabilité des pratiques et de la communication Garanties de respect des réglementations et de l'éthique Accessibilité des services postaux et bancaires à tous Contribution du Groupe au progrès de la RSE et aux actions de solidarité nationale et locale
	Structures principales et processus clés	<ul style="list-style-type: none"> Partenariats structurés par des accords ou des conventions de mécénat, participation à la gouvernance ou comités bilatéraux sur les points d'étape une à deux fois par an Groupes de travail, formulation d'avis par les organisations, signature de chartes ou de manifestes

Organisations multiparties prenantes

	Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none"> Comité 21, Institut de l'économie circulaire, ORSE, E2C, Orée...
	Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none"> Relation institutionnelle ou convention de mécénat pluriannuelle ou adhésions
	Attentes principales	<ul style="list-style-type: none"> Demande de dialogue avec le Groupe, d'informations et de retour par rapport aux engagements pris Demande de participation à des travaux d'intérêt général, de prise d'engagements par rapport aux thématiques du développement durable
	Structures principales et processus clés	<ul style="list-style-type: none"> Le conseil d'administration et son comité qualité et développement durable Réunion annuelle des parties au contrat d'entreprise (commission de suivi de haut niveau) Groupes de travail, points bilatéraux Signatures de conventions de partenariat, de chartes ou de manifestes



Participation aux associations sectorielles et activités de lobbying

➔ G4-15, G4-16

Anticiper les évolutions réglementaires et de la société

Au niveau européen

Depuis 1993, La Poste a un bureau de représentation à Bruxelles chargé d'effectuer une veille sur les sujets européens, de représenter l'entreprise et de défendre ses intérêts auprès des institutions européennes. À ce titre, La Poste est inscrite au registre de transparence de l'Union européenne.

Les principaux thèmes d'intérêt pour le bureau de représentation en 2015 ont été le suivi des directives postales, le livre vert sur la livraison transfrontalière des colis, la numérisation de l'économie et des échanges, les transports et la logistique, la banque de détail, la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le développement du commerce international (douanes, propriété intellectuelle, accords de libre-échange).

Le Groupe La Poste est accompagné par deux cabinets de représentation d'intérêts.

En 2015, le président-directeur général du Groupe s'est rendu à Bruxelles et à Strasbourg pour rencontrer les décideurs européens :

- participation à la rencontre des présidents-directeurs généraux des postes européennes avec le commissaire au marché unique numérique et le commissaire au marché intérieur, à l'industrie, à l'entrepreneuriat et aux petites et moyennes entreprises (16 avril 2015) ;
- rencontre du représentant permanent de la France auprès de l'Union européenne (16 avril 2015) ;
- invitation des députés européens français à un dîner débat sur l'évolution du secteur postal et les dossiers européens l'impactant, dans les locaux du Parlement de Strasbourg (29 avril 2015).

Au niveau national

En France, le Groupe a mis en place une veille parlementaire permettant de réunir l'ensemble des entités 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 (voir page 21).

En 2015, le président-directeur général du Groupe La Poste a été auditionné à plusieurs reprises par des commissions de l'Assemblée nationale et du Sénat : la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale (18 mars 2015), la commission des affaires économiques du Sénat (25 mars 2015), la commission de l'aménagement du territoire et du développement durable (3 novembre 2015).

Par ailleurs, des dirigeants du Groupe La Poste ont été auditionnés par des parlementaires, afin de contribuer à leurs réflexions, sur différents sujets : l'avenir du réseau des buralistes, le financement des collectivités et la résolution du problème des emprunts toxiques, les assiettes fiscales et les modalités de recouvrement de l'impôt à l'heure de l'économie numérique, le projet de loi de finances pour 2016 (budget des Postes), l'économie collaborative, l'enseignement immersif des langues régionales, la mise en place de services publics itinérants.

UNE CHARTE DE LA REPRÉSENTATION D'INTÉRÊTS

Avec l'appui de Transparency International pour son élaboration, le comité exécutif a adopté en février 2015 une charte de la représentation d'intérêts, fixant les principes régissant les relations que les collaborateurs du Groupe La Poste sont amenés à nouer avec les représentants des pouvoirs publics nationaux et européens. Cette charte est articulée autour de trois points : le respect des lois et règlements, l'intégrité et la confiance

dans les relations avec les parties prenantes.

Les règles qui y sont édictées s'appliquent également aux cabinets externes qui peuvent être amenés à agir pour le compte de La Poste auprès des pouvoirs publics pour la représentation de ses intérêts.

La réflexion et les travaux avec les membres de Transparency International France se sont poursuivis en 2015 avec pour objectif de favoriser une pratique homogène de déclarations des dépenses consacrées au lobbying dans les registres.

Au niveau local

Dans les territoires, le président-directeur général de La Poste a désigné dans chaque région et dans chaque département un représentant du Groupe chargé des relations avec les élus. 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.).



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

 G4-S06

La Poste veille à ne pas financer de quelques manières que ce soit les partis politiques et à respecter dans ses prises de position l'ensemble de ses parties prenantes et à considérer dans ses relations, les élus de tous les partis démocratiques.

Prendre position et agir ensemble

Le Groupe prend position et agit via des organisations professionnelles associatives ou non. Dans ce cadre il signe des déclarations et intervient sur les projets législatifs

et réglementaires au tout début de leur réflexion dans le but de favoriser le développement durable des territoires. Voir tableau page suivante.

EXEMPLES DE POSITIONS PUBLIQUES DU GROUPE DÉFENDUES EN 2015

À l'occasion de l'examen par le Parlement du projet de loi pour la croissance et l'activité (loi n° 2015-990 du 6 août 2015), La Poste a soutenu le projet du gouvernement d'ouvrir la possibilité à des organismes agréés d'assurer l'épreuve de l'examen théorique du permis de conduire. La Poste s'est également proposée d'assurer son soutien dans la mise en œuvre de la disposition prévoyant que « dans l'ensemble des départements où le délai moyen entre deux présentations d'un même candidat à l'épreuve pratique

du permis de conduire des véhicules du groupe léger est supérieur à quarante-cinq jours, l'autorité administrative recourt à des agents publics ou contractuels comme examinateurs autorisés à faire passer des épreuves de conduite ». La Poste a ainsi par la suite détaché 50 postiers pour venir renforcer les équipes d'inspecteurs du permis de conduire.

Le Groupe a obtenu la normalisation de la formation à l'écoconduite et soutenu l'ouverture de la formation à l'écoconduite dans le cadre professionnel à d'autres opérateurs que les auto-écoles.



Associations dont Le Groupe La Poste est membre

Principaux sujets de réflexion et travaux du Groupe La Poste

L'Institut de l'économie circulaire, créé en 2013 à l'initiative de La Poste et d'autres acteurs

- Définition de la stratégie et du positionnement lors de la conférence environnementale et de la COP21
- Introduction de l'économie circulaire dans la loi de transition énergétique
- Rédaction d'un livre blanc pour une économie circulaire

Entreprises pour l'environnement (EpE), association d'une quarantaine d'entreprises françaises et internationales engagées ensemble pour mieux prendre en compte l'environnement dans leurs stratégies et leur gestion courante

- Préparation des positions à la société civile pour la COP21
- Signature de la déclaration mondiale des entreprises pour le climat et réactions sur la loi sur la transition énergétique
- Publication des bonnes pratiques pour le climat

Association française des managers de la diversité (AFMD), espace d'échange et de partage d'expérience autour du management de la diversité, réunissant des managers, des responsables diversité et ressources humaines

- Défense du respect des chartes de la diversité et de la parentalité
- Veille pour la bonne inclusion dans les lois et règlements de l'égalité des chances

Avere-France, association professionnelle fondée en 1978 sous l'impulsion de la Commission européenne, ayant pour mission de promouvoir le développement du véhicule électrique en France

Prise de position pour le développement des véhicules écologiques en France et inclusion de dispositions facilitantes dans la loi transition énergétique et plusieurs décrets

Club développement durable des établissements et entreprises publics (CDDEEP), créé en 2006 par l'Ademe et le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer, ce club regroupe une soixantaine d'adhérents dans le but de favoriser la réflexion stratégique et la mise en œuvre du développement durable dans les organismes publics

Consultation du club par le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer sur la stratégie de développement durable et diverses dispositions en prévision de lois ou règlements

Club des voitures écologiques, Club autonomie et dépendance et Club du dernier kilomètre de livraison, trois clubs animés par Com'Publics, une société française de lobbying politique et de relations avec les médias

Participation aux analyses menées par ces clubs réunissant un large éventail de parties prenantes et à la définition de positions pour des évolutions juridiques et réglementaires en faveur de la transition énergétique et de l'inclusion sociale

Plan bâtiment durable, RBR 2020 et autres lieux de réflexion autour de la réglementation en matière de rénovation du parc tertiaire

Vérification de la faisabilité technique et financière des décisions réglementaires

REE100

Promotion du développement des énergies renouvelables dans le monde

À l'international, faire évoluer les pratiques pour un secteur postal exemplaire

Le Groupe La Poste à l'Union Postale Universelle

Le Groupe La Poste assure pour le compte de la France la présidence du groupe de projet développement durable

à l'Union postale universelle (UPU) et prépare entre autres les orientations stratégiques 2016-2020 dans ce domaine, qui seront discutées au prochain congrès de l'UPU, à Istanbul, à l'automne 2016.

LA CRÉATION DU POSTAL CARBON FUND, LE FONDS DE COMPENSATION CARBONE DE L'UPU

En 2014, La Poste était à l'initiative de la création du fonds de compensation carbone, Postal Carbon Fund, avec huit autres postes fondatrices.

Premier fonds de compensation carbone sectoriel au monde, il permet aux postes des pays développés de compenser leurs émissions de GES en finançant des projets de développement durable et de réduction des

émissions polluantes dans les pays en développement.

En 2015, Postal Carbon Fund a détecté les premiers projets à financer et a présenté son organisation et ses objectifs lors de la COP21 à Paris. Lors du prochain congrès de l'UPU, Postal Carbon Fund devrait proposer une stratégie de développement ambitieuse pour élargir le nombre de pays impliqués.

Animation du Cercle activités de responsabilité sociale des entreprises

La Poste française est présidente du Cercle activités de responsabilité sociale des entreprises (Carse). L'objectif principal du Carse est de permettre aux membres de PostEurop d'assurer la mise en œuvre de leur responsabilité sociale sous toutes ses facettes. Le panel de domaines couvre tant la capacité à garantir un emploi de qualité par le développement des ressources humaines à travers la formation à la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) que la limitation de l'impact des opérateurs postaux sur l'environnement.

Plusieurs groupes de travail fonctionnent sur les domaines suivants : santé, affaires sociales, formation, suivi social (sociétal), environnement.

Memorandum of understanding avec la poste marocaine

La Poste a signé un MOU avec la poste marocaine.

Les actions mises en œuvre depuis sa signature sont les suivantes :

- accompagnement pour la mise en place des prérequis d'une démarche RSE ;
- formation RSE des cadres dirigeants de Barid Al Maghrib et de Chronopost International Maroc (Cima) (29 et 30 mai 2013) qui a permis le lancement de la certification RSE obtenue en 2015 ;
- élaboration d'une charte RSE commune ;
- animation de six séminaires sur la RSE depuis fin 2013, portant sur l'économie circulaire, le management responsable, la diversité et la lutte contre les discriminations, l'écomobilité, les achats responsables, le marketing responsable ;
- invitation de l'équipe RSE à la COP21 organisée à Paris en décembre 2015.

Memorandum of understanding avec la poste japonaise

La Poste et Japan Post ont signé un accord de coopération (MOU) en 2008 d'une durée de trois ans, renouvelé deux fois en 2011 et 2014 portant sur des thèmes variés comme l'e-commerce et l'express, les services financiers, la RSE ou encore la philatélie. De nombreux échanges ont eu lieu en faveur de l'écoconduite, des véhicules électriques ou sur la promotion d'offres comme Recy'go. Les questions liées à l'égalité homme-femme, la diversité ou l'égalité des chances ont été également abordées. La poste japonaise a pris des engagements qui impliquent notamment la promotion de 2000 femmes à des postes cadres.

Accompagnement de la poste des Philippines

Pour le compte du ministère de l'Économie et des Finances, Le Groupe La Poste a formé en septembre, sur place, au développement durable, les principaux responsables de la poste des Philippines.



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

G4-27

Pour élaborer son nouveau plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », Le Groupe La Poste avait associé en 2013 l'ensemble de ses parties prenantes avec les conférences citoyennes, une démarche de consultation inédite à cette échelle en France.

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.

La simplification de l'offre

Les clients de La Poste s'étaient largement prononcés, lors des conférences citoyennes de 2013, pour une simplification de l'offre de La Poste.

Depuis le 1^{er} janvier 2015, La Poste a renforcé la continuité et la cohérence entre les offres courrier et colis, en simplifiant 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. 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.

L'expédition de colis à partir de sa boîte à lettres est aussi possible désormais. Déjà 500 000 colis expédiés en un an.

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 ;
- un espace « Préparez vous-même 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 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).

S'engager sur la satisfaction client

Dans le cadre des missions de service public

Le contrat d'entreprise avec l'État français pour la période de 2013-2017 a fait l'objet de son deuxième comité de suivi de haut niveau avec les parties prenantes sur les résultats 2014. Ce comité est présidé par le ministre français de l'Économie et est composé de représentants des organisations syndicales, des associations de consommateurs, du régulateur du secteur postal, de Philippe Wahl et des dirigeants du Groupe. Le niveau de qualité de service assuré par La Poste dans l'exécution de ses missions de service public a été souligné par l'ensemble des parties prenantes.

Dans le cadre de la relation client

Après la démarche des irritants et les quatre chartes d'engagement client qui ont été mises en œuvre depuis plus de trois ans, Le Groupe La Poste, dans le cadre de sa nouvelle stratégie, réinterroge la problématique de la satisfaction client.

Les attentes ont évolué.

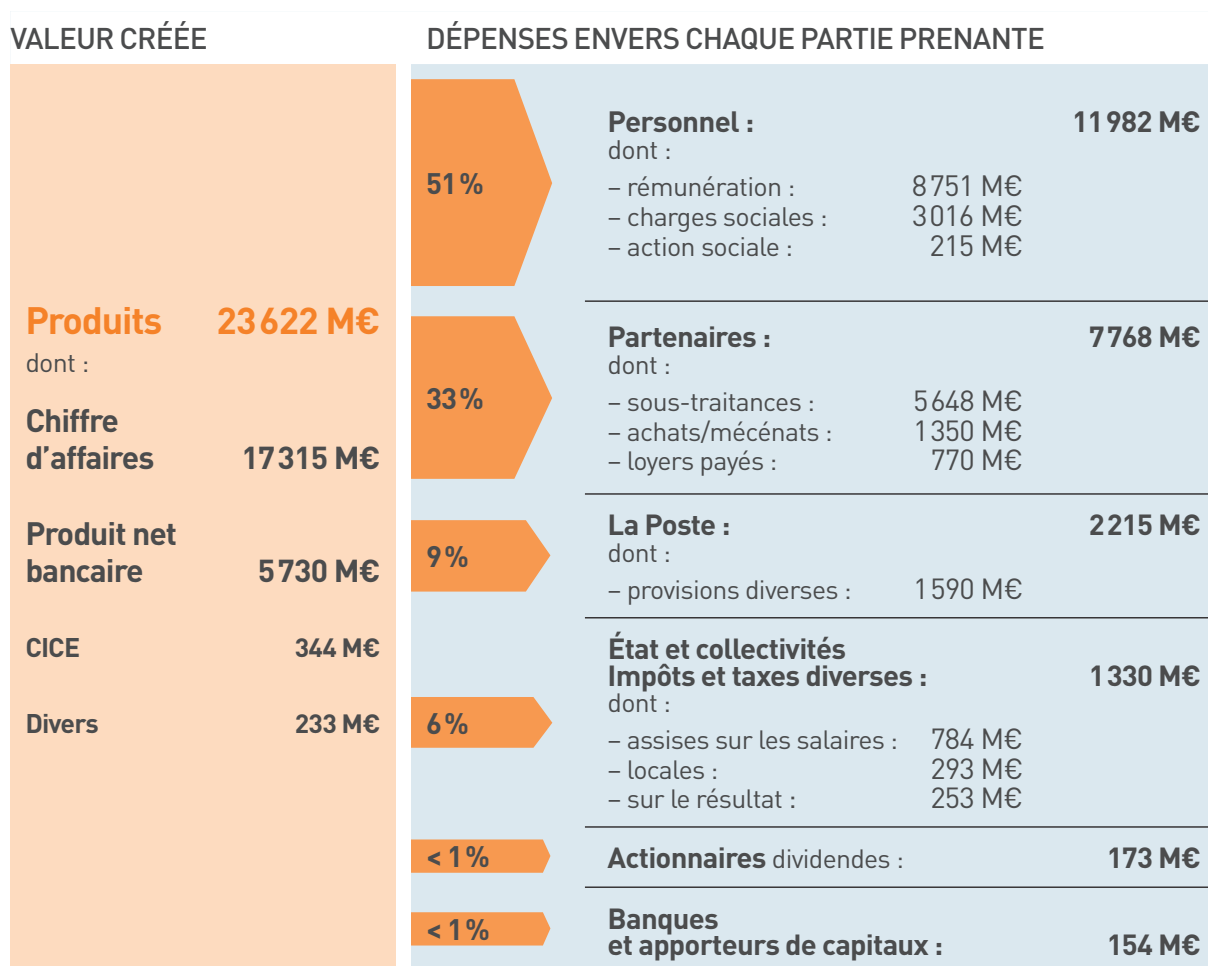
Les particuliers manifestent un intérêt grandissant pour l'accès aux services de La Poste 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 via Internet. Le Numérique, qui constitue la branche la plus récente du Groupe, est le fer de lance d'un certain nombre d'innovations dans ce domaine, avec des innovations visant 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. Ils souhaiteraient aussi recevoir davantage d'informations sur leur courrier et sur la manière dont La Poste contribue à la protection de l'environnement. Des équipes dédiées répondent aux besoins spécifiques de ces clients par téléphone ou en ligne, une réponse étant garantie le jour suivant.

Pour les entreprises plus importantes, 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 la mise à disposition d'un responsable de compte dédié pour traiter l'ensemble des demandes.

Avec ses grands comptes stratégiques, La Poste forge de véritables partenariats. Un comité stratégique se réunit 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. Les échanges avec d'autres clients confrontés aux mêmes problématiques sont encouragés. Un questionnaire de comptes ainsi qu'un accès Web sécurisé et personnalisé sont dédiés à chaque client.

Schéma de répartition de la valeur



AIDES PUBLIQUES DU GROUPE LA POSTE



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 224 045 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 ».

Elle bénéficie aussi d'une compensation pour deux missions de service public. En 2015 La Poste a reçu 235 M€ pour l'accessibilité bancaire et 150 M€ pour le transport et la distribution de la presse.

L'aménagement du territoire est compensé sous la forme d'un abattement de taxes locales de 130 M€ pour 2015. Cette somme est affectée à un fonds postal national. La Poste en assure la gestion comptable et financière selon le contrat tripartite (AMF, État, La Poste) de présence territoriale.

Pour plus de détails, voir les pages 85 et 86 du document de référence 2015.



UNE POLITIQUE RSE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DU GROUPE « LA POSTE 2020 : CONQUÉRIR L'AVENIR »

- P. 30 Analyse de matérialité des enjeux et priorités RSE
- 33 La mise en œuvre de la politique RSE du Groupe La Poste
- 35 Mettre en œuvre la politique RSE au sein de chaque branche

Le Groupe La Poste a élaboré une politique ambitieuse en matière de responsabilité sociétale (RSE) adossée à sa stratégie baptisée « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir ». Le Groupe souhaite répondre aux attentes de ses parties prenantes (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) en intégrant une dimension de développement durable dans toutes ses activités et ses projets.

La politique RSE du Groupe La Poste se décline en :

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 sociétal

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 durable 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 priorités RSE

➡ G4-2, G4-18 à 21, G4-45

Une analyse de matérialité⁽¹⁾ a été conduite par le Groupe et dans chaque branche pour définir les priorités d'action sur ces deux engagements, à l'horizon 2020, et pour accompagner le Groupe dans sa démarche de transformation. Cette analyse des priorités d'action

s'inscrit dans le cadre de deux référentiels internationaux majeurs : la norme ISO 26000 (identification des domaines d'action propre au Groupe La Poste) et le Global Reporting Initiative (GRI), version 4 (classement des domaines d'action en fonction de leur importance). Pour cette analyse de matérialité en 2014, le Groupe s'est entouré d'associations telles que le C3D, l'ORSE, le Comité 21, Orée, l'IMS et la FNE. Il s'est aussi appuyé sur les diverses enquêtes et baromètres mesurant la satisfaction des clients et des collaborateurs et sur les principales insatisfactions exprimées dans les médias et dans les rencontres physiques ayant lieu avec les divers managers du Groupe.

Le référentiel RSE du Groupe porte sur les 36 domaines d'action suivants :

● Collaborateurs	● Communautés	● Clients	● Fournisseurs	● Environnement	● Gouvernance
Conditions d'emploi et cadre de travail (aspects légaux)	Mécénat et partenariat assimilé	Offre responsable	Pratique RSE des fournisseurs	Énergie	Sûreté des biens et des personnes
Formation	Lutte contre la fracture numérique	Relation client responsable	Pratique RSE des donneurs d'ordres dans le choix	Émissions de GES	Sécurité et protection des données sauf clients
Évolution et mobilité professionnelle	Vieillessement de la population	Accessibilité aux produits et services	Pratique RSE des donneurs d'ordres dans la relation usage et suivi	Adaptation aux changements climatiques	Éthique des affaires
Santé et sécurité au travail	Lutte contre l'exclusion et la pauvreté	Protection et confidentialité des données clients	Disponibilité de l'offre fournisseurs	Santé liée à l'environnement	Transparence et gouvernance
Qualité de vie au travail	Développement économique local	Adaptation aux nouveaux modes et usages de consommation		Déchets	Organisation de la prise de décision
Diversité et égalité des chances	Aménagement du territoire			Eau	
Dialogue social				Biodiversité et services rendus par les écosystèmes	
Autres droits humains				Raréfaction des ressources naturelles	

L'importance de chaque domaine d'action a été déterminée d'une part selon le niveau d'attente des parties prenantes, d'autre part selon son importance 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,

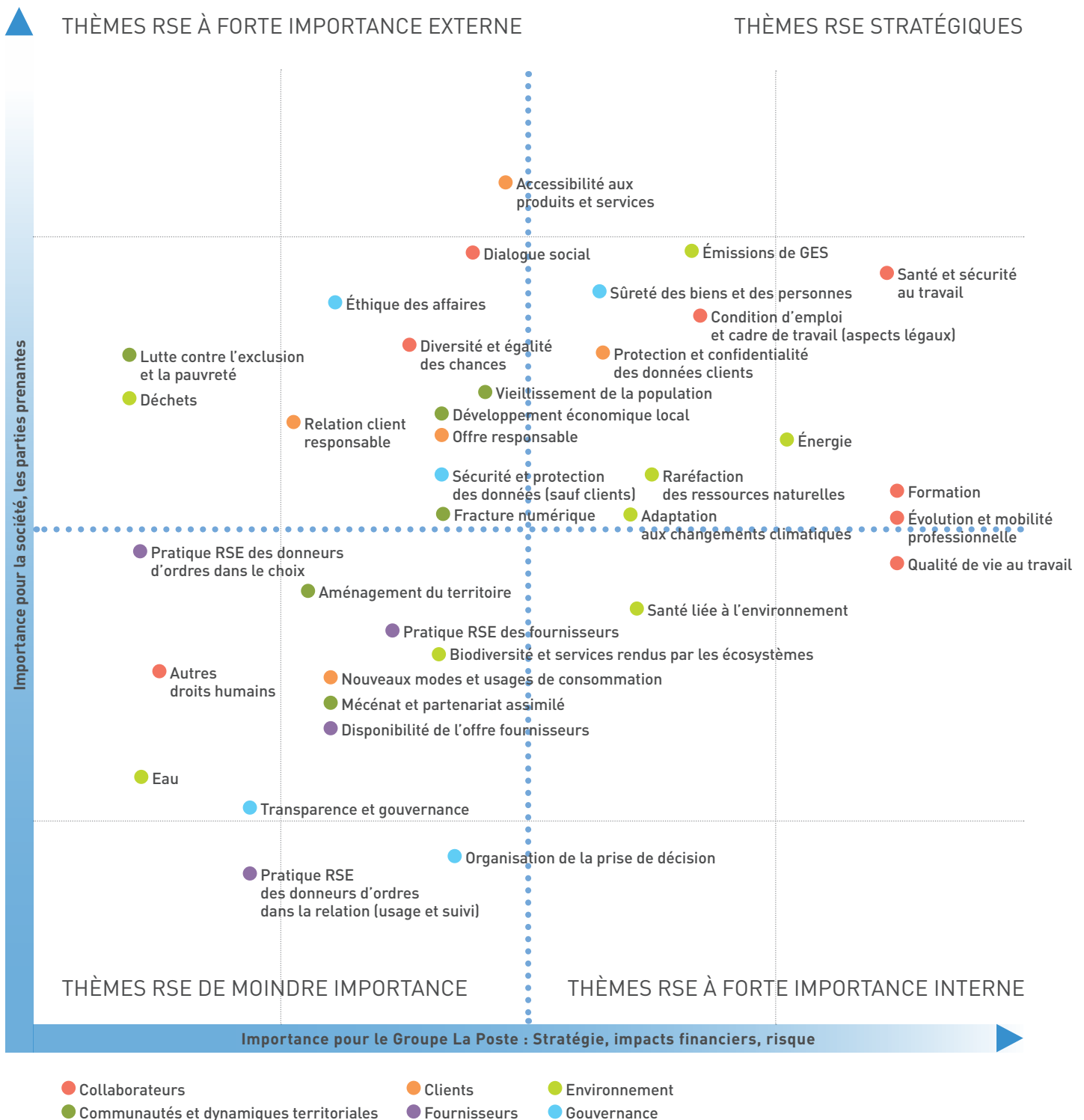
européen et national), ainsi que des attentes des parties prenantes (exprimées ouvertement ou déduites de leurs réactions). L'importance pour le Groupe a été évaluée sur son niveau de contribution à la stratégie du Groupe La Poste « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », son impact financier et le niveau de risque qu'il représente pour le Groupe.

(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.

Cette démarche a abouti à la première matrice de matérialité du Groupe. Compte tenu de la diversité des activités 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. La démarche a été conduite parallèlement dans chaque branche en fonction de ses propres spécificités.

Matrice de matérialité du Groupe La Poste





Fixer le niveau de performance attendue pour chaque domaine d'action en fonction de son importance

Piloter la performance extra-financière selon le niveau de performance souhaitée

Suite à cette analyse, le Groupe a défini les modalités de pilotage de sa démarche extra-financière en classant les domaines d'action en trois niveaux de performance souhaitée en fonction de leur importance. Ce classement tient compte de l'importance de chaque domaine d'action pour tenir les deux engagements du Groupe La Poste :

- **innovation** : les domaines d'action clés pour le Groupe et qui supposent une exigence ambitieuse : innover et se différencier ;
- **exemplarité** : les domaines d'action dans lesquels une amélioration continue des résultats est attendue ;
- **conformité** : les domaines d'action pour lesquels Le Groupe La Poste se conforme aux lois et règlements.

Domaines d'action pour lesquels le Groupe La Poste s'est fixé un niveau de performance élevé : innovation L'importance des ressources humaines

De nombreux domaines d'action RH émergent comme les plus importants : la santé et sécurité au travail, la formation, l'évolution professionnelle, la qualité de vie au travail, les conditions d'emploi et le cadre de travail notamment dans leurs aspects légaux.

L'importance des domaines d'action liés au changement climatique

Parmi les enjeux environnementaux, les domaines d'action portant sur l'énergie, les émissions de gaz à effet de serre (GES) et l'adaptation aux changements climatiques émergent.

L'engagement sur le développement économique local des territoires : une volonté du Groupe d'élever le niveau d'exigence

Outre les engagements de service public et d'aménagement du territoire qui sont définis dans le contrat d'entreprise signé avec l'État, l'engagement du Groupe est de contribuer à la mise en œuvre de l'action publique, au développement d'une économie de proximité et de l'emploi sur le territoire par l'invention de nouveaux services responsables. S'y ajoute la volonté de proposer une offre responsable éco-socio-conçue et accessible à tous. Les domaines d'action liés à l'adaptation au vieillissement, aux nouveaux modes et usages de consommation, la fracture numérique, la lutte contre l'exclusion et la pauvreté, le mécénat et les partenariats assimilés en sont des leviers d'action.

L'émergence de l'importance de la protection des personnes et la confidentialité des données

Sous cet item sont regroupés les domaines d'action concernant la protection et la confidentialité des données clients ou autres parties prenantes et la sûreté des biens et des personnes.

Les autres domaines d'action

Les autres domaines d'action se regroupent en deux catégories :

- ceux pour lesquels le Groupe recherche la **conformité** : les pratiques RSE des fournisseurs, la disponibilité de l'offre fournisseurs, les pratiques RSE des donneurs d'ordres dans la relation avec les fournisseurs (usage et suivi), les autres droits humains, l'organisation de la prise de décision, la transparence et la gouvernance, la protection de la biodiversité et des services rendus par les écosystèmes, l'eau ;
- ceux pour lesquels l'**exemplarité** est recherchée : le dialogue social, la diversité et l'égalité des chances, l'éthique des affaires, la sûreté des biens et des personnes, la santé liée à l'environnement, les déchets et la raréfaction des ressources ainsi que la relation client responsable, etc.

La mise en œuvre de la politique RSE du Groupe La Poste

Le Groupe La Poste s'est fixé des objectifs à l'horizon 2020 pour les enjeux majeurs. Il a identifié quatre leviers de mise en œuvre et lancé cinq chantiers majeurs.

Quatre leviers de mise en œuvre

Ces leviers, points clés d'une gouvernance responsable, sont les conditions d'atteinte des deux engagements du Groupe :

- 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 ;
- l'identification et les plans de couverture des risques juridiques, financiers et de réputation en cas d'adaptation insuffisante au contexte environnemental et social ;
- la veille permanente sur les besoins des territoires en matière de développement économique responsable ;
- la co-construction avec les principales parties prenantes et le compte rendu périodique auprès d'elles des avancées.

Cinq chantiers

Le plan d'actions est basé sur une démarche pragmatique d'amélioration continue et d'innovation ouverte⁽¹⁾.

Il s'articule autour de cinq grands chantiers :

- généraliser une offre plus responsable : c'est-à-dire « éco-socio-conçue⁽²⁾ », utile, simple d'utilisation et accessible à tous ;
- développer les collaborateurs ;
- piloter la transition énergétique et l'évolution de la logistique urbaine (ces chantiers sont animés à travers les deux projets prioritaires communs du même nom) ;
- favoriser les initiatives pour un développement économique durable des territoires et de l'emploi avec un focus mis sur le développement d'une offre facilitant la mise en œuvre de l'action publique (projet prioritaire commun MAP) ;
- créer des solidarités et construire ensemble des solutions innovantes.

Les initiatives prises dans le cadre de chacun de ces chantiers sont détaillées dans les chapitres 5 à 9 du présent document.

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 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.

Ainsi les cinq projets prioritaires communs ont été confiés comme suit :

– transition énergétique :

Philippe Dorge, 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 :

Philippe Bajou, directeur général adjoint, secrétaire général ;

– connaissance des clients particuliers :

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

[1] L'innovation ouverte consiste à ne plus se baser uniquement sur sa propre recherche. Une entreprise peut créer de la valeur (services et produits), par exemple par le biais de collaborations.

[2] Il s'agit de respecter l'environnement, les droits humains et la protection du consommateur.



Les objectifs 2020 du Groupe La Poste et leur avancement à fin 2015

Engagement		Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2015	
ENGAGEMENT 1 : EXEMPLARITÉ DE L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL	Exemplarité en matière de santé, sécurité et qualité de vie au travail	Baisse régulière du nombre et du taux de gravité des accidents du travail	Après une baisse continue dans les trois dernières années, le taux de gravité des accidents du travail accuse en 2015 une légère hausse de 0,07 point	✗
	Exemplarité en matière de développement professionnel	80 % des collaborateurs de La Poste bénéficient d'une formation chaque année et 100 % sur deux ans	En 2015, 81 % des collaborateurs ont bénéficié d'une formation et 9 postiers sur 10 ont été formés en deux ans	*
		100 heures de formation par postier sur cinq ans à partir de 2015	Indicateur en cours de création, données non encore disponibles	
		10 000 parcours qualifiants d'ici 2020	6 600 collaborateurs ont démarré un parcours qualifiant en 2015	↗
	Exemplarité dans le domaine du climat et des polluants atmosphériques	Réduction des émissions de GES des activités de La Poste de 15 % par rapport à 2013	À fin 2015, réduction de 8 % par rapport à la performance de 2013	↗
		Détention d'une des premières flottes mondiales de véhicules électriques dont 10 000 véhicules utilitaires légers	À fin 2015, Le Groupe La Poste détient 5 576 véhicules électriques utilitaires légers et reste le détenteur d'une des premières flottes mondiales	↗
		Desserte des 15 principales métropoles françaises par des dispositifs à faibles émissions	À fin 2015, une métropole est délivrée par des dispositifs à faible émission, une deuxième est lancée début 2016	↗
		Approvisionnement en électricité 100 % renouvelable à horizon 2020 ⁽¹⁾ sur le périmètre des bâtiments gérés par Poste Immo	Deux tiers des consommations électriques sont couvertes depuis le 1 ^{er} octobre 2015. L'achat de garanties d'origine renouvelable couvre les consommations jusqu'au 31 décembre 2018	*
	Exemplarité de l'offre responsable	Développement de la part de l'offre responsable sous pilotage RSE Compensation des émissions de gaz à effet de serre des offres courrier, colis, express et numérique	Pour La Banque Postale, 63 % des encours sous gestion est sous pilotage ESG La compensation est effective chaque année depuis mars 2012	↗ *
	Exemplarité en matière de sécurité des personnes, des biens et des données	Les indicateurs et l'objectif sont en cours de définition	Une charte data a été validée en avril 2016	↗
ENGAGEMENT 2 : DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL	Développement local du territoire	Respect des objectifs fixés dans le contrat d'entreprise pour les quatre missions de service public	Résultats complets 2015 disponibles sur : legroupe.laposte.fr/profil/les-missions-de-service-public/le-service-universel-postal	↗
		Développement du chiffre d'affaires auprès des collectivités publiques	Effectif en 2016 seulement	
		Développement des achats à l'ESS Objectif : 20 millions d'euros par an au minimum pour le Groupe France	Achats au secteur adapté et protégé : 15,6 M€ HT Achats au secteur de l'insertion : 2,2 M€ HT Périmètre : La Poste, La Banque Postale et Mediapost.	↗
	S'adapter aux nouveaux modes et usages de consommation	Développement du chiffre d'affaires de l'offre de nouveaux services en adéquation avec les enjeux de société (transition énergétique, Silver économie...) du Groupe ⁽²⁾	CA Recy'go sur trois ans 2013 : 1,2 M€ ; 2014 : 1,9 M€ ; 2015 : 2,9 M€ CA écomobilité (Greenovia + Véhiposte + Mobigreen) 2015 : 3,7 M€	↗



Progression en ligne avec l'objectif fixé



Non atteint



Objectif dépassé

(1) Le périmètre de cet engagement concerne La Poste SA. Sa mise en œuvre associe les filiales volontaires. À fin 2015, Docapost, Mediapost, Viapost, GeoPost et Véhiposte s'étaient engagées.

(2) En contribuant aux objectifs de chiffre d'affaires sur les nouveaux territoires (cf. Trajectoire financière).

Mettre en œuvre la politique RSE au sein de chaque branche

Les engagements de la branche Services-Courrier-Colis en matière de RSE

La branche Services-Courrier-Colis fait face à des enjeux majeurs liés à son activité de transporteur, au poids de ses effectifs dans le Groupe et aux mutations profondes de la société (révolution numérique, essor de l'e-commerce, vieillissement de la population, changement climatique). En 2015, la branche a défini sa nouvelle politique RSE à l'horizon 2020 autour des quatre engagements suivants.

Agir pour la préservation des ressources, du climat et contribuer à la transition énergétique, notamment en augmentant la part des véhicules à faibles émissions de gaz à effet de serre (GES) et de particules dans la flotte, en formant les postiers à l'écoconduite et en contribuant à l'économie circulaire. Ainsi, en 2015, les émissions de GES de la branche ont diminué de 2%, la flotte de véhicules électriques a atteint 5573 voitures⁽¹⁾, 525 Quadéo, 1 000 chariots, 22 272 vélos et 418 Staby®. Le programme de compensation carbone a été poursuivi et complété.

Proposer aux clients des solutions responsables, au premier rang desquelles la lettre verte, le service de collecte de papier et carton Recy'go, les solutions d'écomobilité telles que celles développées par les filiales Mobigreen et Greenovia et les solutions de rénovation énergétique. La branche assure également la neutralité carbone intégrale de toutes ses offres depuis 2012. En 2015, une gamme de nouveaux services a vu le jour spécifiquement pour répondre aux enjeux de vieillissement de la population, de numérisation de la société, de modernisation de l'État et de transition énergétique. Au sein du projet prioritaire commun transition énergétique, la branche a également développé pour les collectivités territoriales une offre de services complète leur permettant d'optimiser les moyens qu'elles mobilisent en faveur de la rénovation énergétique des bâtiments et pour les accompagner dans un changement d'échelle : sensibilisation des particuliers concernés par les travaux de rénovation énergétique, aide à la qualification des besoins, accompagnement dans la définition et le pilotage du projet.

Contribuer à la performance environnementale et sociétale des territoires avec les parties prenantes, en nouant des partenariats avec des structures de l'économie sociale et solidaire permettant d'intégrer des personnes éloignées de l'emploi. La branche Services-Courrier-Colis, avec la collaboration de La Banque

Postale, a signé en 2015 un partenariat avec le groupement d'intérêt public interrégional pour le développement du Massif central (GIP Massif central) pour financer le programme Climat + territoires. Il s'agit de la mise en place d'une gestion durable et vertueuse des forêts alliant leur adaptation au changement climatique, le stockage supplémentaire de carbone dans les arbres, la dynamisation des filières sylvicoles locales et la création d'emplois non délocalisables.

Développer les collaborateurs, garantir leur santé pour réussir la transformation, en déployant des politiques de maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, des politiques innovantes de prévention de l'inaptitude et de management de la santé des collaborateurs et en intégrant la diversité à tous les niveaux et dans tous les projets de la branche. Quelques exemples de réalisations menées en 2015 : la branche a poursuivi le déploiement de son système de management calé sur la norme ISO 26000 dont le périmètre couvre 88 000 postiers à fin 2015, la formation des postiers de la branche a atteint le taux record de 84% de postiers formés avec 2,41 jours de formation par postier en 2015, et le démarrage de 5 000 parcours qualifiants qui intègrent notamment un module de e-learning « Tous ambassadeurs et acteurs de notre RSE ».

« L'intégration de la RSE constitue un levier de création de valeur et nourrit les trois axes de notre stratégie vers le monde des services : la conquête, l'excellence et l'engagement. À partir de nos expertises, nous avons déjà développé des solutions dans des domaines clés de la transition énergétique : le recyclage, l'écomobilité et la rénovation énergétique des bâtiments. En interne, nous avons initié en 2015 un important dispositif de formation et nous travaillons à l'intégration des critères de responsabilité environnementale et sociétale dans notre système d'excellence et les standards de travail qui en découlent. »



Philippe Dorge
Directeur général adjoint
du Groupe La Poste,
en charge de la branche
Services-Courrier-Colis

(1) Dont 9 véhicules hybrides.



Les engagements de GeoPost en matière de RSE, le programme DrivingChange™

GeoPost développe une démarche pragmatique qui couvre les domaines les plus étroitement liés à son cœur de métier. Son ambition en matière de RSE repose sur quatre axes.

Engagement neutralité carbone : rendre neutre en carbone chaque livraison pour tous les clients sans coût supplémentaire. Cette neutralité carbone s'appuie sur trois leviers : mesurer les émissions de gaz à effet de serre (GES), les réduire et compenser les émissions restantes liées au transport.

GeoPost s'est fixé pour objectif à horizon 2020 par rapport à 2013 de réduire de 10% par colis ses émissions de GES issues du transport routier. Pour y parvenir, des actions concrètes sont mises en œuvre : optimisation des tournées, déploiement de solutions innovantes telles que Predict et Pickup, renforcement de l'utilisation de véhicules à carburant alternatif. La compensation des émissions est réalisée par le financement de projets d'énergie propre et renouvelable par l'achat de crédits carbone, avec le concours d'EcoAct. À ce jour, six projets financés se conforment aux normes internationales les plus strictes.



Véhicules électriques Mooville du nouvel ELU (espace logistique urbain) de Lyon.

Livraisons urbaines responsables : améliorer la vie urbaine en proposant plus de solutions de livraison, plus respectueuses de l'environnement. Des actions concrètes sont mises en œuvre pour réduire la congestion urbaine et les pollutions locales : mesure de l'impact environnemental des activités des plateformes logistiques de GeoPost et de ses véhicules en centres-villes, innovation dans les services de livraison pour accroître le taux de livraisons réussies

dès le premier passage, ou encore la possibilité donnée aux clients de choisir et de modifier le lieu et la date de livraison de leur colis.

Entrepreneuriat innovant : accompagner les entreprises locales dans leur développement en partageant l'expertise et l'esprit entrepreneurial de GeoPost. Entreprendre et innover font partie de la culture de GeoPost dont l'expansion repose en grande partie sur l'acquisition d'entreprises locales spécialistes de la livraison de colis, animées par un fort esprit d'entreprise. La démarche repose sur l'« intrapreneuriat » : l'appui que GeoPost apporte à ses partenaires locaux et la formation de ses collaborateurs. Ainsi, GeoPost récompense chaque année, lors des Prix de la qualité, des initiatives locales répondant à ses objectifs de développement durable. GeoPost soutient également l'action d'Ashoka qui accompagne des entrepreneurs apportant des réponses novatrices à des enjeux sociétaux.

Entreprise et société civile : soutenir et accompagner la société civile par des actions de proximité. L'ambition de GeoPost est d'apporter une contribution positive à la société civile par des actions de proximité. Ainsi, les collaborateurs s'impliquent dans de nombreux domaines en lien avec leur métier : transport solidaire, aide à la jeunesse et à l'enfance défavorisées, aux personnes âgées, santé, éducation, lutte contre la pauvreté, protection de l'environnement.

« Notre programme RSE, baptisé DrivingChange™, a pour ambition de donner la priorité aux domaines dans lesquels notre impact peut être direct et positif, comme neutraliser notre empreinte carbone, proposer des solutions de livraison plus responsables et plus efficaces en milieu urbain, encourager l'innovation dans nos activités et créer des connexions qui ont du sens pour la société civile avec laquelle nous travaillons chaque jour. »



Paul-Marie Chavanne
Directeur général adjoint
du Groupe La Poste
et président de GeoPost

Les engagements de La Banque Postale en matière de RSE

Banque de service public au cœur de l'économie réelle, La Banque Postale a choisi depuis sa création un modèle de développement unique, solide et responsable. Elle cultive au quotidien, envers chacun, la responsabilité, la transparence et l'accessibilité au plus grand nombre, faisant du développement responsable l'un des fondements de son identité de « Banque et citoyenne ». La responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) est au cœur de ses convictions comme de ses actions. La politique RSE de La Banque Postale est construite autour de quatre engagements : économique, social, sociétal et environnemental.

Engagement économique. La Banque Postale propose des produits et services simples, utiles et responsables. Banque de confiance, elle est mobilisée sur la prévention de tous les risques liés à ses activités. Cet engagement économique repose sur quatre piliers : l'accessibilité bancaire, mission de service public reconnue par la Loi de modernisation de l'économie (2008) avec le livret A, la relation client responsable, l'offre responsable et la maîtrise des risques extra-financiers. En 2015, il s'est concrétisé par différentes actions dont notamment : le lancement d'une Gamme verte – ensemble de produits bancaires favorisant la rénovation énergétique ou à l'écomobilité, la réalisation d'une charte de financement responsable, ou encore la poursuite de l'accompagnement des clientèles fragiles, avec 16 200 clients accompagnés par la plate-forme l'Appui à fin 2015.

Engagement social. La Banque Postale, attentive à ses clients comme à ses collaborateurs, s'engage à être un employeur responsable en s'attachant à accompagner et former ses collaborateurs, intégrer de nouveaux talents, proposer une rémunération complète et compétitive, entretenir le dialogue social et le bien-être au travail et, enfin, cultiver la diversité et l'égalité des chances. En 2015, l'École de la banque et du réseau a été créée officiellement avec pour objectif d'accompagner les 70 000 collaborateurs de La Banque Postale, des services financiers et du Réseau de La Poste, et de les former à de nouvelles compétences et aux métiers de demain. L'accord sur les métiers bancaires en centres financiers et nationaux, signé en décembre 2015, a également pour objectif de poser les principes de l'accompagnement des collaborateurs dans la transformation de ces centres.

Engagement sociétal. Fière de ses valeurs d'engagement, de responsabilité et de solidarité, La Banque Postale les partage avec l'ensemble de ses parties prenantes. Elle diffuse sa politique d'achats responsable auprès de l'ensemble de sa chaîne de valeur. Elle encourage ses collaborateurs dans leur engagement responsable et citoyen à travers le bénévolat de compétences et son

programme de mécénat. « Banque et citoyenne », elle soutient l'économie réelle au plus près des territoires à travers ses offres de financement. Dans ce cadre, en 2015, La Banque Postale a développé sa démarche de mécénat sociétal avec « L'Envol, le campus de La Banque Postale » qui favorise chaque année le parcours scolaire d'une soixantaine d'élèves talentueux, issus de milieux modestes. L'Envol a préparé en 2015 un second programme, essentiellement conçu sur le même modèle, destiné aux jeunes suivant la voie professionnelle. Son engagement se poursuit également avec son programme de bénévolat de compétences et son soutien à l'économie collaborative.

Engagement environnemental. La Banque Postale mène des actions simples, concrètes et mesurées pour lutter contre le changement climatique. Elle s'engage à maîtriser l'impact environnemental de ses activités, en réduisant notamment les émissions de GES liées à ses bâtiments et aux déplacements de ses collaborateurs, ainsi que sa consommation de papiers. En 2015, La Banque Postale a notamment donné de l'ampleur à son engagement dans la lutte contre le changement climatique en renouvelant son programme de fonds carbone interne, permettant ainsi de financer des projets de réduction des émissions de GES en interne et, en partenariat avec la branche Services-Courrier-Colis, La Banque Postale a participé au financement du programme Climat + Territoires. Elle a également travaillé à mesurer l'empreinte carbone de ses portefeuilles, afin d'arbitrer ses décisions d'investissement en fonction de l'impact carbone des entreprises. Enfin, elle a élargi le périmètre de mesure de l'empreinte carbone de ses activités en y incluant la part des activités bancaires réalisées en bureaux de poste.

« 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'actifs responsable. »



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



Les engagements du Réseau La Poste en matière de RSE

Chaque jour, 1,6 million de clients poussent les portes d'un des 17 000 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 et est articulée autour de trois axes qui prennent vie à travers de nombreuses actions concrètes.

Favoriser une offre de services accessibles et adaptés à ses clients, dans toute leur diversité. Le cœur de mission du Réseau est de faire de chaque expérience client une expérience réussie, avant, pendant et après le service rendu. Pour cela, il propose une offre de services accessibles offrant la même qualité d'accueil et de conseil partout et pour tous à travers un maillage territorial dense. En particulier, dans le prolongement des missions d'accessibilité bancaire, un certain nombre de bureaux de poste se trouvent dans des zones vulnérables et sensibles. Il promeut également des produits et services plus responsables via les offres éco-conçues, neutres en carbone et des services bancaires intégrant dans leur conception des critères environnementaux, sociétaux et de gouvernance (ESG). Enfin, il contribue à l'innovation pour répondre aux nouveaux marchés et modes de consommation.

