



Rapport RSE 2017



Page 3	Le mot du Président
Page 5	L'Essentiel du Rapport RSE
Page 9	Profil et stratégie du Groupe La Poste
Page 19	Le dialogue avec les parties prenantes
Page 33	La gouvernance d'entreprise
Page 47	La politique de responsabilité sociétale, pilier de la stratégie du Groupe
Page 63	La cohésion sociale et territoriale
Page 87	Un numérique responsable et éthique
Page 99	Les transitions écologiques
Page 131	La politique sociale, levier d'une transformation réussie
Page 153	L'engagement au service du client
Page 169	Annexes

Les bons résultats obtenus en 2017 témoignent de la pertinence de nos orientations stratégiques

et démontrent la réussite de leur mise en œuvre. Fort de ce bilan, Le Groupe La Poste a affirmé sa vision stratégique : être un grand groupe de services de proximité humaine, ancré dans les territoires. En alliant la force du facteur humain aux solutions numériques, il développe des services pour simplifier la vie de ses clients. La Poste est un groupe multiactivités et veut le rester. Le Groupe a l'ambition de transformer et d'enrichir son offre courrier, d'être un acteur majeur de l'essor du e-commerce et de la logistique urbaine, de développer une banque proche et citoyenne, de créer de nouveaux services de proximité humaine et de devenir tiers de confiance numérique au service de tous. La satisfaction de nos clients, l'engagement des postiers, la bonne exécution de nos missions de service public sont le socle de notre réussite. Le Groupe La Poste a adopté une nouvelle signature de marque, « Simplifier la vie », et a renouvelé son engagement citoyen en signant avec l'État le contrat d'entreprise 2018-2022. À travers sa politique sociale et la formation de ses postiers, La Poste se veut être une entreprise bienveillante pour tous.

La Poste a décidé de faire de l'engagement sociétal un des vecteurs de son développement, au-delà de sa seule responsabilité sociale et environnementale.

Cette démarche s'inscrit au cœur de l'histoire du Groupe qui a été un acteur de la transformation de la société en rendant accessibles et en diffusant auprès de tous des innovations majeures pour la société telles que l'épargne populaire, le compte courant, l'emploi des femmes, la mobilité électrique, etc. Nous avons décidé d'accompagner les grandes transformations sociétales, en contribuant à développer la cohésion sociale et territoriale, en faisant émerger un numérique éthique et responsable et en participant activement à la réalisation des transitions écologiques.

La vision sociétale du Groupe s'appuie sur la richesse et la diversité des postiers, qui en sont les acteurs et les ambassadeurs.



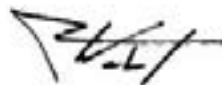
Leur engagement apporte de la proximité humaine, de la confiance et crée du lien entre les personnes. Les postiers ont toujours répondu présents par leurs innovations, par leur capacité à s'adapter, par leur participation – parfois bénévole – aux actions de solidarité du Groupe. Nous voulons voir advenir un monde où chacun peut sécuriser ses besoins en énergie, maîtriser son utilisation du numérique, participer à l'attractivité de son territoire, et faire partie intégrante des communautés humaines qu'il côtoie : ses voisins, sa famille, son territoire, ses amis.

Le Groupe La Poste poursuit ainsi la dynamique qu'il avait initiée en 2003 en adhérant aux principes du Pacte mondial des Nations unies

et pour l'application desquels je renouvelle notre engagement. En 2017, Le Groupe La Poste a reçu le prix « Global compact advanced », qui récompense son engagement pour les principes du Pacte mondial des Nations unies et sa contribution aux objectifs à 2030 de la stratégie mondiale de développement durable. Après avoir atteint, avant même leur échéance, les objectifs que nous nous étions fixés en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre, nous avons pris la décision en 2017 de définir des objectifs, conformes à l'accord de Paris, c'est-à-dire alignés avec l'objectif collectif de contenir la hausse de la température moyenne en deçà de 2 °C.

C'est avec fierté que le Groupe apporte également son soutien aux Women's Empowerment Principles, dont il est signataire depuis 2010, et agit activement en faveur de la diversité et du vivre ensemble.

Philippe Wahl,
Président-directeur général
du Groupe La Poste



**“Nous avons décidé
d'accompagner les grandes
transformations sociétales,
en contribuant à développer
la cohésion sociale
et territoriale”**

L'essentiel du Rapport RSE du Groupe La Poste 2017

À mi-parcours de son plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », Le Groupe La Poste poursuit sa transformation ancrée dans son modèle multiactivité pour devenir la première entreprise de services de proximité humaine, pour tous, partout, tous les jours. Pour développer la proximité humaine et simplifier le quotidien de chacun, Le Groupe La Poste s'appuie sur plus de 250 000 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. Son plan stratégique a pour objectif d'améliorer la compétitivité, d'assurer une bonne santé économique garante de l'avenir de l'entreprise et de celui des postiers, tout en œuvrant pour l'intérêt général.

L'engagement sociétal comme levier de développement

La Poste, fidèle à son objet social et à ses valeurs, a décidé de faire de l'engagement sociétal, au-delà de sa seule responsabilité sociétale, un de ses vecteurs de développement.

Elle a la volonté d'apporter sa contribution à la mise en œuvre des objectifs internationaux du développement durable. Elle peut pour cela s'appuyer sur son histoire et son identité. Actrice de la transformation de la société, elle sait rendre accessibles et diffuser les innovations de service auprès de tous. Forte de cet héritage et de ses savoir-faire, La Poste est légitime et se veut au rendez-vous de trois des principales transformations sociétales en cours et à venir :

- la mobilisation pour la cohésion sociale et territoriale (ODD 8) ;
- l'avènement d'un numérique responsable et éthique (ODD 16) ;
- la réalisation des transitions écologiques (ODD 7, 8 et 13).

Sur ces trois sujets, le Groupe a défini trois niveaux d'intensité qui sont, par ordre croissant : **la conformité, l'exemplarité et l'engagement.**

La Poste renforce la cohésion sociale et territoriale

La Poste est et restera un contributeur majeur de l'économie locale.

Ceci passe notamment par la mise en œuvre des engagements pris dans le contrat d'entreprise en termes **d'aménagement du territoire**. Ainsi, à fin 2017, 97,1 % de la population se trouve à moins de 5 km et à moins de 20 minutes en voiture d'un point de contact (pour un objectif de 90 %). Le Groupe continue de diversifier les formes de sa présence territoriale avec 8 formats urbains et ruraux, dont le déploiement de 504 maisons de services au public.

La Poste a par ailleurs poursuivi ses achats auprès de l'économie sociale et solidaire, avec 26 M€ auprès du secteur de l'insertion et du secteur adapté et protégé, facteur majeur de création d'emplois locaux.

Pour répondre aux enjeux du vieillissement de la population et de la solidarité intergénérationnelle, elle déploie de nouvelles offres de sa gamme **« silver économie »** avec déjà 3 400 contrats signés sur le service « Veiller sur mes parents ». Le développement territorial c'est aussi l'accès aux services pour les plus jeunes. Depuis qu'elle est habilitée à proposer ce service (mai 2016), plus de 1 million de personnes ont pu passer leur code à La Poste pour un chiffre d'affaires de 20 M€.

La Poste participe à l'avènement d'un numérique responsable et éthique

La Poste a l'ambition de développer un usage des technologies numériques

qui soit à la fois démocratisé, fiable, sécurisé, respectueux de l'environnement, utile aux citoyens, et de lutter contre la fracture numérique (**4 100 tablettes installées dans les points de contact La Poste** et lancement du plan d'inclusion numérique bancaire). Par ailleurs, La Poste propose une tablette (ARDOIZ) à destination des seniors pour faciliter leur accès au numérique.

Après avoir publié sa charte Data en 2016, Le Groupe La Poste a poursuivi la préparation de son plan de déploiement. En 2017, les travaux de mise en conformité avec le règlement général pour la protection des données (RGPD) ont été lancés. Ils couvrent les aspects informatiques, organisationnels et juridiques du sujet.

En 2017, La Poste a étendu la **gamme Digiposte** : avec un assistant personnel et un espace de stockage de documents en toute sécurité (2,3 millions de Français disposent désormais de l'assistant personnel Digiposte+).

La Poste poursuit des objectifs ambitieux en matière de transitions écologiques

La Poste a pris la décision en 2017 de se fixer des objectifs conformes à l'accord de Paris, c'est à dire alignés avec l'objectif collectif de contenir la hausse de la température moyenne en deçà de 2 °C. En 2017, La Poste a **réduit ses émissions de gaz à effet de serre de 14 %** (base 2013) grâce notamment à l'augmentation de la part de véhicules électriques dans ses tournées (40 % de la flotte). 12 métropoles françaises sont desservies avec des dispositifs à faibles émissions. L'approvisionnement des bâtiments du Groupe La Poste est réalisé à 100 % avec de l'électricité d'origine renouvelable.