Rechercher l'égalité et la qualité de vie professionnelles pour tous ses collaborateurs. Le Réseau favorise ainsi la diversité dans les équipes, l'engagement citoyen et développe des pratiques managériales fondées sur le respect et l'écoute. De nombreuses actions sont déjà menées en faveur des parcours professionnels et du développement des compétences, à l'instar de l'École de la banque et du réseau, mais aussi en faveur de l'égalité professionnelle et de la diversité ou encore en faveur de la promotion de l'engagement solidaire notamment au profit d'associations partenaires qui accompagnent les clientèles vulnérables. Ainsi, 2015 a été marquée par le renforcement et l'élargissement de la mission des référents dans les directions d'appui et de soutien territorial (DAST) intégrant la diversité au sens large pour un meilleur accompagnement des collaborateurs.

Participer à l'attractivité des territoires, tout en optimisant son empreinte locale. Le Réseau est un acteur du développement économique et social des territoires. Il enrichit ce rôle en actionnant plusieurs leviers : il optimise l'efficacité énergétique des bureaux de poste, améliore leur confort, privilégie un mobilier et des équipements respectueux de l'environnement et favorise une meilleure gestion du recyclage des déchets. Il intensifie son impact sur les territoires grâce à des achats effectués auprès de fournisseurs locaux ou issus du secteur protégé ou adapté et en développant des synergies avec des associations au cœur des quartiers défavorisés afin de mieux accueillir tous les clients. Ainsi en 2015, les équipes RSE se sont mobilisées pour former les équipes locales et leur faire prendre conscience des liens entre les différents piliers du développement durable et les projets des villes. L'objectif est de mieux valoriser auprès des collectivités territoriales les avancées de la Poste en matière de RSE et d'enrichir le diagnostic du projet régional d'une grille de lecture RSE. En 2015 également, le fonds carbone interne du Réseau a permis le lancement de 26 projets. Lancé en 2014, ce dispositif a pour objectif de financer des travaux de maintenance concourant à l'efficacité énergétique des points de service et d'y associer une implication des postiers par l'accomplissement d'éco-gestes.

« Le Réseau La Poste favorise l'accès à une offre de services adaptés aux clients dans toute leur diversité à travers un maillage territorial dense offrant une qualité d'accueil et de conseil adaptée partout et pour tous y compris aux clientèles vulnérables. Il promeut également des produits et services plus responsables tels que les offres courrier et colis neutres en carbone, les services bancaires adaptés, ou les offres de la gamme verte lancée avant la COP21, ou encore des services innovants comme l'Ardoiz pour les seniors... »



Anne-Laure Bourn
Directrice générale adjointe
du Groupe La Poste en charge
du Réseau La Poste

Les engagements de la branche Numérique en matière de RSE

Très en pointe en matière de développement responsable, la branche a défini ses propres enjeux RSE, liés à son cœur de métier, à la sécurisation des données, aux valeurs d'accessibilité du numérique, aux économies d'énergie, au développement d'offres responsables et à la lutte contre la raréfaction des ressources naturelles. La charte de développement responsable de la branche Numérique comporte les sept engagements suivants.

Développer des offres efficaces et plus responsables, notamment en améliorant leur performance RSE, en optimisant leur empreinte carbone, en assurant la neutralité carbone des activités et en promouvant les différenciations RSE des offres. En 2015, les branches Numérique et Services-Courrier-Colis ont co-créé un guide d'écoconception à destination des développeurs (logiciels internes et sites Web) du Groupe. La démarche permet le gain d'espace de stockage, des économies sur la puissance des serveurs et sur les consommations d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre (GES) associées. Elle permet également la fluidification des parcours clients : les temps moins importants passés en ligne sont moins consommateurs d'énergie. Cette démarche pionnière a dégagé 49 bonnes pratiques qui sont en cours de déploiement à travers des campagnes de sensibilisation des équipes SI des deux branches.

Préserver les ressources et lutter contre le changement climatique en réduisant les émissions de GES, en développant le Green IT et les achats responsables et en travaillant à faire de ses déchets une ressource. Depuis 2012, en partenariat avec la branche Services-Courrier-Colis, les émissions de GES des offres numériques sont compensées. En 2015, la branche Numérique a marqué son engagement pour la lutte contre le changement climatique en organisant, pendant la COP21, une conférence grand public : « Le digital, solution pour le climat ? »

Soutenir un business éthique en garantissant la sécurisation et la protection des données qui lui sont confiées, en luttant contre la fracture numérique et via la promotion de l'accessibilité. Cet engagement s'appuie également sur une démarche d'éthique et de déontologie active et partagée par tous dans la branche. En 2015, dans le cadre de cet engagement, la branche Numérique a notamment piloté l'élaboration de la charte data du Groupe La Poste. La branche a également déployé une formation et un outil d'e-learning sur le droit de la concurrence. 81 personnes ont été formées en 2015.

Promouvoir le numérique responsable et la complémentarité des supports auprès des parties prenantes. Pour cela, la branche Numérique s'implique activement dans les travaux des fédérations

professionnelles et a fortement contribué à la COP21 qui s'est tenue à Paris du 30 novembre au 12 décembre 2015. La branche est aussi membre de l'association Culture Papier et participe aux travaux de l'observatoire ComMedia, du Syndicat national de la communication directe (SNCD) et du Club Green IT.

Développer la qualité de l'emploi et l'employabilité, en agissant en faveur de la diversité et de l'égalité des chances et en développant la qualité de vie au travail.

Partager et valoriser ses actions RSE en interne et en externe. Pour cela, la branche Numérique a inscrit son plan d'actions RSE dans le plan de communication de la branche. Elle s'engage ainsi à faire connaître et valoriser sa politique RSE auprès de ses collaborateurs ainsi qu'auprès de ses parties prenantes externes.

Suivre les indicateurs de performance, afin d'être en mesure d'ajuster les plans d'actions pour entretenir une dynamique de progrès.

« 2015 est une année importante dans la construction de la branche Numérique. C'est l'année du lancement de la stratégie numérique du Groupe La Poste, l'année de la concrétisation de nos innovations et l'année de la transversalité des apports de la branche Numérique au Groupe. Notre démarche vient ancrer nos ambitions en matière de numérique responsable et constituer les futurs leviers d'innovation et la création de valeur pour La Poste. À ce titre, et pour marquer notre très fort engagement sur les données personnelles, la charte data fait partie intégrante des engagements de la politique RSE du Groupe. Le Groupe La Poste, dans le numérique comme dans les autres domaines, marque ainsi sa très forte implication dans la démarche RSE. »



Nathalie Collin
Directrice générale adjointe
du Groupe La Poste, en charge
de la branche Numérique
et de la communication



L'engagement de Poste Immo en matière de RSE

50% de son parc immobilier ayant plus de cinquante ans et sa facture énergétique s'élevant à 100 millions d'euros par an, Poste Immo porte une responsabilité environnementale, sociale et économique forte et dispose d'une opportunité de créer de la valeur, en considérant le levier écologique comme un relais de croissance et de compétitivité. La politique RSE de Poste Immo s'inscrit pleinement dans sa stratégie d'entreprise « Horizons 2020 ». Elle s'articule comme suit.

Immobilier responsable

Sur le pilier « Énergie et carbone », Poste Immo s'engage à conduire la transition énergétique en développant des bâtiments responsables pour accompagner l'émergence d'une société sobre en énergie et moins intensive en carbone.

Poste Immo se fixe pour objectif de réduire de 15% la consommation énergétique du parc global et de 25% les émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2020⁽¹⁾.

Pour atteindre cet objectif, de nombreuses actions sont mises en place comme : l'animation de la démarche « bail vert », l'approvisionnement en électricité 100% d'origine renouvelable, le choix de viser a minima le niveau BBC-Effinergie rénovation pour les opérations de rénovation globale, etc.

Sur le pilier « Ressources naturelles », Poste Immo s'engage à promouvoir une approche globale et une utilisation durable des ressources naturelles pour accompagner l'évolution de la société vers un nouveau modèle qui renouvelle les façons de produire et de consommer. Poste Immo se fixe pour objectif un taux de valorisation des déchets de chantier non dangereux à 80% en 2020⁽²⁾. De nombreuses actions ont déjà été mises en œuvre dans ce sens, par exemple : les fiches matériaux, un cahier des charges de prévention et de gestion des déchets, des fiches de certifications environnementales, le livret de sensibilisation à la biodiversité, etc.

Entreprise responsable

Sur le pilier « Collaborateurs », Poste Immo s'engage à accompagner le développement des collaborateurs au service d'une performance durable en promouvant des pratiques exemplaires en matière d'employabilité, de gestion des compétences et des talents, de déontologie, d'éthique, de parité et de diversité. Dans le cadre de cet engagement, Poste Immo suit deux indicateurs clés : le taux de satisfaction des collaborateurs et le taux de mobilité interne. L'entreprise prévoit par exemple de tester de nouvelles formes d'organisation du travail

et de mobilités urbaines pour contribuer à l'amélioration du cadre de travail et de favoriser des logiques de collaboration participative et d'innovation sociale.

Sur le pilier « Innovation et ouverture », Poste Immo s'engage à innover et développer un écosystème favorisant les dynamiques de changement en faveur des parties prenantes, pour notamment prendre en compte les évolutions nécessaires des métiers de l'immobilier à l'ère du digital. Dans le cadre de cet engagement, Poste Immo suit deux indicateurs clés : le taux d'expérimentations transformées et le nombre de partenariats actifs. L'entreprise prévoit également de pérenniser sa démarche d'achats responsables, de soutenir activement la culture d'innovation et d'ouverture aux modèles économiques innovants et de s'ancrer dans les villes et les territoires durables.

« En 2015, Poste Immo a revisité sa feuille de route stratégique Horizons 2020 inscrite dans la stratégie de conquête du Groupe La Poste, afin d'accélérer son développement dans les prochaines années et améliorer sa performance. L'ambition réaffirmée de Poste Immo est d'être, à l'heure de la transition énergétique et de la révolution digitale, l'opérateur immobilier contribuant à la compétitivité des branches et au développement du Groupe. Notre nouvelle politique RSE est au service de l'entreprise et du Groupe, et notamment dans son volet immobilier responsable en traitant de la réduction de la consommation énergétique, du poids carbone des bâtiments ou de la gestion des déchets de chantier. La RSE constitue un véritable levier d'innovation et de transformation pour un immobilier plus durable. »



Christian Cléret
Directeur général
de Poste Immo et directeur
de l'immobilier du Groupe
La Poste

(1) En kWef, année de référence 2011.

(2) La directive cadre européenne de 2008 a fixé aux pays membres de l'Union européenne un objectif de valorisation matière de 70% en poids des déchets inertes et non inertes dangereux du BTP à l'horizon 2020. La France a repris cet objectif dans la loi de transition énergétique pour la croissance verte.

Services-Courrier-Colis



La branche propose aux clients des solutions responsables telles que la Lettre verte, le service de collecte de papier et carton Recy'go...

GeoPost



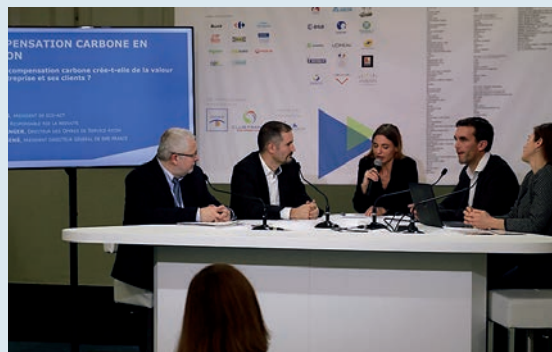
L'ambition est de donner la priorité aux domaines dans lesquels son impact peut être divers et positif.

La Banque Postale



La politique RSE est construite autour de quatre engagements : économique, social, sociétal et environnemental.

Le Numérique



La branche a organisé pendant la COP21 une conférence grand public : « Le digital, solution pour le climat ? »

Le Réseau La Poste



Le Réseau propose des produits et services responsables : offres courrier, colis neutres en carbone...

Poste Immo



La foncière développe des bâtiments responsables pour accompagner l'émergence d'une société sobre en énergie et moins intensive en carbone.



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

- P. 44 Gouvernance d'entreprise
- 48 Valeurs et principes, éthique des affaires
- 53 L'organisation du Groupe La Poste pour l'animation de la politique RSE

Préserver la confiance de ses clients, collaborateurs, partenaires et parties prenantes est essentiel pour Le Groupe La Poste dans l'exercice de toutes ses activités. C'est la raison pour laquelle le Groupe s'attache à faire preuve de transparence sur ses pratiques de gouvernance, à mettre en place une organisation qui assure des processus décisionnels efficaces et à promouvoir des comportements et conduites respectueux de l'éthique et de la déontologie dans le cadre de ses activités.

Le Groupe La Poste souhaite intégrer les préoccupations environnementales, sociales, sociétales et de gouvernance à tous les niveaux du Groupe et s'est doté pour cela d'un ensemble d'instances connectées entre elles. Ainsi, au plus haut niveau, le comité qualité et développement durable apporte ses recommandations au conseil d'administration.

Au niveau du Groupe, la direction RSE s'assure de la mise en œuvre de la politique RSE et coordonne la démarche avec les branches.

Elles-mêmes animent des réseaux de correspondants chargés de la traduction opérationnelle des décisions au plus près du terrain.



Gouvernance d'entreprise

Cette section donne un aperçu des structures de gouvernance d'entreprise du Groupe La Poste et met tout particulièrement l'accent sur les processus qui permettent d'impliquer directement les instances de gouvernance sur les questions relatives aux impacts économiques, sociaux et environnementaux. De plus amples informations sur la gouvernance du Groupe 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 2015 du Groupe.

Composition, rôles et responsabilités des instances de gouvernance

➤ G4-34 à G4-41

La Poste adhère depuis 2011 au Code Afep-Medef sur le gouvernement d'entreprise, auquel elle se réfère en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce, sous réserve des spécificités législatives et réglementaires qui lui sont applicables. Ces spécificités résultent du statut d'entreprise publique de La Poste et en particulier de l'application à la société de la loi n° 83-675 du 26 juillet 1983 relative à la démocratisation du secteur public et des dispositions législatives de la loi n° 90-568 du 2 juillet 1990 relatives à l'organisation du service public de La Poste et France Télécom.

Le tableau des pages 236 à 239 du document de référence du Groupe La Poste 2015 recense les quelques recommandations du Code Afep-Medef qui ne sont pas appliquées et les explications correspondantes.

Le conseil d'administration

Les opérations du Groupe La Poste sont supervisées au plus haut niveau par le conseil d'administration de La Poste, présidé par Philippe Wahl, président-directeur général du Groupe La Poste.

En conformité avec les dispositions de la loi n° 90-568 du 2 juillet 1990 modifiée relative à l'organisation du service public de La Poste et à France Télécom, et au titre II de l'ordonnance du 20 août 2014, **le conseil d'administration de La Poste est composé de 21 membres :**

- **1 représentant de l'État**, nommé par arrêté ;
- **11 administrateurs** nommés par l'assemblée générale sur proposition de l'État et/ou de la Caisse des dépôts ;
- **le président-directeur général**, Philippe Wahl. En tant qu'administrateur, il est nommé par l'assemblée générale sur proposition de l'État et de la Caisse des dépôts ;
- **7 administrateurs** nommés par l'assemblée générale sur proposition de l'État ;
- **3 administrateurs** nommés par l'assemblée générale sur proposition de la Caisse des dépôts ;
- **2 administrateurs** nommés par décret, représentant, d'une part, les communes et leurs groupements, et les usagers, d'autre part ;
- **7 administrateurs** élus par le personnel.

Les membres du conseil d'administration étant nommés par l'assemblée générale sur proposition de l'État ou de la Caisse de dépôts ou nommés par décret ou encore élus par le personnel, Le Groupe La Poste ne dispose pas d'un comité des nominations.

Le commissaire au 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.

Indépendance des administrateurs

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. En revanche, les deux administrateurs nommés par décret sont externes et indépendants et représentent deux parties prenantes primordiales pour le Groupe, les consommateurs et les clients.

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 (cf. page 220 du document de référence 2015).

Durée du mandat des administrateurs

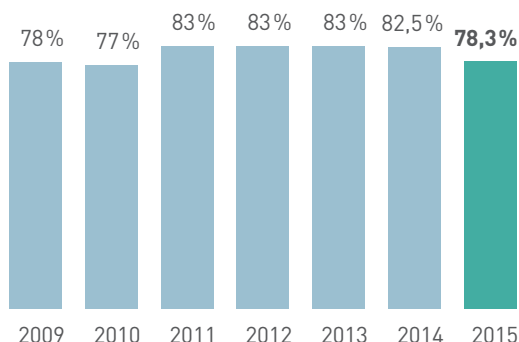
La durée des mandats des membres du conseil d'administration de La Poste est prévue par la loi et par un décret, dont les dispositions, reprises à l'article 13 des statuts, ne sont pas conformes au Code Afep-Medef. La durée des fonctions des administrateurs de La Poste est fixée à cinq ans. À noter pour les mandats en cours que le renouvellement du conseil d'administration étant intervenu le 21 décembre 2015, la durée du mandat des administrateurs est fixée à titre dérogatoire à cinq ans et un mois en application de l'article 27 des statuts. La durée des mandats ultérieurs sera de cinq ans. Conformément à la loi française, les mandats de tous les membres du conseil d'administration sont renouvelés en même temps et pour la même durée. Les élections des administrateurs représentant le personnel se sont tenues du 16 au 20 novembre 2015. Immédiatement après leur élection, les administrateurs élus par le personnel ont bénéficié d'une formation de trois jours à l'Institut de formation des administrateurs (IFA). Ils ont également bénéficié d'une formation assurée en janvier 2016 par la direction financière du Groupe pour une meilleure compréhension des spécificités de La Poste et de la stratégie du Groupe et pour la connaissance des modèles postaux dans le monde. Les mandats des administrateurs actuellement en fonction expireront donc le 20 janvier 2021.

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). 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 des performances économiques, environnementales, sociales et de gouvernance de La Poste et de toutes les entreprises du Groupe. Pour plus de détail, voir page 234 du document de référence 2015.

Pour de plus amples informations sur la composition 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, voir les pages 194 à 213 du document de référence 2015.

Présence des administrateurs



Taux de présence des administrateurs aux réunions du conseil d'administration

Le taux de présence des administrateurs aux réunions du conseil d'administration, environ 78%, est dû à des absences fréquentes d'un petit nombre de membres du conseil. Il s'explique également par le mode de nomination des administrateurs (sur proposition de l'État ou de la Caisse des dépôts ou par décret) pouvant induire des vacances longues entre un départ et la prise de mandat d'un nouvel administrateur. À noter qu'en 2015, des raisons médicales graves ont justifié l'absentéisme fréquent d'un des membres du conseil d'administration, grevant ainsi le taux moyen de présence des administrateurs.

Fonctionnement du conseil d'administration et processus d'évaluation

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. Le règlement intérieur du conseil d'administration est disponible sur le site Internet du Groupe. 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.



Tous les trois ans, cette évaluation est réalisée avec le support d'un cabinet externe, Leaders Trust International, qui procède par entretiens individuels auprès des membres du conseil d'administration. L'évaluation pour 2014 du fonctionnement interne du conseil a été réalisée début 2015 par le biais d'un questionnaire détaillé, envoyé à chaque administrateur ayant siégé sur tout ou partie de l'année 2014. Vingt-deux questionnaires ont été envoyés par e-mail et courrier le 22 janvier 2015. Quinze questionnaires ont été effectivement retournés complétés (dont neuf anonymement). Les thèmes abordés étaient : la stratégie, la connaissance des branches du Groupe et les rapports avec le management, la gestion des risques et le contrôle, le fonctionnement du conseil et celui des comités. Il se dégage des réponses une certaine satisfaction à l'égard des évolutions constatées (mise en place de séminaires stratégiques, participation d'un administrateur salarié au comité des rémunérations, meilleur suivi des dossiers d'acquisition après leur passage en conseil d'administration). Des progrès sont souhaités dans les domaines suivants : suivi des risques, suivi des décisions prises, comparaisons avec la concurrence.

À la suite du renouvellement des membres du conseil d'administration en décembre 2015, la prochaine évaluation par un cabinet externe sera réalisée au titre de l'année 2016, après un an de mandat du conseil d'administration renouvelé. Chaque année, cette procédure d'autoévaluation annuelle implique un examen de la gouvernance des sujets économiques, environnementaux et sociaux.

Le 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, voir les pages 214 à 221 du document de référence 2015.

Échanges entre les instances de gouvernance et les parties prenantes du Groupe

Le conseil d'administration du Groupe La Poste consulte ses parties prenantes régulièrement ou exceptionnellement afin de les associer aux réflexions concernant la vie du Groupe (cf. partie 2).

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, les parlementaires sont invités à poser des questions, alerter sur d'éventuels dysfonctionnements ou évoquer les déclinaisons locales des stratégies mises en œuvre. Par ailleurs, lors de ses déplacements le président-directeur général échange avec des panels de postiers sur la stratégie du Groupe.

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 qui 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 10 membres, dont trois sont des femmes, ce qui correspond à 30 % de ses effectifs.

43%

des administrateurs sont des femmes.

30%

des membres du Comex sont des femmes.

Cadre juridique concernant la dissociation des fonctions de président du conseil d'administration et de directeur général et mécanismes permettant de garantir l'indépendance

Le mode d'organisation du conseil d'administration de La Poste a été fixé par le décret du 26 février 2010 portant les statuts initiaux de La Poste. Il lui impose notamment le cumul des fonctions de président et de directeur général ainsi que la nomination du président-directeur général par décret parmi les administrateurs sur proposition du conseil d'administration après avis des deux assemblées.

Ces règles ne s'appliquent pas aux filiales telles que La Banque Postale et Poste Immo, où le principe de dissociation est retenu et mis en œuvre avec un conseil de surveillance et un directoire.

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, qui sont distincts du comité stratégique et des investissements du conseil d'administration et viennent éclairer ses décisions.

Rémunération du mandataire social et des membres du comité exécutif

G4-51 à 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, voir le chapitre 15 (Rémunération et avantages) du document de référence 2015).

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, indexée à 50 % sur les objectifs du Groupe La Poste et à 50 % sur les objectifs de la branche ou de la fonction. Leur rémunération fixe n'a pas fait l'objet d'augmentation en 2015.

15,32

ratio entre la rémunération annuelle brute du président-directeur général de La Poste et le salaire annuel brut moyen de ses collaborateurs en 2015.



Valeurs et principes, éthique des affaires

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.

Les normes et lignes directrices internes et externes

➔ G4-15, G4-56

UNE DÉMARCHE ADOSSÉE AUX RÉFÉRENTIELS INTERNATIONAUX

La démarche 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 depuis 2003), 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 (OIT). En France, La Poste est signataire de la charte de la diversité, de la charte de la parentalité, de la charte de l'apprentissage et de la charte de l'UDA (union des annonceurs).

Un certain nombre de documents tels que des référentiels, chartes, politiques et procédures ont été établis par le Groupe, ses branches et ses filiales pour définir les principes et les normes de comportements que leurs collaborateurs doivent adopter dans l'exercice quotidien de leurs activités et s'étendent pour la plupart à sa chaîne de valeur.

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 ;
- la charte de la représentation d'intérêts (voir page 22) ;
- la politique cadeaux et invitations (voir page 51) ;
- la charte des fournisseurs (voir page 120) ;
- le code de communication responsable (voir page 56).

Des travaux ont également été menés en 2015 pour doter Le Groupe La Poste d'une charte data, approuvée par le comité exécutif et le conseil d'administration depuis avril 2016 (voir aussi page 74).

Au niveau de La Poste et des entités du Groupe La Poste :

- les chartes d'engagement de La Poste (voir page 26) ;
- 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 110).

« L'éthique et la déontologie sont intégrées à la culture et à l'histoire de La Poste. Par exemple, depuis 1790, la prestation de serment des postiers engage chacun d'entre eux à la probité, au respect des valeurs et au devoir d'alerte. La prestation fédère, aujourd'hui encore, tous les collaborateurs autour des valeurs de La Poste, donc de son éthique. Ce qui constitue un terreau favorable pour renforcer la confiance des clients, condition sine qua non du développement de nos activités économiques et des bons résultats financiers qui en découleront. »



Patrick Widlocher
Déontologue du Groupe
La Poste

Le cadre éthique pour les actions des collaborateurs du Groupe

➔ G4-56, G4-58

Le dispositif éthique et déontologie

En 2011, Le Groupe La Poste a approuvé la mise en œuvre d'un dispositif éthique et déontologie qui comprend aujourd'hui :

- 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, commencée 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), sur l'application Éthique et déontologie sur smartphone et sur le site institutionnel du Groupe La Poste pour les parties prenantes externes ;

- **un réseau de déontologues** : le déontologue du Groupe, cinq déontologues de branches, ainsi que les déontologues des principales filiales. Ils se réunissent au moins une fois par trimestre 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 secrétaire 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. Ce dispositif éthique et déontologie a favorisé la pénétration et la diffusion d'une culture de l'éthique partagée au sein du Groupe, qui s'est solidement ancrée au cours des cinq dernières années.

LA CONFIANCE DES POSTIERS DANS LE SYSTÈME D'ALERTE DU GROUPE

Pour faciliter le questionnement des postiers, le dispositif d'alerte est déployé dans chacune des branches. Il permet à tout collaborateur de s'adresser au déontologue du Groupe ou de sa branche (une adresse e-mail sécurisée pour chaque déontologue). Seuls les déontologues ont accès aux alertes et l'anonymat des lanceurs d'alerte est ainsi préservé.

Le dispositif d'alerte est aujourd'hui bien connu des salariés de La Poste : 59% en ont connaissance (+ 7 points par rapport à 2014). Le niveau de confiance des collaborateurs dans le dispositif reste élevé : 94% des postiers (contre 89% des salariés des grandes entreprises) seraient prêts à lancer une alerte pour remonter un dysfonctionnement ou un manquement éthique, même si près de la moitié (47%) pensent qu'ils prennent un risque pour leur carrière professionnelle. Les déontologues ont mis en place diverses dispositions pour protéger les lanceurs d'alerte.

En 2015, 135 alertes ont été reçues. Certaines d'entre elles ont permis de faire progresser le Groupe en démontrant la nécessité de revoir certains modes de fonctionnement.

En 2015, le pôle déontologie est intervenu deux fois devant le comité qualité et développement durable du conseil d'administration du Groupe. 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 du Cercle d'éthique des affaires (CEA), travaille en collaboration avec l'organisation non gouvernementale Transparency International France, organisation anticorruption d'envergure internationale, et a été partenaire de l'European Business Ethics Forum.

Rapport annuel sur les résultats du dispositif éthique et déontologie

Chaque année un rapport annuel sur les résultats du dispositif éthique et déontologie pour l'exercice précédent est présenté au comité qualité et développement durable du conseil d'administration. Ainsi alerté, le conseil d'administration est en mesure d'impulser les actions nécessaires pour faire progresser le Groupe sur les sujets d'éthique et de déontologie. Il est également diffusé au comité exécutif et aux membres du comité du management du Groupe puis ses conclusions sont partagées aux 650 principaux managers du Groupe et à tous les collaborateurs sur l'intranet sous la forme d'un bulletin d'information. À travers ce partage, Le Groupe La Poste souhaite des managers exemplaires en matière d'éthique et qu'ils soient les ambassadeurs de sa démarche. Il souhaite aussi amener les collaborateurs à se questionner sur leurs propres pratiques et à ne pas rester seuls face à un problème éthique.

Baromètre du climat éthique

Le baromètre du climat éthique⁽¹⁾ à La Poste a été réalisé par BVA pour la quatrième fois en 2015. Ses résultats confirment la bonne diffusion de la culture éthique et déontologie dans le Groupe : 93% des postiers se sentent concernés par les actions menées par le Groupe en matière d'éthique. Ce score est croissant depuis 2013. Il est également supérieur au score pour les salariés des grandes entreprises interrogés en parallèle (89%). De plus, avec 88% de réponses positives (dont 47% très positives), les postiers réaffirment l'importance de l'existence d'un déontologue et ce de manière plus prononcée qu'en 2014 ou que dans les autres grandes entreprises. Ils adhèrent donc au dispositif du Groupe.

(1) Le questionnaire a été co-construit avec l'institut de sondage BVA et les membres du Cercle éthique des affaires pour une exploitation en interne et auprès d'un panel de grandes entreprises afin de permettre les comparaisons.



Par ailleurs, ils ont bien compris l'utilité de l'éthique pour le Groupe : 84 % pensent en effet que c'est pour améliorer ses résultats économiques et 93 % pour donner une bonne image de La Poste que le Groupe s'est engagé en matière d'éthique et de déontologie. Ainsi, les postiers sont conscients qu'un bon climat éthique génère de la confiance en interne comme en externe et impacte positivement la performance du Groupe.

Le Groupe a renforcé son dispositif éthique et déontologie en 2015 avec l'adoption d'une politique « cadeaux et invitations » accompagnée d'un mode d'emploi (voir page 51) et avec l'adoption de la charte de la représentation d'intérêts (voir page 22).

Poursuite de la diffusion de la culture éthique

La sensibilisation à l'éthique et la déontologie dans les délégations régionales

Le déontologue du Groupe a finalisé en 2015 le tour des délégations régionales (excepté la région Provence-Alpes-Côte d'Azur prévue début 2016) afin de partager à la fois le dispositif éthique mis en place par le Groupe et d'échanger sur des thématiques professionnelles pouvant susciter des questionnements sur le terrain (lobbying, conflit d'intérêts...). Ces temps d'échanges permettent aussi de diffuser les fondamentaux en matière d'éthique et de déontologie. C'est enfin l'occasion de rappeler aux collaborateurs que face à un dilemme éthique, il est essentiel de ne pas rester seul et d'échanger en priorité avec leur manager puis, le cas échéant, avec le déontologue de leur branche ou de leur filiale.

Lancement d'une application smartphone

Éthique et Déontologie

Malgré l'adhésion des postiers au dispositif éthique et déontologie, la formation reste un axe de progrès pour 2016. Le développement de formations sera facilité par la mise en place de l'application smartphone dédiée à la déontologie. Lancée le 2 novembre 2015, et première du genre à La Poste en matière de communication interne, l'application Éthique et déontologie permet à chaque collaborateur de se référer aux fondamentaux et aux référentiels de l'éthique où qu'il soit depuis son smartphone. L'application traite également des thématiques professionnelles avec : l'essentiel à comprendre, des cas pratiques et des quiz pour s'autoévaluer. Elle permet également aux collaborateurs de suivre l'actualité de l'éthique, d'entendre la parole de leur président-directeur général sur la question, de partager leurs bonnes pratiques, de s'abonner aux newsletters éditées par le pôle de déontologie ou encore de contacter les déontologues pour se renseigner au sujet d'un problème éthique ou déposer une alerte éthique. Cet outil accompagne les collaborateurs en proximité et propose des formats de sensibilisation synthétiques, mobiles et ludiques.

Enfin, le pôle déontologie travaille sur un *serious game* qui permettra aux collaborateurs de s'approprier les fondamentaux en matière d'éthique.

Une première Journée de l'éthique au siège du Groupe

La première Journée de l'éthique à La Poste a été co-construite avec des collaborateurs des branches. Organisée le jeudi 26 novembre 2015, elle a traité, à travers trois tables rondes et trois interviews en face à face, des enjeux majeurs de l'éthique pour les entreprises : les risques d'un comportement non éthique en matière d'image et de coûts, le management éthique, l'intégration des valeurs dans la prise de décisions, l'éthique et les jeunes générations, le management éthique...

Enfin, le président Philippe Wahl a répondu aux questions et propositions d'une douzaine de collaborateurs toutes branches confondues sur l'éthique et la déontologie. Grâce à la présence d'un studio radio accessible physiquement à tous les collaborateurs du siège du Groupe ou de passage sur le site, environ 200 personnes ont assisté à ces tables rondes et près d'un millier de collaborateurs ont suivi cette journée à distance avec leur smartphone ou en se connectant à l'intranet du Groupe. Après la journée, l'ensemble des débats et des interviews reste disponible à tous en podcasts accessibles sur l'application déontologie sur smartphone.

Des rendez-vous récurrents avec les collaborateurs

Les autres outils de communication développés par le pôle déontologie continuent d'accompagner les collaborateurs :

- un **intranet dédié**, mis à jour au moins chaque semaine, donne accès à tous les outils développés par le Groupe ;
- **News Éthique**, une lettre mensuelle d'information sur l'éthique et la déontologie dans les entreprises en France, à l'étranger et aussi à La Poste ;
- les deux lettres trimestrielles thématiques **Pratique Éthique** et **Le Petit Illustré**, ont permis de traiter en 2015 cinq thématiques : le lobbying éthique, le secret professionnel, la Journée de l'éthique, le baromètre du climat éthique et le rapport d'activité éthique et déontologie du Groupe. Elles sont très complémentaires : *Pratique Éthique* permet de replacer la thématique dans un contexte en apportant un regard d'experts et des repères pour les managers et *Le Petit Illustré* approfondit les mêmes thématiques mais, cette fois, au travers de situations professionnelles concrètes et illustrées ;
- lancé en 2014, le **Petit Précis d'éthique illustré**, petit opuscule traitant des principaux thèmes de l'éthique des affaires à La Poste, a été réactualisé en 2015 en vue de la Journée de l'éthique et des manifestations de prestations de serment où il est diffusé aux participants. À travers ces outils de communication et de sensibilisation, toutes les thématiques du référentiel de déontologie sont régulièrement réactivées et partagées avec les collaborateurs.

RESPECT DES RÈGLES DE LA CONCURRENCE : CONDAMNATION DE CHRONOPOST ET DPD FRANCE

L'Autorité de la concurrence a rendu le 15 décembre 2015 sa décision dans la procédure lancée à l'encontre de plusieurs sociétés agissant dans le secteur de la messagerie et de la messagerie express. Cette décision concerne des pratiques d'entente sur les prix antérieures à septembre 2010. Deux filiales de La Poste sont concernées : Chronopost et Exapaq (aujourd'hui DPD France), et condamnées respectivement à 99,1 et 50 millions d'euros d'amende.

D'autres initiatives ont vu le jour entre 2011 et 2015 pour renforcer la conformité sur ce point :

- à partir de 2011, La Poste a collaboré avec l'Autorité de la concurrence afin de développer un programme de conformité concurrence renforcé qui vise à définir les responsabilités, mettre en place des processus préventifs et déployer un programme de formations. Ce programme a été validé par le comité exécutif du Groupe en 2012 ;
- en 2013, un référentiel concurrence et une charte de la concurrence du Groupe ont été élaborés par la direction juridique et de la conformité du Groupe en vue d'informer les différents acteurs du Groupe confrontés aux risques de concurrence ;
- un support de communication et de sensibilisation a été déployé, un guide pratique consacré à la concurrence a été publié par le déontologue, un guide des comportements à adopter au sein des organisations professionnelles a été mis à la disposition des personnes intéressées et la communication relative au dispositif d'alerte du déontologue a été renforcée ;
- les personnes dont les fonctions les amènent à intervenir dans les organisations professionnelles ont été référencées afin qu'elles suivent une formation adaptée ;
- le Groupe a réaffirmé l'obligation pour son siège et ses branches (sauf La Banque Postale), de mettre en place un programme de conformité concurrence ; ce point est également inclus dans le dispositif de contrôle interne à chaque niveau ;
- le président-directeur général a également réaffirmé son engagement auprès de l'Autorité de la concurrence.

Prévention de la corruption

G4-S04, G4-S05

Le référentiel de déontologie du Groupe intègre la prévention de la corruption comme l'un de ces principes éthiques. En 2015, le Groupe a renforcé le volet de lutte contre la corruption dans son dispositif éthique et déontologie avec deux initiatives fortes.

Une formation du comité exécutif. Le 18 mai 2015, le comité exécutif a bénéficié d'une session de formation spécifique à la prévention de la corruption. À l'issue de cette formation, le président du comité exécutif a commandé un audit de Groupe afin de recenser les procédures et les actions déjà mises en œuvre et de repérer les axes de progrès.

L'élaboration d'une politique « cadeaux et invitations ».

À l'initiative du pôle déontologie Groupe, une session de formation et de travail a réuni en janvier 2015 une vingtaine de personnes du Groupe et des branches (représentants de la déontologie, de la communication, de la DRH, de l'audit, des achats, des relations institutionnelles, des directions commerciales, etc.). Cette session a permis de partager les enjeux et les risques relatifs aux cadeaux et invitations reçues ou offerts au regard des réglementations en matière de lutte contre la corruption et de dessiner les grandes lignes d'une politique « cadeaux et invitations ». Sa formalisation par le pôle déontologie du Groupe a conduit à l'élaboration de deux documents : la politique elle-même et un mode d'emploi pour la France, permettant à chacun de se poser les bonnes questions. Adoptée en septembre 2015 par le comité exécutif, la politique a été diffusée avec une lettre d'accompagnement du secrétaire général du Groupe aux 700 principaux managers. Ces managers ont ensuite la charge de porter cette politique et de la relayer auprès de leurs équipes. D'après le baromètre du climat éthique, les collaborateurs ont conscience des risques sur ce sujet et 60% pensent que l'acceptation par un salarié d'un cadeau de la part d'un fournisseur ou d'un client constitue une atteinte à l'éthique et à la déontologie.

Les parutions internes du Groupe, notamment *News Éthique*, *Pratique Éthique* et *Le Petit Illustré*, fournissent régulièrement des informations à jour au sujet de la corruption, 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.



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.

Un tiers des membres du conseil d'administration sont élus par les employés du Groupe.

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 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. Ce groupe de travail s'est donné pour mission de :

- fournir des orientations pour aider les entreprises à établir leur stratégie des droits de l'homme ;
- établir un répertoire des meilleurs outils et pratiques ;
- proposer un guide simple pour la découverte du sujet ;
- contribuer aux plates-formes d'échanges et lieux de débats sur ce thème.

En 2015, les démarches de différentes organisations de référence ont été partagées au sein du groupe de travail : l'association Entreprises et droits de l'homme, le cadre de reporting des Nations unies, l'association *Human Rights Watch*, l'OCDE, etc.

En 2016, ce groupe de travail prévoit de mettre en place une veille législative et réglementaire au niveau français, européen et international sur le thème des droits de l'homme, de créer un guide des ressources/outils sur le sujet et de rédiger une note de position du C3D sur le sujet, en lien avec les textes législatifs et directives en cours d'élaboration.

Le Groupe a également adhéré à EDH ⁽¹⁾ afin de partager les bonnes pratiques et la formation avec sept autres grands groupes français.

Principe de précaution



Au sein du Groupe La Poste, la seule entité pour laquelle le principe de précaution est un enjeu est La Banque Postale. Comme le stipule sa politique sectorielle défense, La Banque Postale est attentive à ce que l'ensemble des portefeuilles gérés par les acteurs de la gestion d'actifs et de patrimoine excluent les entreprises impliquées dans les armes controversées et non conventionnelles, quels que soient les instruments financiers émis.

À cet effet, La Banque Postale a souscrit en 2012 à une base de données d'un tiers expert indépendant afin de renforcer sa méthodologie et de partager une liste d'exclusion commune à tous les membres du pôle gestion d'actifs et de patrimoine, de la direction des opérations financières, de la direction des risques et de la direction entreprise. En parallèle, la vigilance a été accrue sur un certain nombre de valeurs à forts risques extra-financiers, enfreignant les conventions internationales et les principes du Pacte mondial, fréquemment sujet à controverse.

Par ailleurs, les fonds de matières premières agricoles sont exclus du périmètre des instruments financiers autorisés. En janvier 2016, le comité exécutif de La Banque Postale a validé le lancement d'une charte de financement responsable qui encadre l'activité d'octroi de crédit aux personnes morales. La charte stipule qu'un certain nombre de secteurs, jugés trop risqués d'un point de vue extra-financier (jeux de hasard et d'argent, pornographie, tabac, établissement de nuit, industrie du charbon), ainsi que les organisations et entreprises qui ont violé la législation, les codes de conduite ou les conventions de manière sérieuse et répétée (violation de la législation sur l'environnement, violation des codes et conventions internationaux, violation des droits fondamentaux relatifs au travail) se verront refuser leurs demandes de crédits. Par ailleurs, en tant qu'acteur essentiel de l'économie française, La Banque Postale lutte contre l'évasion fiscale en respectant scrupuleusement les règles et les dispositifs de prévention en vigueur.

Enfin, la surveillance des activités des clients, quant à la conformité fiscale, est effectuée dans le cadre de la lutte contre le blanchiment des capitaux, le financement du terrorisme et la fraude. Un dispositif de contrôle des opérations internationales entre la France et les pays à risque a été mis en place. Ces vigilances génèrent des alertes qui sont ensuite traitées dans un outil dédié. Plus de 100 personnes sont employées à cette activité au sein de la direction de la sécurité des opérations financières.

En 2015, à la suite des attentats survenus à Paris, cette direction a développé de nouveaux alerteurs basés sur des signaux faibles, en deçà des seuils utilisés en matière de lutte contre le blanchiment et plus axés sur les comportements, qui jusqu'à présent ont été pertinents.

(1) Entreprises pour les Droits de l'homme.

L'organisation du Groupe La Poste pour l'animation de la politique RSE

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

Pour ancrer la RSE à tous les niveaux de décision, Le Groupe La Poste s'est doté d'un ensemble d'instances polyvalentes, interconnectées. Suite au déploiement de la nouvelle stratégie et des évolutions des organisations des branches qui ont suivi, ainsi que l'adaptation des 21 délégations régionales aux 13 nouvelles régions administratives, le Groupe a lancé en tout début d'année 2016 un projet d'adaptation des fonctions support « servir le développement ». Ce projet est l'occasion pour la fonction RSE de renforcer son professionnalisme et de renforcer l'intégration de la responsabilité sociétale dans les fonctions support.

Le comité qualité et développement durable du conseil d'administration

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 et, depuis 2013, du bien-être au travail au sein de La Poste et des meilleures pratiques en la matière. Le comité peut également de son côté suggérer au conseil de le saisir pour tout point particulier lui apparaissant nécessaire ou pertinent.

Le secrétaire 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 de la politique RSE dans le Groupe.

La mise en place de nouveaux membres suite au renouvellement du conseil d'administration est l'occasion de réexaminer le contenu du travail de ce comité.

Le pôle déontologie

Les missions du pôle déontologie sont décrites aux pages 48 à 51 dans le paragraphe « Un cadre éthique pour les actions des collaborateurs du Groupe ».

La direction RSE du Groupe

Le Groupe La Poste a créé une direction RSE (DRSE) en 2011, qui succédait à sa direction développement durable établie en 2003, en lui donnant pour objectif d'intégrer les enjeux économiques, sociaux, sociétaux et environnementaux dans la stratégie, les politiques et les plans d'actions et dans les comportements des personnels du Groupe.

Les missions de la DRSE sont les suivantes :

- **définir la politique de responsabilité sociale et environnementale (RSE)** du Groupe et en assurer le pilotage, en concertation avec les directions du siège et les directions de branches d'activité. À ce titre, la DRSE rend compte au comité exécutif et au comité qualité et développement durable du conseil d'administration du Groupe ;
- **effectuer une veille sur les sujets du développement durable et de la RSE** et, le cas échéant, exercer les activités de lobbying permettant de faire valoir l'expertise et les positions du Groupe. La DRSE contribue à la diffusion des obligations légales et réglementaires en vigueur dans le domaine et sensibilise les dirigeants de l'entreprise à leur respect ;
- **animer les relations** avec les institutions compétentes dans les limites des missions qui sont les siennes et notamment les partenariats établis par le Groupe dans le domaine de la RSE ;
- **promouvoir la culture RSE** et développer l'image RSE du Groupe ;
- **apporter conseil et expertise** aux directions de branches d'activité et directions du Groupe sur l'offre responsable, les appels d'offres des clients sur le volet RSE, l'environnement et l'accessibilité des clientèles vulnérables aux produits et services du Groupe.



La direction RSE du Groupe anime un comité branche RSE réunissant chacune des divisions d'activité de La Poste et holdings de filiales du Groupe. Ce comité suit le déploiement des plans d'actions dans le Groupe. Quatre réunions se sont tenues en 2015. Elle anime aussi un comité RSE Groupe composé des représentants des filières fonctionnelles du Groupe qui contribuent aux différents reportings au niveau du Groupe et intègre les préoccupations RSE dans les pratiques professionnelles des filières fonctionnelles. Chaque année, la DRSE anime un certain nombre d'ateliers thématiques.

En 2015, la DRSE 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.

« L'enjeu de la direction RSE du Groupe est différent de celui des directions fonctionnelles. Certes quelques experts sont indispensables pour appuyer la démarche RSE, mais l'essentiel est l'appropriation par toutes les grandes fonctions du Groupe La Poste de la RSE dans leurs pratiques professionnelles quotidiennes. »



Christine Bargain
Directrice RSE du Groupe
La Poste

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

↳ G4-35 à G4-37

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 suivre les plans d'actions opérationnels afin de veiller à ce que le développement durable 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 délégations régionales du Groupe (DRG) qui assurent la liaison entre les établissements locaux des branches et des filiales et les parties prenantes locales.

La DRSE 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.

Les initiatives d'animation des correspondants RSE et de formation des collaborateurs sur le développement durable

Le Groupe La Poste a mis en place des sensibilisations spécifiques à sa stratégie RSE pour une majorité de ses collaborateurs. Des réunions d'équipe régulières, baptisées au sein de La Poste ETC (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 (voir ci-dessous). En 2015, Le Groupe La Poste et la Caisse des dépôts ont conçu pour leurs collaborateurs un guide de sensibilisation aux bonnes pratiques en matière de technologies de l'information et de la communication (TIC). Objectif : économiser du CO₂ grâce à un meilleur usage des postes de travail.

La COP21 a été l'occasion au travers des médias internes de sensibiliser l'ensemble des postiers aux enjeux du climat.

Il est prévu en 2016, une refonte globale des formations des managers et la conception d'un espace numérique visant à la mobilisation des postiers sur la RSE, avec une généralisation en 2017.

L'animation des correspondants RSE de chaque branche est prise en charge par la direction RSE ou DD de chaque branche. Des réunions téléphoniques ou digitales et une à deux fois par an des réunions physiques en sont le support.

Des actions de mobilisation ont lieu chaque année lors des cinq semaines nationales autour des thématiques suivantes : développement durable, mobilité, investissement socialement responsable, emploi des personnes handicapées et réduction des déchets. Des rencontres interbranches ont lieu à l'initiative du Réseau et de la Banque avec la branche Services-Courrier-Colis et Poste Immo.



Séminaire d'information et d'échanges.

Pour illustrer cette implication, quelques exemples d'actions en 2015 dans les branches.

Au sein de la branche Services-Courrier-Colis

La direction du développement durable de la branche Services-Courrier-Colis a mobilisé les marketeurs et les commerciaux avec un cycle de petits déjeuners inspirants, avec l'intervention de professionnels du marketing issus d'autres entreprises. Un outil : « La RSE : un levier de création de valeur pour le marketing » a également été réalisé spécifiquement pour les marketeurs avec l'aide d'Agrion et Pixelis. En Île-de-France, les trophées COP21 ont mobilisé 130 postiers et 24 établissements amenés à mettre en scène une initiative phare mise en place par la branche pour lutter contre le changement climatique. En 2015, un module de formation en e-learning « Tous acteurs et ambassadeurs de notre RSE » a été intégré dans les parcours qualifiants des facteurs et des encadrants et est également disponible pour tous les postiers de la branche. Une formation en présentiel sur le management du carbone a été lancée en avril 2015, à l'attention des managers opérationnels en territoires et des directions financières.

Au sein de La Banque Postale

Le 2 décembre 2015, un séminaire d'information et d'échanges a permis de réunir et de fédérer ces acteurs de la Banque venus de toutes les directions, filiales et sites.

En 2015, La Banque Postale a construit deux modules de formation RSE : le premier aborde les fondamentaux du développement durable et de la RSE et le second se focalise sur comment être acteur et déployer la politique RSE de La Banque Postale.

Ces deux modules sont inscrits au catalogue de formation de l'École de la banque et du réseau et ont été construits avec la filière RSE du Réseau afin qu'ils puissent également être utiles à ses collaborateurs.