Les nouveaux services pour une économie bas carbone se développent avec 3,6 M€ de chiffre d'affaires pour Bemobi (solutions pour l'écomobilité), et Action habitat (rénovation de l'habitat), et 900 M€ de financement de projets d'énergie renouvelable par La Banque Postale.

Engagée en faveur de l'économie circulaire depuis plus de cinq ans, La Poste a confirmé ses efforts en 2017 dans le réemploi des matériels postaux (véhicules, mobilier, patrimoine postal) et la gestion des déchets (papiers et cartons, déchets des équipements électriques et électroniques, déchets de chantier). Sa politique de papier responsable se veut exemplaire, de la sélection des papiers lors de l'achat jusqu'au recyclage de ceux-ci. Le développement de services logistiques avec Recygo (14,8 M€) y participe activement. Pour aller plus loin, **Le Groupe La Poste et Suez** se sont rapprochés en 2017 pour créer une société commune spécialisée dans la collecte et la valorisation des déchets de bureau.

La Poste déploie une politique sociale au service d'une transformation réussie

La Poste souhaite faire des postiers les acteurs et les bénéficiaires de son développement et maintenir leur engagement pour la réussite de la transformation du Groupe.

Les postiers sont la partie prenante la plus associée à cette transformation. Ainsi 90 000 postiers ont participé à la démarche « simplifier la vie des clients et des postiers » dans le cadre de la mise à jour du plan stratégique. Le comité de dialogue social stratégique Groupe, créé par l'accord du 21 juin 2017, a pour objet de partager avec les organisations syndicales une meilleure information sur la situation économique, sociale et financière et de se concerter sur la stratégie du Groupe. Un tiers des administrateurs du conseil d'administration sont des administrateurs salariés.

La Poste entretient un **dialogue social soutenu** aux différents niveaux de l'organisation avec 12 accords nationaux signés en 2017, notamment sur les perspectives d'avenir des facteurs, des chargés de clientèle et conseillers bancaires en bureaux de poste et plus de 1 000 accords locaux.

Le programme « Bien dans son travail » a pour objectif de protéger la santé des postiers et leur vie au travail. En 2017, les actions prioritaires de ce programme ont porté sur la prévention de l'inaptitude et de l'accidentologie avec une baisse de 2,2 % du taux de fréquence des accidents du travail et 2 300 opérations de rénovation dans le cadre de BOLOCO.

Le Groupe s'engage **en faveur de la diversité**, avec la lutte contre toutes les formes de discriminations notamment avec la campagne « tous différents,

tous performants ». Avec 6,42 %, La Poste a dépassé en 2017 le taux d'emploi légal de 6 % des bénéficiaires de l'obligation d'emploi.

Le **développement professionnel des postiers** est un axe fort de sa politique sociale. Le taux de formation des postiers est en 2017 de 84 %, 11 000 managers ont suivi une formation à l'institut du management. 28 000 collaborateurs ont démarré un parcours qualifiant à fin 2017, dont près de 10 000 au cours de l'année 2017. 10 % des postiers ont bénéficié d'une évolution professionnelle.

La Poste renouvelle son engagement au service du client

Le Groupe La Poste est soucieux de la satisfaction de ses clients qu'il mesure à l'aide du net promoter score (NPS). À travers une nouvelle signature de marque : **Simplifier la vie**, La Poste réaffirme le rôle qu'elle joue au quotidien auprès de tous.

Afin de proposer à ses clients une offre responsable, les émissions de gaz à effet de serre des **offres courrier-colis-express et numérique sont compensées** depuis 2012, au travers de divers programmes de compensation choisis pour leur caractère solidaire ou leur ancrage territorial, porteur de sens pour les postiers. À La Banque Postale, les encours ISR représentent 50 % des encours sous gestion.

Toujours très engagée dans l'accessibilité à tous de ses produits et services, La Poste a poursuivi l'ensemble de ses **programmes d'accompagnement des clientèles vulnérables** en s'appuyant sur l'engagement de ses collaborateurs ou de ses associations partenaires. Le taux d'accessibilité des établissements recevant du public est à fin 2017 de 53 %.

Enfin, La Poste œuvre pour un **service client facilement accessible à tous et efficace**. Des travaux pour simplifier et améliorer l'expérience client ont été initiés en 2017.



1.

Profil et stratégie du Groupe La Poste

Le Groupe La Poste souhaite apporter sa contribution aux grands enjeux sociétaux de la France en 2030 : la digitalisation de la société, la transition vers de nouvelles valeurs éthiques, la cohésion sociale, les transitions démographiques et écologiques.

En France, Le Groupe La Poste est le premier réseau commercial de proximité et bénéficie d'un capital confiance auprès du grand public.

C'est pourquoi il s'est engagé dans une transformation rapide et profonde. À mi-parcours de son plan stratégique, « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », le Groupe réaffirme son ambition d'assurer sa bonne santé économique, de financer son développement de manière pérenne, et d'accompagner ses clients pour leur simplifier la vie.

Pour suivre la transformation de son modèle économique, La Poste s'est fixée cinq indicateurs de transformation qui seront progressivement déployés à compter de 2018 :

- la sensibilité au courrier traditionnel, à travers la part relative du chiffre d'affaires autre que celui du courrier traditionnel au sein du Groupe ;
- une appréciation de la qualité perçue par les clients, à travers le dispositif de *net promoter score* ;
- un indicateur relatif à l'engagement des postiers ;
- une mesure de la digitalisation des activités ;
- une évaluation du développement des activités internationales.

En 2017, Le Groupe La Poste a réalisé un chiffre d'affaires de 24,1 milliards d'euros, dont 24,4 % à l'international, où il renforce d'année en année ses positions. Son rayonnement et son ambition de croissance dans le monde se confirment.

Page 10 1.1 Un groupe international de services multiactivité

Page 14 1.2 Faire de La Poste le leader de la simplification du quotidien des Français

Page 16 1.3 La marque La Poste

Page 18 1.4 Les autres marques du Groupe

1.1 Un groupe international de services multiactivité

G4-2, G4-3, G4-5, G4-7, G4-9

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 (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 l'organisation du Groupe, voir page 21 du document de référence 2017. Pour plus d'informations sur La Poste SA, 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 page 22 du document de référence 2017.

1.1.1 L'organisation du Groupe La Poste

G4-4, G4-8

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

La branche Services-Courrier-Colis recouvre : la distribution du courrier, de la presse et des colis, en France et à l'international, la diffusion d'imprimés publicitaires et marketing et des solutions d'expédition intégrées pour le secteur du e-commerce. Elle est le fournisseur du service postal universel en France qu'elle assure six jours sur sept. Elle porte aussi une deuxième mission de service public, celle de la distribution de la presse.

GeoPost est la branche du Groupe spécialisée dans la livraison internationale de colis express 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.

La Banque Postale abrite l'activité banque/assurance du Groupe depuis dix ans. Elle est l'héritière des services

financiers de La Poste. 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) et 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.

Le Réseau La Poste est la structure de distribution multiactivité du Groupe et gère directement la distribution de l'offre de télécommunication. 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 vingt minutes, d'un point de contact de La Poste). Gérés en propre ou sous la forme de partenariats notamment avec les collectivités locales, ces points de contact commercialisent les produits et services du Groupe.

La branche Numérique est composée de la direction du Numérique (expérience clients, services en ligne, confiance numérique, Yellow Innovation, transformation interne) et de trois filiales BtoB : Docapost (spécialiste de la transformation numérique des organisations), Mediapost Communication et ses filiales Matching, Adverline, Mediaprism, SDS, Vertical-Mail, Cabestan, Mediapost Publicité (maîtrise des médias digitaux et traitement des data) et Start'inPost (accélérateur industriel de start-up).

Véritable acteur de l'accélération de la transformation numérique du Groupe et du développement de nouveaux services, la branche Numérique a trois missions clés :

- mettre ses expertises au service du Groupe et des branches : développement de nouvelles offres, centre d'expertise de méthodes agiles et d'architecture ouverte, innovation, transformation numérique interne avec la DRH Groupe, etc. ;
- assurer un rôle de réseau de distribution numérique via La Poste en ligne avec une ambition forte de développement de chiffre d'affaires pour les branches ;
- gérer une activité économique en propre avec ses deux filiales, Docapost et Mediapost Communication, dont le défi est de développer de nouveaux business numériques.

Poste Immo, filiale de 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. Poste Immo gère 87% 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 67 à 72 du chapitre 5 du document de référence 2017.