Au sein du Réseau

En 2015, les équipes se sont notamment mobilisées lors de la treizième Semaine européenne de la mobilité pour sensibiliser et informer les postiers sur les moyens alternatifs existants pour rester mobile en consommant moins d'énergie et en polluant moins. Cette année, l'accent a été mis sur les offres clients leur permettant d'acquérir, via un prêt bancaire, des véhicules verts. En marge de la COP21, le Réseau a souhaité proposer aux postiers de s'engager pour le climat à travers le GreenAthlon. Pendant un mois, via un site Internet ou par courrier, chacun a pu choisir un ou plusieurs gestes, parmi 14 suggestions. Au total, 300 postiers et postières du Réseau se sont engagés pour une économie estimée à 6 000 tonnes de CO₂.



Treizième Semaine européenne de la mobilité.



Au sein de Poste Immo

L'année 2015 a été marquée par l'actualisation de la feuille de route stratégique de Poste Immo « Horizons 2020 » et parallèlement par la refonte de la politique RSE 2015-2020. Il s'agit là d'un temps fort, car la définition de celle-ci, sur la base des acquis et des réalisations de Poste Immo, lui a permis de poser un cadre, des objectifs et des actions à mettre en œuvre collectivement. L'enjeu est de préparer la transformation pour accompagner l'émergence d'un immobilier toujours plus responsable, notamment en anticipant les réglementations à venir et en participant activement à sa définition.

Trois actions particulières en 2015 :

- **l'accompagnement du Groupe** par Poste Immo dans la réalisation d'audits énergétiques obligatoires dans le cadre de la loi DADDUE issue de la directive 2012-1927/UE ;
- **la victoire** du bâtiment de Rennes Colombier au concours de CUBE 2020 ;
- **la co-construction** d'un guide interactif sur le développement durable pour Poste Immo avec les directions régionales.



Au sein de la branche Numérique

En collaboration avec la BSCC, les équipes marketing et communication de la branche Numérique ont été sensibilisées à la RSE et une évaluation responsable a été réalisée pour quelques offres (Digipost, trousseau numérique...) afin d'élaborer des plans d'amélioration des offres.

Du 12 au 16 octobre 2015, Docapost a organisé une Clean-up Week qui mobilisait l'ensemble des collaborateurs de son siège de Charenton (France). Les déchets collectés (huit tonnes de papier, carton, DEEE, etc.) ont été envoyés dans les filières concernées avec une priorité donnée aux entreprises du secteur adapté.

Une communication responsable, vitrine de l'engagement du Groupe

Dès 2009, la filière communication du Groupe s'est engagée dans une démarche de responsabilité avec la conviction forte que la communication du Groupe se doit de refléter son engagement en faveur du développement durable. En janvier 2014, Le Groupe La Poste avait signé la charte d'engagements des annonceurs pour une communication responsable de l'UDA (Union des annonceurs). Il réalise chaque année un reporting des actions mises en place et des progrès réalisés sur les cinq engagements de cette charte.

Suite à cette signature, en 2015, la direction de la communication du Groupe a généralisé le programme de communication responsable à toutes les branches.

Ce dispositif comprend notamment le code communication responsable : « Oui communiquons responsable ! » à travers lequel le Groupe s'engage à être :

- **+ respectueux** : en écoconcevant ses supports de communication pour optimiser les ressources qu'il utilise et diminuer ses impacts ;
- **+ solidaire** : en consultant les prestataires locaux, les acteurs de l'économie sociale et solidaire et les établissements et services d'aide par le travail (ESAT) ;
- **+ transparent** : en construisant les messages en s'appuyant sur des éléments vérifiables par tous ;
- **+ accessible** : en améliorant l'accès pour tous à ses supports et actions de communication.

Ce code a été diffusé au sein de la filière communication du Groupe soient 800 collaborateurs dont le métier est en lien direct avec la communication. Pour en faciliter l'appropriation, chaque engagement du code est associé au témoignage d'un postier qui explique comment il le met concrètement en œuvre dans ses pratiques professionnelles.

Par ailleurs, un espace dédié à la communication responsable sur l'intranet des communicants du Groupe a été créé. Il propose :

- une version mise à jour du référentiel de communication responsable, l'outil de référence utilisé au sein du Groupe pour éco-socio-concevoir les supports de communication (voir encadré) ;
- un ensemble d'outils et de ressources pour renforcer les connaissances des communicants sur la communication responsable et le programme du Groupe La Poste (publications de référence, informations sur les engagements, avancement du programme...) ;
- des fiches projets de partage d'expérience compilées sous forme d'un catalogue interactif.

LE RÉFÉRENTIEL DE COMMUNICATION RESPONSABLE, OUTIL D'ÉCO-SOCIO-CONCEPTION DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

En 2015, afin de renforcer l'intégration des impacts environnementaux et sociaux dans les critères de choix des supports de communication, le référentiel de communication responsable a été informatisé et mis en ligne sur l'intranet des communicants du Groupe, dans l'espace dédié à la communication responsable. Cet outil, plus ergonomique et plus simple d'utilisation, permet l'édition de check-lists de critères à intégrer pour éco-socio-concevoir son projet (check-lists personnalisées en fonction des étapes de production à la charge du chef de projet), l'évaluation de la performance d'éco-socio-conception des projets de communication et l'édition de bilans.

100%

des communicants du Groupe ont été informés individuellement de la mise en place du code de communication responsable et de l'espace ressources à disposition sur l'intranet.

Par ailleurs, un module de formation en e-learning destiné à l'ensemble des communicants du Groupe La Poste a été conçu avec l'objectif d'enrichir les connaissances des communicants en matière de communication responsable.

En 2016, le Groupe sortira le kit sur l'accessibilité des supports et actions de communication complétant ainsi le référentiel de communication responsable.

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

Le Groupe La Poste a élaboré des outils et des indicateurs visant à assurer le suivi de son empreinte RSE. 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.

Ayant fixé, en déclinaison de ses engagements, 14 objectifs de développement durable à atteindre en 2020. (cf. chapitre 3 page 34). Les résultats 2015 vont faire l'objet d'une présentation devant le CQDD.

Les résultats de la notation extra-financière du Groupe sont suivis par le Comex.

Le tableau de bord mensuel du président intègre une page consacrée à la RSE. Les branches ont mis aussi en œuvre un suivi des résultats RSE. Par exemple au sein de la BSCC, la performance RSE fait l'objet d'un tableau de bord analysé mensuellement au comité de reporting. Au sein de la Banque, la notation extra-financière est analysée systématiquement au sein des instances de direction.

Tous les managers du Groupe, des membres du comité exécutif aux chefs d'équipe, ont dans leur feuille de route des objectifs intégrant une série d'aspects économiques, environnementaux et sociaux. En 2015, comme dans les deux années précédentes, il est obligatoire de fixer des objectifs visant à améliorer la qualité de vie au travail. Parmi les autres sujets faisant fréquemment l'objet d'objectif : promotion des produits et services responsables proposés par La Poste, réductions des émissions de gaz à effet de serre, achats solidaires, égalité des sexes en matière d'embauche et de salaire. Par exemple, les directeurs territoriaux (DSCC) sont objectivés sur les indicateurs RSE suivants : la réduction des émissions de GES de la flotte, la santé et sécurité au travail (taux de fréquence et taux de gravité des accidents du travail), le déploiement de la formation. Les performances des managers sur l'ensemble de ces indicateurs RSE déterminent une partie importante de leur rémunération variable.

Les impacts économiques, sociaux et environnementaux sont analysés lors de l'évaluation de tous les projets considérés comme importants en termes de montants ou d'enjeux.

La RSE est intégrée dans la cartographie des risques du Groupe. Le Groupe met régulièrement à jour son référentiel juridique relatif à ces préoccupations et la matrice annuelle d'autoévaluation du contrôle interne inclut des questions relatives à la RSE. Des audits internes spécifiques à la RSE ou comportant un volet RSE ont lieu chaque année tant au niveau du Groupe que des branches.



La mobilisation des postiers sur la RSE

20 projets pour 2020

Avec 231 dossiers de grande qualité, dont 39 venus de filiales internationales, la deuxième édition du concours confirme l'énergie entrepreneuriale des postiers et révèle leur nouvelle orientation business.

LES 4 LAURÉATS 2015

Logistic'up, vive le petit e-commerce

Cette plate-forme logistique met en relation des e-commerçants réalisant moins de 150 commandes par jour et des particuliers prêts à stocker et livrer pour se faire un complément de revenu.

« Une grille tarifaire simplifiée à l'essentiel et un positionnement très concurrentiel sont les atouts de cette solution logistique que les petits e-commerçants attendent. »



Box Temporis, voyage dans l'espace-temps

Programmer six mois, un an et jusqu'à dix ans à l'avance l'envoi d'un colis devient une part d'émotion pure. C'est le retour aux sources du message postal et le coup de cœur du jury.

« C'est un cadeau qui arrivera le jour de l'anniversaire ou un souvenir d'enfance que l'on retrouvera à l'âge adulte, nous voulons faire rêver les gens », promettent les entrepreneuses de Normandie, qui savent de quoi elles parlent, l'une est factrice et l'autre encadrante courrier.



Easy Shopping, l'attraction France

Ce projet facilite le parcours et le shopping des touristes en France en conjuguant des savoir-faire du Groupe : il facilite la récupération de la TVA et prend en charge le transport des achats, du magasin à la destination de leur choix.

« Le tourisme international représente plus de 7% du PIB français, le shopping est un véritable relais de croissance pour le Groupe. »



Bid our Parcels, au nom de l'accessibilité

Confier le premier ou le dernier kilomètre isolé à des transporteurs locaux ou des particuliers, c'est l'idée de cette plate-forme d'enchères logistiques.

« C'est l'économie collaborative pour les colis, qui augmente notre présence en zones rurales et contribuera à remplir nos relais Pickup. »

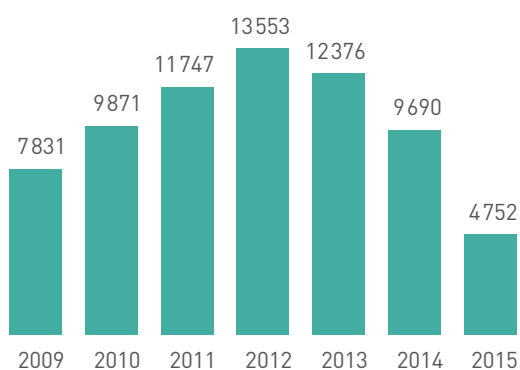


L'innovation participative

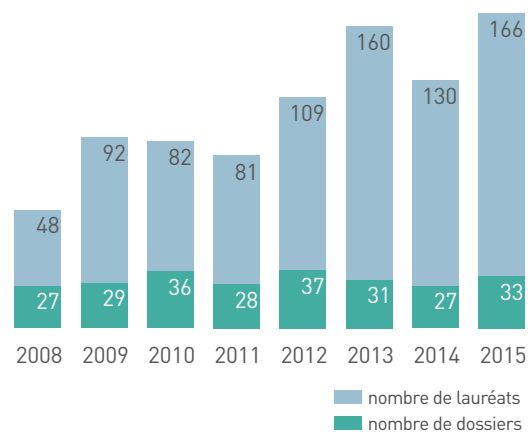
La mobilisation des personnels s'appuie notamment sur l'innovation participative qui rencontre un vrai succès auprès des collaborateurs.

Les **trophées qualiades** permettent de mettre en valeur et de démultiplier les bonnes pratiques.

Une réflexion est en cours pour compléter le dispositif de mobilisation des postiers autour de la RSE.



DEPUIS 2009,
69820 IDÉES DÉPOSÉES



LES TROPHÉES QUALIADES DEPUIS 2008



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



- P. 62 Les produits et services « éco-socio-conçus » du Groupe La Poste
- 65 Une offre à l'empreinte carbone compensée
- 67 Sensibiliser et accompagner les clients pour une consommation responsable
- 68 Rendre les produits et services accessibles à tous
- 72 Renforcer la satisfaction des clients

Pour Le Groupe La Poste, se montrer exemplaire dans ses activités, c'est d'abord proposer une offre de produits et services utiles, qui constituent des réponses durables aux besoins essentiels de chacun. C'est aussi permettre à ses clients de choisir des services respectueux des personnes et de l'environnement.

Ainsi, les offres du Groupe La Poste intègrent, depuis leur conception jusqu'à leur distribution, les préoccupations environnementales et sociales. Les produits courrier, colis, express et numériques font l'objet d'une compensation carbone.

Soucieux de servir au mieux ses clients, le Groupe développe de multiples canaux de distribution, s'attache à faciliter la relation pour tous les consommateurs et prend des engagements fermes en matière de service et de satisfaction du client. Le Groupe met également en place les dispositifs nécessaires à la protection du consommateur sur les différents volets qui le concernent : protection de la vie privée, des données, de la santé et de la sécurité et développe des pratiques commerciales responsables et transparentes.

Résultats obtenus pour les principaux objectifs clés :

Engagement	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2015	
Exemplarité de l'offre responsable	Développement de la part de l'offre responsable sous pilotage RSE	Pour La Banque Postale, 63% des encours sous gestion sont sous pilotage ESG	
	Compensation des émissions de gaz à effet de serre des offres courrier, colis, express et numériques	La compensation est effective chaque année depuis mars 2012	



Progression en ligne avec l'objectif fixé



Objectif dépassé



Les produits et services « éco-socio-conçus » du Groupe La Poste

La démarche d'intégration de critères environnementaux, sociaux et sociétaux dans la conception des produits et services

➤ G4-EN27

Le Groupe La Poste conçoit ses produits et services avant tout sur la base de l'analyse des besoins de tous ses clients, et pour les plus vulnérables sur la base des besoins essentiels. Pour leur développement, le Groupe s'appuie sur une démarche d'écoconception, à laquelle il a intégré une dimension sociale avec la prise en compte des enjeux liés aux droits humains et à l'accessibilité pour tous. Cette démarche couvre les étapes depuis la conception jusqu'au service après-vente (SAV) et intègre notamment les points de vente, la communication et les canaux de distribution. Pour La Banque Postale, cette démarche intègre l'ESG. Ainsi une liste de 19 critères RSE couvrant la conception, la distribution et l'accompagnement des clients fait partie du dossier de décision de mise en marché de tout nouveau produit depuis 2009.

Exemples de produits et services responsables pour les particuliers

➤ G4-EN30

Le Groupe La Poste souhaite que son offre de produits et services satisfasse les besoins essentiels et soit conçue avec une empreinte économique, environnementale et sociale optimale. Il développe des offres qui apportent des réponses aux enjeux sociétaux actuels : transition énergétique, numérisation de la société, vieillissement de la population, etc. (voir page 123). Chaque année, cette offre est enrichie et repensée pour l'adapter aux évolutions des besoins et des attentes, avec l'intégration constante des dimensions environnementales et sociales. Quelques produits et services emblématiques de l'offre du Groupe La Poste ainsi que les innovations majeures de l'année 2015 sont présentés dans les pages suivantes.



La Lettre verte, une empreinte carbone moindre, traitée en journée, une qualité de service renforcée et entièrement compensée carbone.

Des produits et services pour communiquer

Dans le cadre du service public, le Groupe développe une gamme complète d'offres courrier qui donne le choix aux clients, en sus de la **Lettre prioritaire**.

La **Lettre verte**, acheminée en France en deux jours, réduit l'empreinte carbone, car elle ne prend plus l'avion en métropole. Elle a été conçue pour émettre jusqu'à 30% de moins de gaz à effet de serre que la Lettre prioritaire. Traitée en journée uniquement, elle contribue aussi à réduire le travail de nuit, ce qui améliore les conditions de travail des collaborateurs.

La **Lettre en ligne**, générée à partir d'un ordinateur situé n'importe où sur la planète et connecté au site www.laposte.fr/lettreenligne, est imprimée par La Poste. Cette offre permet de créer une lettre distribuée le lendemain sur tout le territoire français métropolitain par le facteur. Innovante, rapide et simple, elle est une nouvelle preuve de la complémentarité du numérique et du papier.

LE TIMBRE OFFICIEL DE LA COP21



Créé en 2015 par La Poste pour cet événement, il est réalisé avec une encre à l'eau et sans solvant, imprimé sur du papier labellisé FSC et sans bisphénol. Il est fabriqué dans l'imprimerie de La Poste certifiée ISO 9001 et ISO 14001, et toutes les émissions de GES liées à sa réalisation et à sa commercialisation ont été compensées.

Des produits et services pour échanger des biens

- Avec **Pickup services**, le client dispose d'un vaste réseau de relais commerçants lui permettant de choisir celui qui lui convient le mieux, par exemple sur son trajet domicile-travail. Le réseau Pickup compte 22 100 points dans 15 pays et près de 8 000 partout en France à la fin de l'année 2015.
- Avec le développement notamment en 2015 du réseau de stations Pickup, les clients qui passent commande sur Internet ont désormais la possibilité de retirer leurs colis en consigne, en plus des possibilités déjà offertes de livraison à domicile, en bureau de poste ou dans un relais. Accessibles pendant les horaires d'ouverture des gares ou des centres commerciaux où elles sont installées, les consignes permettent ainsi aux clients de retirer leurs colis à n'importe quel moment de la journée, en sortant du travail, sur le trajet domicile-travail, dans un délai de trois jours ouvrés au maximum.



Les commandes passées sur Internet peuvent désormais être retirées en consigne.

- Le service **Predict** informe le destinataire d'un colis de l'heure de passage prévue du livreur et donne la possibilité de planifier la livraison, augmentant ainsi le taux de réussite de la première livraison. Le client est satisfait et des réductions d'émissions de CO₂ sont réalisées.



Informez le destinataire du jour et de l'heure de la livraison, tout en lui permettant de la planifier.



Expédition et retour en boîte aux lettres.

- L'offre d'**expédition/retour en boîte aux lettres** développée en 2015 permet aussi bien d'envoyer un colissimo que de retourner un achat effectué sur Internet depuis la boîte aux lettres de son domicile. Tout en donnant plus de confort aux clients qui ne peuvent ou ne souhaitent pas se déplacer, cette nouvelle offre contribue à la réduction des émissions de GES et de polluants atmosphériques en diminuant les déplacements.

Des produits et services pour se financer

La Banque Postale est la seule banque dotée d'une mission d'accessibilité bancaire reconnue et définie par la loi. Ces aspects de l'offre de services bancaires sont décrits aux pages 69 à 71. Pour encourager ses clients particuliers à passer à l'acte en rénovant leur logement ou en conduisant un véhicule vert, La Banque Postale a lancé en 2015, la **gamme verte**. Un prêt à taux zéro (Éco PTZ), un prêt travaux favorisant la rénovation énergétique du logement, un microcrédit habitat, un prêt pour l'achat de véhicules électriques ou hybrides (voitures, mais aussi vélos, deux-roues, voire trottinettes électriques) et une assurance dédiée sont proposés. En complément, La Banque Postale a noué un partenariat avec Treez, organisation engagée pour la reforestation. Ainsi, chaque souscription à un produit de la gamme verte déclenche la plantation d'un arbre en France, réalisée par Treez.



Exemples de produits et services responsables pour les entreprises et les collectivités territoriales

Le Groupe La Poste a développé pour son propre compte des expertises dans des domaines divers (logistique, transition énergétique, services à la personne, etc.). Aujourd'hui ces expertises sont commercialisées auprès de ces clients. Comme pour les particuliers, ces offres intègrent les dimensions environnementales et sociales et évoluent en permanence pour s'adapter aux besoins et usages nouveaux.

Quelques nouveautés 2015 emblématiques de cette démarche.

Une gamme de services pour la mobilité durable

- 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, de service et de fonction, et de sensibilisation à l'écomobilité par le covoiturage.



- Spécialisé dans le conseil et les solutions d'écomobilité, **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.



- Lancée en mars 2015, **Mobiperf** complète la gamme d'une offre de pilotage des consommations et de formation à l'écoconduite. Sur vingt-quatre mois les résultats montrent une baisse moyenne de 15% de la consommation moyenne de carburant. **Mobigreen** propose également depuis 2014 des formations pour maîtriser l'utilisation d'un véhicule électrique et des modules sur la sécurité routière à destination d'une clientèle très variée.
- Afin de continuer à innover, Le Groupe La Poste a mené sur 2015 une réflexion avec d'autres grandes entreprises dans le but de développer des solutions pour la mobilité des personnes, à destination des collectivités et des entreprises.

Un vote plus citoyen



- En 2015, Docapost a lancé **les élections vertes** qui associent un programme de reforestation à l'organisation des élections, qu'elles soient électroniques, hybrides ou papier. Selon deux variables – le nombre de salariés et le taux de participation – des arbres sont plantés au nom de l'entreprise qui choisit entre plusieurs programmes de reforestation, tous situés en France. Des outils de communication sont proposés (affiche, bannières...) pour valoriser la démarche et mobiliser les participants au vote. Enfin, un certificat de plantation est délivré à l'entreprise.

Les nouveaux services du facteur pour plus de lien social et pour accompagner la transition énergétique



- Figures emblématiques du lien social, les facteurs ont été dotés en 2014 et en 2015 d'un smartphone connecté dénommé **Facteo**, qui



permet la mise en œuvre de nouveaux services de proximité en temps réel. Ils comptent aujourd'hui sept gammes Proxi (voir aussi page 124).

- Depuis juin 2015, La Poste a lancé auprès des collectivités territoriales une offre de services en faveur de la rénovation énergétique. Cette offre permet d'optimiser les moyens qu'elles mobilisent dans cette politique publique et de changer d'échelle. Les facteurs sensibilisent les particuliers concernés par des travaux de **rénovation énergétique**, les aident à la qualification de leurs besoins, les accompagnent dans la définition de leur projet et leur proposent un dispositif de pilotage des résultats obtenus (voir aussi page 124).

Les offres participant à l'émergence de l'économie circulaire



- Le Groupe continue de développer son offre de collecte de papier avec **Recy'go** et l'élargit en 2015 aux cartons, documents confidentiels et petits objets métalliques (voir page 124).



Une offre à l'empreinte carbone compensée

Depuis mars 2012, Le Groupe La Poste compense, en achetant des crédits carbone sur le marché volontaire, les émissions de GES liées aux activités de :

- la branche Services-Courrier-Colis ;
- la branche Numérique ;
- la branche GeoPost pour l'ensemble des colis express transportés par 20 de ses filiales européennes.

Dans une démarche de solidarité climatique, Le Groupe La Poste choisit dans ses programmes de compensation carbone des projets permettant le développement économique et social des communautés locales qui les portent.

Les programmes de compensation carbone des branches Services-Courrier-Colis, Numérique et GeoPost

Le Groupe La Poste a fait l'acquisition de crédits carbone reconnus par les standards les plus exigeants (Gold Standard, VCS) qui lui ont permis de compenser, en 2015, 1 467 971 teq CO₂ émises par les branches concernées du Groupe. L'achat de crédits carbone du Groupe La Poste représente près de 5% des crédits achetés sur le marché volontaire.

La compensation est réalisée d'une part en partenariat avec EcoAct, qui sélectionne, selon des méthodologies validées par le Groupe, le portefeuille des projets générant des crédits carbone sur le marché carbone volontaire, d'autre part dans le cadre de sa participation au fonds de solidarité climatique Livelihoods.

1,468

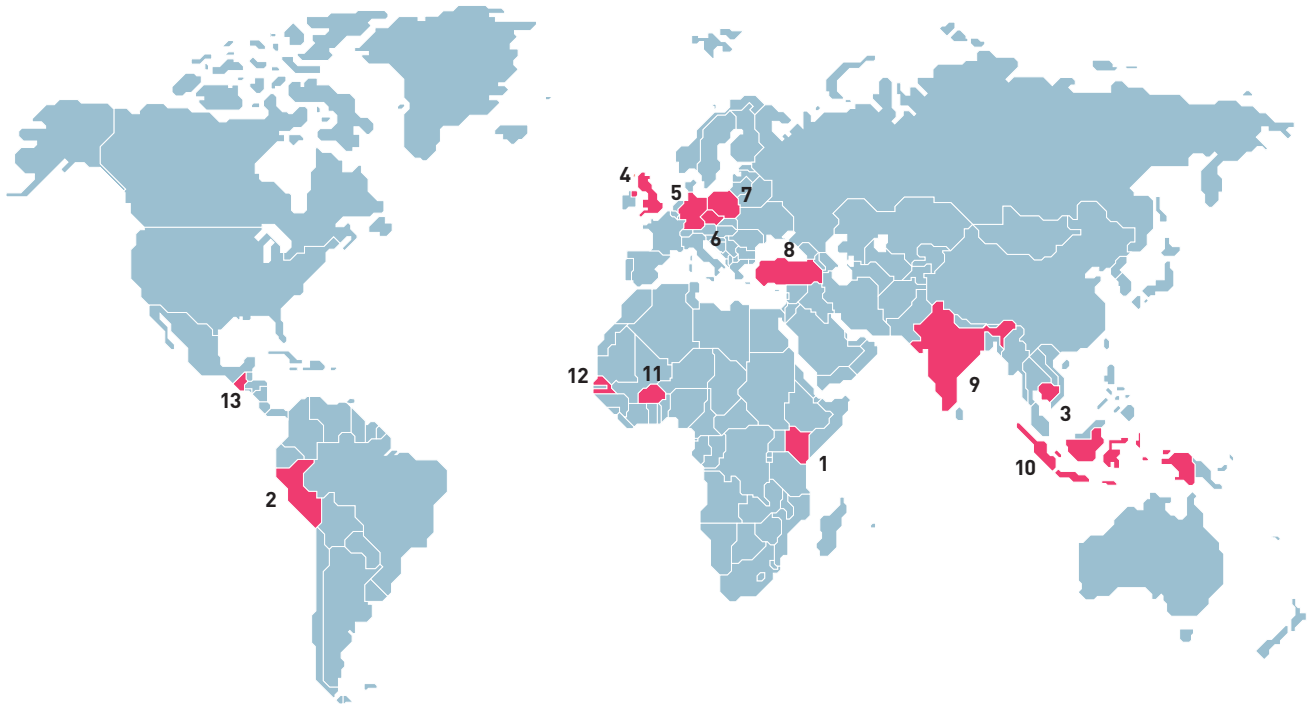
million de tonnes de gaz à effet de serre compensées en 2015.

5%

c'est la part que représente Le Groupe La Poste dans les émissions de GES compensées sur le marché volontaire européen, soit une part très significative.



Les projets de compensation carbone soutenus



Kenya (1), installation de filtres permettant de purifier l'eau sans la faire bouillir au bois de chauffe, au bénéfice de 464 000 personnes. Ce projet est labellisé par la *Gold Standard Foundation*.

Le projet Kasigau Corridor lutte contre la déforestation en évitant la technique du brûlis. Le projet est certifié VCS et CCB.



Pérou (2), le projet Madre de Dios Amazon est tourné vers la préservation de la biodiversité amazonienne en évitant la déforestation et en gérant durablement les forêts. Ce projet est certifié par le *Forest Stewardship Council* et la *Gold Standard Foundation*.



Cambodge (3), distribution de foyers améliorés en substitution des poêles traditionnels pour éviter la déforestation par l'usage du bois pour cuire et se chauffer. Ce projet est labellisé VCS et Social Carbon.



Royaume-Uni (4) et Allemagne (5), revitalisation de sites miniers abandonnés tout en capturant le méthane qui s'y trouve pour alimenter les réseaux de gaz existant pour la production de chaleur et d'électricité.



République tchèque (6), développement des systèmes de collecte de gaz sur des sites d'enfouissement de déchets.



Pologne (7), récupération des déchets issus de centrales à charbon (cendres) qui sont ensuite utilisés pour la fabrication de matériaux destinés à des travaux d'infrastructure (routes). La cendre vient ici remplacer la chaux et le ciment dont la fabrication induit une grande quantité d'émissions de GES.



Turquie (8) et Inde (9), 150 turbines éoliennes pour une production totale d'électricité d'environ 530 000 MWh/an.

LIVELIHOODS

La Poste participe également au fonds Livelihoods, créé en 2011 à l'initiative de Danone, et depuis rejoint par plusieurs grandes entreprises. Livelihoods est un fonds d'investissement dédié à la compensation carbone au service des communautés rurales des pays en développement. Le fonds soutient et organise des projets qui profitent aux populations défavorisées et à l'environnement à travers le monde :

- **Indonésie (10)**, restauration de mangrove ;
- **Inde (9)**, un projet de restauration de mangrove et des ressources en poissons et protection des villages contre la montée des eaux et un projet de soutien aux paysans par le développement de l'agroforesterie ;
- **Burkina Faso (11) et Kenya (1)**, distribution de fours améliorés et protection de la forêt ;
- **Sénégal (12)**, restauration de mangrove ;
- **Guatemala (13)**, développement de l'agroforesterie et préservation de la biodiversité.

Sensibiliser et accompagner les clients pour une consommation responsable



Pour éclairer les consommateurs sur leurs choix et répondre à leurs attentes, Le Groupe La Poste s'attache à les informer et à les sensibiliser sur les conséquences environnementales et sociales de leurs choix en matière de consommation.

LES BUREAUX DE POSTE AMBASSADEURS DES OFFRES RESPONSABLES

À l'occasion de la Semaine du développement durable (du 30 mai au 5 juin 2015), un dispositif ciblé et en lien avec la COP21 a été mis en place à destination des bureaux de poste, avec l'édition d'un hors série *Focus* spécial développement durable. L'objectif était d'inciter les équipes des bureaux à devenir ambassadrices des offres responsables, qu'elles soient courrier, colis, téléphonie mobile ou bancaires. Ont été mis en avant : dix ans d'adaptation des offres, l'évolution des attentes de la clientèle et l'accessibilité. En externe, un film sur l'éco-prêt à taux zéro a été diffusé sur l'ensemble des écrans des bureaux, et des efforts de sensibilisation ont permis aux clients de mieux connaître l'offre du Groupe La Poste et ses bénéfices environnementaux et sociaux.

Améliorer la connaissance des impacts environnementaux

Validé par Bureau Veritas en 2011 et 2013, un éco-calculateur est utilisé pour répondre aux demandes de la clientèle entreprises de la branche Services-Courrier-Colis en ce qui concerne l'empreinte carbone. 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 (objectifzeroco2.laposte.fr). Les clients peuvent également s'informer auprès de leur interlocuteur commercial. La branche Services-Courrier-Colis met aussi à la disposition du grand public, via son site Internet colissimo.fr, un comparateur multicritère. Cet outil ludique et pédagogique permet à chaque client de comparer, selon son propre scénario, les gains

en émissions de gaz à effet de serre, la pollution locale, le temps passé et les coûts de déplacements évités lors d'un achat sur Internet par rapport au même achat en magasin. <http://legroupe.laposte.fr/decouverte/la-neutralite-carbone-une-demarche-volontaire-du-groupe-la-poste>.

Depuis 2012, un marquage 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.

Les marques Colissimo et So Colissimo intègrent la mention « Livraison neutre en CO₂ ».



Orienter son épargne vers des placements plus responsables ou solidaires

La gamme ISR « Investir autrement » de La Banque Postale répond aux attentes des clients particulièrement sensibles aux enjeux du développement durable et qui souhaitent donner du sens à leurs placements. Au sein de cette gamme, La Banque Postale leur propose une solution d'épargne en faveur de la transition énergétique : le fonds ISR thématique « **LBPAM Responsable Actions Environnement** », un fonds investi spécifiquement dans des entreprises européennes du secteur de l'environnement agissant en faveur du développement durable.

La Banque Postale propose aussi le service « **Intérêts solidaires** » qui permet à ses clients de reverser tout ou partie des intérêts d'un livret d'épargne à l'une des 11 associations partenaires de La Banque Postale. Elle accompagne cette démarche solidaire en abondant le montant de leur don de 10 %. Ce service bancaire a obtenu en 2015 le label Finansol. La Banque Postale est le premier établissement financier à obtenir ce label pour un service.

Fédéris Gestion d'Actifs, filiale de LBPAM depuis 2015, intègre les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) pour l'ensemble des portefeuilles d'actions en direct hors fonds indicel et pour l'ensemble des portefeuilles de crédits en direct. 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.





Rendre les produits et services accessibles à tous

➡ G4-S02

En application de la loi relative aux activités postales, La Poste s'est vu confier la mission de service public d'accessibilité bancaire.

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.

Être accessible à tous grâce au multicanal

Le Groupe La Poste est accessible à tous, quel que soit le moyen d'entrer en relation avec ses services, dans tous les établissements où le public est accueilli, grâce aux automates, par téléphone et par Internet.

Focus sur les établissements postaux recevant du public

Selon la loi de 2005 pour l'adaptation de la société aux personnes handicapées, complétée des réglementations d'octobre 2014, les établissements recevant du public (ERP) ainsi que l'ensemble des fonctionnalités qu'ils hébergent doivent être rendus accessibles aux personnes handicapées et doivent s'adapter aux difficultés rencontrées par les personnes âgées.

Le Groupe La Poste, malgré l'importance de son parc ouvert au public, s'est montré exemplaire dans la mise en œuvre de ces réglementations conformément aux attentes exprimées par ses clients, les associations et les collectivités territoriales.

Dès 2014, le baromètre de l'Association des Paralysés de France (APF) reconnaissait très positivement les efforts et résultats du Groupe. Sa note progressait de 6,21/10 à 7,59, et les bureaux de poste étaient classés comme étant « les lieux publics les plus accessibles » avec les centres commerciaux.

À fin 2015, sur les 11 300 ERP du Groupe, environ 4 000 ont été déclarés accessibles au sens des réglementations de 2014, soit 35%. Pour les bureaux de poste non accessibles, La Poste a pris l'engagement de réaliser la mise en accessibilité dans le cadre d'un Ad'AP (agenda d'accessibilité programmée) déposé auprès des préfectures. L'implication et l'engagement du Groupe dans cette démarche de mise en accessibilité ont été salués pour leur exemplarité par la déléguée ministérielle à l'accessibilité, M^{me} Prost-Coletta, en décembre 2015,

soulignant l'effort réalisé compte tenu du volume d'établissements concernés (Le Groupe La Poste exploite le plus grand réseau d'ERP en France).

Dans le cadre du partenariat associant Le Groupe La Poste et la Fédération nationale des accidentés du travail et des handicapés (FNATH), un nouveau guide numérique pour tout savoir sur les agendas d'accessibilité programmée (Ad'AP) et les règles applicables aux ERP a été mis en ligne. À travers ce guide, le Groupe fait bénéficier de son expertise les gestionnaires d'ERP et les membres des commissions départementales d'accessibilité <http://www.guide-de-l-accessibilite.org>



Un service adapté est proposé aux personnes sourdes et malentendantes.

Les automates

À la fin de l'année 2015, 89% des guichets automatiques bancaires (GAB) situés en façade d'un bureau de poste sont soit directement accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR), soit situés à proximité immédiate d'un autre GAB accessible aux PMR dans le même bureau de poste. La mise en accessibilité des GAB et terminaux libre-service (TLS) de La Banque Postale pour les personnes aveugles ou malvoyantes est également en cours avec un taux d'accessibilité fin 2015 de 74% en constante progression, soit 5 680 automates. Concernant les GAB situés à l'intérieur des bureaux, ils sont tous accessibles.

L'ensemble des automates d'affranchissement sont accessibles aux personnes souffrant de déficience visuelle dont 2314 aux non-voyants, tandis qu'un service adapté est proposé aux personnes sourdes et malentendantes.

L'Internet et le numérique

Le site www.laposte.fr est accessible aux personnes malvoyantes et respecte les standards en vigueur. Pour les personnes sourdes et malentendantes, un accès Internet via webcam et en langue française des signes opéré par des postiers sourds est disponible.

Les supports d'information

Dans un souci d'améliorer l'accès aux services postaux, bancaires et téléphoniques, le Groupe a complété sa collection de documentations numériques destinées aux personnes vulnérables par une brochure dédiée aux personnes souffrant d'un handicap mental. En 2015, dans le cadre de sa démarche « Oui communiquons responsables ! » (voir page 56), le Groupe s'est doté d'un référentiel de communication accessible. Ce guide permet aux professionnels de la communication, en charge d'élaborer des supports de communication interne et externe, de construire des supports (papiers, numériques, événementiels, audiovisuels) accessibles à tous.

Faciliter la relation entre La Poste et les consommateurs

Le Groupe La Poste dispose d'un service consommateurs multicanal :

- 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) ;
- 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.

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 du service clients et aux réclamations déposées sur la page Facebook du Groupe et via le compte Twitter @lisaiposte.

La Banque Postale a lancé en 2015 les travaux propres à rendre accessible son service consommateurs 3639 aux clients sourds et malentendants début 2016. Cette mise en relation se réalisera sous un format proche de celui déjà proposé par le 3631 depuis 2013.

Le service sera accessible en chat ou visio, via le site de labanquepostale.fr et assuré par l'intermédiaire de postiers en centre financier s'exprimant en langue des signes française.

EN 2015, LE CENTRE D'APPEL 3631 DE LA POSTE OBTIENT LE LABEL RESPONSABILITÉ SOCIALE

Créé sous l'égide du ministère de l'Emploi avec l'Association française de la relation client (AFRC), les associations professionnelles des centres de contact et les organisations syndicales, ce label est attribué pour trois ans en évaluant la gouvernance RSE d'une entité, ses conditions de travail, l'intégration et la formation de ses nouveaux collaborateurs, son dialogue social, son engagement sociétal, ses pratiques commerciales et son respect de l'environnement.

Il atteste du haut niveau atteint dans son fonctionnement quotidien du 3631 sur la plupart de ses sujets. Il a été acquis grâce à une réelle démarche de co-construction avec les collaborateurs.

Ce label vient compléter la certification NF345 que le Réseau obtient pour la quatrième année consécutive.

L'accessibilité aux produits et services financiers et la lutte contre l'exclusion bancaire

La Banque Postale est la seule banque à s'être vu reconnaître la mission d'accessibilité bancaire par la loi de modernisation de l'économie de 2008 (services bancaires, financiers et d'assurance qui, par sa fonction réparatrice, joue en effet un rôle essentiel dans la vie de ses clients, et tout particulièrement les plus fragiles).

La loi du 9 février 2010 donne également à La Banque Postale la mission de **prévenir le surendettement** et **promouvoir le microcrédit**. Au-delà de sa mission d'accessibilité bancaire et d'une politique tarifaire raisonnable, La Banque Postale joue ainsi un rôle essentiel dans la **lutte contre l'exclusion bancaire** par son action quotidienne en faveur de l'accès du plus grand nombre à des services bancaires de qualité et l'accompagnement des clientèles en situation de fragilité financière.

Favoriser l'accès de tous aux produits et services financiers

La Banque Postale au titre de sa mission d'accessibilité bancaire s'engage à :

- ouvrir un livret A à toute personne qui en fait la demande à partir de 1,50 euro (contre 10 euros au minimum dans les autres établissements bancaires) dans les bureaux de poste organisés à cet effet ;
- accepter les domiciliations de virements et de prélèvements de certaines opérations (minima sociaux, factures de gaz et d'électricité...);



- octroyer gratuitement et sans limites des chèques de banque ;
- effectuer gratuitement des virements sur le compte à vue du titulaire du livret A quel que soit l'établissement détenteur du compte à vue ;
- mettre à disposition une carte de retrait utilisable dans les DAB/GAB de La Banque Postale (carte Épargne).

La Banque Postale est la seule à proposer le paiement des factures en espèces aux guichets des bureaux de poste. Elle est aussi le seul établissement bancaire français à proposer un service de mandats internationaux qui permet aux populations non bancarisées en France d'accéder à des services de transfert et de réception de fonds vers ou depuis leur pays d'origine.

La Banque Postale a fait le choix de pratiquer des tarifs raisonnables qui couvrent les coûts inhérents à un service de qualité pérenne et à une réponse solide aux besoins essentiels de ses clients, tout en assurant une marge suffisante à la Banque pour financer son développement. La Banque Postale est ainsi parmi les moins chères des grandes banques à réseau ; elle est aussi la banque qui propose des seuils d'accessibilité à son offre les plus bas du marché.

Sur près de

17,5

millions de livrets A détenus par des personnes physiques à fin 2015.

54%

ont un encours inférieur à 150 euros.

Par ailleurs, La Banque Postale favorise depuis toujours l'accès au compte et aux services bancaires de base pour les populations en situation de fragilité financière : en situation d'interdiction bancaire, de retrait de carte pour usage abusif, de surendettement ou subissant des incidents de paiement récurrents pendant trois mois consécutifs. Elle leur propose une gamme de paiements alternatifs aux chèques.

La Banque Postale favorise également l'accès au crédit pour les clients disposant d'un budget modeste, tout en étant extrêmement vigilante sur la solvabilité de ses emprunteurs.

20,3%

des emprunteurs en crédit immobilier ont un revenu inférieur à deux SMIC par mois fin 2015.

Promouvoir le microcrédit

Depuis février 2014, les clients en situation d'exclusion bancaire du fait de leur faible solvabilité se voient présenter le dispositif de **microcrédit accompagné** et sont orientés vers un partenaire pour obtenir ce financement. Depuis 2007, La Banque Postale entretient des partenariats avec 132 associations chargées de détecter et d'accompagner de tels projets (le Secours catholique, l'Union départementale des associations familiales (UDAF), la Croix-Rouge française, les Restaurants du cœur, etc.). En 2015, 32 nouvelles conventions ont été signées. Désormais, l'offre de La Banque Postale est proposée dans 75 départements (contre 68 en 2014).

Au total, depuis 2007, La Banque Postale a accordé 8022 microcrédits personnels pour un montant global de 19 millions d'euros, soit une part de marché de 9,6%. Elle est le cinquième opérateur du microcrédit personnel en France, comme en 2014.

En 2015, 52 acteurs associatifs œuvrent aux côtés de la Banque pour développer les **crédits « précarité énergétique »** ; des microcrédits personnels destinés à financer les travaux réduisant la précarité énergétique du logement, les travaux d'adaptation ou d'accessibilité du logement occupé par une personne âgée ou handicapée ou encore les travaux de résorption de l'habitat insalubre. Depuis 2012, La Banque Postale propose une offre de microcrédit professionnel en partenariat avec l'Adie⁽¹⁾, association spécialisée dans **l'aide aux microentrepreneurs**. L'Adie apporte son expertise pour former les conseillers bancaires à l'accompagnement de ces porteurs de projets. L'objectif est de permettre à des personnes exclues du marché du travail et n'ayant pas accès au crédit bancaire de créer leur entreprise grâce à un prêt à faible montant, souscrit sur une durée courte.

(1) Association pour le droit à l'initiative économique.

Lutter contre le surendettement

La Banque Postale a placé la prévention du surendettement et l'accompagnement de ses clients au cœur de son approche de prêteur responsable. Elle pratique une gestion prudente du risque et porte une attention régulière à la situation du client. Dans le cas d'un crédit immobilier, le conseiller spécialisé effectue une étude personnalisée de l'opération immobilière et envisage le projet d'acquisition dans une approche globale. Le taux de crédits douteux dans le crédit immobilier à La Banque Postale reste parmi les plus bas du marché (0,71% au 31 décembre 2015, contre 1,73% pour la moyenne du marché à fin 2014) pour un encours de crédits gérés dépassant 50 milliards d'euros. Les critères d'octroi des crédits à la consommation sont également exigeants pour éviter au client de tomber dans le surendettement. À cette fin, La Banque Postale a conçu et mis en place un dispositif de prévention du surendettement intervenant dès l'octroi du crédit et se poursuivant pendant toute la durée du contrat.

L'accompagnement des clientèles vulnérables

Le Groupe La Poste est attentif à l'accès de tous à l'offre. Il travaille avec de nombreuses associations pour développer la capacité des clientèles vulnérables à utiliser ses services.

Accompagner pour l'accès et l'utilisation des services de La Poste

Pour mieux accompagner ses clients en situation de vulnérabilité, le Groupe travaille avec quatre partenaires nationaux (La Croix-Rouge, la Fédération nationale des associations d'accueil et de réinsertion sociale (Fnars), Unis-Cité et la Fondation agir contre l'exclusion (Face)) et plusieurs associations locales.



Les 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.

La Banque Postale soutient également l'Action Tank Entreprise et pauvreté, association dont l'objectif est de favoriser le développement de projets expérimentaux d'entreprises ayant un impact sur la réduction de la pauvreté et de l'exclusion en France. En 2015, La Banque Postale a participé à la définition d'une offre « forfait mobilité » et participé aux réflexions de l'Action Tank Entreprise et pauvreté, pour construire une offre multirisque habitation adaptée aux clientèles fragiles.

Améliorer l'accompagnement des publics migrants

Le dispositif national d'accueil des demandeurs d'asile est modifié substantiellement par la loi du 29 juillet 2015. À cette fin, le rôle de l'Office français intégration immigration (OFII) est largement renforcé, en particulier, il assure désormais un rôle d'orientation directive des demandeurs d'asile vers un lieu d'hébergement, décide, coordonne et centralise les données. Il est également en charge depuis le 1^{er} novembre 2015 du paiement de l'allocation dédiée aux demandeurs d'asile. Partenaires depuis 2010, le Groupe et l'OFII ont mis en place un pilotage resserré qui a permis d'assurer dans des conditions optimales la mise en œuvre des nouvelles mesures et d'assurer l'accueil de tous les publics migrants dans le contexte inédit de l'accueil des réfugiés, témoignant ainsi de l'engagement du Groupe et de la forte mobilisation des équipes.

LA POSTE OBTIENT LE LABEL « ENSEIGNE RESPONSABLE »

En décembre 2015, le réseau de La Poste a obtenu le niveau 2 du label « Enseigne responsable », également mis en place par le Club génération responsable. Pour obtenir ce niveau 2, la performance, évaluée par l'organisme certificateur SGS, a été mesurée sur cinq actions responsables. Ses réalisations phares reconnues comme exemplaires sont notamment la démarche des médiateurs sociaux, des interprètes sociaux et culturels et des facilitateurs intervenant dans les bureaux de poste, les initiatives d'engagement solidaire en faveur de l'inclusion sociale et bancaire, l'accès à la formation, à l'emploi, et à l'entrepreneuriat.



Les clients en situation de fragilité financière

La Banque Postale est très engagée dans l'accompagnement des personnes confrontées à des difficultés financières. Pour cela, elle dispose depuis 2013 d'un dispositif inédit, l'Appui créé avec le concours d'acteurs du secteur associatif impliqués dans la lutte contre l'exclusion sociale, tels que l'Union nationale des centres communaux d'action sociale (UNCCAS) ou la Chambre régionale du surendettement social (Cresus).

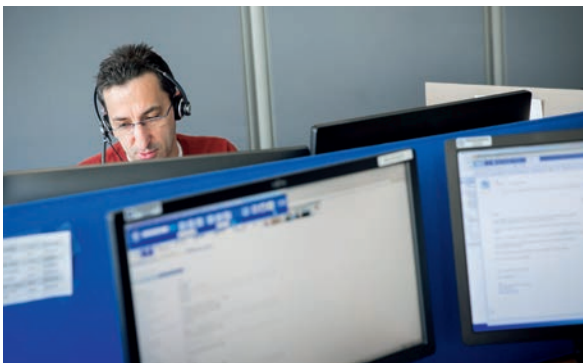
L'Appui est une plate-forme de conseil et d'orientation bancaire et budgétaire accessible à l'initiative du client via un numéro unique non surtaxé. La mission de ce service est double : d'une part, accompagner tous les clients de La Banque Postale rencontrant des difficultés financières ponctuelles ou récurrentes et, d'autre part, améliorer la prévention des situations de fragilité financière.

Les chargés de clientèle de cette plate-forme étudient le budget du client, identifient l'existence de droits non ouverts et détectent les cas de malendettement ou de surendettement. Ils peuvent alors proposer une mise en relation avec :

- des partenaires, associations ou acteurs sociaux volontaires pour favoriser l'accès aux droits ou à des tarifs solidaires. Ainsi, les chargés de clientèle de la plate-forme de L'Appui de La Banque Postale promeuvent plus particulièrement les programmes Malin, Mobiliz et Optique Solidaire.
- des établissements de crédits spécialisés en restructuration ou rachat de crédits, en cas de malendettement ;
- la Cresus en cas de surendettement.

16 200

bénéficiaires de l'Appui depuis sa création à fin 2015.



L'Appui – lutte contre l'exclusion bancaire – accompagne les clients vulnérables.

Renforcer la satisfaction des clients

L'esprit de service La Poste

L'ambition de service du Groupe est fondée sur l'excellence de la relation de service.

L'esprit de service est un ensemble de valeurs, d'attitudes et de comportements clés qui permettent de construire dans la durée une relation de qualité fondée sur la confiance, l'engagement, le professionnalisme et la coopération des postiers.

Il est basé sur :

- trois attitudes clés : accueil, écoute et efficacité ;
- un principe clé : la symétrie des attentions.

En 2015, cette démarche « Esprit de service » s'est notamment concrétisée par des travaux importants d'optimisation des parcours clients dans chaque branche, avec l'objectif d'améliorer l'expérience client.

La première étape de cartographie des parcours clients a été menée pour certaines offres telles que le crédit à la consommation ou le crédit immobilier pour La Banque Postale. Un guide méthodologique pour l'optimisation des parcours clients a été développé, appliqué à la prise de rendez-vous bancaire et au parcours téléphonique sur le 3631 avec ses connexions sur le digital pour enrichir l'expérience client globale. Un important dispositif de formation accompagne la diffusion de cette démarche globale orientée vers le service. À titre d'exemple, entre 2014 et 2015, La Banque Postale a formé près de 8000 collaborateurs au sein de ses centres financiers aux trois attitudes clés et à leur application.

Dans le prolongement des actions engagées depuis 2009, La Poste a mis en place une démarche de certification sur la base d'un référentiel d'engagements de service basés sur les standards de service définis sur les principaux moments de l'expérience client en bureau de poste, et développé en collaboration avec Afnor certification. En 2015, 1 664 bureaux de poste sont certifiés « engagement de service ».

En 2015, La Poste a également mis en place « la voix du client », un outil de collecte et d'agrégation de toutes les demandes d'information et réclamations client émises quel que soit le canal : Internet, téléphone, courrier, bureau de poste. Chaque jour, elles sont consolidées pour être transmises sur le courrier et les colis dès le lendemain à chaque responsable opérationnel. Ainsi, les équipes concernées sont informées pratiquement en temps réel du niveau de satisfaction de leur clientèle et des dysfonctionnements et peuvent mettre en place des actions de correction.

Le service consommateurs du Groupe est certifié NF Service « centre de relation client » pour les plates-formes des services courrier et réseau. 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 relation client externalisés.

LE GROUPE LA POSTE À L'ORIGINE DE L'ASSOCIATION ESPRIT DE SERVICE FRANCE



En 2015, Le Groupe La Poste a impulsé la création de l'association Esprit de service

France avec 14 grandes entreprises françaises. Dès fin 2015, près de 50 grandes entreprises de service et institutions publiques les ont rejointes en tant que membres fondateurs. L'ambition de l'association : promouvoir un modèle de management Esprit de service® – co-construit par les membres – capable de faire de la France une référence dans l'excellence du service et aider les entreprises françaises à faire de l'accueil et de la signature relationnelle un levier de compétitivité et de performance. Pour cela, l'association Esprit de service France constitue non seulement un lieu d'échanges, mais aussi et surtout un espace de développement d'opérations concrètes mobilisant les organisations et la mise en place de dispositifs de reconnaissance des démarches d'excellence des organisations et des territoires.



Apporter toujours plus de services à ses clients.

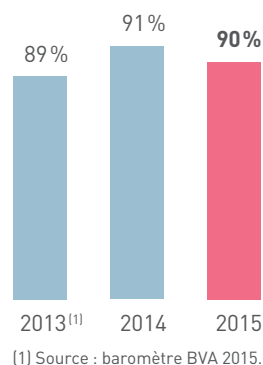
La mesure de la satisfaction du client

Cet engagement de service s'est traduit par des résultats concrets se situant à de très hauts niveaux de réalisation. À titre d'exemple :

- en 2015, l'attente dans les 1 000 plus grands bureaux de poste est stabilisée à 3,44 minutes en moyenne pour retirer ou déposer les courriers et colis ;
- l'engagement sur le passage du facteur le lendemain au plus tard en cas de non-distribution de la tournée est de 96,2% (avec un dédommagement automatique du client : 96,8%, en cas de non-respect) ;
- les objectifs sur les engagements liés au traitement des réclamations se situent à 92,9% pour la remise d'un accusé de réception sous 24 heures et à 91,8% pour l'envoi de la réponse dans les délais annoncés.

Le taux de satisfaction de l'ensemble de la clientèle du Réseau La Poste mesuré par BVA est stable en 2015 à 90% (il était de 91% en 2014). Cette stabilité fait suite à sept années de croissance puisqu'en 2007, 82% des clients se déclaraient satisfaits de leur bureau.

Lorsqu'ils sont interrogés au plus près de leur expérience, juste après avoir effectué leurs opérations, les clients du Réseau sont même 96% à se déclarer satisfaits de leur bureau, dont 51% très satisfaits soit une hausse de 7 points en un an des très satisfaits.



LE TAUX DE SATISFACTION GLOBALE DES CLIENTS FRANÇAIS DE LA POSTE 



La protection du consommateur

G4-PR8

Protection de la vie privée

La protection de la vie privée des consommateurs est une préoccupation historique du Groupe La Poste. Le serment que prononce chaque postier à sa prise de fonction le stipule :

« Je m'engage à respecter scrupuleusement l'intégrité des objets déposés par les clients, l'inviolabilité et le secret des correspondances et des informations concernant la vie privée d'autrui dont j'aurais connaissance dans l'exécution de mon service. Je m'engage également à respecter le secret professionnel et la confidentialité des données qui me sont accessibles dans mon environnement de travail. »

Protection des données et de la confidentialité

Depuis 2007, Le Groupe La Poste s'est doté d'une antenne de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) : le correspondant informatique et liberté du Groupe (CIL). Il dispose d'une totale indépendance à l'intérieur de l'entreprise. Les branches et filiales du Groupe ont également nommé des CIL. Par ailleurs, dans le cadre de sa nouvelle stratégie numérique, le Groupe a nommé en juin 2015 un *Chief Data Officer*, dont une des missions, exercée en collaboration avec le CIL, est de mettre en œuvre une politique protectrice des données personnelles. Les mesures ainsi mises en place peuvent concerner la conception des logiciels de traitement des données, la gestion des habilitations informatiques, la diffusion de bonnes pratiques, l'intégration d'obligations de sécurité dans le design des applications, etc.

Dans ce même esprit, certaines filiales du Groupe, à l'instar de Docapost, ont obtenu une certification de la série ISO 27001 (norme de sécurité de l'information).

En 2014, Le Groupe La Poste était la première entreprise labellisée par la CNIL pour ses procédures d'audit de traitements des données. Trois formations ont également obtenu une certification par la CNIL et en 2015 une quatrième, destinée au secteur bancassurance, a également été labellisée.

Le Groupe La Poste suit l'élaboration du projet de règlement européen sur la protection des données et se prépare en prévision d'un vote dudit règlement en 2016 qui pourrait conduire à sa mise en application dans le courant de l'année 2018. Ainsi, dès 2015, deux ateliers de travail réunissant des représentants des branches et des filiales du Groupe ont permis de sensibiliser ces publics aux nouvelles obligations et d'identifier l'ensemble des dispositions à prendre en vue d'une mise en conformité du Groupe.

Face à l'importance stratégique croissante que revêtent la gestion et la protection des données, combinée à l'augmentation des contraintes réglementaires, Le Groupe La Poste, en tant que tiers de confiance et opérateur universel des échanges entre les consommateurs, les entreprises et l'administration, a pris des engagements forts. Ces engagements sont portés par la charte data du Groupe La Poste, élaborée en 2015 et rendue publique en avril 2016 (voir encadré).

LA CHARTE DATA DU GROUPE LA POSTE

Toutes les activités du Groupe s'appuient de manière croissante sur des données, de natures et aux caractéristiques très diverses : données de gestion, données industrielles, données confiées par les clients particuliers et entreprises, données de partenaires, données d'identification, données de transaction ; données d'interaction aux guichets, en bureau de poste, sur les automates, les sites Web et applications mobiles ; et demain avec des objets connectés...

Aujourd'hui, le Groupe La Poste souhaite être la référence en matière d'éthique appliquée au numérique. La charte data traduit six ambitions :

- apporter toujours plus de services à ses clients ;
- donner aux personnes le contrôle de leurs données ;
- protéger la donnée et rendre compte de son traitement ;
- garantir des collaborations de confiance entre partenaires (clients, fournisseurs...) ;
- s'engager pour le bien commun (open data, open innovation) ;
- se donner les moyens de ses ambitions (leadership, gouvernance, conduite du changement, démarche de progrès).

Des pratiques commerciales responsables et transparentes

La force d'une relation commerciale repose sur la capacité à apporter des conseils fiables en phase avec les attentes des clients.

En 2015, pour mieux protéger le consommateur, La Poste a élaboré un nouveau dispositif pour tous les collaborateurs commerciaux en contact direct avec les clients. Il vise à mettre l'accent sur la qualité de la relation client, la maîtrise des risques, la conformité et le travail d'équipe. La Banque Postale a élaboré un dispositif complet de conseils aux clients pour l'ensemble des collaborateurs en contact avec les clients. Composé d'un livret sur l'éthique des affaires expliquant l'importance de mettre en œuvre des pratiques commerciales responsables, et d'un guide de sémantique pour apprendre à présenter les offres du Groupe avec des messages clairs, simples et transparents, il est le reflet des valeurs et des principes fondamentaux de l'entreprise.



La force d'une relation commerciale repose sur la capacité à apporter des conseils fiables en phase avec les attentes des clients.

Depuis 2015, La Banque Postale a mis en place une démarche fondée sur l'examen complet de la situation financière de ses clients afin de leur apporter des conseils adaptés à leurs besoins présents et à venir. Cette démarche, qui repose sur la méthode des sept gagnants, a depuis été reconnue par les agences de notation extra-financières. Des dispositions sont également prises pour protéger la clientèle face au risque de surendettement (voir page 71). Enfin, la qualité des conseils et la pérennité des relations sont étayées par un système de management des ventes qui propose aux conseillers bancaires et financiers un accompagnement, des formations approfondies et des incitations financières collectives et individuelles qui reposent sur des critères quantitatifs et qualitatifs centrés sur l'intérêt des consommateurs.

Protection de la santé et de la sécurité

Les produits de La Poste, comme les Prêts-à-Poster et les timbres, n'utilisent pas de produits dangereux et les tickets des DAB ne contiennent pas de bisphénol A.

La Poste veille à ce que soit assurée la sécurité de ses clients dans ses locaux et lors des contacts avec ses agents, grâce à des plans de sûreté, la sensibilisation des managers et l'appui de la filière sûreté.



DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES – LE PACTE SOCIAL

- P. 78 Le profil humain du Groupe La Poste
- 80 Le pacte social
- 81 Une politique d'emploi responsable
- 82 La conduite du changement
- 83 Santé, sécurité et qualité de vie au travail
- 85 Politique d'évolution professionnelle, de formation et de promotion
- 88 Diversité et égalité des chances
- 91 Politique de rémunération globale
- 93 Relations, protection et actions sociales

Le choix opéré par Le Groupe La Poste d'un développement durable, conjuguant amélioration de la performance et attitude responsable en matière sociale, sociétale et environnementale, passe par un modèle social fort fondé sur l'emploi de qualité, l'égalité des chances, la diversité et l'accompagnement des projets professionnels.

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 bâti le pacte social, volet social du plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » présenté en 2014.

Le pacte social comprend quatre axes majeurs :

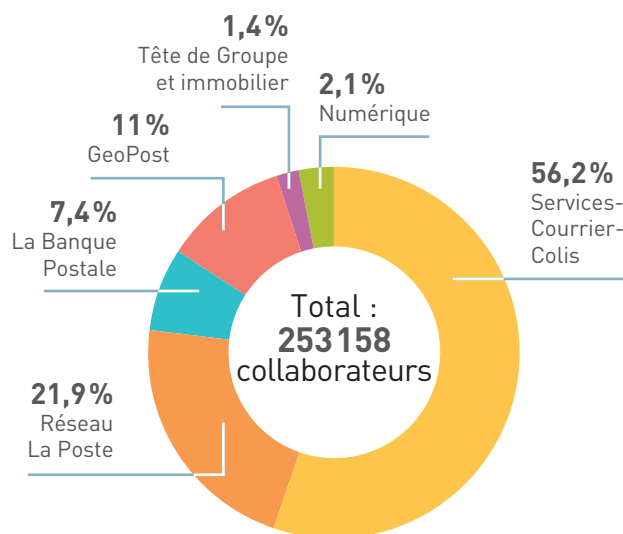
- la formation ;
- l'évolution professionnelle ;
- la santé et la qualité de vie au travail ;
- le développement managérial et la transformation de la filière RH.

L'année 2015 a vu l'aboutissement des négociations engagées en mai 2014 entre le management et les partenaires sociaux : trois accords majoritaires ont été signés le 5 février 2015, attestant de la volonté partagée d'accompagner la transformation de l'entreprise au bénéfice de tous les postiers.

Résultats obtenus pour les principaux objectifs clés :

Engagement	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2015	
Exemplarité en matière de santé, sécurité et qualité de vie au travail	Baisse régulière du nombre et du taux de gravité des accidents du travail	Après une baisse continue dans les trois dernières années, le taux de gravité des accidents du travail accuse en 2015 une légère hausse de 0,07 point	✗
Exemplarité en matière de développement professionnel	80% des collaborateurs de La Poste bénéficient d'une formation chaque année et 100% sur deux ans	En 2015, 81% des collaborateurs ont bénéficié d'une formation et 9 postiers sur 10 ont été formés en deux ans	*
	100 heures de formation par postier sur cinq ans à partir de 2015	Indicateur en cours de création, données non encore disponibles	
	10000 parcours qualifiants d'ici à 2020	6 600 collaborateurs ont démarré un parcours qualifiant en 2015	↗

✗ Non atteint * Objectif dépassé ↗ Progression en ligne avec l'objectif fixé



RÉPARTITION DES EFFECTIFS
DU GROUPE PAR BRANCHE
Équivalent temps plein en moyenne

« Le monde change, les technologies changent, nos métiers et nos compétences évoluent. Nous avons engagé une transformation profonde ; et le moyen le plus sûr pour y parvenir, c'est que chacun, aidé par les efforts de formation et d'évolution professionnelle que nous déployons, puisse voir son horizon s'élargir et puisse développer ses capacités. C'est le sens du pacte social, et c'est le sens de notre accord majoritaire *Un avenir pour chaque postier*. »



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

Le profil humain du Groupe La Poste



Le périmètre couvert par les indicateurs sociaux est de 86,6% en équivalents temps plein, sauf mention contraire au niveau de l'indicateur.

L'effectif total du Groupe La Poste s'élève à 253 158 équivalents temps plein en moyenne en 2015, en diminution de 1,84% par rapport à 2014.

Effectif de La Poste

	2013	2014	2015
Personnes physiques au 31 décembre 2015	238 699	231 347	224 045

Effectif du Groupe en France

Personnes physiques au 31 décembre 2015	2014	2015
La Poste maison mère	231 347	224 045
La Banque Postale	3 942	4 059
Sofipost	18 395	18 826
GeoPost	5 531	5 875
Poste Immo	644	624
Autres	40	35
Total	259 899	253 464

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

Indicateurs	La Poste			La Poste, La Banque Postale, Mediapost, DPD France, Chronopost
	2013	2014	2015	2015
En personnes physiques au 31 décembre 2015	238 699	231 347	224 045	243 410
Dont contrats à durée déterminée	16 912	15 320	14 973	15 699
Femmes	51,5%	51,8%	52,0%	50,8%
Hommes	48,5%	48,2%	48,0%	49,2%

L'évolution des effectifs à La Poste résulte du seul solde des départs naturels (principalement constitués de départs en retraite) et des recrutements (Le Groupe La Poste

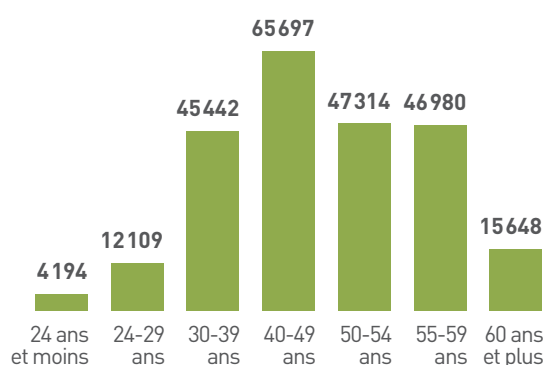
a notamment recruté 10531 nouveaux collaborateurs en 2015, dont 8056 en CDI en France).

L'organisation du travail

L'organisation du travail dans les sociétés La Poste, La Banque Postale, DPD France, Chronopost et Mediapost (qui représentent 86,6 % des effectifs du Groupe et 74 %

du chiffre d'affaires consolidé) est basée sur une moyenne hebdomadaire de 35 heures en travail de jour et de 32 heures en travail de nuit.

Indicateurs	La Poste			La Poste, La Banque Postale, DPD France, Chronopost et Mediapost
	2013	2014	2015	2015
Part des effectifs à temps partiel parmi l'effectif au 31 décembre 2015 en personnes physiques (hors CDD)	10,69 %	10,43 %	9,94 %	13,20 %
Part de l'effectif occupant des emplois avec des horaires de nuit parmi l'effectif au 31 décembre 2015 en personnes physiques (hors CDD)	2,63 %	2,27 %	2,03 %	2,66 %
Nombre de journées d'absence pour maladie (en jours calendaires)	4 999 784	5 067 136	5 130 770	5 390 003
Nombre d'heures supplémentaires	2 506 114	2 735 267	2 476 475	2 831 091



100%

des collaborateurs du Groupe en France bénéficient du régime d'une convention collective ou sont fonctionnaires. La négociation salariale annuelle est obligatoire. G4-11

RÉPARTITION DES EFFECTIFS DU GROUPE EN FRANCE SELON L'ÂGE

Effectif en personnes physiques au 31 décembre 2015 – fonctionnaires et salariés CDI.



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 » : LES POINTS MAJEURS

- 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 intrabranche 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 ont été

proposées dans le cadre d'un parcours qualifiant au cours de ces cinq années.

- L'amélioration des conditions de travail par la réduction de la pénibilité physique, notamment en accordant trois à cinq jours de congé 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.

mai 2015

Signature du sixième accord en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap à La Poste.

juillet 2015

Signature du sixième accord pour l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes à La Poste.

Une politique d'emploi responsable

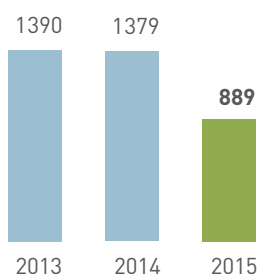
La politique d'emploi du Groupe La Poste

La Poste est l'un des premiers acteurs du marché de l'emploi en France. Elle 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. Elle met notamment au cœur de sa politique d'emploi deux grandes thématiques :

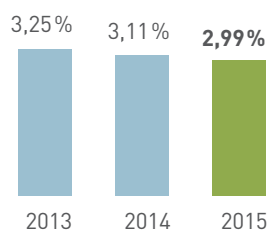
- elle favorise les contrats permanents (94,8% des effectifs en 2015). L'engagement pris sur la période 2013-2015 de recruter 3000 personnes ayant préalablement travaillé en CDD a été rempli avec 3658 collaborateurs embauchés en CDI sur la période ;
- elle promeut des recrutements respectueux de l'égalité des chances.

Par exemple, en 2015, dans le total des recrutements en CDI :

- la proportion de femmes a été de 45,3% ;
- la proportion des personnes âgées de 45 ans et plus, de 7,6%.



NOMBRE D'EMBAUCHES EN CDI DE COLLABORATEURS AYANT PRÉALABLEMENT EXERCÉ EN CDD



TAUX DE TURNOVER DE LA POSTE

Le taux de turnover est faible et continue de diminuer depuis quelques années.

Politique d'emploi en faveur des jeunes

La Poste soutient par ailleurs activement l'insertion des jeunes dans l'emploi. La Poste est engagée depuis 2008 en faveur de l'emploi des jeunes des quartiers à travers l'Engagement national pour l'emploi des jeunes dans les quartiers (2008), la charte entreprises et quartiers (2013-2014), le partenariat signé le 14 avril 2015 avec le ministère de la Ville pour la période 2015-2016. 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.

La Poste s'engage également dans le développement de programmes d'études en partenariat avec des établissements d'enseignement notamment par le soutien de chaires.

Pour plus d'informations, sur la politique d'emploi du Groupe La Poste en faveur des jeunes, voir page 91 « Gestion de l'âge et de l'intergénérationnel » ci-après.



La Poste est engagée depuis 2008 en faveur de l'emploi des jeunes des quartiers.

Politique active en matière d'alternance

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 qui permettent d'acquérir des diplômes ou des titres professionnels, du CAP jusqu'au master). Cela s'inscrit ainsi dans une 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.



Sur la période 2013-2015, malgré un contexte difficile, l'engagement de recruter au moins 12000 contrats d'apprentissage a été dépassé : respectivement 4481 (en 2015), 4201 (en 2014) et 5106 (en 2013) jeunes ont bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation. L'engagement de La Poste est de poursuivre cet effort en matière d'apprentissage en 2016 sur le même niveau que les trois dernières années.

4481

jeunes ont bénéficié en 2015 d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

La conduite du changement

En pleine mutation, Le Groupe La Poste construit La Poste de demain avec les postiers d'aujourd'hui. Depuis 2013, La Poste a mis en place une méthode négociée de conduite du changement commune à l'ensemble de l'entreprise. Cette méthode prévoit que tous les projets d'évolution d'organisation intègrent un certain nombre d'étapes et d'analyses et promeuvent un dialogue social de qualité et l'écoute des collaborateurs pour mieux prendre en compte leurs attentes et les accompagner. Pour favoriser l'appropriation de cette méthode par le management et en assurer la bonne mise en œuvre dans toute l'entreprise, la totalité des managers et RH de proximité ont été formés en 2013 et 2014. Par ailleurs, pour s'assurer du bon respect de ces règles, La Poste a institué un dispositif d'alerte sociale qui permet aux organisations syndicales de saisir le directeur local, puis si nécessaire la DRH du Groupe, de tout manquement qu'elles estimeraient constater dans la mise en œuvre de ces engagements de dialogue social, de conduite du changement et de respect des accords signés. Cette méthode de conduite de changement, mise en œuvre tout au long de l'année 2015, permet d'assurer le partage du sens et la concertation autour des projets, l'information continue des organisations syndicales et des collaborateurs sur leur avancement, l'écoute individuelle des collaborateurs sur leurs préoccupations, au plan professionnel en matière de conditions de travail et d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée. En associant en outre les équipes médico-sociales,

la méthode permet d'étudier et de prendre en compte les impacts des projets pour les collaborateurs.

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 pour permettre au manager :

- 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 dispensée avant ou dès la prise de poste effective. En complément, La Poste désigne désormais un référent expérimenté pour chaque nouveau manager, afin de l'accompagner dans les premiers mois de sa prise de poste.

3380

managers ont été formés à leur rôle RH en 2015.

Les responsables RH de proximité

Près de 1100 responsables RH de proximité ont été déployés et formés dans tous les territoires et dans chacune des branches de La Poste. Plusieurs des filiales du Groupe ont également retenu ce principe.

Leur activité, réalisée au bénéfice de chaque manager (qu'ils rencontrent au moins deux fois par an) et chaque collaborateur (qu'ils rencontrent au moins une fois tous les deux ans), 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 ;
- la **relation RH de proximité** orientée vers les personnes met à disposition des collaborateurs des 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. L'accord du 5 février 2015 « Un avenir pour chaque postier » prévoit la mise en place de l'École RH sur la durée du plan stratégique. Fondée en 2015, pour l'ensemble des acteurs de la filière RH, son objectif est de promouvoir les pratiques, outils et compétences au service des managers et des postiers ainsi qu'une culture commune et des comportements adaptés à l'évolution de l'environnement et des activités de la fonction RH.

Un parcours qualifiant à destination des 210 conseillers en évolution professionnelle a été engagé en juin 2015 afin de renforcer les compétences de la filière et de répondre aux forts enjeux de mobilité interne.

Par ailleurs, un programme de formation dédié aux acteurs de la prévention a été défini en 2015 pour un déploiement courant 2016.

FORMATION RH À L'ÉLABORATION DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT MANAGÉRIAL

Une formation de quatre jours a été mise en place en 2015 pour permettre à 57 professionnels RH dédiés aux dirigeants de les accompagner dans la mise en place de leur plan de développement managérial. Cette formation permet d'acquérir les compétences et les postures essentielles à cet accompagnement.

Santé, sécurité et qualité de vie au travail

Les conditions de santé et de sécurité au travail sont définies pour La Poste et ses filiales françaises dans le cadre du droit du travail et font l'objet de négociations régulières.

L'attention à la qualité de vie au travail (QVT) traduit le fait que la santé, la sécurité et le bien-être des salariés sont dépendants 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, au cœur des attentions de La Poste, a fait l'objet de deux accords signés avec les organisations syndicales :

- l'accord « Qualité de vie au travail » signé en janvier 2013 qui s'applique à l'ensemble du personnel de La Poste, quel que soit son statut, pour une durée de trois ans ;
- l'accord « Un avenir pour chaque postier » qui s'applique à l'ensemble du personnel de La Poste pour une durée de cinq ans.

La QVT constitue une exigence permanente, dans chaque projet, dans chaque mode d'organisation, afin de garantir :

- la qualité du travail (organisation, contenu, sens et conditions de travail) ;
- la qualité des relations de travail au sein du collectif de travail et le management ;
- 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 et vie professionnelle).

La Poste dispose de commissions nationales santé et sécurité au travail qui se sont réunies régulièrement tout au long de l'année 2015, notamment pour traiter des points susmentionnés.

Actions en matière de qualité de vie au travail

Sur l'ensemble des sujets relevant de la qualité de vie au travail, les accords QVT et « Un avenir pour chaque postier » se sont notamment traduits par :

- l'accès à la formation, considérablement renforcé depuis 2013 ;
- le développement du télétravail : fin 2015, plus de 1 400 collaborateurs bénéficient du dispositif de télétravail ;
- la mise en place de près de 1 100 responsables RH de proximité ;
- un dispositif de temps partiel aménagé pour les seniors ;
- l'octroi de jours de repos supplémentaires pour les postiers seniors occupant des fonctions exposées à des facteurs de pénibilité.

Parallèlement à ces dispositifs, en 2015, des entretiens auprès de responsables opérationnels et fonctionnels du Groupe ont permis d'identifier leurs attentes et priorités. Par ailleurs, des expérimentations d'espaces de discussion sur le travail portant sur l'articulation vie personnelle-vie professionnelle, sur les relations de travail, sur le dialogue sur le travail, etc. ont été mises en œuvre et pourront, si les résultats sont concluants, être poursuivies voire généralisées sur le territoire.

Plus de

1 400

collaborateurs bénéficient du télétravail.

En 2016, La Poste mettra en œuvre le droit à la déconnexion figurant à l'accord de juillet 2015, en prenant des mesures concrètes auprès de ses collaborateurs, permettant de mieux concilier vie professionnelle et vie personnelle.

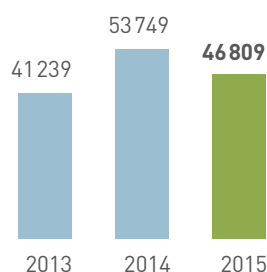


Actions en matière de prévention des risques professionnels et des accidents du travail

Prévention des accidents de travail et des troubles musculo-squelettiques

En matière de prévention des accidents de travail et des troubles musculo-squelettiques, La Poste agit à plusieurs niveaux :

- **déploiement de nouveaux équipements de travail** permettant de réduire les risques : par exemple, suppression progressive des deux-roues à moteur et mise en place d'un nouveau véhicule trois-roues à moteur (le Staby®) pour réduire les risques routiers, port obligatoire du casque à vélo, déploiement d'outils d'aide à la manutention dans les plates-formes industrielles et d'autres matériels adaptés en bureaux de poste, etc. ;
- **modules de formation** : formation de l'ensemble de la filière prévention pour renforcer la prévention des risques professionnels, formation à l'analyse de la charge physique de travail pour les préventeurs et les services santé et sécurité au travail, formation de managers à la réduction des risques de manutention et aux postures professionnelles et à la prévention des incivilités et agressions externes, etc. ;
- poursuite de **dispositifs d'habilitation** pour tous les collaborateurs exerçant une activité de conduite.



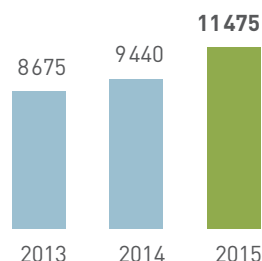
FORMATION EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE ET DE MANUTENTION – LA POSTE
Nombre de personnes formées.

Prévention des risques psychosociaux

La Poste a mis en place plusieurs dispositifs en matière de prévention des risques psychosociaux :

- des règles communes en cas de changement d'organisation, permettant un dialogue social de qualité et de conduire des études d'impact des changements, donnant lieu à des plans d'actions ;
- des formations sur les fondamentaux du management et sur l'évaluation et la prévention des risques psychosociaux en établissement ;
- un dispositif de prévention et de traitement des situations en lien avec le harcèlement moral et le harcèlement sexuel (depuis 2014) ;
- un dispositif d'écoute et d'accompagnement

psychologique par téléphone, déployé sur tout le territoire avec un numéro pour tous les collaborateurs et un numéro spécifique pour les managers et les acteurs RH.



FORMATION SUR LA PRÉVENTION ET LA GESTION DES INCIVILITÉS ET DES AGRESSIONS – LA POSTE
Nombre de personnes formées.

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

Voir page 119 « Achats responsables et relations durables avec les fournisseurs ».

Suivi médical

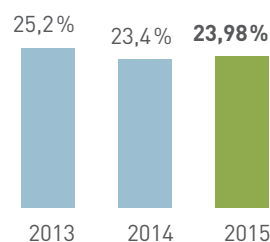
Pour satisfaire à l'obligation de convoquer en visite médicale tous les deux ans chaque collaborateur, l'animation des équipes médicales a été renforcée. Fin 2015, La Poste comptait 147 médecins du travail, 143 infirmiers en santé au travail, 112 collaborateurs chargés du secrétariat médical.

88,5%

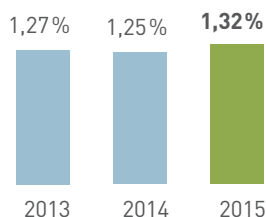
des collaborateurs avaient bénéficié d'une visite médicale depuis moins de deux ans à la fin de l'année 2015.

Performances en matière de santé et sécurité au travail – La Poste

Après une baisse entre 2013 et 2014, le taux de fréquence des accidents du travail, soit le nombre d'accidents du travail (hors trajet domicile-travail) par million d'heures travaillées, enregistre une légère augmentation.



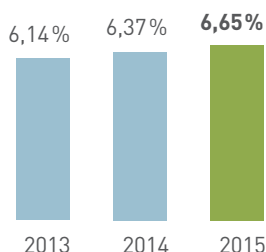
TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL – LA POSTE



TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL – 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 également connu une légère hausse en 2015.

Les accidents du travail les plus nombreux sont les chutes, les accidents de manutention, les heurts et chocs et les accidents de la circulation. La hausse de ces indicateurs enregistrée en 2015 est principalement due à la recrudescence des accidents de la circulation en véhicules deux-roues motorisés, véhicules dont la suppression totale est programmée mais dont le rappel par le constructeur des Quadéo et des Staby® en 2015 a augmenté temporairement l'utilisation. Les politiques de prévention de l'accidentologie ont porté leurs fruits sur les autres causes.



TAUX D'ABSENTÉISME POUR MALADIE – LA POSTE

Le taux d'absentéisme a continué de croître au sein de La Poste en 2015. Les congés maladie de longue durée (supérieurs à 30 jours) ont représenté 73% des jours d'absence pour maladie en 2015. Leur durée a oscillé entre 31 jours et 90 jours dans 16,5% des cas. Un plan de prévention santé sera négocié en 2016.

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 la prévention des accidents, des nouveaux programmes de formation à la prévention pour les managers, les préventeurs, les acteurs des services santé et sécurité au travail, l'absentéisme,

le compte personnel de prévention de la pénibilité... Les filiales françaises appliquent le droit du travail français, tandis que les filiales étrangères, implantées principalement en Europe de l'Ouest et dans l'Union européenne, se conforment à la législation de leur pays.

Politique d'évolution professionnelle, de formation et de promotion

Le pacte social qui accompagne le projet stratégique du Groupe « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » place l'évolution professionnelle et la formation au cœur des politiques de gestion des ressources humaines.

Évolution professionnelle

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 : mobilité interne, géographique ou fonctionnelle, mobilité vers les fonctions publiques, création d'entreprises ;
- de fidéliser les collaborateurs en leur offrant davantage de perspectives d'évolution professionnelle ;
- d'accompagner la modernisation de l'entreprise en permettant la mobilisation des compétences là, où et quand elles sont nécessaires ;
- de consolider une gestion des ressources humaines par les compétences.

En octobre 2015, La Poste a notamment organisé pour la troisième 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.

1100

manifestations, conférences, rencontres et ateliers,
sur tout le territoire et dans toutes les branches.

Chaque collaborateur bénéficie d'un entretien professionnel tous les ans avec son manager direct, a minima tous les six ans avec un acteur RH spécialisé ou à tout moment à sa demande.



Mobilité interne

La Poste souhaite développer les opportunités d'évolution professionnelle au sein du Groupe. À ce titre, elle met en œuvre diverses actions :

- elle a déployé en 2014 une nomenclature qui regroupe l'ensemble des fonctions exercées dans l'entreprise en métiers, filières et familles professionnelles communes à l'ensemble de ses activités. Ce référentiel commun facilite la construction de parcours professionnels à l'échelle de toute La Poste et le développement de travaux de gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences ;
- elle permet à ses collaborateurs d'être acteurs de leur projet professionnel en créant et en renforçant les conditions de leur prise d'initiative : règles de mobilité interne, bourse d'emplois accessibles à tous sur intranet et Internet, développement d'un réseau de conseillers répartis dans les différentes branches de l'entreprise, site dédié à l'évolution professionnelle. À ce titre, l'année 2015 a vu l'expérimentation et la décision de généralisation des espaces mobilité Groupe qui contribuent, au niveau régional, à l'évolution professionnelle des postiers. De même, en 2015, la décision a été prise de généraliser dans l'ensemble des services de La Poste SA la fonction de conseiller en évolution professionnelle (260 conseillers en cible, en 2017) ;
- elle poursuit le développement de parcours professionnels croisés entre ses branches et ses domaines professionnels. Ainsi, en 2015, 1324 collaborateurs ont réalisé une mobilité d'une branche vers une autre (contre 1387 en 2014).

1324

collaborateurs ont réalisé une mobilité interbranche en 2015.

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 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. En 2015, La Poste a accompagné 222 mobilités de collaborateurs vers les fonctions publiques. 98 % se déclarent satisfaits ou très satisfaits de leur évolution professionnelle.

222

mobilités vers les fonctions publiques en 2015.

Création d'entreprises

La Poste conduit une politique active d'accompagnement des projets d'entrepreneuriat exprimés par ses collaborateurs (création ou reprise d'une activité économique), au travers de mesures spécifiques : 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 post-crédation et un droit au retour organisé.

175

collaborateurs ont pu créer ou reprendre une entreprise en 2015.

Mobilité vers l'économie sociale et solidaire

La Poste et l'ESS se sont engagées dans un partenariat porteur d'opportunités : l'Alliance dynamique, lancée en octobre 2014, dont un des volets vise à faciliter les projets professionnels des postiers exprimés en direction des structures de l'ESS (cf. chapitre 8).

Dans ce cadre, La Poste accompagne désormais de plusieurs façons les projets professionnels des postiers : accompagnement à la création d'une structure de l'ESS, engagement en fin de carrière dans une cause d'intérêt général ou encore projet d'évolution professionnelle vers une structure de l'ESS.

En 2015, 70 collaborateurs porteurs d'un projet d'évolution vers l'ESS, dont 27 dans le cadre d'un mécénat de compétences de fin de carrière, ont fait aboutir leur projet.

Formation

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. Pilier de l'évolution professionnelle, la formation est plus que jamais perçue comme un investissement pour l'avenir et répond à un double enjeu :

- **un enjeu économique : accompagner le développement des compétences** nécessaires à l'évolution de l'entreprise, répondre aux exigences du marché et des clients, facteur clé de compétitivité ;

- **un enjeu social : répondre aux attentes individuelles** des collaboratrices et des collaborateurs en matière de parcours professionnel.

Une priorité particulière est accordée aux objectifs suivants :

- accompagner les évolutions professionnelles et les projets professionnels individuels ;
- poursuivre la politique volontariste engagée depuis 2013 pour 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 ;
- contribuer au développement des savoirs fondamentaux et favoriser le développement des compétences, notamment des compétences numériques.

Les programmes de formation

Quatre grands programmes de formation ont été engagés.

Un programme de 50 000 parcours qualifiants avec certification interne entre 2015 et 2020, dont 6 600 dès 2015, pour développer les compétences clés et favoriser les projets professionnels des postiers.

Un programme de formation au numérique avec une offre « Tous numériques ! » en déploiement depuis septembre 2015 pour permettre à tous les postiers de se développer sur les enjeux de l'innovation et renforcer leurs compétences numériques en fonction de leurs besoins.

Un programme de développement managérial, porté par l'institut du management du Groupe, lancé en janvier 2014, avec une offre à la fois individuelle et collective pour les 20 000 managers du Groupe et des actions spécifiques pour les nouveaux managers.

Un programme d'accompagnement aux formations individuelles avec notamment la mise en place de l'entretien professionnel réalisé tous les ans, la mise en œuvre du compte personnel de formation (CPF) et des expérimentations sur la valorisation des acquis de l'expérience (VAE) collective.

En 2015, pour la troisième année consécutive, le taux d'accès à la formation a été important avec plus de huit collaborateurs sur dix ayant bénéficié d'au moins une formation et neuf collaborateurs sur dix ayant bénéficié d'une formation durant les deux dernières années.

9

collaborateurs sur 10 ont bénéficié d'une formation dans les deux ans.

La formation à La Poste

Indicateurs			La Poste	La Poste, La Banque Postale, DPD France, Chronopost et Mediapost
	2013	2014	2015	2015
Nombre total d'heures de formation⁽¹⁾	5 120 801	4 663 617	4 476 017	4 673 065
Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation dans l'année⁽²⁾	78%	77%	81%	78%
Dépenses de formation en pourcentage de la masse salariale	3,6%	3,5%	3,9%	NC

(1) Nombre total d'heures de formation internes ou externes suivies par l'ensemble du personnel (effectif total présent au cours de l'année y compris les alternants). Les heures de formation des CIF, CFP, VAE et bilans de compétences ne sont pas prises en compte en tant qu'actions de formation. Les formations sont comptabilisées dans l'année où elles se terminent.

(2) La base des collaborateurs correspond aux effectifs moyens desquels sont exclus les effectifs absents depuis plus de six mois.

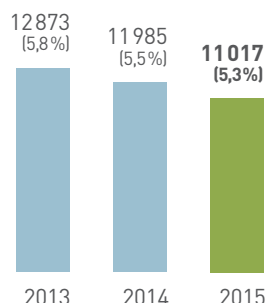


La politique de promotion

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 2015, 11 017 collaborateurs ont bénéficié d'un de ces trois dispositifs de promotion, soit un taux de promotion de 5,3%.



NOMBRE DE COLLABORATEURS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UNE PROMOTION (TAUX DE PROMOTION)

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 et est notamment déployé à travers un réseau de référents diversité dans les structures territoriales.

La lutte contre les discriminations et promotion de toutes les diversités dans l'entreprise

Signataire de la charte de la diversité depuis 2006, elle dispose d'un référentiel de déontologie et d'un règlement intérieur de l'entreprise qui précisent ses engagements du Groupe en matière de lutte contre les discriminations. Le Groupe La Poste s'est également doté d'une charte de recrutement en 2010. À travers cette charte, le Groupe s'engage notamment en matière d'égalité des chances, de considération de toutes les candidatures, d'objectivité et de respect dans le cadre des recrutements.

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 ans. 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. Par ailleurs, La Poste sensibilise à la diversité l'ensemble de ses collaborateurs. En 2015, une campagne de communication particulièrement remarquée sur la diversité a été mise en place pendant la Semaine du handicap.

100 %

des cadres supérieurs nommés en 2015 ont été formés à la diversité et à l'égalité des chances.

NOMBRE TOTAL D'INCIDENTS DE DISCRIMINATION ET MESURES PRISES

Nombre de plaintes déposées auprès du médiateur national défenseur des droits concernant :

- le handicap (1 en 2015, 3 en 2014) ;
- la santé (1 en 2015, 2 en 2014, dont 1 sur la grossesse) ;
- les syndicats (0 en 2015, 1 en 2014) ;
- l'origine ethnique (0 en 2015, 1 en 2014) ;

En 2015, la médiatrice de la vie au travail a traité 195 cas dont entre 15% et 20% portaient sur le handicap. L'item « racisme » est apparu dans et au cours du traitement d'un dossier dans les Dom. L'ensemble de ces saisines ont été traitées ou sont en cours de traitement, la faiblesse du nombre de cas montre la pertinence des plans d'actions engagés. G4-HR3

Emploi et insertion des travailleurs en situation de handicap ou d'invalidité

La Poste met en œuvre une politique volontariste en faveur de l'emploi et du développement professionnel des personnes en situation de handicap ou d'invalidité. En mai 2015 a été signé le sixième accord en faveur de l'emploi des collaborateurs en situation de handicap, sur la période 2015-2017.



François James, conseiller sourd, au service consommateurs de La Poste à Caen.

Le nouvel accord, qui porte sur trois ans (2015-2017), comporte les mesures suivantes :

- donner la priorité au maintien dans l'emploi des personnels en situation de handicap. 46 % d'une enveloppe prévisionnelle de 23 millions d'euros y seront consacrés sur la période (le reste étant consacré à la formation, à l'accessibilité numérique et au pilotage humain de l'accord lui-même) ;
 - continuer à faire progresser le taux de bénéficiaires de l'obligation d'emploi (BOE). L'entreprise compte aujourd'hui plus de 9 000 collaborateurs avec une reconnaissance du handicap. Les actions menées lors du précédent accord ont permis à La Poste d'atteindre un taux de BOE de 5,1 % en 2015 (contre 4,1 % en 2014 et 3,7 % en 2013).
 - recruter 350 personnes en situation de handicap afin de continuer à se rapprocher du taux cible de 6 % d'emploi de travailleurs handicapés. À fin 2015, 147 recrutements ont d'ores et déjà été effectués, dont 60 en CDI, et 87 en alternance ou en CDD d'une durée de six mois et plus ;
 - poursuivre le développement du recours à des entreprises du secteur adapté et protégé, avec un objectif de plus de 35,5 millions d'euros hors taxes de prestations réalisées en trois ans ;
 - la mise en place d'un temps partiel aménagé senior (TPAS) spécifique aux personnes BOE à des conditions plus favorables concernant l'âge et le temps libéré.
- Le Groupe s'appuie sur un réseau national de référents handicap pour la mise en œuvre de ses actions.

97 % 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, le taux de bénéficiaires de l'obligation d'emploi était de 2,97 % des collaborateurs en 2015.

5,1%

de bénéficiaires de l'obligation d'emploi à La Poste en 2015.

Égalité femmes-hommes

2015 : Signature du sixième accord égalité

Signataire du Pacte mondial des Nations unies et de l'engagement des PDG pour l'égalité femmes-hommes dans le monde, La Poste a signé en 2015 le sixième accord égalité qui porte sur la période 2015-2017. Cet accord vise à 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 conciliation vie professionnelle-vie personnelle. Par ailleurs, La Poste est également signataire de :

- la charte de la parentalité, depuis 2008 ;
- d'une convention cadre pour la féminisation des instances de gouvernance signée le 9 avril 2013 avec 16 autres grands groupes et la ministre des Droits des femmes.

Sa politique active en matière d'égalité femmes-hommes permet à La Poste d'afficher en 2015 :

- un taux de 52 % de femmes dans l'entreprise et 30 % de femmes parmi les cadres dirigeants ;
- des recrutements en CDI proches de l'équilibre avec 45 % de recrutements féminins en 2015 au sein de La Poste ;
- un écart salarial globalement très faible entre les femmes et les hommes et qui se réduit : 3 % d'écart en défaveur des postières fonctionnaires et de 0,5 % d'écart en défaveur des postières salariées en 2015. L'écart chez les fonctionnaires est principalement dû à un écart d'ancienneté historique entre les hommes et les femmes.

54%

taux des promotions à La Poste obtenues par des femmes.



Part des femmes membres du comité de management du Groupe

Indicateur	2013	2014	2015
Part des femmes au sein du comité du management ⁽¹⁾	31,41 %	31,32 %	30,15 %

(1) Les membres du comité du management sont titulaires des fonctions stratégiques de La Poste et de ses filiales françaises, telles que définies par le comité exécutif du Groupe.

Écart de rémunération entre les femmes et les hommes

Indicateur	La Poste			La Poste, La Banque Postale, DPD France, Chronopost et Mediapost
	2013	2014	2015	2015
Fonctionnaires ⁽¹⁾	-3,1 %	-3,1 %	-3,2 %	
Salariés	-1,2 %	-0,9 %	-0,5 %	-3,3 %

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

Au sein de Mediapost, les femmes représentent 39 % de l'effectif total. Entre 2011 et 2015, la part des femmes cadres dans la filiale est passée de 38 % à 42,9 %. La Banque Postale emploie 61,8 % de femmes. En 2015, 55,8 % de ses cadres étaient des femmes.



Un guide de la parentalité a été élaboré pour les postiers, il est remis notamment aux femmes enceintes et aux futurs parents.

La prise en compte de la parentalité



La Poste, signataire de la charte de la parentalité, a intégré, comme un de ses engagements principaux, la mise en avant de la parentalité dans la vie professionnelle. La parentalité est prise en compte depuis l'annonce de la grossesse et concerne aussi bien les pères que les mères.

L'accord du 3 juillet 2015 en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes prévoit des aides financières spécifiques pour les familles monoparentales ainsi qu'un accès facilité aux formations. Les contraintes particulières des parents élevant des enfants en situation de handicap sont également prises en compte par des mesures d'aide ou des facilités spécifiques d'absence. Par ailleurs, il existe des prestations d'action sociale permettant la prise en charge des frais de garde des enfants de moins de six ans, avec des compléments pour garde en horaire décalé. La Poste offre également aux postiers une prestation de soutien scolaire via une plate-forme externe.

Gestion des âges et 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 et a signé le 22 janvier 2014 un accord avec les organisations syndicales sur le sujet. Ce contrat de génération, qui prévoit une attention accrue aux échanges entre générations et à l'équité intergénérationnelle, vise à répondre à trois enjeux :

- l'insertion durable des jeunes dans l'emploi ;
- le maintien dans l'emploi et le recrutement des seniors ;
- la transmission des savoirs et des compétences.

Par ailleurs, La Poste s'est engagée en novembre 2014 avec Valeurs et développement⁽¹⁾ et IMS-Entreprendre pour la cité⁽²⁾, aux côtés d'autres grandes entreprises, pour lancer 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 de réaliser un comparatif interentreprise en 2016.



Le Groupe favorise l'équité intergénérationnelle.

La politique d'emploi en faveur des jeunes

Voir page 81.

Politique de rémunération globale

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. La Poste recherche donc 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 professionnels. 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.

L'ANNÉE 2015 A ÉTÉ MARQUÉE PAR LA SIGNATURE DE PLUSIEURS ACCORDS DANS LE DOMAINE DES RÉMUNÉRATIONS

- un accord salarial pour l'année 2015 ;
 - un accord portant sur l'évolution des grilles indiciaires des agents fonctionnaires. En cohérence avec les évolutions au sein de la fonction publique et face au gel du point de la fonction publique, cet accord permet une revalorisation ciblée de ces rémunérations ;
 - un accord portant sur la création du complément de rémunération, clair et équitable, qui prend la place d'un dispositif interne ancien et complexe. Cela renforce la modernité du système de rémunération de l'entreprise et la confiance du personnel dans celui-ci.
- Ces accords illustrent une dynamique d'évolution des rémunérations, positive et équilibrée, en accompagnement et en appui des évolutions de l'entreprise.

(1) Cabinet traitant des questions RH, notamment de diversité.

(2) IMS-Entreprendre pour la cité, présidée par Jean-Paul Bailly, président d'honneur du Groupe La Poste, accompagne l'engagement sociétal des entreprises.