1.1.1.1 Sept domaines d'activité

Le Groupe La Poste est spécialisé dans sept grands domaines d'activité au sens de l'INSEE :

- **la logistique** : traitement, tri, transport et livraison de courrier, colis et autres types d'envois ;
- l'activité **banque/assurance** ;
- **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** dont les services de proximité délivrés par les facteurs.

Logistique

- 10 milliards de plis distribués six jours sur sept dans le monde entier.
- 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.
- Plus de 1,4 milliard de colis transportés et livrés en 2017 sur les cinq continents.
- 2^e prestataire de services postaux en Europe par son chiffre d'affaires et son volume d'activité.

Banque/assurance

- Plus de 10,5 millions de particuliers clients actifs de La Banque Postale.
- Plus de 370 000 personnes morales et acteurs publics locaux (associations et entreprises) bénéficient de ses services bancaires, d'assurance et de gestion des actifs.
- 109,14 milliards d'euros, soit 50 % des actifs sous gestion pour compte de tiers, adoptent une approche d'investissement responsable reconnue.
- Plus de 40 000 clients en situation de fragilité financière accompagnés par la plate-forme l'Appui depuis son lancement en 2013.
- 10 milliards d'euros de financement du secteur public local en 2017.

Télécommunications

- 1,366 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

- 2,3 millions de coffres électroniques ouverts avec Digiposte, leader français, permettant le stockage de plus de 65 millions de documents.
- 24 millions de visiteurs uniques par mois pour son offre de régie publicitaire sur Internet.
- 120 000 IdN créées par La Poste.
- 10 millions de comptes client unique.
- Le site e-commerce laposte.fr a reçu en moyenne plus de 11 millions de visiteurs uniques chaque mois.

Distribution multicanale

- 1^{er} réseau commercial de proximité en France, avec 17 100 points de contact, accueillant chaque jour 1,5 million de clients et proposant 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 en France sur près de 8 300 relais et consignes Pickup.
- Ce sont aussi plus de 7 800 guichets automatiques de banque, 7 350 automates d'affranchissement, le portail www.laposte.fr, la boîte aux lettres et la remise en main propre.
- 180,8 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés en ligne pour La Poste en 2017.
- 409 millions de visiteurs uniques qui se connectent à laposte.fr.

Immobilier

- Parc immobilier de 12 219 immeubles, dont 65 % des mètres carrés sont sous pilotage du Groupe.
- Gestion du 2^e parc immobilier de France.

Services à la personne

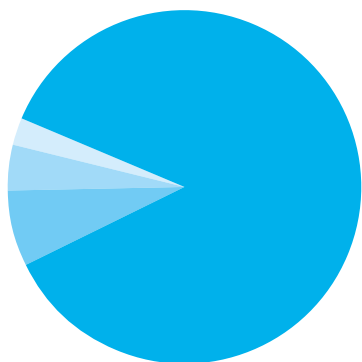
En 2017, les offres Proxi mises en œuvre par les facteurs ont généré :

- 7 millions de prestations facteurs ;
- 33,9 millions d'euros de chiffre d'affaires.

1.1.1.2 Chiffres clés

Répartition des effectifs du Groupe

Collaborateurs : plus de **253 000** dans le monde



Part des effectifs Europe

86,4 % ● France
7,2 % ● Autres pays de l'Europe de l'Ouest
4,1 % ● Pays de l'Europe de l'Est et Russie
2,3 % ● Autres pays

1.1.2 Un groupe présent dans cinq continents

G4-5, G4-6, G4-10

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 373 à 382 du document de référence 2017).

97,7 % de l'effectif du Groupe La Poste sont localisés en Europe de l'Ouest (classification de l'Unesco).

Classification de l'Unesco pour l'Europe de l'Ouest :

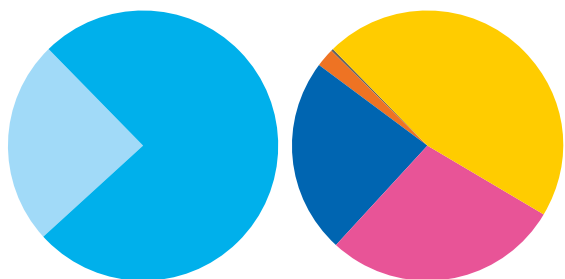
Allemagne, Andorre, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Islande, Italie, Liechtenstein, Luxembourg, Malte, Monaco, Norvège, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Saint-Marin, Vatican, Suède, Suisse.