Intéressement

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 2015, pour trois ans. L'intéressement est désormais proportionnel au résultat d'exploitation du Groupe et donc en lien plus direct avec l'action de chaque collaborateur. Afin de sensibiliser les personnels à la progression du résultat, un bonus de performance est en outre distribué si les résultats sont supérieurs au budget de l'année approuvé par le conseil d'administration. L'intéressement permet ainsi de valoriser les efforts accomplis et de développer l'association des personnels à la bonne marche et aux résultats de l'entreprise. Au titre de l'exercice 2015, il s'est élevé à La Poste à 81,3 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.

Participation des salariés aux résultats

Il n'existe pas à ce jour à La Poste de dispositif de participation des salariés aux résultats. Voir la page 255 du document de référence du Groupe La Poste pour plus d'informations.

Le Groupe La Poste compte

76 764

personnes adhérentes aux dispositifs d'épargne salariale Groupe au 31 décembre 2015, soit une progression de 2,8% par rapport à 2014.

La Poste maison mère compte

67 644

adhérents pour un encours total de 601 millions d'euros au 31 décembre 2015.

44,3%

part de l'investissement socialement responsable dans les encours de l'épargne salariale (PEG/Perco).

Rémunérations au sein du Groupe La Poste

Indicateurs	La Poste			La Poste, La Banque Postale, DPD France, Chronopost et Mediapost
	2013	2014	2015	2015
Rémunération brute annuelle en moyenne ⁽¹⁾	28 603 €	28 911 €	29 368 €	29 660 €
Évolution N/N-1	+1,8%	+1,08%	+1,58%	+1,93%
Ration du salaire moyen par rapport au salaire du président	15,73	15,56	15,32	15,17
Montant versé au titre de l'intéressement sur les résultats de l'exercice	73,6 M€	84,2 M€	81,3 M€	96,0 M€
Nombre de collaborateurs détenant un PEG et/ou un Perco ⁽²⁾	62 452	64 715	67 644	78 817
Abondement net versé par l'entreprise	16,4 M€	16,6 M€	18,3 M€	20,7 M€
Part de l'investissement socialement responsable dans les encours de l'épargne salariale (PEG/Perco)	47,0%	45,36%	44,31%	36,30%

(1) L'indicateur est calculé sur la base des rémunérations fixes brutes versées. La rémunération moyenne intègre les éléments de rémunération à périodicité mensuelle hors primes variables. L'effectif pris en compte est l'effectif moyen en ETP de l'année.

(2) La Poste et certaines filiales dont Mediapost SAS adhèrent au plan d'épargne Groupe (PEG) et au plan d'épargne retraite collectif du Groupe (Perco). La Banque Postale possède ses propres plans d'épargne salariaux (PEG et Perco).

Relations, protection et action sociales

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.

Depuis 2002, La Poste recrute ses nouveaux collaborateurs sous statut de droit privé. Le nombre des collaborateurs régis par les statuts de la fonction publique est en réduction constante et s'établit fin 2015 à 38,4% de l'effectif de l'ensemble du Groupe.

Selon l'article 29 de la loi du 2 juillet 1990, les personnels fonctionnaires de La Poste sont régis par des statuts particuliers pris en application de la loi n° 83-634 du 13 juillet 1983 portant droits et obligations des fonctionnaires et de la loi n° 84-16 du 11 janvier 1984 portant dispositions statutaires relatives à la fonction publique de l'État.

Selon l'article 31 de la loi du 2 juillet 1990, l'emploi des agents contractuels est soumis au régime des conventions collectives.

La loi n° 2010-123 du 9 février 2010, relative à l'entreprise publique La Poste et aux activités postales, n'a pas modifié les dispositions préexistantes relatives au statut des personnels.



Depuis 2002, La Poste recrute ses nouveaux collaborateurs sous statut de droit privé.



Dialogue social et représentation du personnel

La Poste a, de par la loi et compte tenu du double statut des personnels, un régime particulier de représentation des personnels à l'intérieur de l'entreprise.

Institutions représentatives du personnel à La Poste (IRP)



REPRÉSENTATION DU PERSONNEL, RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES SOCIAUX

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.

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 élections professionnelles

Les élections professionnelles ont lieu tous les quatre ans : les dernières se sont tenues en décembre 2014. Lors de ce scrutin, les collaborateurs ont élu leurs représentants aux comités techniques (CT), commissions administratives paritaires (CAP) ou commissions consultatives paritaires (CCP), tant au niveau national qu'au niveau local.

Le taux de participation à l'élection des représentants au CT national s'est élevé à 75,63 %, un taux stable et élevé qui reflète l'attachement collectif des postiers

au bon fonctionnement de la démocratie sociale.

Les représentants du personnel aux CT sont directement élus 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 1^{er} février 2015, pour une durée de quatre ans.

Résultats des élections des représentants du personnel au comité technique national. 4 représentants élus CGT, 3 CFDT, 3 SUD, 3 FO, 2 CFTC-CGC-Unsa.

Nombre de jours perdus pour fait de grève

Indicateur	La Poste			La Poste, La Banque Postale, DPD France, Chronopost et Mediapost
	2013	2014	2015	2015
Nombre de jours perdus pour fait de grève ⁽¹⁾	143 844	156 850	124 734	124 982

(1) Il s'agit du nombre de jours d'arrêt de travail du fait de grèves nationales ou locales issu du système de paie. Il est donc restreint aux jours de grève non payés.

Négociations et accords

Synthèse des accords signés en 2015

	La Poste	La Banque Postale	DPD France	Chronopost	Mediapost SAS
Nombre total d'accords sociaux signés (y compris avenants)	11	4	2	6	7

Accords et avenants nationaux signés en 2015 à La Poste

11 accords et avenants nationaux ont été signés en 2015 par La Poste et les organisations syndicales représentatives au niveau national, dont un accord unanime sur l'évolution des grilles indiciaires des fonctionnaires de La Poste :

- accord social « Un avenir pour chaque postier » (CFDT, FO, CFTC-CGC-Unsa) le 5 février 2015 ;
- accord social sur l'institution du « complément de rémunération » à La Poste (CGT, CFDT, CFTC-CGC-Unsa) le 5 février 2015 ;
- accord social unanime sur l'évolution des grilles indiciaires des fonctionnaires de La Poste (CGT, CFDT, SUD, FO, CFTC-CGC-Unsa) le 5 février 2015 ;
- accord salarial pour l'année 2015 (CFDT, FO, CFTC-Unsa) le 12 mars 2015 ;
- avenant convention commune (CFDT, FO, CFTC-Unsa) le 12 mars 2015 ;
- avenant de révision n° 1 à l'accord sur l'application de l'aménagement et de la réduction du temps de travail aux cadres de La Poste du 4 avril 2000 (CFDT, FO, CFTC-CGC-Unsa) le 27 mars 2015 ;

- sixième accord en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap à La Poste (CFDT, FO, CFTC-CGC-Unsa) le 26 mai 2015 ;
- accord d'intéressement 2015-2017 (CFDT, FO, CFTC-CGC) le 26 juin 2015 ;
- accord « Égalité professionnelle entre les femmes et les hommes à La Poste » (CGT, CFDT, FO, CFTC-CGC-Unsa) le 3 juillet 2015 ;
- accord relatif au management commercial (CGT, CFDT, FO, CFTC-CGC-Unsa) le 15 juillet 2015 ;
- accord « Avenir des métiers bancaires des centres financiers et nationaux » (CFDT, FO, CFTC-CGC-Unsa) le 17 décembre 2015.

Ces accords sont le fruit d'un dialogue social avec toutes les organisations syndicales représentatives et impulsent une nouvelle dynamique : la signature majoritaire de ces accords 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.



Suivi des engagements pris dans les accords en vigueur en 2015

L'ensemble des accords précités font l'objet d'une commission de suivi qui se réunit au moins 1 fois par an. Cette commission donne lieu à une présentation de la mise en œuvre des dispositions aux organisations syndicales signataires.

Avantages sociaux

Régime de retraite



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.

Couverture sociale complémentaire

Par accord du 19 mai 2006, un régime collectif obligatoire de prévoyance complémentaire et de prise en charge des frais de santé est en place depuis l'année 2007 pour les personnels salariés. Un dispositif de cotisations organise sur l'ensemble du régime une solidarité en faveur des familles et des plus bas revenus.

Pour les personnels fonctionnaires, un régime de remboursement de frais de santé est en place depuis le 1^{er} 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 (article 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 1^{er} octobre 2013.

La gestion des activités sociales

L'offre sociale, proposée à tous les personnels de La Poste SA⁽¹⁾, représente un budget total de plus de 209,2 millions d'euros en 2015 et couvre principalement quatre secteurs :

- l'offre de restauration, composée de restauration collective et de titres-restaurant (moyenne de 97 000 bénéficiaires par jour) ;
- les activités culturelles et de loisirs ;
- l'aide à l'enfance et à la jeunesse se matérialise par des aides pour la garde d'enfants, pour les séjours en centres de vacances ainsi que par une aide au soutien scolaire ;
- les actions d'entraide et de solidarité, 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 (45 600 bénéficiaires), des allocations de scolarité et des chèques emploi service universel (CESU) préfinancés.

La gestion des activités sociales est prise en charge par le Conseil d'orientation et de gestion des activités sociales (Cogas), 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). Il est présidé par le président de La Poste ou son représentant.

(1) 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.

Répartition des dépenses en matière d'activités sociales

(en millions d'euros)	2014	2015	en %
Restauration et secteur économique	97,8	96,8	46,3%
Dont titre-restaurant	34,5	35,5	17,0%
Activités culturelles et de loisirs	44,8	43,6	20,9%
Enfance	41,7	40,6	19,4%
Prévoyance et solidarité	15,6	15,4	7,3%
Gestion et frais de structure	13,2	12,8	6,1%
TOTAL	213,1	209,2	100%
Montant moyen par collaborateur (en euros)	1 015	1 033	

Aide au logement et à la mobilité

La politique de logement du Groupe fait l'objet depuis 2006 de négociations successives qui se sont traduites par des accords unanimes signés par toutes les organisations syndicales. Cette politique permet à La Poste de développer une offre adaptée aux besoins spécifiques de ses personnels (typologie des logements, localisations, priorisation de l'attribution des logements suivant des critères spécifiques liés à des contraintes professionnelles...). Plus de 24 000 postiers ont bénéficié de l'attribution de logements sociaux depuis 2006.

En 2015, près de 2 500 postiers ont pu accéder à un logement locatif social et plus de 5 000 à des prestations dans le domaine du logement (accompagnement social, cautionnement, aides financières, etc.).



Nathalie Leplat, responsable au bureau de Labourse, a bénéficié des prêts d'accèsion à la propriété du 1 % logement, complémentaires au prêt principal.

LA VOITURE POSTALE, UNE SOLUTION DE LOCATION DE COURTE DURÉE POUR LES COLLABORATEURS DU GROUPE

La Poste dispose de nombreux véhicules immobiles le samedi après-midi et le dimanche ainsi que certains après-midi de semaine. Lancée en mars 2014, La Voiture

Postale est une solution de location de courte durée d'un véhicule à faibles émissions en réponse à des besoins ponctuels : un véhicule utilitaire pour un déménagement, un véhicule léger pour un week-end, etc. Une vingtaine de véhicules répartis sur 14 établissements pilotes peuvent être loués par les postiers lorsqu'ils sont disponibles.



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

- P.100 Quatre engagements forts pour lutter contre le changement climatique et favoriser la transition énergétique
 - 102 Consommations d'énergie et empreinte carbone du Groupe La Poste
 - 104 Une démarche de management du carbone en quatre phases
 - 104 La réduction de l'empreinte carbone et des pollutions locales grâce à l'écomobilité et à la logistique urbaine
 - 110 La réduction de l'empreinte carbone des bâtiments
 - 112 Réduire l'empreinte carbone liée aux systèmes d'information et de communication
 - 113 Contribuer à l'essor de l'économie circulaire
 - 115 Préserver la biodiversité

En France, l'État a fait de la transition énergétique et du développement des énergies renouvelables des priorités nationales. 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, privilégier une énergie issue de sources renouvelables et compenser les émissions de gaz à effet de serre liées à une grande partie de l'offre de produits et services 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, véritable relais de croissance à l'image des services de mobilité responsable ou de logistique inversée.

C'est pourquoi la transition énergétique constitue un axe prioritaire fondamental de la politique 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.

Engagement	Objectifs pour 2020 ⁽¹⁾	Avancement au 31/12/2015	
Exemplarité dans le domaine du climat et des polluants atmosphériques	Réduction des émissions de GES des activités de La Poste de 15% par rapport à 2013	À fin 2015, réduction de 8% par rapport à la performance de 2013	↗
	Détention d'une des premières flottes mondiales de véhicules électriques dont 10 000 véhicules utilitaires légers	À fin 2015, Le Groupe La Poste détient 5 576 véhicules électriques utilitaires légers et reste le détenteur d'une des premières flottes mondiales	↗
	Desserte des 15 principales métropoles françaises par des dispositifs à faibles émissions	À fin 2015, une métropole est délivrée par des dispositifs à faible émission, une deuxième est lancée début 2016	↗
	Approvisionnement en électricité 100% renouvelable à horizon 2020 sur le périmètre des bâtiments gérés par Poste Immo	Deux tiers des consommations électriques sont couvertes depuis le 1 ^{er} octobre 2015 L'achat de garanties d'origine renouvelable couvre les consommations jusqu'au 31 décembre 2018	*



Progression en ligne avec l'objectif fixé



Objectif dépassé

(1) Ces objectifs ont été complétés à fin 2015 par l'engagement de GeoPost de réduire de 10% entre 2013 et 2020 les émissions de GES par colis transporté sur le périmètre de l'express et ses filiales incluant ses propres activités et celles sous-traitées (scopes 1, 2 et 3).



Quatre engagements forts pour lutter contre le changement climatique et favoriser la transition énergétique

Pour mettre en œuvre ces objectifs, le Groupe s'appuie sur les plans d'actions de ses branches et a mis en place trois programmes transversaux, les « projets prioritaires communs », dont la mission est de catalyser les compétences et de permettre les synergies nécessaires pour apporter des réponses concrètes et efficaces aux

enjeux du Groupe dans la société en mutation. Ces trois projets prioritaires communs sont détaillés dans ce document aux pages suivantes : transition énergétique (page 101), logistique urbaine (page 109), modernisation de l'action publique (page 118).

LE GROUPE LA POSTE, PARTENAIRE DE LA CONFÉRENCE PARIS CLIMAT 2015 (COP21)

Du 30 novembre au 12 décembre 2015, la COP21 s'est tenue afin d'obtenir un accord international pour la préservation du climat. Le Groupe La Poste s'est fortement engagé dans la préparation de cet événement et pendant son déroulement.

En amont, le Groupe a édité le timbre officiel (éco-conçu) de la conférence et une série *collector* de huit timbres sur le thème du climat, et a fait la promotion de la conférence à travers le marquage de véhicules, d'emballages colis, de boîtes aux lettres. Le Groupe a également participé à de nombreux événements tels que ceux organisés par Solutions COP21 (groupes de travail, événements, partenariats médias), EcoAct (quatre conférences sur le climat), le Conseil économique, social et environnemental, Sciences Po Paris (simulation de la conférence lors du *Make it Work*), etc.

Pendant la conférence, La Poste était présente dans la zone des négociations au Bourget : un bureau de poste temporaire proposait des prestations de services (courrier, change...) à l'usage des délégations.

En partenariat avec ArjoWiggins, le Groupe a fourni le papier recyclé support de la conférence, mais aussi collecté, trié et recyclé le papier usagé. Dans le cadre de son partenariat avec Solutions COP21, La Poste était également présente au Grand Palais avec un stand pédagogique présentant ses solutions pour le climat.

Le Groupe a pris part à la journée dédiée au transport dans le cadre de la conférence : *Transport Day* du 6 décembre 2015 et est signataire aux côtés d'autres grandes entreprises de la déclaration universelle en faveur de l'électromobilité.

La COP21 a également été l'occasion pour le Groupe de s'engager formellement dans certaines initiatives majeures au service du climat.

Il a notamment rejoint l'initiative RE100 (voir page 111), publié ses objectifs sur la plate-forme Nazca (registre des engagements pris par les entreprises en marge des conférences de Lima et de Paris) et signé le manifeste français pour le climat aux côtés de 39 entreprises – une initiative du ministère français des Affaires étrangères.



Bureau de poste temporaire de la COP21 au Bourget.

Les actions mises en œuvre dans le cadre de sa politique climat et transition énergétique et les résultats obtenus par Le Groupe La Poste, ses branches et ses filiales sont décrits en détail dans les pages suivantes.

Le projet prioritaire commun Transition énergétique : mettre les expertises de La Poste au service des mutations de la société

Ce programme concerne la transition énergétique interne du Groupe, largement engagée, et le développement d'offres externes destinées aux clients, à partir de l'expérience acquise par La Poste dans le cadre de sa politique RSE. Cinq domaines ont été choisis.

La rénovation énergétique des bâtiments

La Poste, en se posant en tiers de confiance, propose de sensibiliser et d'accompagner les collectivités territoriales dans leur politique de rénovation des bâtiments situés sur leurs territoires. Plusieurs niveaux d'offres sont prévus avec, par exemple : le ciblage des logements à rénover en priorité ; la sensibilisation des particuliers ; l'accompagnement du particulier dans son parcours de rénovation.



La plate-forme de préparation et de distribution courrier de Saint-Lô, première plate-forme courrier à basse consommation d'énergie.

Le management de l'énergie

Grâce à l'expérience acquise, notamment par la foncière du Groupe, La Poste développe des solutions innovantes autour de la performance énergétique des bâtiments pour des clients entreprises, administrations ou collectivités locales qui gèrent des parcs de bâtiments tertiaires.

L'écomobilité

À partir de l'expérience acquise en interne, le Groupe propose des conseils et des services en mobilité responsable (pilotage des consommations, gestion de flotte, formation, mise en place de plans de mobilité, conseil et gestion de projets en lien avec l'écomobilité).

L'économie circulaire

Grâce à son expertise dans le domaine de la gestion responsable de la ressource papier et de la gestion des déchets, combinée à ses capacités logistiques, le Groupe développe des offres de logistique inversée afin de collecter des matières en vue de leur réutilisation ou de leur recyclage (papier, carton, piles, capsules de café, etc.). Ces offres s'adressent en particulier aux stocks diffus de matières, notamment au sein des PME.



Collecte des capsules Nespresso.

Le financement

Des solutions de financement sont à la disposition des personnes morales et des acteurs du service public local pour financer leurs projets verts.

« Nous voulons que nos clients pensent à nous et à nos solutions. Nous devons créer un réflexe La Poste en matière de transition énergétique. »



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



Consommations d'énergie et empreinte carbone du Groupe La Poste

Consommations d'énergie du Groupe La Poste

Consommation énergétique liée au transport et aux bâtiments en GWh⁽¹⁾

Périmètre : La Poste SA



	2013	2014	2015
Total des consommations d'énergie – La Poste SA	3 131	2 667	2 679
Répartition par type			
Type 1 : consommation directe des moyens loués ou contrôlés, flotte interne de véhicules de transport et de bâtiments	1 360	1 138	1 263
Type 2 : consommation liée à l'électricité et aux réseaux de chaleur	563	535	516
Type 3 : consommation liée aux sous-traitants de transport	1 208	995	901
Répartition par domaine			
Bâtiments ⁽²⁾	1 188	943	993
Transports ^{(1) (3)}	1 943	1 724	1 686

Consommations totales du Groupe



	2013	2014	2015
Total des consommations d'énergie du Groupe La Poste en GWh	6 421	5 977	6 180
Part des consommations de La Poste SA rapportées aux consommations du Groupe	49 %	45 %	43 %

Empreinte carbone du Groupe La Poste

Émissions des GES liées au transport et aux bâtiments en teq CO₂

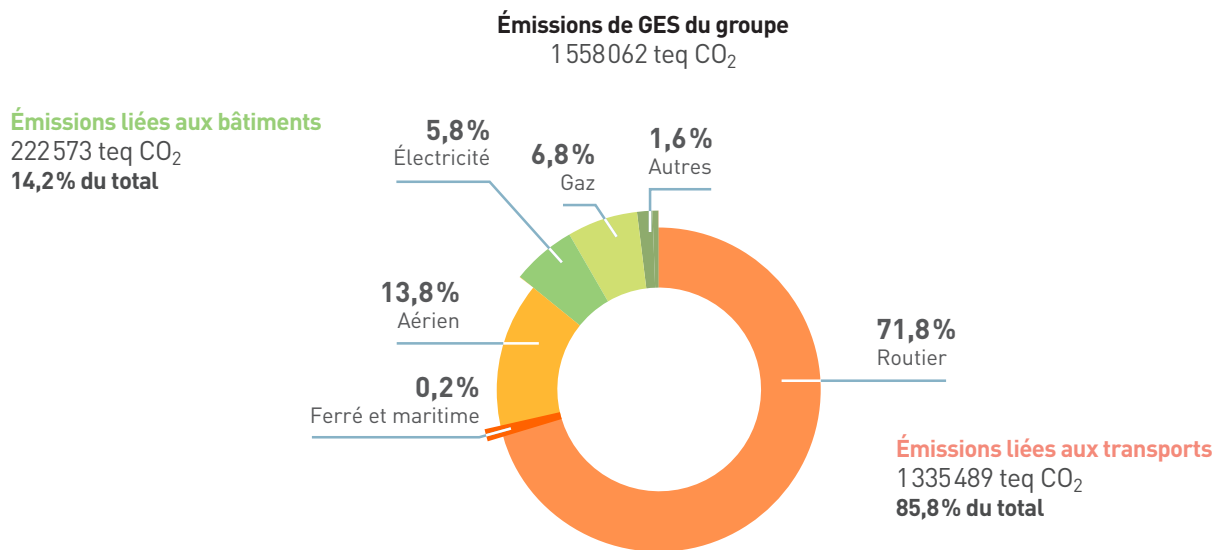
Périmètre : La Poste SA

	2013	2014	2015	Évolution 2015-2014
Total des émissions de GES – La Poste SA	744 048	679 262	663 549	-2 %
Répartition par type				
Type 1 : consommation directe des moyens loués ou contrôlés, flotte interne de véhicules de transport et de bâtiments	312 284	264 742	271 186	2 %
Type 2 : consommation liée à l'électricité et aux réseaux de chaleur	43 491	40 448	40 629	0,4 %
Type 3 : consommation liée aux sous-traitants de transport	388 273	374 072	351 734	-6 %
Répartition par domaine				
Bâtiments ⁽²⁾	178 825	129 258	142 525	10 %
Transports ^{(1) (3)}	565 223	550 004	521 024	-5 %

(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.



RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE GES PAR ORIGINE EN TEQ CO₂ – GROUPE LA POSTE 2015⁽¹⁾

G4-EN6 et EN19

(1) Emissions de GES des types 1 à 3 incluant les sous-traitants de transport et les déplacements professionnels sous-traités des collaborateurs. Les émissions de GES associées aux véhicules électriques sont comptabilisées au niveau des bâtiments.

Émissions totales de GES du Groupe

	2013	2014	2015	2015-2014 Évolution
Émissions de GES totales du Groupe La Poste	1 602 523	1 529 177	1 558 062	2%
Part des émissions de La Poste SA rapportées aux émissions totales du Groupe	46 %	44 %	42 %	



Une démarche de management du carbone en quatre phases

Une démarche de management des émissions de carbone a été mise en place pour l'ensemble des activités du Groupe. Cette démarche se décline en quatre phases.

1. Prévenir : anticiper les émissions de gaz à effet de serre en concevant des offres à faibles émissions de GES ou gaz à effet de serre. Cette phase renvoie aux éléments présentés dans la partie « Les produits et services éco-socio-conçus du Groupe La Poste » en pages 62 à 65.

2. Mesurer l'ensemble des émissions des GES ou gaz à effet de serre liées à ces activités, en mettant en place un suivi et un pilotage efficaces à tous les échelons pertinents (voir aussi pages 102 à 103).

3. Réduire : mettre en œuvre toutes les actions pour réduire l'empreinte carbone liée aux activités de transport, aux consommations d'énergie des bâtiments et outils numériques et à la conception des produits et des services (voir aussi pages 62, 104, 110 et 112).

4. Compenser les émissions de GES ou gaz à effet de serre restantes (voir page 65), grâce au soutien de projets de compensation carbone.

CONTRIBUER À L'OBJECTIF DE RÉDUCTION DE L'INTERNATIONAL POST CORPORATION (IPC)

L'objectif à long terme de réduction de 20% des émissions par lettre ou par colis entre 2013 et 2025 pris par IPC, et auxquels l'ensemble de ses membres contribue, a été approuvé et certifié par le *Science Based Targets* (SBT) et est cohérent et aligné avec les niveaux de réduction

d'émissions requis afin de limiter le réchauffement climatique à 2°C. Le SBT est une initiative conjointe du CDP, du Pacte mondial des Nations unies, du *World Resources Institute* et du WWF qui vise à accompagner les entreprises dans la définition de leurs objectifs climat.



La réduction de l'empreinte carbone et des pollutions locales grâce à l'écomobilité et à la logistique urbaine

G4-EN33

En 2015, Le Groupe La Poste a émis 1335489 teq CO₂ de GES pour ses activités de transport, ce qui représente 85,7% de son empreinte carbone. La réduction des émissions liées au transport est donc un enjeu majeur pour le Groupe, dont une part importante sont issues de la sous-traitance des activités colis et express (pour plus de précision sur l'importance de la sous-traitance, dont les émissions de GES sont estimées à près de 80%, voir page 119).

Ainsi, le périmètre des engagements du Groupe La Poste couvre les scopes 1, 2 et la sous-traitance qui est une partie du scope 3.

- L'engagement à diminuer de 15% les émissions de GES de La Poste SA entre 2013 et 2020 englobe donc les sous-traitants de l'activité du courrier et de colis.
- L'engagement de GeoPost de diminuer de 10% entre 2013 et 2020 ses émissions par colis transporté englobe de la même manière les sous-traitants.
- Dans le cadre de sa signature de la charte « Objectif CO₂ : les transporteurs s'engagent » (voir encadré page 107), La Poste s'est fixée pour objectif de réduire de 6,5% les émissions de GES dont 1,5% est lié à sa sous-traitance sur la période 2014 à 2017.

Les leviers de réduction des émissions de GES et de polluants atmosphériques locaux liés au transport de marchandises

G4-EN30

Le Groupe La Poste, avec plus de 1,4 milliard de kilomètres parcourus par an (hors export), utilise une flotte de plus de 82000 véhicules qui comprend :

- 26 615 vélos, dont 79% sont à assistance électrique ;
- des véhicules motorisés : 7 123 deux-roues motorisés, plus de 62000 véhicules légers et 297 poids lourds.

Transport du Groupe La Poste

L'expérimentation en cours sur les deux sites de Dole et Luxeuil-les-Bains montre déjà une augmentation de l'autonomie de près de 130 kilomètres. Afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre, de polluants atmosphériques et la congestion liées au transport de marchandises, le Groupe La Poste s'appuie sur plusieurs leviers technologique, logistique, comportemental, d'approvisionnement et de normalisation.

1,335

million de tonnes de GES en 2015 liées au transport.

28 581 véhicules électriques (35 % de la flotte) dont :

1 000 chariots de distribution

21 062 vélos à assistance électrique

5 576 voitures et véhicules utilitaires⁽¹⁾



⁽¹⁾ Dont 9 véhicules hybrides.

525 Quadéo ou quadricycles

418 véhicules à 3 roues Staby®





Un levier technologique, par l'intégration croissante de véhicules plus respectueux de l'environnement dans sa flotte interne

Les véhicules électriques et motorisation à faibles émissions

Le remplacement de véhicules thermiques par des véhicules électriques constitue une contribution importante à la réduction des émissions de gaz à effet de serre, des émissions de polluants atmosphériques (notamment particules et NOx) et des nuisances sonores. Le parc du Groupe La Poste fait partie des plus grands parcs de véhicules électriques d'entreprise au monde. Le Staby®, qui permet notamment de remplacer les deux-roues motorisés classiques, permet de meilleures conditions de travail grâce à ses capacités d'emport et sa facilité d'usage. Il permet aussi de diminuer l'accidentologie grâce à sa grande stabilité. Le Groupe s'est fixé pour objectif de supprimer 100% de ses deux-roues thermiques d'ici à fin 2016. L'alimentation des véhicules électriques en électricité garantie d'origine renouvelable accroît le bénéfice écologique de ce choix. Le Groupe expérimente aussi d'autres motorisations plus faiblement émettrices, comme le gaz naturel de ville (GNV), notamment pour les véhicules supérieurs à 3 m³ destinés à desservir les centres-villes.

Plusieurs projets sont menés autour de la propulsion à l'hydrogène en Franche-Comté dans le cadre du développement d'une filière hydrogène régionale :

- **le projet MobyPost** (projet européen), en cours dans les plates-formes de préparation du courrier (PPDC) d'Audincourt et de Lons-le-Saunier, consiste à faire rouler des véhicules électriques fonctionnant à pile à combustible (hydrogène) pour la distribution du courrier, et à produire, stocker et distribuer l'hydrogène sur place grâce à des panneaux solaires installés sur le parking. Aujourd'hui, huit véhicules à pile à combustible (type quad) sont utilisés chaque jour pour la distribution du courrier, avec à ce jour plus de 3 000 kilomètres parcourus ;
- **le projet Mobilhytest** a pour objectif de tester des prolongateurs d'autonomie fonctionnant à l'aide d'une pile à combustible (hydrogène) embarquée dans les Kangoo ZE des facteurs, afin de déployer des véhicules électriques sur des tournées rurales, plus longues. Le rechargement en hydrogène est effectué auprès de partenaires industriels locaux (Solvay et Air Liquide) ;
- enfin, un **camion avec pile à combustible** fonctionnant à l'hydrogène est également à l'essai à Dole dans le cadre d'un partenariat avec Renault Trucks. Ce camion électrique (4,5 tonnes) dispose d'une autonomie doublée grâce à sa pile à combustible (200 km) et est testé pour une année en conditions réelles.

PARTENARIAT DU GROUPE LA POSTE AVEC RENAULT : UNE COOPÉRATION SUR LES NOUVELLES MOBILITÉS

Les deux groupes ont signé un partenariat le 31 octobre 2014 avec l'objectif de collaborer sur des sujets prospectifs indépendamment de leurs relations commerciales. Par le biais de travaux et d'études, les deux groupes développeront des projets pilotes autour de quatre axes majeurs :

- améliorer l'autonomie des véhicules utilisés pour en accélérer le déploiement ;
- rendre plus propres les véhicules circulant en milieu urbain ;
- travailler sur des véhicules électriques de dimensions différentes ;
- participer à la mobilité routière de demain avec l'avènement du véhicule connecté.

Un levier logistique, en optimisant les tournées et les chargements

Évolution des modes de chargement

À fin 2015, 79% des liaisons nationales de l'activité Colis sont réalisées avec le mode de chargement en vrac, contre 72% à fin 2014. Le chargement en vrac permet d'optimiser le volume utile des remorques chargées et une baisse sensible des émissions par colis transporté grâce à la diminution du nombre de remorques nécessaires.

Développement du transport combiné

Pour l'acheminement ou le transport de longue distance aussi, le Groupe développe l'utilisation de moyens de transport à moindre impact. Ainsi, l'activité logistique réduit quand elle le peut l'utilisation du transport aérien et poursuit le recours au transport ferroviaire, notamment le ferroutage avec l'utilisation de caisses mobiles. Ainsi, La Poste développe depuis 2013 les liaisons de ferroutage (combiné rail-route) pour ses produits non urgents (notamment ses offres de marketing direct en J+7). Aujourd'hui, 10 liaisons en combiné rail-route circulent quotidiennement, sur un axe nord-sud. En 2014, la branche Services-Courrier-Colis a décidé de renforcer cette dynamique en lançant la construction d'une nouvelle plate-forme multimodale à Bonneuil-sur-Marne (Val-de-Marne). Ce bâtiment vise à regrouper le courrier en provenance du nord de la France et de le disperser vers les plates-formes logistiques de La Poste partout sur le territoire. Connectée aux différents axes de transport stratégiques, cette plate-forme combine transport routier, fret ferroviaire et, à terme, transport fluvial.

La Poste poursuit le déploiement de caisses mobiles tant pour son activité courrier que pour le transport de colis.

Des tournées de distribution à très faibles émissions

Outre le développement de sa flotte de véhicules propres, La Poste maintient ses tournées piétonnes et à vélo, notamment avec le remplacement progressif des vélos classiques par des vélos à assistance électrique, offrant de meilleures conditions de travail pour les facteurs, améliorant la capacité d'emport et apportant une réponse à l'allongement des tournées observées dans certains territoires (notamment lié au phénomène d'étalement urbain).

Au total, les modes piéton et vélo représentent 36 % des 55 000 tournées facteurs quotidiennes. Les véhicules électriques en représentent plus de 10 %. La Poste affiche donc un total de 46 % de tournées facteur réalisées en modes de transport à très faibles émissions.

Une gestion de la logistique urbaine à faibles émissions

Les actions de gestion de la logistique urbaine sont décrites en page 109.

Un levier comportemental, par la formation des collaborateurs à l'écoconduite et le pilotage des consommations

Depuis 2007, plus de 87 900 collaborateurs de La Poste ont été formés à l'écoconduite.

Véhiposte a développé un ensemble d'outils permettant le pilotage et l'optimisation des charges liées aux 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. Dans les années à venir, l'écoconduite et la gestion de flotte seront assistées et renforcées par le développement de la télématique : la plupart des véhicules neufs aujourd'hui mis sur le marché sont dotés d'un boîtier capable de suivre l'état technique et mécanique du véhicule et les comportements du conducteur et de l'en informer en continu. Véhiposte travaille dans ce sens et prévoit de doter 10 000 véhicules de la flotte du Groupe La Poste de ces technologies d'ici à 2017. En 2015, la branche Services-Courrier-Colis a élaboré et diffusé un guide de réduction des émissions de GES à l'attention des managers territoriaux, en établissement et dans les DSCC. Il les accompagne à identifier les actions de réduction à leur portée, les bénéfices associés et leurs modalités de mise en œuvre.

Un levier approvisionnement, en incluant des critères environnementaux dans le choix des prestataires de transport

Depuis plusieurs années, les cahiers des charges des prestataires de services de transport prennent en compte des critères environnementaux. Ces critères (consommation de carburant, respect des normes européennes, etc.) sont pondérés à plus de 10 % et d'autres critères, comme l'âge du véhicule et la formation à l'écoconduite des conducteurs, 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 le pilotage des émissions de GES liées au transport sous-traité.

LA POSTE, SIGNATAIRE DE LA CHARTE « OBJECTIF CO₂ » DE L'ADEME

Le 18 décembre 2014, La Poste a signé la charte « Objectif CO₂ – Les transporteurs s'engagent » portée par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). La Poste s'est ainsi engagée à réduire ses émissions de GES de 6,5 % d'ici à 2017. Pour ce faire, le Groupe s'appuie sur des plans d'actions 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. Pour sa part, Chronopost a renouvelé son engagement en 2015 en signant pour la troisième fois la charte pour la période 2016-2018.

Un levier normalisation, par le déploiement de systèmes de management

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 de renforcer cette démarche par le déploiement de systèmes de management dont les normes ISO 14001 et AFAQ 26000.

ISO 14001 : 33 sites du Groupe, l'imprimerie des timbres et des valeurs fiduciaires (ITVF), le siège de ColiPoste, ses cinq structures régionales et ses 15 plates-formes colis, 8 sites de Docapost et 3 sites de Sefas sont certifiés ISO 14001. Le système de management de l'environnement (SME) mis en place contribue à la maîtrise opérationnelle des consommations d'énergie, d'eau, à la diminution des déchets et à la prévention des risques de pollution.

EFQM/ISO 26000 (Afnor/EFQM) : 31 entités ont réalisé l'évaluation initiale et quatre ont réalisé leur évaluation de suivi avec succès. Ainsi 97 000 collaborateurs sont impliqués dans la démarche de la branche. Ces évaluations ont été réalisées sous la supervision Afnor/EFQM.

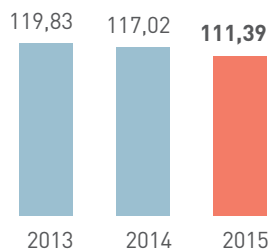


Les leviers de réduction de l'impact environnemental des trajets professionnels

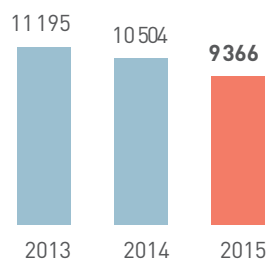
Les déplacements liés aux activités du Groupe ne sont pas les seuls concernés par l'écomobilité : les trajets professionnels et les trajets domicile-travail des collaborateurs, au travers des plans de déplacement d'entreprise (PDE) mis en place, sont également intégrés dans la politique d'écomobilité du Groupe.

Les déplacements professionnels

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 notamment à maîtriser et à réduire les émissions de gaz à effet de serre liées aux déplacements professionnels. Concernant le périmètre France, les voitures de fonction et de service font l'objet d'une gestion par la filiale Véhiposte et par la branche d'activité à laquelle elles sont affectées. Un suivi est réalisé qui permet de piloter finement les kilométrages, les consommations, les émissions de gaz à effet de serre et les coûts, afin de les optimiser.



ÉVOLUTION DU TAUX MOYEN D'ÉMISSION DE GES DU PARC DE VÉHICULES DE FONCTION GÉRÉ PAR VÉHIPOSTE (en geq CO₂ par 100 kms)



ÉVOLUTION DES ÉMISSIONS DE GES LIÉES AUX DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS EN TRAIN ET EN AVION⁽¹⁾ (en teq CO₂)

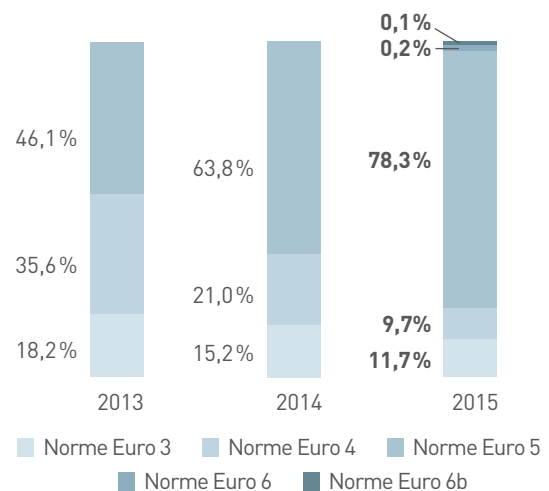
(1) Émissions déjà incluses dans le total transports et bâtiments.

La Poste favorise les bonnes pratiques portant sur l'usage des véhicules à faibles émissions pour les déplacements de ses collaborateurs :

- des véhicules hybrides sont proposés dans le catalogue de véhicules de fonction de La Poste ;

- les véhicules de fonction et de liaison proposés dans le catalogue garantissent des émissions de GES plafonnées à 120 geq CO₂ par kilomètre depuis 2010.

Véhiposte fait régulièrement évoluer son parc automobile thermique pour l'amener aux dernières normes Euro ; sur le périmètre de la flotte interne gérée par Véhiposte, 78% du parc des voitures et des utilitaires thermiques sont, à ce jour, conformes à la norme Euro 5.



RÉPARTITION DE LA FLOTTE DE VÉHICULES AUTOMOBILES THERMIQUES GÉRÉE PAR VÉHIPOSTE POUR LE GROUPE LA POSTE SELON LA NORME EURO – 2015

Les déplacements domicile-travail

Pour l'année 2015, 14% des postiers bénéficient du remboursement par l'entreprise de 50% de leur abonnement aux transports en commun ou à un service de location de vélo. La Poste a fêté en 2014 les dix ans de son premier plan de déplacement d'entreprise (PDE). Aujourd'hui, elle propose à ses collaborateurs plus de 60 PDE et PDIE (plans de déplacement interentreprise) sur l'ensemble du territoire français. Leur objectif est de faciliter les trajets du domicile au lieu de travail et les trajets professionnels. Ils permettent également de réduire l'impact environnemental de ces déplacements, d'améliorer la qualité de vie au travail, en abaissant les contraintes de trajet et l'accidentologie, d'aménager le lieu de travail pour faciliter l'accès aux piétons et aux cyclistes. En complément des plans de déplacement plutôt urbains, où les transports en commun sont plus accessibles, Le Groupe La Poste favorise le covoiturage au sein de ses équipes. Un site Internet a ainsi été proposé aux collaborateurs associant une charte du covoiturage. Une réflexion est en cours pour aller plus loin dans l'utilisation de ce mode de transport alternatif notamment dans le cadre de la mise en place des PDE. Depuis 2013, le télétravail a intégré l'accord cadre pour les collaborateurs de La Poste et se déploie également dans des filiales du Groupe.

INVENTER LA VILLE DE DEMAIN ET SA LOGISTIQUE AVEC LE PROJET PRIORITAIRE COMMUN « LOGISTIQUE URBAINE »

La logistique urbaine est un enjeu important pour La Poste. Un enjeu économique, car elle va permettre d'étendre les activités existantes de La Poste, de conforter sa position d'acteur de référence de la livraison durable en ville, de développer des activités nouvelles et rentables. C'est également un enjeu environnemental, car le transport de marchandises en villes représente 20 % des véhicules, 30 % des émissions de gaz à effet de serre, 40 % des émissions de particules fines, 10 millions de livraisons ou d'enlèvements par jour, en France, en zone urbaine.

Forte de sa connaissance de l'écosystème des cœurs de villes, La Poste entend devenir l'acteur de référence de la distribution à faibles émissions dans les grandes villes et répondre aux attentes des collectivités locales :

- en apportant des solutions moins polluantes et moins bruyantes qui contribuent à décongestionner les centres-villes ;

- en maintenant l'attractivité des centres urbains ;
- en assurant ses engagements de services vis-à-vis de ses clients particuliers et professionnels, des élus, des citoyens...

Le Groupe La Poste a ainsi pris l'engagement de desservir les centres-villes des 40 métropoles et grandes villes françaises par des moyens à faibles émissions (piétons, vélos, véhicules électriques, GNV, essence Euro 6).

À fin 2015, des résultats concrets ont déjà été obtenus avec 15 métropoles et 25 grandes villes lancées, des dispositifs complets de livraison en mode propre à Bordeaux, Lyon et Toulouse, l'installation de 182 consignes (stations Pickup) dans le Réseau La Poste et dans les services publics ou parapublics, le lancement du premier hôtel logistique urbain (agence de livraison située en ville et mutualisée entre plusieurs opérateurs effectuant leurs opérations à des heures différentes) à Lyon, ou encore, la mise à disposition de modèles types d'appels d'offres et contrats qui intègrent des exigences à l'égard des sous-traitants pour livrer avec des moyens à faibles émissions.

Mesurer et réduire les émissions de polluants atmosphériques locaux

G4-EN21 et G4-EN30

Les préoccupations liées à la pollution de l'air et aux nuisances sonores sont de plus en plus fortes et aujourd'hui reconnues comme des enjeux de santé publique de premier ordre. Le Groupe La Poste, et plus particulièrement les branches Services-Courrier-Colis et GeoPost, premières entités concernées, ont accentué depuis quelques années leur montée en expertise sur ce sujet.

Dans le cadre du partenariat signé en 2013 par la branche Services-Courrier-Colis avec l'association France Nature Environnement, un travail d'identification des indicateurs et de quantification de la pollution atmosphérique liée à la flotte de véhicules de la branche a été mené en 2015 en collaboration avec Air Sûr, bureau d'études spécialisé dans la mesure des polluants atmosphériques intérieurs et extérieurs. Cette étude a porté sur les quatre polluants⁽¹⁾ réglementés dans le cadre des normes Euro pour lesquels la branche est concernée. Elle a permis de réaliser une première estimation des émissions de polluants selon la typologie de véhicules. L'impact des différentes actions menées sur les véhicules (déploiement véhicules électriques, suppression des deux-roues thermiques, remplacement des véhicules anciens, etc.) pour l'amélioration de la qualité de l'air a également été mesuré. Ces indicateurs de polluants atmosphériques sont désormais suivis. Un travail de fiabilisation de la méthodologie et d'élargissement du périmètre (au-delà de la BSCC) est prévu avec l'objectif de publier ces chiffres en 2016. Le Groupe La Poste collabore également avec l'Ademe à l'élaboration d'une méthodologie de mesure des émissions de polluants locaux fiable et adaptée aux spécificités de son parc de véhicules.

(1) Les polluants réglementés par les normes Euro sont le monoxyde de carbone (CO), les hydrocarbures (HC), les oxydes d'azote (NOx) et les particules.



La réduction de l'empreinte carbone des bâtiments

Un parc immobilier peu ordinaire, levier stratégique pour la transition énergétique

Réparti sur l'ensemble du territoire, le parc immobilier du Groupe La Poste est l'un des plus grands de France. Géré à plus de 90 % par sa filiale Poste Immo, il maille l'ensemble du pays et traduit la mission de service public de La Poste en matière d'aménagement du territoire. Totalement atypique, il est riche d'actifs d'une grande diversité tant par leur taille que par leur nature et leur destination. Il présente également des caractéristiques spécifiques par son ampleur et sa diversité. Ses 9,97 millions de mètres carrés, dont 42 % détenus en propre, correspondent à plus de 12 000 immeubles. En matière environnementale, le parc immobilier du Groupe représente un enjeu important : 16 % des émissions de GES du Groupe proviennent des bâtiments et la facture énergétique s'élève à 100 millions d'euros par an. Le parc immobilier du Groupe La Poste s'impose donc comme un levier stratégique en matière de transition énergétique ; à ce titre, Poste Immo, en tant que foncière du Groupe, prestataire de services et promoteur-développeur, agit sur tous les leviers d'économie d'énergie.

Les leviers de réduction des consommations d'énergie et de l'empreinte carbone du parc immobilier

L'intégration de critères de performance énergétique dans la politique de gestion patrimoniale et immobilière

La politique immobilière menée par Poste Immo répond à une double préoccupation :

- accompagner les branches et Le Groupe La Poste dans le développement de leurs activités tout en optimisant leurs coûts immobiliers ;
- maintenir la valeur du parc et anticiper les opportunités à venir.

Elle se caractérise par trois piliers : **recentrer, investir, développer**.

Ils guident les actions de la foncière sur ses trois types d'actifs, commerciaux, logistiques-industriels, tertiaires :

- **recentrer** : repositionner le parc et maîtriser la facture immobilière ;
- **investir** : améliorer le parc et le mettre en valeur ;
- **développer** : créer de la valeur aux bornes du Groupe dans une stratégie de long terme.

Cette politique vise le juste dimensionnement du parc immobilier et son adéquation aux besoins et aux nouveaux usages. Afin d'intégrer la dimension d'optimisation des



Le bureau de poste de Rennes Colombier a été primé à la première édition de Cube 2020.

coûts d'exploitation ou de remise aux standards du marché, elle tient compte de la performance énergétique des actifs et des obligations réglementaires en vigueur ou à venir. Les décisions de rotation du parc immobilier participent également à l'amélioration de sa performance énergétique globale.

Le développement de la production d'énergies renouvelables est également un axe important de réflexion. Ainsi, par l'intermédiaire de la création de filiales dédiées, PI Energy I et II, Poste Immo gère, à fin 2015, 45 installations photovoltaïques (représentant 44 000 mètres carrés de panneaux photovoltaïques) et deux centrales à hydrogène pour le projet Mobypost. Ces dispositifs permettent une production de 5 GWh par an soit une économie annuelle de 2 250 t_{eq} CO₂. Enfin, pour les nouvelles constructions neuves d'immeubles tertiaires, Poste Immo prévoit de s'engager sur un label bâtiment à énergie positive (Bepos).

L'amélioration de la performance énergétique du parc existant

Depuis 2015, les travaux de **grosses réparations et gros entretiens (GRGE)** font l'objet de prescriptions méthodologiques et techniques pour appliquer un niveau de performance énergétique compatible 2050. Concernant les opérations de **rénovation globale**, Poste Immo a pour objectif d'atteindre à minima le niveau BBC-Effinergie rénovation et de s'inspirer des certifications ou labels environnementaux reconnus.

Dans le cadre de la signature (en 2013) de la **charte pour l'efficacité énergétique des bâtiments tertiaires publics et privés**, Poste Immo s'est engagée à réduire de 25 % de 2011 à 2020 les consommations énergétiques de plus de 120 bâtiments patrimoniaux de plus de 5 000 mètres carrés. Les bâtiments concernés représentent 20 % de la surface du parc et 22 % de la consommation totale. À fin 2015, la réduction enregistrée est de 19 %, en ligne avec l'objectif.

Depuis 2013, Poste Immo a engagé une vaste campagne de signature des annexes environnementales, afin de répondre à l'obligation réglementaire du 4 juillet 2013.

Cela a conduit, le 1^{er} décembre 2014, à l'élaboration d'un label **bail vert**⁽¹⁾. Ce label, visible et identifiable dans les immeubles bail vert permet ainsi d'attirer l'attention des utilisateurs sur la démarche vertueuse lancée dans l'immeuble qu'ils occupent. Il les sensibilise sur l'importance de leur rôle en matière d'économie d'énergie, notamment au travers de gestes simples du quotidien. En 2015, 100% des comités baux verts lancés par Poste Immo ont été réalisés sur les sites concernés.

186

baux verts signés depuis 2014 couvrent 36 bâtiments.

Afin de démarrer une dynamique de progrès concernant **les performances d'usage et d'exploitation des bâtiments**, Poste Immo participe au concours Cube 2020, organisé par l'Institut français pour la performance des bâtiments (IFPEB). Pendant un an, les utilisateurs de bâtiments tertiaires sont en compétition sur les économies d'énergies qu'ils réalisent en se mobilisant sur les bons usages et le réglage des installations techniques. En 2014-2015, Poste Immo avait engagé 11 sites et remporté la première place du podium avec le site de Rennes Colombier qui avait réalisé 20,7% d'économie d'énergie. Pour l'édition 2015-2016, Poste Immo a inscrit 40 de ses bâtiments, garantissant ainsi la réalisation d'économies d'énergie pour les bâtiments concernés. À fin 2015, les cinq premiers bâtiments du classement Cube 2020 étaient des bâtiments du Groupe La Poste avec une moyenne de 10,3% d'économie d'énergie.

Poste Immo se veut également terrain **d'innovations** avec des expérimentations en cours sur de nouvelles technologies, de nouvelles formes contractuelles et de nouveaux modes de collaboration. La foncière du Groupe La Poste engage également des réflexions et discussions avec des partenaires en vue de déployer à grande échelle des dispositifs innovants de mesure des consommations et de pilotage énergétique des bâtiments.

En 2015, à l'instar de sept autres entreprises, Poste Immo a rejoint le **programme d'incubation immobilier** lancé par Paris&Co dans le cadre de sa plate-forme d'innovation. Ce programme a vocation à favoriser l'émergence de jeunes entreprises innovantes et à faciliter la rencontre avec de grands groupes. Pour Poste Immo, c'est l'opportunité d'ouvrir le parc immobilier de La Poste, terrain complexe de gestion et d'optimisation, comme laboratoire

d'expérimentation de nouvelles technologies, et d'*open innovation*. Un comité des expérimentations approuvera les tests réalisables sur les immeubles du Groupe.

L'approvisionnement à 100 % en électricité d'origine renouvelable

Depuis le 1^{er} octobre 2015, Le Groupe La Poste a souscrit des contrats de fourniture d'électricité d'origine renouvelable pour approvisionner 1300 sites majeurs, représentant 66% de la consommation électrique des bâtiments gérés par Poste Immo.

De plus les filiales de Viapost, VLC, STP et Neolog sont passées aussi en électricité d'origine renouvelable. Par ailleurs, ce dispositif permet à La Poste d'alimenter sa flotte de véhicules électriques en électricité d'origine renouvelable et de diminuer l'empreinte carbone du parc informatique du Groupe sur la phase d'usage (voir page 112).

Fort de cette réalisation effective dès le 1^{er} octobre 2015, Le Groupe La Poste s'est associé fin octobre à l'initiative RE100 portée par « The Climate Group » (voir encadré).

RE100, CONVERTIR LA DEMANDE MONDIALE EN ÉNERGIE EN UNE DEMANDE D'ÉNERGIES PROPRES

RE100 est une initiative mondiale ambitieuse qui vise à impliquer, soutenir et promouvoir les grandes entreprises qui se sont engagées à utiliser à 100% les énergies renouvelables, et se placent ainsi à l'avant-garde de la lutte contre le changement climatique. En 2015, Le Groupe La Poste est ainsi la 39^e entreprise mondiale, le premier opérateur postal et la première entreprise française à devenir partenaire de cette initiative.

L'électricité compte pour 25% des émissions mondiales de GES, et l'Agence internationale de l'énergie (AIE) prévoit une augmentation importante de la demande d'ici à 2040. Dans ce contexte, le but de l'initiative RE100 est d'opérer le passage de la demande vers les énergies renouvelables à la place des énergies fossiles, s'assurant ainsi de réduire à zéro les émissions nettes de GES bien avant la fin du siècle. RE100 est pilotée par The Climate Group⁽¹⁾, en partenariat avec le CDP⁽²⁾.

(1) The Climate Group est une organisation internationale à but non lucratif, fondée il y a dix ans, et dont l'objectif est un développement « bas carbone » de l'économie.

(2) Carbon Disclosure Project (CDP) est une organisation à but non lucratif visant à étudier l'impact sur le changement climatique des principales entreprises mondiales.

(1) Bail vert : annexe environnementale rendu obligatoire dans le cadre de la loi dite « Grenelle II », à tous les baux portant sur des locaux de plus de 2000 mètres carrés à usage de bureaux ou de commerces. Il consiste à formaliser un cadre d'échange entre bailleur et preneur dans le but d'améliorer ensemble la qualité environnementale de l'immeuble et réduire ses charges énergétiques.



L'amélioration de l'efficacité énergétique et du confort des bureaux de poste

Le réseau de vente de La Poste occupe à fin 2015 2 millions de mètres carrés pour 9 770 sites au global dont 9 600 bureaux de poste. L'efficacité énergétique des bureaux de poste représente donc un enjeu majeur pour la réduction des émissions de gaz à effet de serre. Depuis 2012, en collaboration avec Poste Immo, le Réseau La Poste déploie le programme « Volet développement durable pour l'aménagement des bureaux de poste ». Il vise à effectuer, lors des rénovations des bureaux de poste (en moyenne 500 par an) des travaux concourant à l'amélioration de l'efficacité énergétique et au confort d'ambiance. Selon l'ampleur de la rénovation globale, des transformations ont lieu au niveau de l'éclairage, de la ventilation, du confort d'été et de l'isolation. Souhaitant aller plus loin, Le Réseau de La Poste travaille actuellement sur les efforts complémentaires à apporter au niveau de ses travaux de maintenance ainsi que dans le comportement au quotidien des postiers.

Réduire l'empreinte carbone liée aux systèmes d'information et de communication

Le Groupe La Poste dispose d'un parc informatique important, incluant l'ensemble des *datacenters* (les plus importants étant à Clermont-Ferrand, Trélazé et Saint-Ouen), environ 20 000 serveurs, 130 000 postes de travail, 110 000 systèmes d'impression, 40 000 lignes actives de téléphonie mobile pour un usage professionnel ainsi que 95 000 lignes relatives au programme Facteo de la branche Services-Courrier-Colis. La Poste met en place plusieurs actions pour réduire l'empreinte environnementale liée aux systèmes d'information et de communication.

L'évaluation de l'empreinte carbone du parc informatique

Le Groupe La Poste a développé la solution Greenargile avec Dotgreen/Systancia⁽¹⁾, pour évaluer l'empreinte carbone du parc informatique en tenant compte des trois phases du cycle de vie (production, usage, fin de vie).

Cette solution permet aussi aux directeurs des services informatiques, acheteurs ou encore techniciens informatiques de comparer l'empreinte des équipements avant tout achat.

En 2015, après une phase de recensement du parc informatique, la première empreinte carbone du parc informatique du Groupe a été calculée sur le périmètre de La Poste SA, La Banque Postale, Poste Immo, Véhiposte, Chronopost SA, Mediapost SA et Docapost.

La réorganisation des architectures des systèmes d'information et l'amélioration de l'efficacité énergétique des datacenters.

Outre l'optimisation de ses infrastructures, Le Groupe La Poste a sollicité ses hébergeurs afin d'améliorer l'efficacité énergétique des *datacenters* pour diminuer l'indicateur d'efficacité énergétique (PUE⁽²⁾), actuellement situé à 1,8.

La mise en place d'une solution de supervision et d'économie d'énergie sur les postes de travail

Testée au niveau du Groupe (périmètre Siège) en 2012, cette solution est déployée sur le périmètre de La Poste (hors filiales) et est en cours de déploiement dans la branche Services-Courrier-Colis.

Des campagnes de sensibilisation des salariés

Pour développer les bonnes pratiques au quotidien dans l'usage du matériel informatique.

Pour les équipements informatiques et téléphoniques

Les cahiers des charges de La Poste comportent des exigences de labels (par exemple, EPEAT⁽³⁾ Gold pour les ordinateurs) ou concernant la performance énergétique. Les critères environnementaux pèsent pour 15 à 25% dans la note globale du prestataire. Tous les postes informatiques des bureaux de poste acquis depuis 2012 sont labellisés EPEAT et les imprimantes, photocopieurs et écrans de télévision acquis depuis 2014 bénéficient également du label Energie Star.

Le Groupe a engagé une démarche d'écoconception logicielle pour améliorer l'efficacité des applications informatiques

Les dix règles d'or de l'écoconception logicielle ont été établies et 49 bonnes pratiques ont été diffusées lors de formations auprès des directions des services informatiques des branches Numérique et Services-Courrier-Colis. L'objectif fixé pour 2016 est d'atteindre un niveau minimal bronze dans le système de notation interne mis en place.

(1) Dotgreen/Systancia est une jeune PME innovante éditrice de logiciels, qui se caractérise notamment par son implication constante dans l'innovation technologique au service de la réduction énergétique. Elle a développé avec La Poste la solution Greenargile qui permet d'analyser dans le temps l'empreinte carbone du parc, selon une méthode reconnue par l'Ademe.

(2) Le PUE (Power Usage Effectiveness) est un indicateur technique universellement reconnu pour traduire l'efficacité énergétique des *datacenters*. Plus le résultat est proche du chiffre 1, plus le *datacenter* est efficace énergétiquement.

(3) EPEAT : label international qui porte sur l'écoconception des produits informatiques et électroniques. Il inclut le label Energy Star.

LE GROUPE LA POSTE, MEMBRE FONDATEUR DU CLUB GREEN IT

Face aux deux enjeux majeurs que représentent la transition numérique et la transition écologique, Le Groupe La Poste et cinq grandes entreprises françaises – Renault, Pôle emploi, SNCF, IT-CE (Groupe BPCE), SoLocal Group (Pages Jaunes) – ont fondé en 2014 le Club Green IT. En 2015, le Club Green IT a élaboré un référentiel regroupant les 60 bonnes pratiques pour réduire l’empreinte environnementale, sociale, et économique du système d’information des grandes entreprises privées et publiques. D’autres outils opérationnels sont en cours de préparation, notamment un benchmark Green IT qui, dès le premier trimestre 2016, permettra aux grandes organisations françaises d’évaluer leur potentiel d’amélioration pour un système d’information plus responsable.

En 2014, La Banque Postale a créé un fonds carbone interne, renforçant ainsi la démarche du Groupe La Poste d’internalisation du coût de cette externalité négative. Son financement est établi à partir des émissions de GES induites par ses principaux postes émetteurs (bâtiments et services informatiques, déplacements, consommation de papier) valorisées à hauteur de 7 euros par tonne CO₂ émise. L’enveloppe financière ainsi constituée est dédiée à soutenir des projets de réduction des émissions de GES en interne et en externe.

L’édition 2015 a dégagé une enveloppe globale d’environ 330 000 euros permettant le financement de 11 projets internes sélectionnés suite à un appel à projets (installation de bornes de recharge pour les vélos électriques au siège, rénovation de l’éclairage de certains bâtiments, formation à l’écoconduite, etc.).

La participation de La Banque Postale dans le programme Climat + territoire (voir chapitre 8) est également financée par ce fonds. Le dispositif a d’ores et déjà été reconduit pour 2016.

Dans le même esprit, la branche Réseau a depuis 2014, dans le cadre d’un appel à projets interne d’économie d’énergie, converti une partie de ses émissions de GES en un budget interne alloué aux travaux de maintenance générant des économies d’énergie. En 2014 et 2015, 71 sites ont bénéficié de ces travaux pour un total de 128 000 d’euros.

Contribuer à l’essor de l’économie circulaire

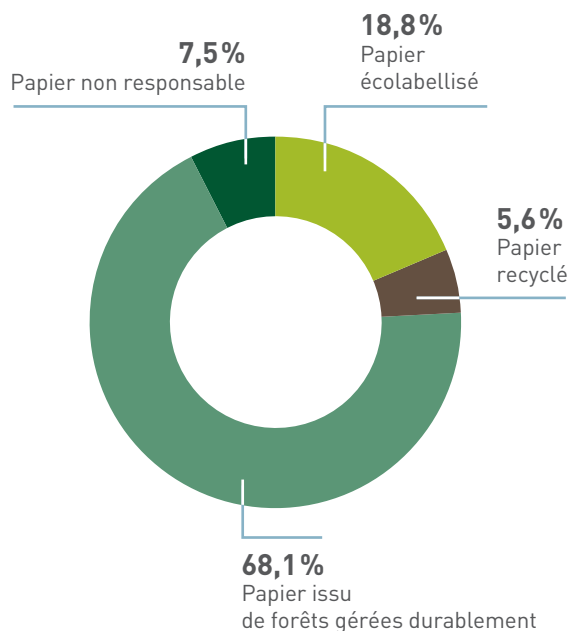
Les activités exercées par Le Groupe La Poste génèrent des déchets d’une grande variété (déchets d’équipements électriques et électroniques, papier de bureau usagé, déchets d’emballage, cartons, palettes, plastiques). Le Groupe La Poste s’engage dans l’économie circulaire telle qu’elle a été définie par la loi sur la transition énergétique.


Les enjeux se concentrent autour des équipements électriques et électroniques et de l’utilisation responsable du papier.

Consommations responsables du papier

En 2015, la consommation du Groupe s’élève à 22 061 tonnes, dont 92,5% sont du papier responsable (– 2,2 points par rapport à 2014). Toutes les entités sont mobilisées pour privilégier le recours à l’utilisation de papier responsable (papier recyclé, écolabellisé ou issu de forêts gérées durablement).

L’objectif à terme est d’atteindre 100% de papiers responsables.



**CONSOMMATION DE PAPIER
ET PART DE PAPIER RESPONSABLE
– LE GROUPE LA POSTE**  G4-EN1



Assurer le réemploi des matériels, la collecte et la valorisation des déchets

Le Groupe La Poste renouvelle régulièrement certains de ses matériels – comme les véhicules, les mobiliers, les matériels informatiques, etc. – afin d'assurer une bonne qualité de service.



Recyclage du papier à la PIC de Bois-d'Arcy.

Le réemploi des matériels postaux

Les véhicules

Le Groupe favorise le réemploi de ses équipements, après leur durée de vie postale. Ainsi, Véhiposte a mis en place la vente de véhicules d'occasion dont La Poste n'a plus l'usage, auprès de professionnels et des collaborateurs du Groupe.

De plus, dans le cadre du partenariat Véhiposte-Renault : véhicules solidaires, une partie des 10 000 véhicules restitués chaque année par La Poste à l'issue de la période de location est revendue via un réseau de garages solidaires.

Dans l'esprit de développer l'économie de la fonctionnalité ou l'économie de l'usage, La Poste a lancé début 2014 « La Voiture Postale » un projet d'expérimentation de partage des véhicules postaux non utilisés l'après-midi et le week-end, avec les collaborateurs (voir page 97).

Les mobiliers

La Poste intègre de plus en plus des démarches de réemploi de ses mobiliers lors de déménagement ou de fermeture de sites postaux. Les équipements sont alors principalement redéployés au sein de l'entreprise ou donnés à des structures de l'économie sociale et solidaire.

Le patrimoine postal

Dans le cadre d'un partenariat signé en 2013 avec l'entreprise d'insertion Extramuros spécialisée dans le design et la création artistique à partir de matériel récupéré, La Poste donne une deuxième vie à son patrimoine postal (toiles postales, casiers de tri, matériels et objets industriels...). En 2015, le site Internet Lapetitefabriquepostale.fr, a été créé afin de distribuer ces objets en direction des particuliers.

La gestion des déchets

Concentrer les déchets de la branche Services-Courrier-Colis pour une optimisation de leur gestion

Partout sur le territoire, la BSCC génère des déchets dispersés en petites quantités. Aussi souvent que possible, les capacités de transports disponibles sur les liaisons existantes sont utilisées pour concentrer les déchets depuis les petits sites vers les plus grands. Cette concentration permet de remettre aux prestataires des déchets dans des quantités qui les rendent valorisables.

Les déchets d'équipements électriques et électroniques

Le Groupe a structuré la chaîne de traitement des déchets électriques et électroniques (DEEE) pour collecter les équipements usagés en vue d'une revalorisation, principalement sous forme de recyclage matière. 85% des DEEE émis par La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS en 2015 ont été valorisés. Une partie des traitements est confiée aux entreprises de l'économie sociale et solidaire (du secteur protégé, entreprises adaptées et ESAT⁽¹⁾).

Les déchets de chantier

Poste Immo s'est engagée à faire évoluer favorablement la gestion des déchets sur ses chantiers. Afin de mieux maîtriser les impacts environnementaux liés à la gestion des déchets et de contribuer à la mise en place d'une économie circulaire des déchets, la foncière du Groupe a décidé de mettre en place l'ensemble des procédures et dispositions lui permettant d'être exemplaire en matière de prévention et de gestion des déchets de chantier. Celles-ci s'articulent autour de plusieurs principes et objectifs dont l'atteinte d'un taux de valorisation ambitieux des déchets pour tout type de travaux et quelle que soit la taille du chantier :

- un taux de valorisation du tonnage total de déchets inertes de 75% dès 2017, puis 85% dès 2020 ;
- un taux de valorisation matière du tonnage total de déchets non dangereux non inertes de 70% dès 2017, puis 80% en 2020.

(1) ESAT : établissement et service et d'aide par le travail.

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.

Ils sont également liés à l'emprise au sol des bâtiments détenus ou gérés par le Groupe.

Poste Immo a cartographié l'ensemble de ses bâtiments par rapport aux zones d'intérêt écologique (ZIE) et réalisé des audits biodiversité sur certains bâtiments. Un livret de sensibilisation générique a été mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs du Groupe La Poste et des collectivités territoriales.

Le plan bâtiment durable⁽¹⁾ a missionné Poste Immo pour copiloter un groupe de travail « bâtiment et biodiversité » auprès du secteur de l'immobilier. Le rapport issu de ces travaux, rendu public fin 2015, propose une synthèse sur les grands enjeux de la biodiversité et formule 20 propositions adressées aux acteurs de la filière pour mieux prendre en compte la biodiversité dans l'acte de construire et rénover, et ce sur l'ensemble de la chaîne de valeur de l'immobilier.

Poste Immo, à travers ses trois métiers de foncière, prestataire de services immobiliers et promoteur-développeur, intègre la préservation de la biodiversité dans sa politique RSE. Elle développe des outils de sensibilisation à disposition de tous les acteurs, avec une traduction opérationnelle sur différents projets de rénovations lourdes. Par exemple :

- le projet Marseille TriAngle Saint-Charles, en attente de prise à bail, sera le premier bâtiment labellisé Effinature® ;
- sur le projet Paris La Boétie, la surface végétalisée a été augmentée de 72% et Poste Immo a participé à l'amélioration des outils d'évaluation de la biodiversité dans le bâtiment en répondant à l'appel à test HQE Performance Biodiversité ;
- le projet Paris La Poste du Louvre développe une triple certification HQE, BREEAM, LEED, en suivant les recommandations d'un écologue, afin de participer à l'objectif de la ville de Paris de 100 hectares de végétalisation. Poste Immo est en effet signataire de la charte « Objectif 100 hectares » lancée par la mairie de Paris avec 33 partenaires pour végétaliser les toitures et façades de la ville.

En outre, Poste Immo met à disposition de ses directions régionales des kits pour installer des ruches sur les toits de certains bureaux de poste. 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.



Projet de rénovation de la Poste du Louvre.

Par ailleurs, Le Groupe La Poste a lancé un partenariat avec la Fondation Nicolas Hulot pour l'information et la mobilisation de ses collaborateurs.



Enfin, le programme Climat + territoires (voir page 119) inclut une dimension forte de préservation de la biodiversité dans le Massif central.

(1) Lancé en janvier 2009, le plan bâtiment durable fédère un large réseau d'acteurs du bâtiment et de l'immobilier autour d'une mission commune : atteindre les objectifs d'efficacité énergétique de ce secteur. Il a été créé à l'initiative de ministère de l'Égalité des territoires et du Logement et du ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie. <http://www.planbatimentdurable.fr/publication-du-rapport-batiment-et-biodiversite-a943.html>.



LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DURABLE DES TERRITOIRES

P.118 Le Groupe La Poste, acteur de l'aménagement du territoire

119 Étendre sa responsabilité à l'ensemble de la chaîne de valeur

123 Développer l'écosystème du Groupe et diversifier ses activités économiques

Par ses activités et notamment ses missions de service public, ses 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.

De par son histoire, il porte l'intérêt général dans son ADN.

Le développement durable des territoires et de l'emploi est au cœur de son engagement RSE.

Attentif à la bonne exécution de ses missions de service public et à son ancrage territorial, il mobilise ses collaborateurs au service des habitants. Il donne de l'élan aux nouveaux territoires de conquête, condition de réussite de sa transformation.

Il développe l'appui à la mise en œuvre de l'action publique, le soutien aux nouveaux modèles économiques et à l'innovation sociétale.

Par son envergure et son importance dans le paysage économique français, il entend également jouer son rôle de donneur d'ordres de premier rang pour favoriser le développement des filières émergentes (énergies renouvelables, écomobilité, Silver économie, économie circulaire, etc.) et le développement d'un écosystème visant in fine à un meilleur accès de tous aux biens essentiels.

Résultats obtenus pour les principaux objectifs clés

Engagement	Objectifs pour 2020	Avancement au 31 décembre 2015	
Développement local du territoire	Respect des objectifs fixés dans le contrat d'entreprise pour les quatre missions de service public	Résultats complets 2015 disponibles sur legroupe.laposte.fr/profil/les-missions-de-service-public/le-contrat-de-service-public	↗
	Développement du chiffre d'affaires auprès des collectivités publiques	Effectif en 2016 seulement	
	Développement des achats à l'ESS Objectif : 20 millions d'euros par an au minimum pour le Groupe France	Achats au secteur adapté et protégé : 15,6 M€ HT Achats au secteur de l'insertion : 2,2 M€ HT Périmètre : La Poste, La Banque Postale et Mediapost	↗
S'adapter aux nouveaux modes et usages de consommation	Développement du chiffre d'affaires de l'offre de nouveaux services en adéquation avec les enjeux de société (transition énergétique, Silver économie...) du Groupe ⁽¹⁾	CA Recy'go sur trois ans : 2013 : 1,2 M€ ; 2014 : 1,9 M€ ; 2015 : 2,9 M€ CA écomobilité 2015 : 3,7 M€	↗

↗ Progression en ligne avec l'objectif fixé

(1) En contribuant aux objectifs de chiffre d'affaires sur les nouveaux territoires (cf. Trajectoire financière).



Le Groupe La Poste, acteur de l'aménagement du territoire

La Poste, au service de l'action publique

La loi du 2 juillet 1990 a confié à La Poste quatre missions de service public. Les conditions et le cadre d'exercice de ces missions sont définis dans un contrat qui lie La Poste et l'État depuis 2001. Pour en savoir plus sur les missions de service public se référer aux pages 81 à 88 du document de référence 2015.

Composantes essentielles de l'identité du Groupe La Poste, ces missions de service public sont l'expression de sa contribution au développement des politiques d'intérêt général. Service universel postal, contribution à l'aménagement du territoire, transport et distribution de la presse et accessibilité bancaire : ces quatre missions de service public confiées à La Poste contribuent au maintien et à l'amélioration des liens sociaux caractéristiques de la société française.

L'article L1 du Code des postes et des communications électroniques précise que « le service postal universel concourt à la cohésion sociale et au développement équilibré du territoire. Il est assuré dans le respect des principes d'égalité, de continuité et d'adaptabilité en recherchant la meilleure efficacité économique et sociale. Il garantit à tous les usagers, de manière permanente et sur l'ensemble du territoire national, des services postaux répondant à des normes de qualité déterminées. Ces services sont offerts à des prix abordables pour tous les utilisateurs. »

Le service universel postal français prévoit des services

de levée et de distribution 6 jours sur 7 sur tout le territoire au-delà des 5 jours sur 7 du service universel du cadre européen. Elle peut même aller au-delà pour satisfaire la demande client.

Pour la première fois, La Poste a livré des Colissimo durant la matinée du dimanche 20 décembre 2015, précédant Noël. Cette opération unique a concerné sept villes de France : Paris, Lille, Reims, Rennes, Bordeaux, Nice et Lyon.

3800 colis ont ainsi été livrés le 20 décembre 2015 par 132 postiers volontaires, marquant l'engagement exceptionnel des postières et des postiers dans cette période de Noël qui constitue un défi logistique et humain majeur pour La Poste (doublement des volumes colis).

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 à moins de cinq kilomètres d'un point de contact en France. Dans plus de 17000 points de contact, toutes les opérations postales sont possibles, et ce, de façon plus simple depuis l'équipement de 1059 agences postales communales (APC) et des relais poste (RP) en tablettes numériques.

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.

LE PROJET PRIORITAIRE COMMUN (PPC) MODERNISATION DE L'ACTION PUBLIQUE (MAP), LES SAVOIR-FAIRE DU GROUPE AU SERVICE DE LA SPHÈRE PUBLIQUE

Ce PPC vise à tirer bénéfice de la présence territoriale du Groupe et de sa connaissance historique des besoins et attentes des collectivités locales, pour accompagner la démarche de modernisation de l'action publique lancée par le gouvernement pour la rendre plus juste, plus efficace et plus simple.

Le secteur public est en pleine transformation. La Poste, entreprise publique, a déjà relevé ce défi et réussi la sienne. Elle est aujourd'hui en mesure de proposer des offres spécifiques pour accompagner l'État, les collectivités territoriales et les acteurs de la santé dans leur propre mutation. Ainsi, Le Groupe La Poste entend faire bénéficier les opérateurs publics de ses savoir-faire dans trois domaines : présence territoriale et services aux citoyens, administration générale, politiques publiques.

Première action : les Maisons de services au public La Poste et le ministère du Logement, de l'Égalité des territoires et de la Ruralité ont signé en 2015

un partenariat visant à accélérer le déploiement des Maisons de services au public (MSAP). Pour améliorer la proximité et la qualité des services publics, 500 bureaux de poste à faible activité seront transformés et s'ajouteront aux Maisons de services au public existantes. Ils permettront d'atteindre l'objectif gouvernemental de créer 1000 MSAP un an plus tôt que prévu, soit dès la fin de l'année 2016. Ces bureaux de poste accueillent une gamme élargie de services en un lieu unique et sont labellisés par les préfets de département en concertation avec les élus et les opérateurs partenaires pour déterminer les implantations et l'offre à mettre en place. Ils remplissent ainsi des missions variées, pour le compte de partenaires nationaux (Pôle emploi, les caisses d'assurance maladie, de retraite, d'allocations familiales, de mutualité sociale agricole). Ces missions sont principalement accueil, information, orientation, facilitation numérique, accompagnement administratif.

Le Groupe La Poste, partenaire des territoires français

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 matière de transport des marchandises et des personnes, La Poste apporte son expertise et est engagée dans le déploiement de plans de déplacement entreprise et interentreprise.

L'engagement pris envers 15 métropoles dans le cadre du PPC logistique urbaine connaît un début de mise en œuvre. La Poste s'appuie sur une flotte à faibles émissions à deux, trois ou quatre roues. Les points relais Pickup et le déploiement de consignes en gares et dans les bureaux de poste tissent un des premiers réseaux urbains de proximité qui évite bien des kilomètres. Enfin, Poste Immo, la foncière du Groupe, investit dans

des infrastructures qui optimisent l'impact du dernier kilomètre, les espaces logistiques urbains, déjà en cours à Lille, Toulouse, Bordeaux et Lyon.

L'expertise et la capacité de conseil acquise par La Poste depuis plus de dix ans en matière de PDE et de PDIE (plus de 60 PDE et PDIE proposés à ses collaborateurs sur l'ensemble du territoire français) sont des atouts qui lui ont permis d'élaborer une offre vers les entreprises et les collectivités. Elle est aujourd'hui commercialisée par **Greenovia**, cabinet de conseil en écomobilité du Groupe La Poste, qui propose aux entreprises et aux collectivités des dispositifs adaptés aux besoins de leurs salariés, de leurs agents ou de leurs usagers dans leurs déplacements. Ces plans peuvent être des PDE, des PDIE, ou encore des PDIA (interadministration) ou des PDIC (intercampus).

PROGRAMME CLIMAT + TERRITOIRES

Afin de répondre à un enjeu stratégique de création de valeur socio-environnementale en France, La Poste et La Banque Postale ont développé en 2015 un nouveau programme Climat + territoires. Il vise à soutenir des projets innovants en France, avec un triple objectif : réduire l'empreinte environnementale locale, favoriser l'adaptation au changement climatique et créer de la valeur dans les territoires.

Cette ambition se concrétise grâce au partenariat signé entre La Poste, La Banque Postale, également financeur, les régions, à travers leur groupement d'intérêt public interrégional pour le développement du Massif central

(GIP Massif central), le Centre national de la propriété forestière (CNPF) et des forestiers du Massif central. Avec l'objectif de dépasser le scénario traditionnel de gestion des forêts : des groupes de forestiers s'engagent à gérer leurs forêts de manière à en maximiser les services environnementaux (protection de la biodiversité, captation et séquestration du carbone, lutte contre l'érosion des sols, filtration des eaux) et économiques (production de bois, d'énergie, de bois d'œuvre, pérennisation et développement des emplois autour de la filière bois).

Étendre sa responsabilité à l'ensemble de la chaîne de valeur

Achats responsables et relations durables avec les fournisseurs ➡ G4-12, G4-EN33

La chaîne d'approvisionnement et l'importance de la sous-traitance dans le secteur du transport

Le montant des achats du Groupe⁽¹⁾ est de 4,3 milliards d'euros, soit environ un cinquième de son chiffre d'affaires. Le Groupe La Poste dénombre près de 40 000 fournisseurs actifs.

Dans les activités d'express et de transport de colis, le recours à la sous-traitance est la pratique de tous les opérateurs, notamment en raison de la forte variabilité des flux (par exemple : doublement des flux entre la période d'été et Noël). Les sous-traitants utilisés pour ces activités sont des entreprises spécialisées dans le transport et la livraison dûment inscrites au registre des transporteurs et qui travaillent pour différents donneurs d'ordres du secteur de la livraison. Le Groupe La Poste a recours à plus de 300 sociétés de transport. En moyenne, 13% des colis sont distribués par des sous-traitants.

La Poste est fortement investie dans la maîtrise de sa chaîne d'approvisionnement et développe pour cela un cadre contraignant et une organisation pour intégrer un fort niveau d'exigences environnementales et sociales dans le choix de ses fournisseurs et prestataires.

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



La démarche d'achats responsables du Groupe

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. En 2015, La Poste a conduit avec ses acheteurs et la direction des risques une analyse du risque fournisseur lié à la RSE

sur chaque nature d'achat de La Poste, afin d'établir une cartographie des risques juridiques RSE par nature d'achat. C'est la première étape permettant d'établir le plan de maîtrise des risques RSE dans les achats qui devrait voir le jour en 2016.

LA PROMOTION DES PRINCIPES FONDAMENTAUX DU PACTE MONDIAL

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.

Le référentiel de déontologie des achats

La direction des achats a élaboré son propre référentiel de déontologie des achats, lequel décline le 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.

Les règles d'achats responsables

Pour promouvoir sa politique RSE et les valeurs de l'entreprise, la filière achats (rassemblant les 500 acheteurs, responsables achats, approvisionneurs du Groupe) a défini un ensemble de règles d'achats responsables applicables 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. En outre, le processus d'achats s'appuie sur un logiciel SAP et respecte les règles du dispositif de contrôle interne. Celles-ci garantissent la séparation des rôles et responsabilités dans l'analyse des candidatures des fournisseurs aux appels d'offres et la sélection des fournisseurs.

Le recours à la sous-traitance s'effectue dans des conditions très encadrées : chaque contrat comporte les mêmes règles qui comprennent notamment la déclaration de la sous-traitance, la signature et le respect de la charte d'achats responsables par le prestataire (voir ci-dessous), le respect des dispositions légales en matière sociale, y compris celles relatives au travail illégal.

Lors des appels d'offres, une analyse est faite sur la capacité du prestataire à couvrir ses charges et à exécuter ses prestations de façon responsable en cohérence avec le prix proposé.

Chaque donneur d'ordres qui a recours à de la sous-traitance exige du prestataire tous les documents attestant du respect de ses obligations sociales : extrait K-bis datant de moins de six mois, attestation de fourniture des déclarations sociales et de paiement des cotisations et contributions, attestation de toutes les assurances requises, licence de transport en cours de validité, etc. La validité de ces documents est vérifiée par le prestataire Provigis. Des réunions sont organisées plusieurs fois par an entre le donneur d'ordres et le directeur de la société prestataire sur la qualité de la prestation réalisée au regard des engagements réciproques.

La charte d'achats responsables G4-EC8

Depuis janvier 2008, le Groupe invite ses fournisseurs à s'engager et à agir à ses côtés, à travers l'adhésion à sa charte des achats responsables. Elle engage le Groupe et le prestataire à respecter les textes fondamentaux et règles internationales. Elle permet au Groupe La Poste de partager les valeurs d'ouverture, d'équité, de solidarité et de développement sociétal qui lui sont propres et d'associer ses prestataires à une démarche de progrès commune.

La charte favorise les échanges de bonnes pratiques et parfois la contractualisation de plans de progrès.

En la signant, le prestataire retenu s'engage à respecter les principes du Pacte mondial et les huit conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT)⁽¹⁾. Il doit non seulement être en conformité avec les réglementations sociales et environnementales pertinentes, mais aussi mettre en place des actions visant à se rapprocher des meilleures pratiques de sa profession. Le fournisseur s'engage également à veiller au respect de ces principes dans toute sa chaîne d'approvisionnement, y compris dans les pays non-signataires des conventions de l'OIT où il serait amené à travailler.

(1) Ces conventions portent sur le travail forcé, la liberté syndicale et la protection du droit syndical, le droit d'organisation et de négociation, l'égalité de rémunération, l'abolition du travail forcé, la discrimination, l'âge minimal d'admission à l'emploi et la lutte contre les pires formes de travail des enfants.

La Poste recommande ainsi à ses partenaires de diffuser la charte auprès de leurs propres sous-traitants. À ce jour, la charte a été signée par 99 % des fournisseurs de La Poste (<http://legroupe.laposte.fr/fournisseurs>).

L'intégration de critères RSE dans les appels d'offres

Dans le processus de sélection, la notation des soumissionnaires intègre, chaque fois que le marché le permet, des critères RSE de façon à favoriser, à prestation égale, les fournisseurs engagés dans une démarche de responsabilité d'entreprise. 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. **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 à différents critères RSE le caractère responsable de son achat. En 2015, un travail de révision du référentiel d'autoévaluation a été finalisé, il intègre désormais des exigences plus précises en matière de RSE applicables à 187 natures d'achats.

Il recense des bonnes pratiques ou labels applicables plus nombreux et met 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 concernés.

Ils s'efforcent de convaincre les prescripteurs du caractère responsable, de la performance de ces fournisseurs et sous-traitants (en particulier dans le secteur adapté et protégé ou dans le secteur de l'insertion).

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 des formations dédiées. À fin 2015, tous les acheteurs du Groupe ont suivi la formation de deux jours aux achats responsables. Cette formation leur donne les clés pour construire leurs stratégies achats en prenant en compte la responsabilité sociétale du Groupe. Elle leur apprend 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.

En 2015, ont débuté des formations sur le secteur de l'insertion par l'activité économique, en partenariat avec l'Alliance dynamique. Ouverte aux acheteurs, prescripteurs, commerciaux et DRG depuis le lancement en octobre 2015, elle a déjà bénéficié à 70 personnes sur un effectif d'environ 400 dans le Groupe. Un guide acheteur et un guide prescripteur ont également été déployés. Ces formations et outils sont venus compléter les outils déjà existants sur le secteur adapté et protégé. En 2015, des groupes de travail ont réuni les directions achats des différentes branches et filiales du Groupe pour définir les indicateurs pertinents pour un suivi global de la démarche d'achats responsables. Il s'agit pour le Groupe tant de connaître l'état du déploiement de sa démarche que de mesurer sa performance. En anticipation de l'entrée en vigueur de la loi sur le devoir de vigilance, le Groupe prévoit l'aboutissement de ces travaux en 2016.

Répartition des achats par type de fournisseurs

Indicateurs ⁽¹⁾	La Poste			La Poste, La Banque Postale et Mediapost		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Montant des achats en M€ HT	3 781,5	3 046,2	3 205,7	NC	3 794,2	4 285,5
Dont montant des achats en M€ HT effectués auprès :						
• du secteur adapté et protégé	11,2	12,56	14,41	NC	13,81	15,61
• du secteur de l'insertion	2,28	2,13	2,19	NC	2,13	2,22
Dépenses d'intérim en M€ HT ⁽²⁾	117	127	196	NC	135	208

(1) Les achats comprennent l'ensemble des biens et prestations achetées 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.



Près de

18 M€

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

Le suivi des critères RSE pendant la vie du contrat

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.

DES CRITÈRES RSE POUR LE CHOIX DES ÉQUIPEMENTS EN BUREAUX DE POSTE

Le Réseau a fait le choix d'un matériel écolabellisé Energy Star pour l'achat de 1 200 écrans de télévision destinés aux bureaux de poste ; il a également renouvelé ses deux marchés pour le mobilier des bureaux de poste et de signalétique extérieure : choix de mobilier fabriqué en France avec du bois issu de forêts gérées durablement et conçu pour se démonter et se recycler facilement en fin de vie, choix de signalétique lumineuse économe en énergie ; pour le renouvellement du gilet porté par

30 000 postiers, le Réseau a également fait le choix d'un gilet confectionné avec du coton issu du commerce équitable labellisé Max Havelaar, en provenance du Sénégal et teint selon le procédé Oeko-Tex Standard 100, ce qui garantit l'absence ou la présence en très faibles quantités de substances indésirables pour la santé. Les 50 000 anciens modèles seront récupérés par les facteurs et recyclés pour entrer dans la fabrication de pièces en plastique dédiées à l'industrie automobile.

DES CRITÈRES RSE POUR LA RESTAURATION COLLECTIVE

La politique restauration de La Poste a pour objet de proposer aux postiers une restauration de qualité respectant les obligations en matière de santé et de sécurité sanitaire, et un équilibre nutritionnel et répondant aux exigences de qualité gustatives des convives.

Elle a été conçue en dialogue avec toutes les parties prenantes (enquête postiers, organisations syndicales, branches, fédération nationale des restaurants inter-entreprises de La Poste).

Elle a notamment pour objectif de réduire l'impact de l'activité de restauration sur l'environnement, développer les compétences et l'employabilité des salariés, participer au développement de l'économie en s'appuyant sur les initiatives innovantes.

En 2015 a été lancé un nouvel appel d'offres pour la restauration collective concédée à La Poste (2866 646 repas par an sur près de 80 points

de restauration) qui a permis la sélection d'un prestataire à l'automne 2015, sur les critères ci-dessous :

- accessibilité du lieu et du service pour les personnes handicapées ;
- des produits alimentaires et textiles bio ;
- des produits issus de circuit court ;
- des produits locaux ;
- des produits de saison ;
- des produits alimentaires et textiles issus du commerce équitable ;
- des produits sanitaires écoconçus et ayant un impact environnemental faible ;
- une gestion des déchets ;
- l'utilisation de papier recyclé ou issu de source gérée durablement ;
- la sensibilisation des convives, des salariés du prestataire et de ses fournisseurs au respect de l'environnement et au gaspillage.

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. Pour ces prestations, La Poste paie à trente jours à compter de la date de la réception de la facture. En 2015, le Groupe a développé un indicateur spécifique de suivi des délais de paiement aux PME ; il sera mesuré pour la première fois en 2016.

Un engagement de transparence avec les fournisseurs

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 Poste 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 100 000 euros, 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. 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 dix engagements pour des achats responsables. Cette charte est intégrée dans le référentiel de déontologie achat.

La Poste attache un soin particulier à tisser des relations durables avec ses fournisseurs et prestataires.

La pérennité et la qualité de ces relations sont indispensables pour le Groupe qui doit pouvoir s'appuyer sur des partenaires qui connaissent ses métiers et garantissent une bonne qualité de service.

Développer l'écosystème du Groupe et diversifier ses activités économiques

Donner de l'élan à de nouvelles filières

Partenaire de confiance des territoires, Le Groupe La Poste entend assurer son développement économique et sa compétitivité par le déploiement d'offres qui répondent aux enjeux auxquels la société française fait face (vieillesse de la population, explosion des échanges numériques, modernisation de l'État, transition énergétique et écologique, etc.) pour ses clients particuliers, entreprises et collectivités territoriales et une gamme de nouveaux services a été développée par La Poste spécifiquement pour répondre à ces attentes et en ligne avec ses valeurs.

Développer l'accès aux services de proximité, notamment au bénéfice des personnes âgées

Le contrat de filière Silver économie signé par le Groupe avec le ministère du Redressement productif et le ministère des Personnes âgées et de l'Autonomie a été l'occasion de développer de nouveaux services. Une chef de projet Silver économie a été nommée en 2015 pour développer cette offre.

À l'occasion de la troisième édition du Salon Silver économie en novembre 2015, La Poste a pu exposer sa vision de l'évolution des enjeux de la Silver économie, et présenter les services déployés auprès des acteurs de la filière au bénéfice des seniors.



La Poste a fait le choix d'un gilet confectionné avec du coton issu du commerce équitable labellisé Max Havelaar.



Le Groupe La Poste a également développé avec des partenaires (Tikeasy, Bayard Presse et Archos) une tablette numérique appelée Ardoiz, commercialisée dans 100 bureaux de poste des Pays de la Loire depuis 2015. Simple d'utilisation, elle facilite l'accès aux services et au lien social. Pour aller plus loin, La Poste entend proposer directement aux populations isolées ou vieillissantes des services leur permettant de les maintenir en contact avec leurs proches et de préserver leur bien-vivre au quotidien. Des services sont en test et devraient être déployés d'ici 2017. La Banque Postale a mis en place un site destiné aux aidants (www.vivreenaidant.fr).

La Poste développe depuis plusieurs années des services de proximité opérés par le facteur. La mise en œuvre de ces services a été facilitée par l'équipement entre 2012 et 2015 de tous les facteurs d'un smartphone connecté : Facteo. Les nouveaux services de proximité se sont étoffés au cours du temps et comptent désormais sept gammes :



Proxi courses : service de portage à domicile de biens culturels, de médicaments ou divers produits à la demande – contribue à désenclaver les foyers les plus isolés, notamment les personnes à mobilité réduite.

Proxi equip : installation à domicile par le facteur d'équipements simples ou accompagnement à leur prise en main – contribue à réduire la fracture numérique et à déployer davantage de services à domicile.

Proxi green : collecte de matière à recycler (papier ou autre matière) dans le cadre de la tournée du facteur neutre en carbone – contribue à la transition énergétique et à l'essor du recyclage.

Proxi diag : relevé de compteurs, diagnostics et prédiagnostics énergétiques au moyen du smartphone du facteur – contribue à la transition énergétique ;

Proxi vigie : visite aux personnes isolées, fragiles en relais des aidants. Surveillance des lieux d'habitation

en cas d'absence, signalement des dégradations sur des équipements publics – contribue à entretenir le lien social.

Proxi data : identification pour le compte de la collectivité des personnes fragiles, collecte d'information auprès des nouveaux emménagés, enquêtes publiques, de satisfaction – accompagne les collectivités territoriales en matière d'aménagement du territoire.

Proxi contact : remise commentée de documents, relais d'informations, collecte ou échange de documents – contribue à relayer les politiques publiques, l'information aux citoyens.

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, ce qui a permis le développement de filières industrielles. Le Groupe a développé des offres destinées aux entreprises, aux collectivités et aux administrations qui souhaitent réduire l'impact environnemental de leurs déplacements ainsi que l'accidentologie. **Greenovia** propose une prestation globale de conseil sur l'optimisation et la diminution des impacts négatifs des déplacements. **Véhiposte** a développé un ensemble d'outils permettant le pilotage des flottes de véhicules : simulateur budgétaire, carnet de santé du véhicule, guide mémento avec les bonnes pratiques en matière de gestion des véhicules, etc. **Mobigreen** permet le pilotage des consommations et des formations à l'écoconduite sur vingt-quatre mois.

LA POSTE INTÈGRE UNE FORTE DIMENSION PARTENARIALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE AUX DÉMARCHES D'ÉCOMOBILITÉ

Le programme Mobiliz de Renault, donnant accès à des véhicules remis à niveau et bien entretenus à des tarifs solidaires, est proposé sur la plate-forme l'Appui de La Banque Postale :

<http://www.at-entreprise-pauvrete.org/projets/mobilite>.



La rénovation énergétique des bâtiments

Afin de contribuer à l'objectif de la loi de transition énergétique, soit 500 000 logements rénovés par an à compter de 2017 pour la transition énergétique des

particuliers, La Poste a lancé en 2015 une offre de services complète à destination des collectivités territoriales. Cette offre vise à les aider dans leur mobilisation pour la rénovation énergétique des bâtiments et à opérer un changement d'échelle dans ce domaine. Ces services associent la sensibilisation des particuliers concernés par les travaux de rénovation énergétique, l'aide à la qualification de leurs besoins, l'accompagnement dans la définition de leur projet et un dispositif de pilotage des résultats obtenus. Des projets pilotes, menés notamment avec le conseil général de Vendée et le conseil régional de Picardie, sont déjà en cours. Le Groupe prévoit de déployer cette offre dès 2016.

Les énergies renouvelables

Par son adhésion à l'initiative RE100, Le Groupe La Poste a marqué en 2015 son engagement à soutenir le développement des énergies renouvelables. Le Groupe apporte également son soutien à d'autres initiatives qui contribuent au développement de cette filière, telles que *My Positive Impact* de Nicolas Hulot.

L'économie circulaire ou les filières de préservation des ressources naturelles

Le Groupe La Poste s'investit particulièrement dans des initiatives favorisant la collecte séparative des ressources usagées et la transformation utile de ce qui a été collecté : le recyclage, pour ce qui concerne les papiers et cartons et, demain, le réemploi autour de la collecte des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). Ces actions se développent sous la marque **Recy'go** destiné en priorité aux TPE, aux PME et aux entreprises à réseau.

Le papier

Lancée début 2012 auprès des TPE-PME et des collectivités locales, l'offre Recy'go de collecte des papiers de bureau en vue de leur recyclage est désormais déployée partout en France. 3764 entreprises ont choisi cette offre, ainsi qu'une partie des sites internes de La Poste, soit un volume de plus de 21 392 tonnes de papier, dont 5 255 tonnes sont collectées par les facteurs. La Poste s'est engagée à faire recycler tous les papiers collectés 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). La gamme de Recy'go s'est enrichie début 2015 de solutions de désarchivage et de destruction de papiers confidentiels grâce à un contenant dédié et de collecte d'emballages carton. Recy'go devrait tester en 2016 une collecte multisite des papiers à recycler dédiée au secteur public.