Une structure financière saine

La dette s'élève à 3,28 milliards d'euros au 31 décembre 2017, soit un ratio d'endettement net sur capitaux propres de 0,34.

Répartition du chiffre d'affaires

Total : **24,11 Mds€**



Par zone géographique

75,6 % ● France
24,4 % ● International

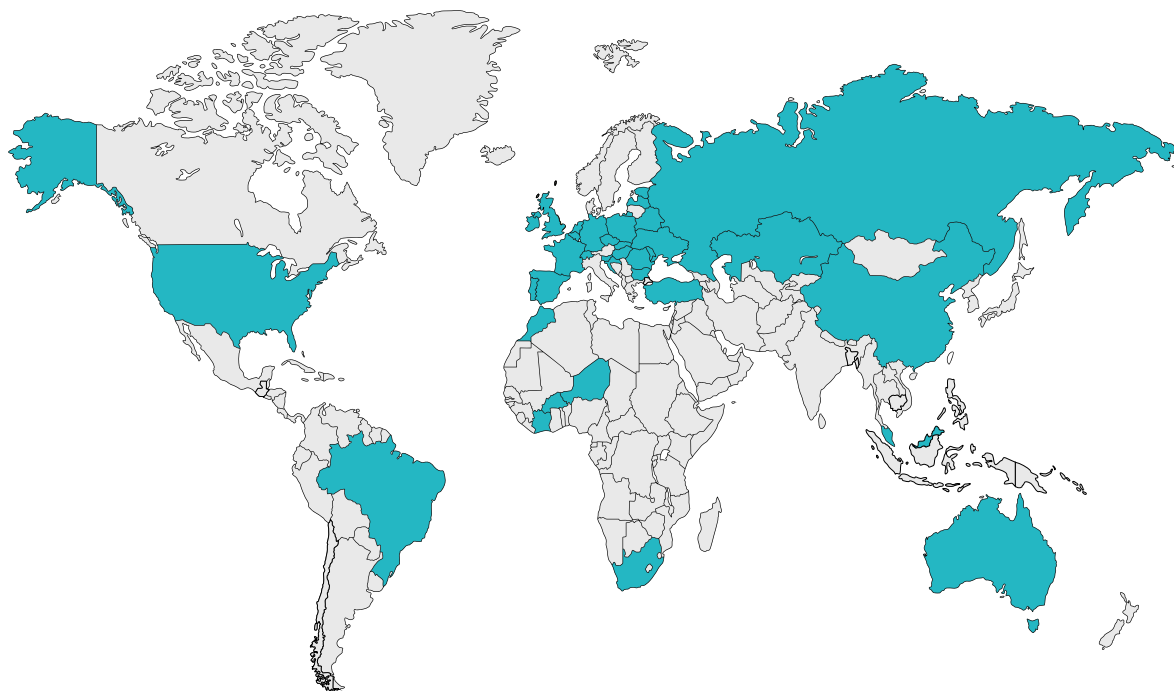
Par branche

46,1 % ● Services-Courrier-Colis
28,1 % ● GeoPost
23,4 % ● La Banque Postale
2,2 % ● Numérique
0,2 % ● Autres



Présence du Groupe La Poste dans le monde

Implantation internationale : présent dans **44** pays sur 5 continents



États-Unis

Brésil

Allemagne
Belgique
Bulgarie
Croatie
Espagne
Estonie
France
Grande-Bretagne
Hongrie
Irlande
Italie
Lettonie
Liechtenstein
Lituanie
Luxembourg
Pays-Bas
Pologne
Portugal
République tchèque
Roumanie
Slovaquie
Slovénie
Suisse

Biélorussie
Kazakhstan
Russie
Turquie
Ukraine
Afrique du Sud
Burkina Faso
Côte d'Ivoire
Île Maurice
Maroc
Niger

Chine
Chypre
Hong Kong
Inde
Malaisie
Myanmar
Singapour
Australie

1.1.3 Les évaluations des agences de notation

G4-32

Les notations extra-financières obtenues par Le Groupe La Poste enregistrent toutes une hausse en 2017 :

- Vigeo attribue au Groupe La Poste une note de 72/100, la plaçant au premier rang des entreprises du secteur logistique et transport ;
- Oekom positionne La Poste première de son secteur sur le niveau C+ prime ;
- le CDP (Carbon Disclosure Project) attribue à La Poste la note B sur le CDP Climate Change et dans le cadre du programme CDP Suppliers ;
- Sustainalytics attribue à La Poste la note de 74 et la mention « leader ». La Poste prend ainsi la quatrième place sur un panel de 162 entreprises du secteur ;
- en tant que fournisseur, La Poste est évaluée au niveau Gold par Ecovadis.

Indice composite de notation extra-financière

Un indice composite reflétant la notation extra-financière du Groupe est calculé depuis 2017. Il prend en compte les notations de deux agences de notation extra-financière (Oekom et Vigeo), de l'IPC (organisme sectoriel), du CDP (organisme spécialisé dans l'évaluation et le conseil de la performance carbone) et d'EcoVadis, un organisme spécialisé dans l'évaluation des fournisseurs. L'indice composite est calculé sur 100 points et correspond à la moyenne arithmétique des 5 évaluations les plus récentes.

Au 1^{er} janvier 2017, l'indice composite du Groupe était de 66 points sur 100. Cet indice est calculé annuellement en intégrant les évaluations connues au 31 décembre de chaque année, afin de suivre l'évolution de la performance extra-financière du Groupe telle qu'elle est perçue par les organisations d'évaluation et de la comparer avec la concurrence. Ainsi à fin décembre 2017, le Groupe enregistrait un indice de 71/100.

En 2017, Le Groupe La Poste a reçu le prix Global compact advanced. Ce prix souligne la qualité de son reporting RSE et l'alignement de ses engagements avec les principes du Pacte mondial des Nations unies, et des Objectifs de développement durable de l'ONU qu'il s'agisse du climat, de l'offre responsable, de la bonne exécution des missions de service public, du développement des collaborateurs, du soutien apporté à l'économie sociale et solidaire ou du développement de nouveaux services à forte valeur ajoutée sociétale.

1.2 Faire de La Poste le leader de la simplification du quotidien des Français

À l'instar des postes dans le monde, Le Groupe La Poste est confronté à l'attrition de son métier historique, le courrier. 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. Dans ce contexte, le Groupe s'est défini la mission de développer des services pour simplifier la vie de ses clients, en alliant la force du facteur humain aux solutions numériques.

1.2.1 Quatre missions de service public

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.



Aides publiques au Groupe La Poste

G4-EC4

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

La Poste est éligible au CICE au regard des critères suivants :

- La Poste est une SA ;
- La Poste ne bénéficie d'aucune situation de monopole et exerce toutes ses activités dans un environnement totalement concurrentiel ;
- La Poste est le second employeur de France après l'État. Elle emploie en effet 214 697 personnes en France, dont 81 % 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 et a perçu, pour 2017, 391 millions d'euros.

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 ».

La Poste bénéficie aussi d'une compensation pour deux missions de service public. En 2017, elle a reçu 340 millions d'euros pour l'accessibilité bancaire et 121 millions d'euros pour le transport et la distribution de la presse, très en deçà du coût réel de ces missions.

L'aménagement du territoire est compensé sous la forme d'un abattement de taxes locales de 174 millions d'euros pour 2017. Cette somme est affectée à un fonds national tripartite. La Poste en assure la gestion comptable et financière selon le contrat tripartite (AMF, État, La Poste) de présence territoriale. Sa répartition par type de projets se fait au sein de l'observatoire de la présence postale territoriale. Les projets sont définis par la CDPPT (commission départementale de présence postale territoriale) présidée par un élu local.

1.2.2 Renforcer son identité de grand groupe multiactivité pour faire face aux évolutions économiques et sociétales

Le Groupe La Poste a clarifié sa vision stratégique :

La Poste est un grand groupe de services de proximité, ancré dans les territoires, et veut le rester.

Cette vision stratégique est déclinée en cinq ambitions, concernant chacune des cinq activités du Groupe :

- transformer et enrichir l'offre courrier ;
- être un acteur majeur de l'essor du e-commerce et de la logistique urbaine ;
- développer une banque différente, proche et citoyenne ;
- créer de nouveaux services de proximité humaine ;
- devenir tiers de confiance numérique au service de tous les acteurs.

Les perspectives de développement du Groupe La Poste résident donc dans l'accompagnement de la baisse du chiffre d'affaires généré par le courrier traditionnel et les services associés par le renforcement des activités de bancassurance, le développement des activités logistiques de livraison de colis et de courrier publicitaire et l'essor de nouveaux services.