Les capsules usagées (partenariat avec Nespresso) auprès des entreprises

Nespresso a choisi Le Groupe La Poste pour proposer à ses clients entreprises la collecte de leurs capsules usagées. Les entreprises se voient remettre des sacs

de recyclage et bacs dédiés à installer dans leur espace courrier, que les facteurs récupèrent selon des échéances fixées conjointement avec chaque entreprise, selon sa consommation. Les capsules ainsi collectées sont acheminées vers un centre de traitement adapté et financé par Nespresso. Le marc de café y est séparé de l'aluminium pour être valorisé en filière agricole, ou en intrant des jardins filtrants pour la dépollution des eaux usées. L'aluminium est, quant à lui, broyé, fondu et coulé en lingots pour être réutilisé.

La Poste et Nespresso entendent aller plus loin encore et travaillent d'ores et déjà à l'extension de ce service de collecte à tout le territoire français, mais également à la collecte de capsules usagées depuis les boîtes aux lettres des particuliers ou encore l'échange de machines à café défectueuses.

Les téléphones mobiles

Depuis mars 2015, La Poste Mobile et Recy'go ont lancé la collecte des mobiles dans 4 700 bureaux de poste. Ces appareils seront rachetés à leur client particulier s'ils sont réutilisables, ou recyclés.

Les piles

Au cours du premier semestre 2016, Le Groupe La Poste prévoit de tester la collecte de piles auprès de 45 000 particuliers équipés d'une boîte à lettres (BAL) normalisée sur les communes de l'Union, de Saint-Jean (Haute-Garonne) et du Grand Rodez (Aveyron). Cette offre permettra la collecte de toutes sortes de piles en dehors des piles au lithium (piles alcalines, piles boutons, petits accumulateurs, etc.). Les piles ainsi collectées seront stockées dans des fûts appropriés sur les plates-formes de préparation et de distribution avant d'être prises en charge par un recycleur agréé.

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 en 2013. L'objectif de cet institut multiacteur (entreprises, ONG, élus, etc.) est de promouvoir une autre économie inspirée des écosystèmes naturels. Dans ce modèle, la réflexion dès l'amont sur les matières utilisées permet que les déchets des uns deviennent les ressources des autres, soit en les réutilisant, soit en utilisant leurs composants comme matières premières. L'Institut s'emploie à instaurer un environnement institutionnel favorable au développement de cette nouvelle économie avec un premier succès dans la loi de transition énergétique.





Développer les synergies avec l'économie sociale et solidaire

L'Alliance dynamique : s'élancer avec l'ESS

Le 14 octobre 2014, Le Groupe La Poste et les acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) avaient signé la création de l'Alliance dynamique. Rassemblant plus de 40 partenaires, cette alliance est née de la volonté de favoriser le développement des territoires et des services aux populations. L'Alliance dynamique vise à faire émerger des solutions innovantes et à mettre en place de nouveaux modèles économiques pour répondre aux besoins de la société actuelle.

Cinq principaux axes de coopération ont été définis :

- les produits financiers de La Banque Postale ;
- la transition énergétique ;
- le développement d'espaces partagés ;
- le développement des achats dans les secteurs à but non lucratif, en particulier auprès d'associations du secteur adapté et protégé et de l'insertion ;
- l'accompagnement des salariés de La Poste, qui souhaitent mettre à profit leurs compétences au sein de ces organisations.

La première année d'exercice de l'Alliance dynamique a permis la signature d'une déclinaison locale dans toutes les régions de France. En Île-de-France, c'est dans chacun des départements que ces accords ont été signés. Cette première année est également marquée par l'installation, avec le concours de la direction de la sécurité de l'informatique, du dispositif de suivi de l'Alliance dynamique, qui comprend un site public et un **dispositif interne « Essor »**. Cet outil recense les entreprises de l'ESS sur tout le territoire et permet ainsi d'identifier localement des partenaires possibles. Mis à la disposition de l'ensemble des équipes, il est un outil majeur de la concrétisation de l'Alliance dynamique.

En 2015, dans le cadre du partenariat du Groupe La Poste avec l'Alliance dynamique, un **premier bail de réhabilitation** a été signé par la direction régionale Nord-Ouest de Poste Immo au profit de l'association Le Chênelet. À travers ce bail, l'association s'engage à réaliser des travaux de réhabilitation incluant une isolation par l'extérieur, la pose de panneaux solaires pour la production d'eau chaude et l'installation d'un chauffage à granulés de bois qui permettront d'améliorer significativement la performance énergétique du site.



Premier exemple d'exercice du service postal par un prestataire de l'ESS.

DES NOUVEAUX MODÈLES DE CONVENTION VALIDÉS PAR L'OBSERVATOIRE DE LA PRÉSENCE POSTALE TERRITORIALE

Dans le cadre de l'Alliance dynamique, le Réseau La Poste souhaite identifier des partenaires issus de l'ESS, tels que des ESAT⁽¹⁾ ou des structures d'insertion, qui pourraient signer une convention de reprise du service postal de base. Les termes du conventionnement ont été définis en 2015 et validés par l'Observatoire de la présence postale par deux textes spécifiques : l'un à destination des acteurs de l'ESS en général et l'autre aux entreprises adaptées et ESAT en particulier.

(1) Établissements de services et d'aide par le travail.

Promouvoir le recours aux entreprises du secteur adapté et protégé et de l'insertion par l'activité économique

Le Groupe La Poste multiplie les initiatives visant à promouvoir le recours aux entreprises de secteur adapté et protégé ou d'insertion par l'activité économique. En 2015, le Groupe a déployé une formation pour l'achat dans le secteur de l'insertion, accompagnée de deux guides pour les acheteurs et les prescripteurs (voir page 121) ainsi qu'une brochure destinée aux entreprises : « Comment devenir fournisseur de La Poste ? »

À l'initiative du Groupe La Poste, le premier marché de biens et services du secteur adapté, Handi Market Grand Ouest, a vu le jour à Rennes en mars 2015. Ce salon professionnel destiné aux responsables et prescripteurs des achats des entreprises, associations et collectivités territoriales et responsables RH a permis à près de 70 ESAT et établissement d'IAE de se présenter comme des partenaires économiques naturels et de renforcer leur réseau d'affaires.

GeoPost partenaire de l'entrepreneuriat social Enercoop

Avec 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 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 15^e) et est devenu sociétaire de la coopérative.

Ashoka

GeoPost via Ashoka (renouvellement du partenariat en 2014) soutient la détection et l'accompagnement d'entreprises en France et à l'étranger, en particulier dans les domaines de la logistique urbaine (livraison, sécurité urbaine, mutualisation, circulation en ville, etc.), les technologies de communication, le recyclage des emballages, le développement économique local dans les quartiers, des projets environnementaux liés à la réduction de l'impact carbone. Par exemple, 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. Chronopost soutient le projet d'un autre Fellow Ashoka : Voisin malin ou la possibilité de remettre le colis à un voisin en l'absence de son destinataire.

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'inPost, 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 à hauteur de cinq millions d'euros et ambitionne d'accueillir 24 start-up par an en régime de croisière. En dix-huit mois d'activité, Start'inPost a permis la mise en relation de près de 65 start-up avec des managers dans les entités opérationnelles du Groupe La Poste.



Start'inPost permet la mise en relation de start-up avec des managers.

Ces rencontres ont abouti à plus d'une quinzaine d'expérimentations permettant aux start-up de tester leurs offres sur le terrain dans divers domaines : *big data*, e-marketing, économie collaborative, Silver économie, etc. Les quatre exemples suivants de start-up accélérées illustrent parfaitement l'objectif de Start'inPost d'accompagner les meilleures start-up proches des domaines stratégiques du Groupe :

- **DOZ**, spécialisée dans le marketing digital, est en collaboration avec Mediapost Communication. Ils proposent ensemble une plate-forme unique de gestion de campagne de marketing multicanale ;
- **Shippeo**, spécialisée dans l'optimisation et le suivi en temps réel du transport logistique, teste actuellement sa solution avec Viapost, filiale e-logistique de La Poste ;
- **Cults**, catalogue de modèles gratuits de designers pour impression 3D et **3DSLash**, outil de modélisation, viennent enrichir l'offre d'impression 3D du Groupe La Poste désormais accessible en ligne sur impression3d.laposte.fr et non plus uniquement en bureau de poste.



DE NOUVELLES SOLIDARITÉS POUR UNE MEILLEURE INCLUSION SOCIALE

P.130 La Poste et les postiers s'engagent

134 Le musée de La Poste

135 Le comité pour l'histoire : le soutien à la recherche historique

135 La Fondation La Poste : par l'écriture, transmettre la culture,
la solidarité et l'innovation

Le Groupe est convaincu que pour un développement durable des territoires, il est fondamental d'améliorer la qualité de vie de ses habitants et leur inclusion dans la société. Pour ce faire, le Groupe crée, anime et soutient des initiatives de solidarité dans l'objectif de désenclaver les zones rurales et les quartiers défavorisés des villes, prévenir toute forme d'exclusion financière, de détérioration du lien social, d'éloignement de l'emploi... Il met l'accent sur deux leviers : l'accès des personnes vulnérables à la culture et à l'éducation et la création d'emplois de proximité. Le Groupe ou directement ses branches et ses filiales soutiennent des associations et créent avec elles des solutions innovantes. Partout à La Poste, l'engagement bénévole des postiers est facilité, qu'ils souhaitent donner du temps ou des compétences, au bénéfice des causes de leur choix.

Chiffres clés de l'action en faveur des communautés

Année 2015		Budget en M€
La Poste	Mécénat fiscalement déductible de La Poste	6,5
	dont :	
	– Fondation d'entreprise La Poste	1
	– Opération Pièces Jaunes et Téléthon	1
	Programme « Tous arbitres »	0,2
	Budget du musée de La Poste	3,5
	Budget du comité pour l'histoire	0,08
La Banque Postale	Mécénat fiscalement déductible de La Banque Postale dont :	3,2
	L'Envol, le campus de La Banque Postale	1,7
Géopost	Mécénat Institut Pasteur et Ashoka	0,17



UN PARTENARIAT CLÉ AVEC LE WWF

Dans le cadre d'un partenariat lancé en 2008 avec le *World Wildlife Fund* (WWF), La Poste avait dans un premier temps procédé à une évaluation des risques environnementaux liés aux activités courrier.

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.

La Poste et les postiers s'engagent

Les actions visant à l'inclusion sociale des personnes se déclinent autour de la lutte contre les fragilités financières, l'accompagnement pour l'accès et le retour à l'emploi, le soutien à l'entrepreneuriat et l'engagement de tous sur le territoire.

La lutte contre les fragilités financières

La Banque Postale a créé en octobre 2012 un club de réflexion et d'action afin de développer de nouvelles pratiques pour répondre aux besoins des clientèles en situation de fragilité financière. Ce club⁽¹⁾, baptisé « L'Initiative contre l'exclusion bancaire », a pour ambition de :

- faire progresser la connaissance réciproque entre les populations en difficultés financières et les acteurs bancaires et autres, qui interagissent avec elles ;
- se former ensemble pour élaborer et expérimenter des produits, des services et des pratiques, prenant en compte les attentes effectives de ces clientèles ;
- promouvoir et défendre, notamment auprès des pouvoirs publics, les solutions les plus pertinentes imaginées collectivement.

Des groupes d'écoute ont également été constitués. Ils réunissent des bénévoles de ces organismes et des publics précaires pour échanger autour de thématiques bancaires afin de parfaire les pratiques de la banque et mieux comprendre leurs besoins. Enfin, en 2015, 165 postiers en partenariat avec les missions locales, les Restos du cœur, le Secours populaire, Pimms, Face, etc. ont animé des ateliers de pédagogie budgétaire et financière afin de favoriser l'autonomie en matière de gestion budgétaire.

L'accompagnement des jeunes et des personnes vulnérables vers l'emploi

Le Groupe La Poste s'implique pour l'emploi des personnes vulnérables en s'appuyant sur l'expertise de ses partenaires (Nos quartiers ont des talents, les Écoles de la deuxième chance, L'Envol, le campus de la Banque Postale, etc.), notamment :

- en informant les jeunes et les demandeurs d'emploi les plus vulnérables sur ses métiers et de façon plus générale sur les métiers en tension ;
- en développant le tutorat et le parrainage des jeunes et des personnes vulnérables par des postiers ;
- en contribuant à leur accès à la culture.



L'année a été marquée par la constitution de groupe d'écoute pour échanger autour de thématiques bancaires.

En 2015, l'ANDML⁽²⁾ et Soliha⁽³⁾ ont rejoint ce club qui accueille les acteurs du monde social, associatif et bancaire qui souhaitent développer de nouvelles initiatives contre l'exclusion bancaire et financière.

Près de

500

parrains engagés pour la réussite des jeunes en situation de vulnérabilité.

Engagement en faveur des quartiers

Présente sur tout le territoire français, La Poste s'est engagée au niveau national pour l'insertion professionnelle des jeunes des quartiers, en contribuant à leur offrir des perspectives de développement des compétences, un accès à l'emploi ou la création d'entreprises et en favorisant leur lien avec le monde professionnel.

(1) Le club Initiative contre l'exclusion bancaire comptait déjà parmi ses membres : l'Association pour le droit à l'initiative économique (Adie), l'Armée du salut, ATD Quart Monde, La Banque Postale, la Chambre régionale du surendettement social (Cresus), la Croix-Rouge française, Emmaüs France, Habitat et humanisme, les Restos du cœur, le Secours catholique, le Secours populaire et l'Union nationale des centres communautaires d'action sociale (UNCCAS).

(2) ANDML : Association nationale des directeurs de mission locale. (3) Soliha : Solidaire pour l'habitat.

La Poste est par ailleurs partenaire :

- depuis décembre 2012, de l'association Nos quartiers ont des talents (NQT) pour l'insertion professionnelle de jeunes diplômés issus de quartiers prioritaires et de milieux sociaux défavorisés ;
- des Écoles de la 2^e chances, pour l'insertion des jeunes âgés de 18 à 25 ans sortis du système scolaire sans diplôme.

NOS QUARTIERS ONT DES TALENTS

En septembre 2015, Le Groupe La Poste a renouvelé pour trois ans son partenariat avec l'association qui organise notamment le parrainage des jeunes diplômés bac +3, bac +4 par des cadres de haut niveau afin de les aider à trouver un emploi. Aujourd'hui, le périmètre d'action est étendu à tout jeune de condition modeste : quartiers, zones rurales, ou personnes en situation de handicap. 61 parrains postiers ont déjà suivi 174 jeunes ; le Groupe a contribué et participé au livre blanc sur le parrainage remis à l'automne 2015 au président de la République française.



Soutenir les jeunes potentiels

L'Envol, le campus de La Banque Postale

Pour favoriser le parcours de jeunes élèves talentueux issus de milieux modestes, urbains comme ruraux, et accompagner les élèves dans leur diversité de parcours et l'excellence des formations, L'Envol, le campus de La Banque Postale a créé en 2015 le programme voie professionnelle. Destiné aux élèves en lycée professionnel suivant les filières des métiers de bouche, d'art et de la métallurgie, il complète le programme général d'accompagnement des élèves en lycée général et technologique dans la réalisation de leur potentiel en favorisant leur accès aux filières générales et technologiques d'excellence, grâce à un suivi individualisé.



Portrait de groupe de la promotion 2014-2015 de L'Envol, le campus de La Banque Postale.

L'ENVOI EN CHIFFRES

À fin 2015, « L'Envol, le campus de La Banque Postale »

ce sont :

- 30 académies représentées ;
- + de 700 heures de tutorat individuel ;
- 213 élèves au total en quatre promotions de 2012 à 2015 ;
- 395 parrains ;
- 100 % de réussite au bac en 2015.

Accompagner les décrocheurs avec les Écoles de la deuxième chance



Désormais membre de la fondation du réseau des E2C, La Poste et le réseau des Écoles de la deuxième chance (E2C), qui représente 43 écoles et 14385 jeunes de moins de 26 ans sortis du système scolaire, ont renouvelé leur partenariat pour trois ans en mars 2015.

Pour accompagner ces jeunes, La Poste qui apporte également une forte contribution par la taxe d'apprentissage, a développé un programme original d'actions pour :

- renforcer la confiance en soi des jeunes par des ateliers photo ;
 - faciliter l'accès à la culture avec des ateliers d'écriture bénéficiant du soutien de la Fondation La Poste et autour du prix Clara, et en lien avec le musée de La Poste, et avec des programmes d'initiation à l'art (voir page 134) ;
 - s'approprier les nouvelles technologies de l'information et de la communication (objets connectés, et systèmes informatiques, etc.) ;
 - leur donner des outils pour obtenir un emploi (présentation des métiers de La Poste, animation d'ateliers, jurys pour la préparation aux entretiens d'embauche) ;
 - les associer à des manifestations postales pour découvrir les métiers de l'accueil et de la communication...
- Par ailleurs, dans la même optique, des partenariats régionaux ont été passés avec l'Épide et en Île-de-France avec les Cafés de l'avenir.

Apporter un accompagnement global aux jeunes en difficultés : partenariat avec le Foyer de Cachan

Le partenariat entre La Poste et le Foyer de Cachan a été renforcé afin de développer un modèle original de partenariat avec les associations accompagnant les jeunes en difficultés. Il s'agit de maximiser leurs chances de réussite scolaire et d'insertion dans la vie active par :

- un programme de parrainage des jeunes lycéens par des postiers bénévoles : huit binômes constitués sur les années 2014-2015 et 2015-2016 ;



- l'intervention de postiers pour donner envie aux jeunes de pratiquer les métiers pour lesquels ils reçoivent des enseignements (commercial, notamment) et répondre à leurs interrogations ;
 - des cours sur la RSE afin de donner aux élèves une bonne connaissance des enjeux du monde de demain.
- Ces modalités pourront ensuite être dupliquées au profit d'autres partenariats et territoires pour renforcer l'efficacité des actions auprès de ces publics.



CENT ANS D'ACCOMPAGNEMENT

Le Foyer de Cachan, association reconnue d'utilité publique, lycée professionnel sous contrat avec l'Éducation nationale, qui accueille en particulier des jeunes (les enfants de postiers bénéficiant de conditions préférentielles) éprouvant des difficultés scolaires, familiales ou environnementales, est accompagné par La Poste depuis cent ans.

Contribuer à la formation aux métiers de demain

Deux exemples de nouvelles mobilisations existant au sein du Groupe pour former les publics en difficulté.

Web@cadémie

Afin de poursuivre son action en faveur de l'insertion des publics en difficulté, Docapost a conclu un partenariat avec la Web@cadémie, une école qui forme des jeunes de 18 à 25 ans n'ayant pas obtenu le bac aux métiers du développement Web. La pédagogie de cette école est particulièrement innovante : l'apprentissage est basé sur la réalisation de projets en réponse à des besoins réels des entreprises et permet de développer de réelles capacités d'adaptation et d'autoformation indispensables dans ces métiers de l'informatique.

Après une première année de formation intensive au sein de l'école, les jeunes sont engagés ensuite en contrat de professionnalisation pendant un an, période pendant laquelle ils sont rémunérés par l'entreprise d'accueil. Pour cette première année de partenariat, une dizaine de jeunes ont ainsi intégré les équipes informatiques des différentes entités de Docapost.

B.A.ba Solidarité

La Poste a poursuivi en 2015, avec ses prestataires de ménage au sein du siège social de La Poste, un programme visant à faire accompagner une dizaine de salariés illettrés de l'entreprise de ménage par 28 postiers bénévoles. Ils acquièrent ainsi les notions professionnelles de base dans le cadre de leur métier (savoir lire, écrire, compter, mesurer) pour progresser dans leur filière et apprendre à utiliser le numérique. Tous ont obtenu

une certification à l'issue de ce programme dans lequel les salariés du Groupe La Poste et ceux d'un fournisseur s'engagent dans une démarche de progrès partagé. Une nouvelle action sera lancée fin 2016 au sein du futur village La Poste.

LE RÉSEAU RÉCOMPENSÉ POUR L'ENGAGEMENT DES POSTIERS BÉNÉVOLES AUPRÈS DES CLIENTÈLES VULNÉRABLES

Les R Awards récompensent chaque année les entreprises de la distribution et du commerce organisées en point de vente qui ont mis en place ou lancé une action responsable marquante.

En décembre 2015, le Réseau La Poste a remporté le prix spécial du jury pour l'engagement des postiers bénévoles auprès des clientèles vulnérables. Une récompense qui distingue les différentes actions engagées par la direction RSE du Réseau en lien avec La Banque Postale, et surtout l'engagement des postières et postiers bénévoles qui assurent des missions de pédagogie bancaire et d'entrepreneuriat régulières auprès des bénéficiaires des associations partenaires.

Les R Awards sont organisés par les experts des commissions de travail de l'association Club génération responsable et ont été remis au Réseau La Poste à l'occasion de la COP21, en présence des responsables du ministère de l'Écologie, de la Fédération française de franchise et des acteurs de la distribution.

Le soutien à l'entrepreneuriat

Le Groupe encourage l'entrepreneuriat au travers de tutorats et de mécénats financiers, quelques exemples.

- Avec **Entreprendre pour Apprendre**, pour l'accompagnement des lycéens dans la création de minientreprises, notamment en leur faisant découvrir le monde économique et le fonctionnement d'une entreprise, et le coaching de créateurs d'entreprise avec **Planète Adam**.

- GeoPost soutient le travail d'**Ashoka**, une organisation internationale reconnue pour avoir nommé, créé et lancé l'entrepreneuriat social. Ce partenariat, renouvelé pour la période 2014-2016, implique un soutien financier apporté pour le programme Fellows d'Ashoka en Europe, en particulier dans les domaines de la mobilité et de l'emploi.

- La Banque Postale soutient depuis juin 2011 l'économie collaborative grâce au partenariat signé avec **KissKissBankBank**, plate-forme de financement participatif permettant à des créateurs de projet de collecter des fonds auprès de leur entourage et du grand public. Chaque mois, La Banque Postale finance à hauteur de 50% un projet coup

de cœur : 57 projets ont ainsi été soutenus depuis le lancement du partenariat. Ce partenariat comprend aussi, depuis 2013, **Hellomerci**, plate-forme de prêts solidaires entre particuliers. Plus de 20 projets ont obtenu le soutien de La Banque Postale sur cette plate-forme.

- En 2015, La Banque Postale a poursuivi son engagement dans la **Social Cup**, première coupe de France de l'entrepreneuriat social étudiant lancée avec KissKissBankBank (KKBB) et MakeSense. Cette deuxième édition a vu plus de 450 étudiants se mobiliser dans les 12 villes participantes pour proposer plus de 80 projets d'entreprises sociales innovantes. Les 12 projets finalistes ont reçu une dotation financière de La Banque Postale pour leur première campagne de *crowdfunding* lancée sur KKBB.
- Le Groupe La Poste a lancé à l'été 2015 le site Web **Les É lanceurs** (<http://www.leselanceursdugroupepostale.fr>), un site dédié aux initiatives plus responsables, plus solidaires, plus écologiques, qui se multiplient sur le territoire. L'objectif : les présenter et montrer que, partout, des individus, des entreprises et des collectivités entreprennent autrement. En rendant ces initiatives accessibles, le Groupe souhaite les démultiplier, les partager, les amplifier, et ainsi favoriser leur développement. Au travers d'interviews, de tribunes et majoritairement de reportages sur le terrain, des personnalités, des innovateurs et des entrepreneurs prennent la parole pour communiquer sur les tendances à venir et les voies possibles de développement. Une vraie source d'inspiration qui vise aussi bien les TPE, PME, collectivités et les grands groupes. Le site Les É lanceurs se veut aussi être un tremplin pour des initiatives naissantes. Le trophée des É lanceurs lancé en fin d'année a remporté un vif succès avec la réception de 170 projets.

L'engagement de La Poste et des postiers dans les territoires

L'engagement du Groupe en faveur de grandes causes nationales ou de projet d'intérêt général

- Depuis près de trente ans, le Groupe est partenaire de l'opération **Pièces jaunes** pour améliorer la vie des enfants hospitalisés (un million de tirelires dans les bureaux de poste et un million de cartes de remerciements remises aux enfants par les postiers).
- Le Groupe est également partenaire du **Téléthon** (collecte de fonds pour financer la recherche contre les maladies génétiques neuromusculaires et l'accompagnement des malades). En 2015, près de 1 000 postiers bénévoles ont contribué au succès du Téléthon en traitant les promesses de dons dans les centres de promesse, et l'entreprise a remis un chèque de 329 472 euros au Téléthon.
- La Poste a remis en 2015 un chèque de 1 788 236 euros à la **Croix-Rouge** dont elle est partenaire depuis cent ans.
- Le Groupe est partenaire de « **Tous arbitres** », programme d'accompagnement et de valorisation des arbitres depuis neuf ans, aux côtés des fédérations



La Croix-Rouge française.

et ligues professionnelles de football, rugby, handball et basket.

- Pendant huit ans, Le Groupe La Poste a encouragé l'engagement solidaire de ses salariés à l'échelle mondiale en soutenant financièrement deux associations : **Planète urgence et France volontaires** et en facilitant la participation des postiers à des missions de congés solidaires. Grâce au mécénat de La Poste, plus de 500 missions de congés solidaires à l'international ont été organisées. Plus de la moitié d'entre elles concernaient les apprentissages scolaires de jeunes ou d'adultes. Les postiers ont donné du temps et mis leurs compétences professionnelles et personnelles au service des associations locales dans 21 pays (Argentine, Cambodge, Gabon, Madagascar, Maroc, Népal, Pérou, Sénégal, Zimbabwe, etc.) pour contribuer au développement ou contribuer à la préservation de la biodiversité. À partir de 2016, les collaborateurs souhaitant donner de leur temps et compétences seront aiguillés vers des causes territoriales plus proches de leur environnement au profit de programmes d'inclusion sociale de jeunes en France avec L'Envol, le campus de La Banque Postale, Nos quartiers ont des talents, le Foyer de Cachan, les Cafés de l'avenir, l'Épide...

Le soutien et la reconnaissance des postiers engagés

- Afin de promouvoir encore plus le bénévolat et valoriser les postiers bénévoles, le Groupe a organisé la **première semaine du bénévolat** en avril 2015. Les régions ont organisé des actions de bénévolat pour les postiers, des rencontres entre associations et postiers souhaitant s'engager, des débats, etc. Avec près de 70 opérations sur tout le territoire et une forte participation, le succès de cette première opération témoigne de la volonté des postiers de s'engager. Cette opération permet notamment la valorisation des associations de personnel.
- Par ses nombreux partenariats, et le soutien actif des **associations de personnel** (Atha : Association des travailleurs handicapés ; Unass : Union nationale des secouristes et sauveteurs) qui œuvrent bien au-delà



de la sphère des postiers, mais aussi par une politique active de promotion du bénévolat, La Poste facilite l'engagement de ses collaborateurs au sein des associations de personnel et leur reconnaissance.

- Dans le cadre de la politique d'action sociale du Cogas (Conseil d'orientation et de gestion des activités sociales), la direction nationale des activités sociales (DNAS) de La Poste a organisé pour la troisième année **la Bourse solidarité de l'action sociale** ayant pour objectif de mettre en lumière et de récompenser l'engagement des postières et des postiers dans le domaine de la solidarité. Ce concours, consacré en 2014 et 2015 aux projets, actions et initiatives des postières et des postiers, à titre extraprofessionnel et bénévole autour du handicap, a récompensé 12 postiers.

« Savoir écrire, c'est pouvoir accomplir les gestes quotidiens et ceux de la vie professionnelle ; c'est s'exprimer avec liberté, réflexion et même plaisir ; c'est aussi un moyen de s'adresser aux autres et de les écouter en retour – notamment grâce à toutes les formes de correspondance. La Poste et les valeurs de notre entreprise sont nées avec les lettres, et c'est en raison du rôle central, personnel et sociétal de l'écriture que sa fondation d'entreprise, souhaitant être celle de tous les postiers, se consacre à sa promotion pour tous et en particulier pour tous ceux qui en sont exclus. »



Dominique Blanchecotte
Déléguée générale
de la Fondation
et directrice du patrimoine
et de la culture

Le musée de La Poste

Le musée de La Poste, dont les collections ont l'appellation « musée de France », est un lieu de présentation, de conservation et de diffusion du patrimoine postal. Porteur de l'histoire, ce musée se veut également le témoin du présent et du futur de l'entreprise La Poste. Des bottes de sept lieues aux héros de l'Aéropostale, en passant par le panorama des cent cinquante ans du timbre-poste en France, les collections du musée de La Poste racontent une histoire, non seulement celle d'une entreprise, mais aussi celle de la France au quotidien. Le musée conserve et expose le patrimoine historique, artistique, philatélique et scientifique constitué par des pièces de collection aussi diverses que les premières cartes des routes de poste, les uniformes de facteur, les maquettes d'artiste, les timbres-poste, des objets populaires et enfin une grande collection de *mail art* et d'art postal.

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. Des visites sont organisées pour les publics scolaires et leurs enseignants. Le musée s'engage pour l'accès de tous à la culture, avec le soutien de l'Agence nationale de la lutte contre l'illettrisme (ANLCI) en offrant aux associations franciliennes et à leurs groupes la gratuité pour toutes ses prestations et offres culturelles : malles pédagogiques, ateliers créatifs, formation. 1740 personnes dont 228 jeunes des Écoles de la deuxième chance d'Île-de-France ont bénéficié en 2015 de ces programmes.

LE MUSÉE DE LA POSTE RÉINVENTÉ

Le bâtiment du musée de La Poste, inauguré en 1973, se destine à une nouvelle vie : un grand projet de rénovation est engagé au 34, boulevard de Vaugirard, avec le lancement du chantier en avril 2015, pour en faire à l'horizon 2017 un lieu culturel contemporain. Initialement fondé sur la mise en accessibilité du musée aux personnes en situation de handicap, le projet porte aussi sur la réaffirmation d'une ambition culturelle et patrimoniale dans le paysage muséal français. Il prévoit la revalorisation complète du bâtiment à travers un nouveau concept muséographique et architectural. L'opération vise des objectifs environnementaux ambitieux et novateurs pour un site muséal, notamment la certification Haute qualité environnementale, l'accessibilité à tous et être un lieu d'insertion sociale.

Le comité pour l'histoire : le soutien à la recherche historique

Créé en 1995, placé depuis lors sous l'égide du président-directeur général de La Poste représenté par la directrice de la culture et du patrimoine, le comité pour l'histoire de La Poste (CHP) regroupe des postiers et des universitaires. Le rôle du CHP est de contribuer à une meilleure connaissance de l'histoire de La Poste depuis l'Ancien Régime à nos jours sous différentes thématiques : l'histoire de l'État, des institutions, de l'administration, mais aussi des hommes et de leurs métiers, de l'entreprise et des techniques, de la société française. Le CHP accompagne et encourage les recherches sur l'histoire des Postes, diffuse la connaissance, noue des relations avec des associations et organismes de même nature, aussi bien dans d'autres entreprises françaises qu'à l'étranger.

Les objectifs du CHP sont :

- constituer un fonds d'archives orales et écrites en recueillant les souvenirs et témoignages des acteurs ou des témoins de la vie de La Poste ;
- organiser périodiquement des concours autobiographiques basés sur des récits de vie ;
- établir des inventaires, guides et annuaires statistiques ;
- orienter, favoriser et provoquer des recherches en attribuant des bourses aux étudiants de master et de doctorat, ainsi qu'à des recherches postdoctorales ;
- promouvoir la recherche en histoire postale en organisant des colloques et des journées d'études, ou en y participant ;
- diffuser et publier les travaux intéressant l'histoire de La Poste.

Grâce au CHP, les chercheurs en sciences humaines et sociales ont la possibilité d'éclairer les mutations des sociétés.

La Fondation La Poste : par l'écriture, transmettre la culture, la solidarité et l'innovation

Créée en 1995, la fondation d'entreprise La Poste soutient l'expression écrite.

Elle se veut à la fois culturelle et sociale, a pour objet de soutenir l'expression écrite – dans la mesure où s'y incarnent les valeurs du Groupe La Poste – et en particulier la proximité, la confiance, l'innovation et la solidarité.

Ainsi, elle encourage plus précisément avec un souci de qualité et avec éclectisme :

• **l'écriture épistolaire** : avec l'édition de correspondances dans leur diversité et d'ouvrages les valorisant ainsi que la participation à des manifestations qui les mettent en valeur par leur rencontre avec d'autres arts ou formes d'expression ;

• **l'écriture vivante et novatrice** : en remettant des prix qui la récompensent, en encourageant les jeunes talents associant l'écriture des textes à la musique et par l'exploration de nouvelles formes d'écriture, particulièrement l'écriture électronique, sa pratique, ses possibilités (la Fondation diffuse le journal *FloriLettres* – www.fondationlaposte.org) ;

• **l'écriture pour tous** : au bénéfice de ceux qui sont exclus ou en voie d'exclusion de la pratique, de la maîtrise et du plaisir de l'expression écrite, quelle qu'en soit la cause (zones sensibles, situations difficiles, etc.) – une orientation conforme à la tradition de solidarité de La Poste et des postiers.

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 reconnaître, en être acteurs ou bénéficiaires : engagement aux côtés des associations, accès à des festivals, achat de livres encouragé, diffusion de la culture.

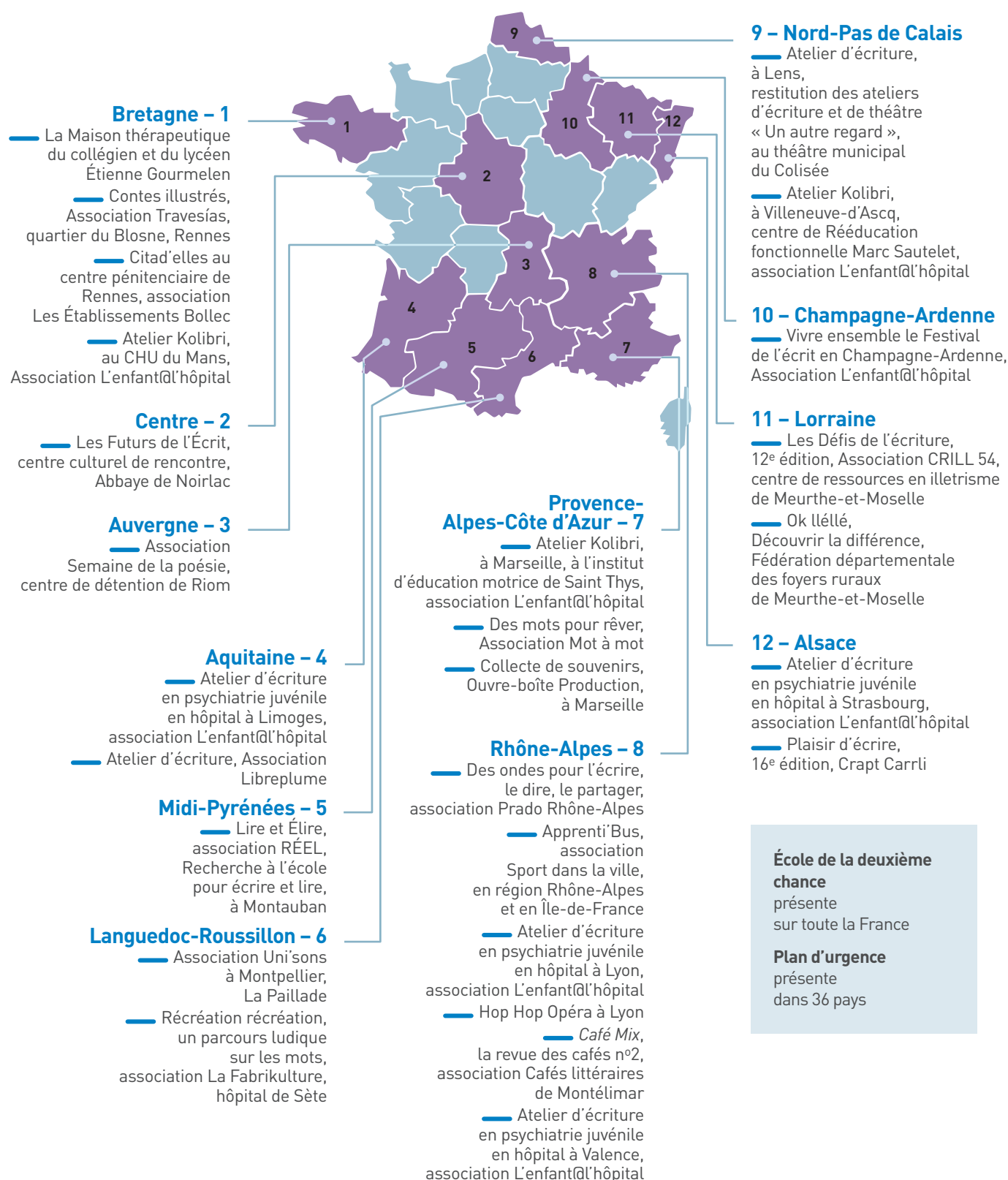
En 2015, la Fondation a financé 118 initiatives qui illustrent les valeurs du Groupe et son engagement citoyen.

En particulier, 46 associations ont bénéficié du soutien de la Fondation La Poste pour mettre en place des initiatives en faveur de l'écriture pour tous : animation d'ateliers d'écriture au profit de détenus dans les prisons, d'adolescents en travail thérapeutique, de malades du cancer et de leur entourage, de jeunes déscolarisés souhaitant reprendre leurs études, de personnes résidant en maison de retraite et de leur personnel soignant, ou encore activités ludiques au bénéfice d'élèves du CP ayant des fragilités en écriture et en lecture... L'accès à l'écriture ou à la lecture est utilisé sous toutes ses formes pour aider chacun à trouver ou retrouver sa place dans la société, ou un lien avec lui-même et les autres.



Actions solidaires en 2015

EN FRANCE MÉTROPOLITAINE

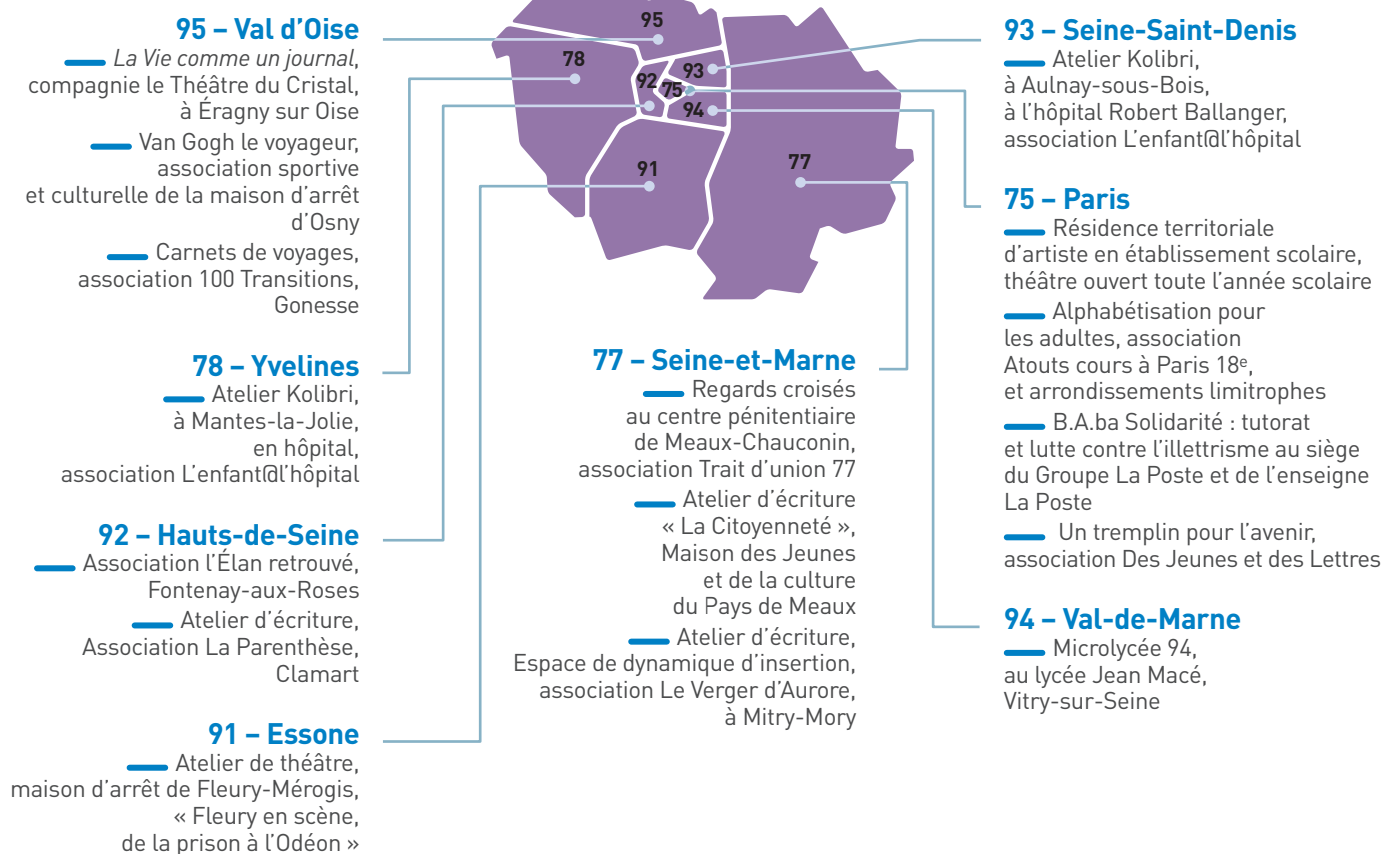


École de la deuxième chance
présente
sur toute la France

Plan d'urgence
présente
dans 36 pays

Actions solidaires en 2015

EN ÎLE-DE-FRANCE



DANS LES DOM





ANNEXES

P.139	Annexe 1 - Table de référencement GRI-4
149	Annexe 2 - Tableaux des indicateurs
161	Annexe 3 - Méthodologie de reporting et taux de couverture des indicateurs
163	Glossaire

Annexe 1

Table de référencement GRI-G4

Article 225 du Grenelle II et COP du Pacte mondial

N.A. = Non approprié / N.D. = Non disponible / N.C. = Non communiqué

Document : DR = Document de référence / RRSE = Rapport RSE / LGLP = Le Groupe La Poste / LBP = La Banque Postale / LP = La Poste (maison mère)

LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION								
1. STRATÉGIE ET ANALYSE								
G4-1	Déclaration du PDG sur le développement durable et la stratégie du Groupe	LGLP	RRSE	2		I.2.a.1	A	2.2 – 2.2a 3.1 – 3.1e
G4-2	Description des impacts, risques et opportunités majeurs	LGLP	RRSE	8 et suivantes 29 et suivantes	1 3	I.2.a.1	A	2.1 – 2.2 3.1.a 5.1 – 6.1
2. PROFIL DE L'ORGANISATION								
G4-3	Nom de l'organisation	LGLP	RRSE	8	1	I.2.a.1, 2, 4 II.3.c.2	B	
G4-4	Principales marques et principaux produits et services	LGLP	RRSE	14-15	1	I.2.a.1, 2, 4 II.3.c.2	B	
G4-5	Siège social	LGLP	RRSE	8	1	I.2.a.1, 2, 4 II.3.c.2	---	
G4-6	Pays où l'organisation opère	LGLP	RRSE	12-13	1	I.2.a.1, 2, 4 II.3.c.2	---	
G4-7	Nature du capital et forme juridique	LGLP	RRSE	8	1	I.2.a.1, 2, 4 II.3.c.2	---	



LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
G4-8	Marchés desservis	LGLP	RRSE	14	1	I.2.a.1, 2, 4 II.3.c.2		
G4-9	Taille de l'organisation	LGLP	RRSE	8	1	I.2.a.1, 2, 4 II.3.c.2		
G4-10	Répartition des salariés	LP et LGLP	RRSE	12 78 et suivantes	6	I.1.a.1.2, 4 I.1.a.2.1, 2	COP 6 à 8	
G4-11	Salariés couverts par une convention collective	LGLP	RRSE	79	6	I.1.e.1	COP 6 à 8	
G4-12	Décrire la chaîne d'approvisionnement de l'organisation	LGLP	RRSE	119 et suivantes	8	I.2.a.1, 2, 4 II.3.c.2		
G4-13	Changements durant la période de reporting	LGLP	RRSE	9	1	I.3.c.1	COP 2	
Engagements externes								
G4-14	Principes de précaution	LGLP et LBP	RRSE	52	4		COP 1	
G4-15	Chartes, principes et autres initiatives d'origine extérieure	LGLP	RRSE	22 et suivantes 48	2 4		COP 1 à 21	2.3 – 2.3c
G4-16	Affiliation à des associations ou des organisations de défense des intérêts	LGLP	RRSE	22 et suivantes	2		COP 15 à 17	
3. ENJEUX MATÉRIELS IDENTIFIÉS ET PÉRIMÈTRE								
G4-17	Entités incluses dans les états financiers consolidés	LGLP	DR	389		I.2.a.1, 2, 4 II.3.c.2 PG2, PG4		
G4-18	Procédure pour définir le contenu du rapport	LGLP	RRSE	30 et suivantes	3	PG4		
G4-19	Aspects matériels	LGLP	RRSE	30 et suivantes	3			
G4-20	Périmètre des enjeux matériels au sein de l'organisation	LGLP	RRSE	30 et suivantes	3	PG2		8.4 – 8.4.a
G4-21	Périmètre des enjeux matériels en dehors de l'organisation	LGLP	RRSE	30	3	PG2		
G4-22	Reformulation d'information	LGLP	RRSE	161	10	PG1		
G4-23	Changements concernant le champ d'étude et le périmètre	LGLP	RRSE	161	10	PG1		

LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
4. IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES								
Dialogue avec les parties prenantes								
G4-24	Liste des parties prenantes	LGLP	RRSE	17 et suivantes	2	I.3.b.1	COP 21	
G4-25	Identification et sélection des parties prenantes	LGLP	RRSE	17 et suivantes	2	I.3.b.1	COP 21	
G4-26	Implication des parties prenantes	LGLP	RRSE	17 et suivantes	2	I.3.b.1	COP 21	
G4-27	Sujets soulevés via le dialogue avec les parties prenantes	LGLP	RRSE	17 et suivantes	2	I.3.b.1	COP 21	
5. PROFIL DU RAPPORT								
G4-28	Période de reporting	LGLP	RRSE	161	10			
G4-29	Rapport le plus récent	LGLP	RRSE	161	10			
G4-30	Cycle du reporting	LGLP	RRSE	161	10			
G4-31	Point de contact	LGLP	RRSE	161	10			
Index du contenu du GRI								
G4-32	Option de « conformité » choisie pour l'index GRI4	LGLP	RRSE	9	1	PG3		8.6 – 8.6a – 8.7 – 8.7a – 8.8 – 14.2 – 14.2a
Validation par des tiers								
G4-33	Vérification externe du rapport	LGLP	DR	110		PG5 à 7	D COP 1, 20	8.6 – 8.6a – 8.7 – 8.7a – 8.8 – 14.2 – 14.2a
6. GOUVERNANCE								
Structure et composition de la gouvernance								
G4-34	Structure de gouvernance de l'organisation	LGLP	RRSE	42 et suivantes	4		COP 1, 20	1.1 – 1.1a
G4-35	Délégation de l'autorité pour la RSE	LGLP	DR RRSE	234 53	4			
G4-36	Responsables des thèmes environnementaux, sociaux et sociétaux	LGLP	DR RRSE	234 53	4			1.1a
G4-37	Processus de consultation entre les parties prenantes	LGLP	RRSE	45 53	4			
G4-38	Composition du Conseil d'administration et des comités	LGLP	RRSE	44 et suivantes	4			



LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
G4-39	Préciser la participation du PDG à l'instance supérieure de gouvernance et ses fonctions	LGLP	RRSE	44 et suivantes	4			
G4-40	Processus de nomination et de sélection pour l'instance supérieure de gouvernance et ses comités	LGLP	RRSE	44 et suivantes	4		COP 1, 20	
G4-41	Indiquer si les conflits d'intérêts sont divulgués aux parties prenantes	LGLP	RRSE	44	4		COP 1, 2, 20	
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 du Conseil et des cadres dirigeants dans la RSE	LGLP	RRSE	45	4			
Compétences et évaluation de la performance de l'instance supérieure de gouvernance								
G4-43	Développer et améliorer les connaissances collectives	LGLP	RRSE	45-46-51	4	I.2.a.2		
G4-44	Évaluation du Conseil selon des critères de RSE	LGLP	RRSE	45-46	4	I.1.a.3.1, 2 I.2.a.1	COP 1	
Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la gestion des risques								
G4-45	Rôle de l'instance supérieure de gouvernance	LGLP	DR RRSE	234 44	4		D COP 1, 20	2.1 – 2.1a, b, c
G4-46	Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'examen de l'efficacité de la gestion des risques	LGLP	DR RRSE	234 45	4			2.1 – 2.1a, b, c
G4-47	Fréquence de l'examen des impacts, risques et opportunités	LGLP	RRSE	45 57	4		D COP 1, 20	2.1 – 2.1a, b, c
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 le rapport de développement durable	LGLP	RRSE	53 et suivantes	4			
Rémunérations et incitations								
G4-51	Politiques de rémunération pour le Conseil et les cadres dirigeants	LGLP	RRSE	47	4	I.1.a.3.1	COP 1, 20	1.2 – 1.2a
G4-52	Processus de détermination de la rémunération	LGLP	RRSE	47	4			
G4-53	Mode de sollicitation et de prise en compte des opinions des parties prenantes en matière de rémunération	LGLP	RRSE	47	4			
G4-54	Ratio de la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée de l'organisation	LGLP	RRSE	47	4			

LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
7. ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ								
G4-56	Code de conduite	LGLP	RRSE	48 et suivantes	4	II.3.d	COP 12	
G4-57	Helplines et conseils pour les employés	LGLP	RRSE	48 et suivantes	4			
G4-58	Mécanismes d'alerte	LGLP	RRSE	48 et suivantes	4			
APPROCHE MANAGÉRIALE								
Description de l'approche managériale								
G4-DMA	Eléments spécifiques d'information et ensemble des items ci-dessous	LGLP	RRSE	30-31 et suivantes	3			
	Présence sur le marché			9	1			
	Pratiques d'achat			120 et suivantes	8			
	Environnement			32-33; 99 et suivantes	3 7			
	Energie			100 et suivantes	7			3.1 – 3.1a, b, c
	Biodiversité			115	7			
	Emissions			100 et suivantes	7			1.1 – 1.1a 1.2 – 1.2a 2.1 – 2.1a, b, d 2.2 – 2.2a, c, d 3.1 – 3.1a, b, c 3.3 – 3.3a, b, c, d
	Effluents et déchets			114	7			
	Produits et services			60 et suivantes	5			3.2 – 3.2a
	Transports			109	7			
	Evaluation environnementale des fournisseurs			119 à 121	8			8.3
	Pratiques en matière d'emploi et de travail décent			80 et suivantes	6			
	Relations employeurs/employés			94	6			
	Santé et sécurité au travail			34 83 et suivantes	3 6			



LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
G4-DMA	Formation et éducation	LGLP	RRSE	85-87	6			
	Diversité et égalité des chances			88	6			
	Egalité de rémunération entre les femmes et les hommes			90-91	6			
	Evaluation des pratiques d'emploi chez les fournisseurs			122	8			
	Droits de l'homme			52 120	4 8			
	Non-discrimination			88	6			
	Liberté syndicale et droit de négociation			94	6			
	Interdiction du travail des enfants			120	8			
	Abolition du travail forcé et obligatoire			120	8			
	Evaluation du respect des droits de l'homme chez les fournisseurs			120 et suivantes	8			
	Communautés locales			123 et suivantes 130 et suivantes	8 9			
	Lutte contre la corruption			51	4			2.3 – 2.3a, e, f, g
	Politiques publiques			22	2			
	Comportement anticoncurrentiel			51	4			
	Evaluation des impacts des fournisseurs sur la société			119 et suivantes	8			
	Etiquetage des produits et services			62	5			
	Communication marketing liés aux produits			56	4			
	Vie privée des clients			74	5			
	Conformité environnementale		DR	138				
	Conformité liée aux produits			138				
Conformité sociétale	137							
ÉCONOMIE								
Performance économique								
G4-EC1	Valeur économique directe créée et distribuée	LGLP	RRSE	27	2	I.1.a.3.1	COP 15, 16	
G4-EC2	Risques et opportunités liés au changement climatique	LGLP	RRSE	31 à 33 99 et suivantes	3 7	II.2.a.4	COP 15, 16	5.1 – 5.1a, b, c 6.1a, b, c

LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
G4-EC3	Étendue de la couverture des régimes de retraites à prestations définies	LGLP	RRSE	96	6		COP 15, 16	
G4-EC4	Subventions et aides publiques reçues	LGLP	RRSE	27	2		COP 15, 16	
Impacts économiques indirects								
G4-EC7	Investissements en matières d'infrastructures et d'appui	LGLP	RRSE	118-119	8	I.3.a I.3.b.2	COP 15, 16	
G4-EC8	Impacts économiques indirects substantiels	LGLP	RRSE	121 à 125	8	I.3.a.2	COP 15, 16	
Pratiques d'achats								
G4-EC9	Dépenses auprès des fournisseurs locaux	LGLP	RRSE	34 120 et suivantes	3 8	I.1.a.2.1 I.3.a.2	COP 15, 16	
ENVIRONNEMENT								
Matières								
G4-EN1	Consommation de matières	LGLP	RRSE	113	7	I.2.c.2	COP 11	
G4-EN2	Pourcentage de matières consommées provenant de matières recyclées	NA	RRSE	113 et suivantes	7	I.2.c.2	COP 11	
Énergie								
G4-EN3	Consommation énergétique au sein de l'organisation (Scope 1)	LGLP	RRSE	102	7	I.2.c.3	COP 11	11.2 – 11.3 – 11.3a – 11.4 – 11.5
G4-EN4	Consommation énergétique en dehors de l'organisation	LGLP	RRSE	102	7	I.2.c.3	COP 11	
G4-EN6	Réduction de la consommation énergétique	LGLP	RRSE	102	7	I.2.c.3	COP 11	
G4-EN7	Réductions des besoins énergétiques des produits et services	LGLP	RRSE	112	7	I.2.c.3	COP 10	3.2 – 3.2a
Eau								
G4-EN8	Volume total d'eau prélevé	LGLP	RRSE		10	I.2.c.1	COP 11	



LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
Émissions								
G4-EN15	Émissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1)	LGLP	RRSE	102	7	I.2.d.1	COP 11	7.1 – 7.2 – 7.2a – 7.3 – 7.4 – 8.1 – 8.2 – 8.5 – 8.9 – 8.9a – 9.1 – 9.1a – 9.2 – 9.2a, c, d
G4-EN16	Émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 2) liées à l'énergie	LGLP	RRSE	102	7	I.2.d.1	COP 11	7.1 – 7.2 – 7.2a – 7.3 – 7.4 – 8.1 – 8.5 – 8.3 – 8.3a – 10.1 – 10.1a – 10.2 et 10.2a, c
G4-EN17	Émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 3)	LGLP	RRSE	102		I.2.d.1	COP 11	8.9 – 8.9a 14.1
G4-EN19	Réduction des émissions de gaz à effet de serre	LGLP	RRSE	103	7	I.2.d.1	COP 11	3.1b – 3.3a – 12.1 – 12.1a – 14.3 – CC14.3a
G4-EN21	NOx, SOx, et autres émissions atmosphériques substantielles	LGLP	RRSE	109	7	I.2.b.1	COP 11	
Produits et services								
G4-EN27	Mesures d'atténuation des impacts environnementaux	LGLP	RRSE	60 et suivantes	5	II.3.d.2	COP 11	3.2 – 3.2a
Conformité								
G4-EN29	Amendes substantielles et nombre total de sanctions	LGLP	DR	138			COP 11	
Transport								
G4-EN30	Impacts environnementaux du transport des produits	LGLP	RRSE	62, 105 et 109	5 7	I.2.a.3	COP 11	
Évaluation environnementale des fournisseurs								
G4-EN33	Impacts sur l'environnement dans la chaîne d'approvisionnement	LGLP	RRSE	102 à 104 119 à 121		II.3.c		
SOCIAL								
Emploi								
G4-LA1	Salariés embauchés et taux de rotation du personnel	LGLP	RRSE	81	6	I.1.a.1.2,4 I.1.a.2.1, 2	COP 6 à 8	

LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
G4-LA2	Avantages sociaux offerts aux salariés à temps plein	LGLP	RRSE	96	6		COP 6 à 8	
G4-LA3	Retour au travail et maintien en poste après congé parental	LA POSTE	RRSE	90	6	I.3.c.1, 2	COP 6 à 8	
Santé et sécurité au travail								
G4-LA5	Pourcentage représenté dans des comités mixtes, Direction, salariés d'hygiène et de sécurité au travail	LGLP	RRSE	94	6	I.1.d.1	COP 6 à 8	
G4-LA6	Accidents, maladies professionnelles, absentéisme, et décès liés au travail	LGLP	RRSE	79 84-85	6	II.1.d.3, 4	COP 6 à 8	
G4-LA8	Thèmes de santé et de sécurité couverts par des accords formels avec les syndicats	LGLP	RRSE	83	6	I.1.d.2	COP 6 à 8	
Formation et éducation								
G4-LA9	Nombre moyen d'heures de formation par an	LGLP	RRSE	87	6	I.1.e.2	COP 6 à 8	
G4-LA10	Programmes de développement des compétences et de formation	LGLP	RRSE	83 87	6	I.1.e.1	COP 6 à 8	
Diversité et égalité des chances								
G4-LA12	Composition des instances de gouvernance et critères de diversité	LGLP	RRSE	89-90	6	I.1.a.1.2, 3, 4 I.1.f.1, 2, 3	COP 6 à 8	
Égalité de rémunération entre hommes et femmes								
G4-LA13	Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes par rapport aux hommes	LGLP	RRSE	90	6	I.1.f.1 I.3.c.1,2	COP 6 à 8	
DROITS DE L'HOMME								
Non-discrimination								
G4-HR3	Nombre d'incidents de discrimination et actions correctives mises en place	LGLP	RRSE	88	6	I.1.f.3 II.1.g.2	COP 3 à 5	
Liberté syndicale et droit de négociation								
G4-HR4	Liberté d'association et à l'appartenance syndicale	LA POSTE	RRSE	82	6	II.1.g.1	COP 3 à 5	
Évaluation du respect des droits de l'homme chez les fournisseurs								
SOCIÉTÉ								
Communautés locales								
G4-SO1	Sites ayant mis en place une participation des communautés locales, des évaluations des impacts et des programmes de développement	LGLP	RRSE	123 et suivantes 130 et suivantes	8 9	I.3.a.1, 2	COP 12 à 14	



LE GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4				TABLE DE CORRESPONDANCE		
Titres N° GRI	Description	Périmètre	Document	Pages	Chapitre	Grenelle II	Pacte mondial	CDP 2016 Climate Change
G4-S02	Activités avec d'importantes conséquences sur les communautés locales	LGLP	RRSE	123 et suivantes 130 et suivantes	8 9	I.3.a.2	COP 12 à 14	
Politiques publiques								
G4-S06	Valeur financière des contributions politiques versées	LGLP	RRSE	23	2		COP 12 à 14	
Comportement anticoncurrentiel								
G4-S07	Nombre d'actions en justice pour comportement anticoncurrentiel, pratiques antitrust et monopolistiques et leurs issues	LGLP	RRSE	51	4		COP 12 à 14	
RESPONSABILITÉ LIÉE AUX PRODUITS								
Santé et sécurité des consommateurs								
G4-PR1	Catégories importantes de produits et de services pour lesquelles les impacts sur la santé et la sécurité sont évalués aux fins d'amélioration	LGLP	RRSE	124	8	II.3.d.2		
Étiquetage des produits et services								
G4-PR3	Type d'information sur les produits et services et leur étiquetage et catégories importantes de produits et de services soumises à ces exigences en matière d'information	LGLP	RRSE	62	5	II.3.d.2		
G4-PR4	Nombre d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant l'information sur les produits et services et leur étiquetage	LGLP	RRSE	62	5	II.3.d.2		
G4-PR5	Résultats des enquêtes de satisfaction client	LGLP	RRSE	62 et 73	5	-		

Annexe 2

Tableaux des indicateurs

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
Profil							
G4-6	Rayonnement international	Le Groupe La Poste	Nombre de pays	40	40	44	10
	Répartition de l'effectif du Groupe par continent	France	% de l'effectif total	92,4	91,7	90,7	12
		Europe de l'Ouest	% de l'effectif total	5,2	5,6	6,2	12
		Europe de l'Est et Russie	% de l'effectif total	1,3	1,4	1,7	12
		Autres pays	% de l'effectif total	1,1	1,3	1,4	12
G4-7	Part de l'État français	La Poste	%		73,68	73,68	8
G4-7	Part de la Caisse des dépôts		%		26,32	26,32	8
G4-8	Clients actifs particuliers	La Banque Postale	Million	10,7	10,8	10,8	11
G4-8	Clients entreprises et organismes	La Banque Postale	Nombre		425 000	423 000	
G4-9	Réseau Pick-up	Europe dont France	Nombre		16 000	22 100	
		France			7 000	7 700	11
G4-9	Effectif	La Poste	Effectif moyen en équivalent temps plein	218 941	212 077	204 421	
		Le Groupe La Poste	Effectif moyen en équivalent temps plein (France)	266 369	257 890	253 158	78
			Effectif total en personnes physiques au 31 décembre (France)	268 508	259 899	253 464	78
G4-9	Centres de traitement, plates-formes de distribution et dépôts	Le Groupe La Poste	Nombre		3 200	Près de 3000	10
G4-9	Chiffre d'affaires	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros	22,08	22,2	23,0	10
		France	% du chiffre d'affaires	82,7	82,1	79,1	10
		International	% du chiffre d'affaires	17,6	17,9	20,9	10
G4-9	Répartition du chiffre d'affaires par branche	Autres	% du chiffre d'affaires		0,2	0,2	10
		La Banque Postale	% du chiffre d'affaires		25,5	24,9	10
		Numérique	% du chiffre d'affaires		2,2	2,0	10
		Services-Courrier-Colis	% du chiffre d'affaires		50,2	48,6	10



GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
Profil							
G4-9	GeoPost chiffre d'affaires	GeoPost	% du chiffre d'affaires		21,9	24,3	10
		GeoPost hors France	% du chiffre d'affaires		77	78	
	Dette nette	Hors activité bancaire du Groupe	Milliards d'euros		4,0	3,6	10
G4-9	Fonds propres	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros		9,0	9,7	DR
G4-9	Ratio d'endettement net sur fonds propres	Le Groupe La Poste	%		44	38	10
G4-9	Client par jour	La Poste	Millions		1,7	1,6	11
G4-9	Courrier annuel	La Poste	Milliards		23,5	22,3	11
G4-9	Colis	La Poste	Milliards			1,0	11
G4-9	Foyers desservis	La Poste	Millions			26	14
G4-9	Livrets A détenus	La Banque Postale	Millions			17,5	70
G4-9	Chiffre d'affaires réalisé en ligne	La Poste	Millions		132	151	11
G4-9	Points de contacts France	Le Réseau La Poste	Nombre		17 104	17 111	DR
G4-9	Bâtiments	Le Groupe La Poste	Nombre Milliers de m²		12 490 9,77	12 475 6,9	DR
G4-10	Effectif employé hors France	Le Groupe La Poste	En équivalent temps plein		19 600	23 670	
G4-10	Effectif du Groupe en France	Le Groupe La Poste	Personnes physiques	268 422	259 899	253 464	78
		La Poste	Personnes physiques	238 699	231 347	224 045	78
		La Banque Postale	Personnes physiques	3 619	3 942	4 059	78
		Sofipost	Personnes physiques	19 897	18 395	18 826	78
		GeoPost	Personnes physiques	5 531	5 531	5 875	78
		Poste Immo	Personnes physiques	638	644	624	78
		Autres	Personnes physiques	38	40	35	78
G4-10	Nombre de collaborateurs en CDD	La Poste	Personnes physiques	16 912	15 320	14 973	78
		Le Groupe La Poste	Personnes physiques (France)	18 072	16 476	16 080	DR
G4-10	Femmes	La Poste	% de l'effectif total	51,5	51,8	52,0	79
		Le Groupe La Poste	% de l'effectif total (France)	50,3	50,6	50,7	DR
		Mediapost	% de l'effectif total		39,7	39,0	90
		La Banque Postale	% de l'effectif total		48,4	61,8	90
		La Banque Postale	% des cadres		45,7	55,8	90
G4-10	Hommes	La Poste	% de l'effectif total	48,5	48,2	48,0	79
		Le Groupe La Poste	% de l'effectif total (France)	49,7	49,4	49,3	DR

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
G4-10	Évolution de l'effectif	La Poste	%		-3	-4	
		Le Groupe La Poste	%			-1,8	78
G4-10	Répartition des effectifs par branche	Services-Courrier-Colis	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)		57	56	78
		Le Réseau La Poste	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)		21	22	78
		GeoPost	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)		10	11	78
		La Banque Postale	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)		8	7	78
		Groupe	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)		2	1	78
		Poste Immo	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)			0,4	78
		Numérique	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)		2	2	78
G4-10	Répartition des effectifs permanents selon l'âge (Groupe en France)	24 ans et moins	Nombre		4 370	4 194	79
		24-29 ans	Nombre		13 231	12 109	79
		30-39 ans	Nombre		47 646	45 442	79
		40-49 ans	Nombre		67 878	65 697	79
		50-54 ans	Nombre		49 937	47 314	79
		55-59 ans	Nombre		46 870	46 980	79
		60 ans et plus	Nombre		13 491	15 648	79
G4-10	Taux de collaborateurs âgés de 50 ans et plus	La Poste	% (hors contrat CDD)	45,3	47,0	48,3	DR
G4-10	Nouveaux collaborateurs recrutés	Le Groupe La Poste	Nombre			10 531	79
G4-10	Collaborateurs engagés en CDI	Le Groupe La Poste (France)	Nombre	8 936	7 905	8 056	79
G4-10	Collaborateurs engagés en CDI	La Poste	Nombre	5 298	4 525	3 644	DR
G4-10	Collaborateurs engagés en CDI ayant préalablement travaillé en CDD	La Poste	Nombre	1 390	1 379	889	81
G4-10	Femmes engagées en CDI	La Poste	%	49,1	47,5	45,3	81
G4-10	Collaborateurs âgés de 45 ans et plus engagés en CDI	La Poste	%		7,6	7,6	81
G4-10	Jeunes ayant bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation	Le Groupe La Poste	Nombre	5 106	4 201	4 481	82



GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
G4-10	Responsables RH de proximité	Le Groupe La Poste	Nombre	1 100	1 100	1 100	82
G4-10	Part de l'effectif à temps partiel	La Poste	% sur l'effectif au 31/12 hors CDD	10,7	10,4	9,9	79
G4-10	Part de l'effectif occupant des emplois à horaire de nuit	La Poste	% sur l'effectif au 31/12 hors CDD	2,6	2,3	2,0	79
G4-12	Achats	La Poste	Millions d'euros HT	3 781,5	3 046,2	3 205,7	121
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Millions d'euros		3 794,2	4 285,5	121
G4-12	Achats effectués auprès du secteur adapté et protégé	La Poste	Millions d'euros	11,2	12,6	14,4	121
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Millions d'euros		13,8	15,6	121
G4-12	Achats effectués auprès du secteur de l'insertion	La Poste	Millions d'euros	2,8	2,1	2,2	121
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Millions d'euros		2,1	2,2	121
PARTIES PRENANTES							
G4-26	Taux de participation aux élections des représentants du personnel	Le Groupe La Poste	%		76,4	75,63 (CT National)	95
G4-26	Nombre d'accords nationaux signés	Le Groupe La Poste en France	Nombre		71	92	DR
GOUVERNANCE							
G4-34	Membres du conseil d'administration	Le Groupe La Poste	Nombre	21	21	21	44
G4-34	Femmes membres du conseil d'administration	Le Groupe La Poste	Nombre	8	9	9	44
G4-34	Administrateurs représentant les actionnaires	Le Groupe La Poste	Nombre	12	12	12	44
G4-34	Administrateurs représentant les consommateurs et les clients	Le Groupe La Poste	Nombre	2	2	2	44
G4-34	Membres du comité exécutif	Le Groupe La Poste	Nombre	12	11	10	46
G4-34	Femmes membres du comité exécutif	Le Groupe La Poste	Nombre	3	2	3	46
G4-51	Rémunération annuelle brute moyenne	La Poste	Euros	28 603	28 911	29 368	93
G4-51	Intéressement	La Poste	Millions d'euros	73,6	84,2	81,3	92
G4-54	Ratio du salaire moyen par rapport au salaire du Président	La Poste	Ratio	15,7	15,6	15,3	46-93
G4-54	Taux de présence des administrateurs aux réunions du conseil d'administration	Le Groupe La Poste	%	83,0	82,5	78,3	45

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
ÉCONOMIE							
G4-EC1	Chiffre d'affaires des activités commerciales	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros		16,4	17,3	27
G4-EC1	Coûts d'exploitation	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros		7,4	8	DR
G4-EC1	Quote-part du résultat des sociétés sous contrôle conjoint	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		18	3	DR
G4-EC1	Quote-part du résultat des autres sociétés mises en équivalence	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		200	207	DR
G4-EC1	Résultat d'exploitation	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		719	875	DR
G4-EC1	Rémunérations et charges sociales	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		13	12	27
G4-EC1	Rémunérations, salaires, primes et indemnités	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros		8,7	8,7	27
G4-EC1	Cotisations de retraites, de sécurité sociale et de charges sociales	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros		3,3	3	27
G4-EC1	Dotations aux provisions au titre des obligations liées aux avantages sociaux	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		105	308	DR
G4-EC1	Impôts et cotisations salariales	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		790	784	DR
G4-EC1	Frais de financement nets	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		157	133	DR
G4-EC1	Résultat net d'autres postes financiers	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		41	21	DR
G4-EC1	Impôts locaux	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		150	153	DR
G4-EC1	Autres impôts et taxes	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		85	140	DR
G4-EC1	Charge de l'impôt sur les bénéfices	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		182	253	DR
G4-EC1	Montant reçu au titre du CICE	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		349	344	DR
G4-EC1	Dividendes versés aux actionnaires	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	171	171	173	27
G4-EC1	Mécénat financier	Le Groupe La Poste	Millions d'euros			6,5	131
G4-EC1	Fonds versés à la Fondation La Poste	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		2	1	129
G4-EC1	Partenariat sportif	Le Groupe La Poste	Millions d'euros			0,218	129
G4-EC1	Encours ISR	La Banque Postale	Milliards d'euros	1,2	1,2	3,4	11
G4-EC1	Produit net bancaire	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros		5,6	5,7	27
G4-EC1	Ventes nettes après résiliations	La Poste Mobile	Euros		210 000	169 000	DR
G4-EC7	Capitalisation Start'in Post	Le Groupe La Poste	Millions d'euros		5		
G4-EC7	Français résidents à moins de 5 km d'un point de contact postal	Le Groupe La Poste	%		96,6	96,6	118
G4-EC7	Achats auprès du secteur protégé et de l'insertion par l'activité économique	La Poste	Millions d'euros	14,0	14,7	16,6	121



GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
G4-EC7	Achats auprès de l'ESS	La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Millions d'euros		16	17,8	121
G4-EC7	Collaborateurs ayant consacré une partie de leur temps et savoir-faire à une cause éducative ou socio-économique	La Poste	Nombre		550	665	130
G4-EC7	Initiatives financées	La Fondation La Poste	Nombre		128	118	135
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	5 680	68
G4-EC8			%		96	89	68
G4-EC8	Accessibilité (L2014)	Le Groupe La Poste	%			35	68
G4-EC8	Accessibilité (L2014) : Établissements recevant du public accessibles	Le Groupe La Poste	Nombre			4 000	68
G4-EC8	Automates d'affranchissement accessibles aux personnes non voyantes	Le Réseau La Poste	Nombre		1 769	2 314	68
G4-EC8	Encours des actifs intégrant des critères ESG	La Banque Postale	% milliards d'euros			63	34
G4-EC8	Investissement dans les projets numériques (2016-2019)	Branche Numérique	Millions d'euros			550	11
G4-EC8	Chiffre d'affaires	Branche Numérique	Millions d'euros			560	11
G4-EC8	Coffres-forts électroniques	Branche Numérique	Nombre en Millions			1,6	11
ENVIRONNEMENT							
G4-EN1	Entreprises ayant choisi l'offre Regy'go	Le Groupe La Poste	Nombre		2 845	3 764	125
G4-EN1	Chiffre d'affaires Regy'go	Le Groupe La Poste	Milliers d'euros	1 147	1 924	2 865	34
G4-EN1	Chiffre d'affaires Éco-mobilité	Le Groupe La Poste	Millions d'euros			3,7	34
G4-EN1	Collecte de papier par les facteurs Offre Regy'go	Le Groupe La Poste	Tonnes		4 332	5 255	125
G4-EN1	Offre Regy'go	Le Groupe La Poste	Tonnes		16 000	21 392	125
G4-EN1	Consommation de papier	Le Groupe La Poste	Tonnes		28 732	22 061	113
G4-EN1	Papier responsable	Le Groupe La Poste	% du total papier		94,7	92,5	113
G4-EN1	Papier issu de forêts gérées durablement	Le Groupe La Poste	% du total		75,7	68,1	113
G4-EN1	Papier recyclé	Le Groupe La Poste	% du total		4,7	5,6	113
G4-EN1	Papier non-responsable	Le Groupe La Poste	% du total		5,3	7,5	113
G4-EN1	Papier éco-labellisé	Le Groupe La Poste	% du total		14,3	18,8	113
G4-EN1	Déchets d'équipement électriques et électroniques valorisés lors de leur traitement	La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	%		82	85	114

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
G4-EN3	Consommation énergétique : total	La Poste	GWh	3 131	2 667	2 679	102
G4-EN3	Consommation énergétique : total	La Poste	% de la consommation du Groupe	49	45	43	102
G4-EN3	Consommation énergétique : bâtiments	La Poste	GWh	1 188	943	993	102
G4-EN3	Consommation énergétique : transport	La Poste	GWh	1 943	1 724	1 686	102
G4-EN3	Consommation énergétique : total	Le Groupe La Poste	GWh	6 421	5 977	6 180	102
G4-EN3	Consommation énergétique : type 1	La Poste	GWh	1 360	1 138	1 263	102
G4-EN3	Taux de couverture des bâtiments en consommation d'électricité renouvelable	Le Groupe La Poste	% (parc immobilier Poste Immo)			66	
G4-EN4	Consommation énergétique : type 2	La Poste	GWh	563	535	516	102
G4-EN4	Consommation énergétique : type 3	La Poste	GWh	1 208	995	901	102
G4-EN5	Efficacité des transports routiers	Le Groupe La Poste	Kg de CO ₂ e/km courrier		0,16	0,1	
			Kg de CO ₂ e/km colis		1,17	1,6	
G4-EN6	Parc immobilier patrimonial	Le Groupe La Poste	%			26	11
G4-EN6	Valeur vénale du parc immobilier	Le Groupe La Poste	Milliards d'euros			3,6	11
G4-EN6	Bâtiments concernés par les baux verts	Sites patrimoniaux Poste Immo	Nombre		36	36	111
G4-EN6	Baux verts	Sites patrimoniaux Poste Immo	Nombre		186	186	111
G4-EN8	Consommation d'eau	Le Groupe La Poste	En dam ³	1 766	1 696	1 693	
G4-DMA	Émissions de GES : total	La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	744 048	679 262	663 548	102
G4-DMA	Émissions de GES : total	La Poste	% des émissions du Groupe	46	44	42	103
G4-DMA	Émissions de GES : total	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	1 602 523	1 529 177	1 558 062	103
G4-EN15	Émissions GES : type 1	La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	312 284	264 742	271 186	102
G4-EN15	Émissions GES : type 1	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO ₂			402 310	
G4-EN16	Émissions GES : type 2	La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	43 491	40 448	40 628	102
G4-EN16	Émissions GES : type 2	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO ₂			94 562	
G4-EN17	Émissions GES : type 3	La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	388 273	374 072	351 734	102
G4-EN17	Émissions GES : type 3	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO ₂			1 061 190	
G4-EN19	Émissions GES : bâtiments	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO ₂		202 842	222 573	103
			% du total		13	14	103
G4-EN19	Émissions GES : transport	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO ₂		1 326 335	1 335 489	103
			% du total		87	86	103



GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
G4-EN19	Émissions GES : routier	Le Groupe La Poste	% du total		72,5	71,7	103
G4-EN19	Émissions GES : aérien	Le Groupe La Poste	% du total		14	14	103
G4-EN19	Émissions GES : gaz	Le Groupe La Poste	% du total		5,5	6,8	103
G4-EN19	Émissions GES : électricité	Le Groupe La Poste	% du total		5,8	5,8	103
G4-EN19	Émissions GES : chauffage urbain	Le Groupe La Poste	% du total		0,4	0,4	103
G4-EN19	Émissions GES : fioul	Le Groupe La Poste	% du total		1,5	1,3	103
G4-EN19	Émissions GES : ferré et maritime	Le Groupe La Poste	% du total		0,3	0,2	103
G4-EN19	Émissions liées aux déplacements en train et en avion	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	11 195	10 504	9 366	108
G4-EN19	Taux moyen d'émissions de GES du parc de véhicules de fonction	Le Groupe La Poste (parc géré par Véhiposte)	GeqCO ₂ aux 100 kms	119,83	117,02	111,39	108
G4-EN19	Km parcourus par les postiers chaque année (hors GeoPost)	Le Groupe La Poste	Milliards de km		1,4	1,4	104
G4-EN19	Deux-roues motorisés thermiques	Le Groupe La Poste	Nombre		9 445	7 123	
G4-EN19	Véhicules légers thermiques	Le Groupe La Poste	Nombre			62 370	
G4-EN19	Poids lourds	Le Groupe La Poste	Nombre		328	297	
G4-EN19	Vélos à assistance électrique	Le Groupe La Poste	Nombre		18 476	21 062	105
G4-EN19	Trois roues (Stabys)	Le Groupe La Poste	Nombre		100	418	105
G4-EN19	Véhicules électriques légers	Le Groupe La Poste	Nombre		4 617	5 576	105
G4-EN19	Distribution en mode à faibles émissions	La Poste	%			46	107
G4-EN19	Distribution en mode pied/vélo	La Poste	%			36	107
G4-EN19	Collaborateurs formés à l'éco-conduite depuis 2007	Le Groupe La Poste	Nombre		82 220	87 900	107
G4-EN19	Plans de Déplacement Entreprise	Le Groupe La Poste	Nombre		60	60	108
G4-EN19	Liaisons nationales en vrac Colis	La Poste	%		72	79	106
G4-EN19	ISO 14001 : sites/effectifs	Le Groupe La Poste	Nombre			33/7938	107
G4-EN19	AFAQ 26000 : sites/effectifs	Branche Courrier-Colis	Nombre			29/75000	107
G4-EN19	Métropoles françaises desservies par des dispositifs à très faibles émissions de GES	Le Groupe La Poste	Nombre			1	34
G4-EN31	Installations photovoltaïques	Le Groupe La Poste	Nombre (parc immobilier Poste Immo)		45	45	110
G4-EN31	Panneaux photovoltaïques	Le Groupe La Poste	m ² (parc immobilier Poste Immo)		44 000	44 000	110
G4-EN31	Production annuelle des installations photovoltaïques	Le Groupe La Poste	GWh (parc immobilier Poste Immo)			5	110
G4-EN31	Émissions compensées volontairement	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	1 370 350	1 424 748	1 467 791	65

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
G4-EN31	Part du marché de compensation volontaire européen	Le Groupe La Poste	%			5	65
G4-EN31	Fonds Carbone Interne	La Banque Postale	Milliers d'euros			330	113
G4-EN31	Fonds Carbone Interne	Réseau	Milliers d'euros			128	113
SOCIAL							
G4-LA1	Taux de turnover	Le Groupe La Poste	%	3,25	3,11	2,99	81
G4-LA1	Collaborateurs du Groupe détenant un PEG ou un PERCO Groupe	Le Groupe La Poste	Nombre		74 650	76 764	92
G4-LA2	Montant total PEG et PERCO	La Poste	Millions d'euros		534	601	93
G4-LA2	Collaborateurs détenant un PEG ou un PERCO	La Poste	Nombre	62 452	64 715	67 644	93
G4-LA2	Abondement net versé par l'entreprise	La Poste	Millions d'euros	16,4	17	18	93
G4-LA2	Part de l'investissement socialement responsable dans les encours de l'épargne salariale	La Poste	%	47	45	44	93
G4-LA2	Répartition des dépenses en matière d'activités sociales	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	212,6	213,1	209,2	97
G4-LA2	Restauration et secteur économique	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	93,9	97,8	96,8	97
			%	44	46	46	97
G4-LA2	Activités sportives et culturelles	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	43,1	44,8	43,6	97
			%	20,3	21,0	20,9	97
G4-LA2	Enfance	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	46,3	41,7	40,6	97
			%	21,8	20	19	97
G4-LA2	Prévoyance et solidarité	Le Groupe La Poste	Millions d'euros	13,4	15,6	15,4	97
			%	7,5	7	7	97
G4-LA2	Montant moyen par collaborateur	Le Groupe La Poste	Euros	1 011	1 015	1 033	97
G4-LA5	Collaborateurs représentés dans les instances de représentation collective CHSCT	La Poste	%	100	100	100	
		Le Groupe La Poste	%			91	94
G4-LA6	Taux de fréquence des accidents du travail	La Poste	Nombre d'accidents du travail par million d'heures travaillées	25,20	23,36	23,98	84
G4-LA6	Taux de gravité des accidents	La Poste	Nombre d'accidents du travail par million d'heures travaillées	1,27	1,25	1,32	85
G4-LA6	Accidents mortels sur le lieu de travail	La Poste	Nombre		5		
G4-LA6	Accidents mortels sur le trajet domicile-travail	La Poste	Nombre		2		



GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
G4-LA6	Taux d'absentéisme pour maladie	La Poste		6,14	6,37	6,65	85
G4-LA6	Jours d'absence pour maladie	La Poste	Nombre en jours calendaires	4 999 784	5 067 136	5 130 770	79
G4-LA6	Médecins du travail	La Poste	Nombre		161	147	84
G4-LA6	Infirmiers en santé du travail	La Poste	Nombre		147	143	84
G4-LA6	Collaborateurs chargés du secrétariat médical	La Poste	Nombre	106	109	112	84
G4-LA6	Collaborateurs en télétravail	La Poste	Nombre (données arrondies)		1 000	1 400	83
G4-LA8	Personnes en situation de handicap recrutées	Le Groupe La Poste	Nombre		643	147	89
G4-LA8	Personnes en situation de handicap recrutées CDI	Le Groupe La Poste	Nombre	118	86	60	89
G4-LA8	Bénéficiaires de l'obligation d'emploi	La Poste	Taux	3,7	4,1	5,1	89
		La Banque Postale	Taux			3,0	89
G4-LA8	Collaborateurs avec une reconnaissance du handicap	La Poste	Nombre		8 000	9 463	
G4-LA8	Collaborateurs ayant bénéficié d'un examen médical au cours des deux dernières années	La Poste	%		92	90	87
G4-LA9	Dépenses de formation	La Poste	% de la masse salariale	3,6	3,5	3,9	87
G4-LA9	Collaborateurs ayant reçu au moins une formation	La Poste	Nombre	163 822	156 936	158 158	
G4-LA9	Part de collaborateurs ayant suivi au moins une formation dans l'année	La Poste	%	78	77	81	87
G4-LA9	Heures de formation	La Poste	Nombre	5 120 801	4 663 617	4 476 017	87
G4-LA10	Managers ayant suivi une formation à leur rôle RH	La Poste	Nombre		1 922	3 380	82
G4-LA10	Collaborateurs ayant reçu une formation en matière de sécurité routière et de manutention	La Poste	Nombre	41 239	53 749	46 809	84
G4-LA10	Collaborateurs ayant reçu une formation sur la prévention et la gestion des incivilités et des agressions	La Poste	Nombre	8 675	9 440	11 475	84
G4-LA11	Collaborateurs ayant évolué vers une autre branche grâce à la mobilité interne	Le Groupe La Poste	Nombre		1 387	1 324	86
G4-LA11	Collaborateurs ayant évolué vers les fonctions publiques	La Poste	Nombre	203	172	222	86
G4-LA11	Collaborateurs qui ont pu créer ou racheter leur entreprise	La Poste	Nombre	130	132	175	86
G4-LA11	Collaborateurs ayant évolué vers l'ESS	La Poste	Nombre			70	86

GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
G4-LA11	Collaborateurs ayant débuté un parcours qualifiant	La Poste	Nombre			6 600	34
G4-LA11	Collaborateurs promus	La Poste	Nombre	12 873	11 985	11 017	88
G4-LA11	Taux de promotion	La Poste	%	5,80	5,60	5,27	88
G4-LA12	Femmes cadres dirigeantes	La Poste	%		31,5	30,0	89
G4-LA12	Femmes membres du Comité exécutif	Le Groupe La Poste	%		25	30	46
G4-LA12	Promotions obtenues par des femmes	Le Groupe La Poste	%		52	54	89
G4-LA12	Cadres supérieurs formés à la diversité et à l'égalité des chances	La Poste	%			100	
G4-LA13	Écart de rémunération entre les hommes et les femmes : fonctionnaires	La Poste	%	-3,1	-3,1	-3,2	90
G4-LA13	Écart de rémunération entre les hommes et les femmes : salariés	La Poste	%	-1,2	-0,9	-0,5	90
G4-LA13	Heures supplémentaires	La Poste	Nombre	2 506 114	2 735 267	2 476 475	79
G4-LA13	Postiers formés à l'expertise bancaire	La Banque Postale	Nombre			60 000	11
G4-LA13	Innovation participative : idées déposées	Le Groupe La Poste	Nombre (en cumul sur 7 ans)			69 820	59
DROITS HUMAINS							
G4-HR3	Plaintes déposées auprès du Médiateur National Défenseur des Droits	Le Groupe La Poste	Nombre		7	2	88
G4-HR3	Plaintes traitées par la médiatrice de la vie au travail	Le Groupe La Poste	Nombre			195	88
SOCIÉTÉ							
G4-S01	Dépenses d'intérim	La Poste	Millions d'euros	117	127	196	121
		La Poste, La Banque Postale et Mediapost SAS	Millions d'euros		135	208	121
G4-S02	Microcrédits personnels	La Banque Postale	Millions d'euros			19	70
G4-S02	Part de marché du microcrédit personnel	La Banque Postale	%			9,6	70
G4-S02	Partenariats microcrédit accompagné	La Banque Postale	Nombre			132	70
G4-S02	Clients bénéficiaires de l'appui	La Banque Postale	Nombre			16 200	72
G4-S01	Services à la personne – Offres Proxi : nombre de contrats	Le Groupe La Poste	Nombre en millions			4,5	11
G4-S01	Services à la personne – Offres Proxi : chiffre d'affaires	Le Groupe La Poste	Millions d'euros			9	11



GRI-G4	INDICATEUR	PÉRIMÈTRE	UNITÉ	2013	2014	2015	PAGE
G4-S01	Services à la personne – Offres Proxi : nombre de contrats dans les contrats de prévoyance individuels	Le Groupe La Poste	Nombre en millions			2,7	11
G4-S01	Chiffre d'affaires auprès des collectivités publiques	Le Groupe La Poste	Millions d'euros			ND	34
PRODUIT							
G4-PR5	Satisfaction globale des Français fréquentant le réseau	La Poste	%	89	91	90	73

Annexe 3

Méthodologie de reporting et taux de couverture des indicateurs

Référentiels

La démarche de reporting social, environnemental et sociétal du Groupe est conduite conformément aux dispositions prévues par les articles L. 225-102-1 et R. 225-104 à R. 225-105 du Code de commerce. Les indicateurs sociaux sont élaborés selon la méthodologie employée pour le bilan social.

Les indicateurs environnementaux s'appuient sur des référentiels reconnus.

Référentiels nationaux :

- méthodologie de l'outil Bilan Carbone de l'Ademe, pour le calcul des émissions de la majorité des énergies hors électricité à l'étranger ;
- les facteurs d'émissions et autres sources de la Base Carbone.

Référentiels internationaux :

- GHG Protocol pour la définition des scopes 1, 2 et 3 ;
- les lignes directrices pour le reporting de développement durable G4 de la Global Reporting Initiative (GRI 4) ;
- les facteurs de consommations ou d'émissions fournis par l'Agence internationale de l'énergie (AIE) (rapport 2014) pour le calcul des émissions liées aux consommations d'électricité à l'étranger.

Période de référence

La période de référence du reporting social 2015 est fondée sur une année calendaire (du 1er janvier au 31 décembre 2015) pour assurer une cohérence avec la réglementation française et le bilan social des sociétés françaises.

La période de référence du reporting environnemental est fondée sur une année glissante de décembre 2014 à fin novembre de l'année 2015, à l'exception des consommations de fluides pour les bâtiments gérés par Poste Immo (cf. points particuliers) et des consommations de papier.

Périmètre de reporting

Pour l'exercice 2015, le périmètre des informations publiées est pour la plupart des indicateurs identique à celui de l'exercice 2014.

Le Groupe choisit de communiquer sur le périmètre de La Poste (qui ne produit pas son propre rapport) et sur le périmètre du Groupe. Les filiales soumises à l'obligation légale produisent leurs propres informations sociales, sociétales et environnementales. Les données concernant les services financiers sont intégrées dans les données concernant La Banque Postale dans le présent reporting. Les filiales de La Banque Postale ne sont pas incluses dans le périmètre de reporting.

Les autres filiales du Groupe font l'objet de démarches d'harmonisation des indicateurs et des plannings de reporting extrafinancier, ainsi que de projets d'informatisation, qui permettront d'élargir le périmètre de consolidation pour les exercices à venir.

D'ores et déjà, à compter de l'exercice 2015, le périmètre des indicateurs sociaux est élargi aux sociétés de messagerie express françaises (branche GeoPost, sociétés DPD France et Chronopost). Depuis 2014, les indicateurs environnementaux les plus significatifs intègrent les sociétés de messagerie express de la branche GeoPost : consommations énergétiques des bâtiments et émissions de gaz à effet de serre liées aux transports et aux bâtiments.



Les taux de couverture des indicateurs pour les différents périmètres de publication sont précisés dans le tableau

ci-dessous. Les ratios sont effectués sur le périmètre des sociétés en intégration globale.

Périmètre des indicateurs	Indicateurs	% du CA consolidé du Groupe	% des effectifs du Groupe exprimés en équivalents temps plein
La Poste	Indicateurs environnementaux	46,8 %	81,2 %
La Poste, La Banque Postale, Mediapost SAS	Indicateurs environnementaux	68,8 %	85,1 %
La Poste, La Banque Postale, Mediapost SAS, GeoPost	Consommations énergétiques des bâtiments	91,3 %	95,0 %
	Émissions de GES liées aux transports et aux bâtiments	91,3 %	95,0 %

Protocoles

Les indicateurs sont décrits dans un protocole de reporting détaillé établi par la direction de la responsabilité sociale et environnementale du Groupe, en charge du reporting. Ce protocole précise la définition des indicateurs, les modes de recueil et de calcul des informations, les estimations ou extrapolations effectuées le cas échéant, les contrôles réalisés et les responsabilités de collecte et de validation.

Points particuliers

Les données environnementales de GeoPost sur les consommations énergétiques des bâtiments et les émissions de GES liées aux transports et aux bâtiments sont calculées du 1^{er} octobre 2014 au 30 septembre 2015, soit avec un trimestre glissant pour tenir compte des contraintes de remontées d'informations depuis les filiales

étrangères. Le quatrième trimestre 2015 a été extrapolé. Les bâtiments des sous-traitants de plus de 300 m² sont inclus dans le reporting.

Concernant les données relatives aux consommations de fluides pour les installations gérées par Poste Immo, les consommations sont calculées à partir des montants facturés. Le changement de fournisseur d'énergie au 1^{er} octobre 2015 pourrait entraîner un délai dans la réception des factures. Compte tenu de cela, le reporting est effectué sur la période du 1^{er} novembre 2014 au 31 octobre 2015, permettant ainsi de rester sur des consommations facturées et réelles, sans extrapolation de factures manquantes. Pour ce reporting, les facteurs de conversion des principaux fluides sont calculés à partir d'un échantillon significatif de factures.

Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu

DIRECTION DE LA RESPONSABILITÉ 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).

Afep-Medef : Association française des entreprises privées – Mouvement des entreprises de France.

AFMD : Association française des managers de la diversité

AMF : Association des maires de France.

AMGVF : Association des maires des grandes villes de France.

AMRF : Association des maires ruraux de France.

ANLCI : Agence nationale de lutte contre l'illettrisme.

ANCI : Agences nationales de communication et d'information.

ANEM : Association nationale des élus de montagne.

APVF : Association des petites villes de France.

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.

CEE : Comité d'entreprise européen.

CFDT : Confédération Française Démocratique du Travail.

CFTC : Confédération française des travailleurs Chrétiens.

CGC : Confédération Générale des Cadres.

CGPME : Confédération générale du patronat des petites et moyennes entreprises.

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).

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.

Consommateur : Particulier achetant ou utilisant des biens, des produits et services à des fins privées (ISO 26000).

COP 21 : Conférence Paris-Climat 2015.

DEEE : Déchets d'équipements électriques et électroniques.

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.

DRG : Direction régionale Groupe.

DRH : Direction des Ressources humaines.

DRHRS : Direction des Ressources humaines et des Relations sociales.

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.

ESS : Économie sociale et solidaire.

ETC : Espaces-temps communication.

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

FNH : Fondation Nicolas Hulot.

FO : Force ouvrière.

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

IPC-International Post Corporation : C'est une association coopérative d'opérateurs postaux d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie-Pacifique créée en 1989. 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 économique, sociale, environnementale et sociétale en cherchant le meilleur équilibre.

MAP : Modernisation de l'action publique.

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.

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, qui 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.

Partie prenante : Individu ou groupe ayant un intérêt dans les décisions ou activités d'une organisation (ISO 26000).

PDE : Plan de déplacement entreprise.

PDIE : Plan de déplacement interentreprises

PDU : Plan de déplacements urbains.

Pimms : Point information médiation multiservices.

PME : Petites et moyennes entreprises.

PMR : Personne à mobilité réduite.

Postiers : Vise l'ensemble des employés du Groupe.

PPC : Projet prioritaire commun.

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).

SBF 120 (pour Société des Bourses françaises) : Indice boursier sur la place de Paris.

SCRAE : Schéma régional climat, air, énergie.

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).

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.

UPU : Union postale universelle.

WWF : Fondation pour la sauvegarde de l'environnement

ZUS : Zone urbaine sensible.

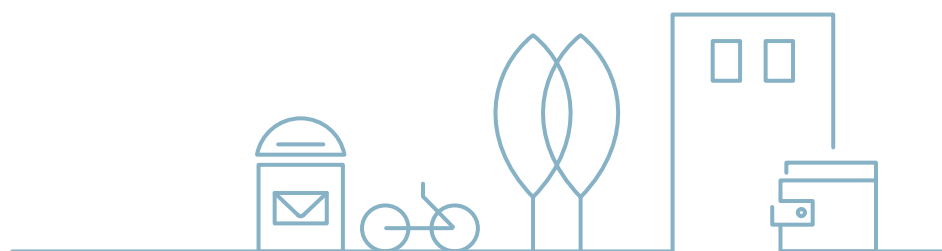
Conception et réalisation : **IAVAS** WORLDWIDE **PARIS**

Conception-rédaction : Elsa Boniface

Crédits photo : Philippe Bauduin ; Franck Juery ; Julien Millet ; Eric Huynh ; Picasa ; Luc Benevello ; Alex Cretey Systemans ; Arnaud Février ; Auzet Noemie ; Per Kasch ; Sophie Loubaton ; Jean Chiscano ; O. Panier des Touches/Dolce vita ; Ted ; Grégoire Voevodsky ; Aurelien FAIDY/Autofocus-prod ; Médiathèque Groupe La Poste ; Photothèque de La Banque Postale.



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 personnes handicapées moteurs de naviguer à travers ce PDF à l'aide de commandes clavier. Accessible aux personnes déficientes visuelles, 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 informatique. Enfin, il a été testé de manière exhaustive et validé par un expert non-voyant.



LE GROUPE LA POSTE

DIRECTION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE
9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA — 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 55 44 00 00
www.legroupe.laposte.fr

La Poste – Société anonyme au capital de 3 800 000 000 euros – 356 000 000 RCS PARIS