Cette transformation, qui répond à des exigences de performance et de compétitivité, s'appuie sur la présence du Groupe partout en France à travers ses missions de service public, sur la proximité des postiers et sur un dialogue permanent avec toutes ses parties prenantes. Le Groupe La Poste reste fidèle à ses savoir-faire et à ses valeurs : être utile au plus grand nombre, être un acteur du lien social et du développement territorial, s'engager pour le climat, ou encore accompagner la transformation numérique de la société.

Ainsi, à mi-parcours, le Groupe a réorienté son plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » : **devenir le leader de la simplification du quotidien des Français**, qui amplifie l'ambition initiale de devenir la plus grande entreprise de services de proximité, pour tous, partout, tous les jours.

1.2.3 Décliner la vision stratégique du Groupe dans les branches en fonction de leurs marchés

Chaque branche du Groupe La Poste a son rôle à jouer dans l'avenir de l'entreprise en tant que grand groupe de services multiactivité. Elles ont ainsi défini les visions stratégiques qui leur permettront de s'inscrire dans l'avenir du Groupe :

- **branche Services-Courrier-Colis : devenir le premier opérateur de services de proximité humaine et numérique en France, grâce au réseau des facteurs,** en valorisant le courrier comme un média à fort impact, en dynamisant le commerce connecté par l'excellence de ses services de livraison et en développant une large gamme de services « à la demande » autour du domicile ;
- **branche GeoPost : se transformer d'un leader français et européen de la distribution de colis vers les entreprises et les particuliers, en un leader mondial de la distribution des colis, et le numéro 1 en Europe, assurant un rôle majeur dans le développement du e-commerce ;**
- **branche La Banque Postale : construire le groupe de banque-assurance préféré des Français** en se développant sur toutes les clientèles et en se diversifiant sur les métiers spécialisés, y compris à l'international ;
- **branche Réseau La Poste : devenir un Réseau multiactivité à priorité bancaire avec des formats diversifiés** pour soutenir le développement commercial et la satisfaction des clients, dans le respect de nos missions de service public ;
- **branche Numérique : accélérer la transformation numérique du Groupe pour faire de La Poste une entreprise tournée vers le « client to consumer »,** reconnue en France comme un acteur majeur de la confiance numérique et de la gestion éthique des données, et accompagner la transformation numérique des entreprises et des administrations.

1.2.4 En 2017, le Groupe poursuit le développement engagé prioritairement sur les nouveaux services de proximité humaine et l'international

Le Groupe a poursuivi et accéléré en 2017 le développement de ses différentes branches d'activité, notamment de la banque assurance avec 1,5% de croissance du produit net bancaire de La Banque Postale, et du colis avec + 5,4% de chiffre d'affaires réalisés dans la livraison de colis par la branche Services-Courrier-Colis et + 9,8% de chiffre d'affaires enregistrés par GeoPost, la branche du Groupe

spécialisée dans la livraison internationale de colis express.

En 2017, le Groupe poursuit son développement sur deux axes prioritaires, les nouveaux services de proximité humaine et l'international.

Ainsi, quelques événements emblématiques de cette transformation ont notamment été en 2017 :

- la prise de participation majoritaire au capital de la société Asten Santé, un acteur clé de la prestation de santé à domicile (livraison, installation et maintenance de dispositifs médicaux pour des malades souffrants de maladies chroniques). Avec cette opération le Groupe poursuit la diversification de ses activités dans le secteur des services à la personne, après la prise de participation majoritaire dans Axeo Services et le développement de « veiller sur mes parents » en 2016 ;
- la poursuite des opérations de croissance externe à l'international avec l'acquisition de SPSR par GeoPost en Russie, de Jadlog au Brésil et de quatre nouvelles franchises de la marque Seur en Espagne ;
- la signature d'un accord d'acquisition par La Banque Postale de 100% de KissKissBankBank & Co, un des leaders du financement participatif en Europe. Avec cette opération, La Banque Postale accélère son engagement en faveur du financement participatif, qui répond à de nouvelles aspirations sociétales et participe au soutien de l'économie réelle.

1.3 La marque La Poste

1.3.1 « Simplifier la vie », un nouvel esprit de marque pour accompagner le Groupe dans sa transformation

À mi-chemin de son plan stratégique « La Poste 2020 :

Conquérir l'avenir », Le Groupe La Poste poursuit sa mutation avec l'ambition de devenir « la plus grande entreprise de services de proximité humaine ».

La Poste change, innove et se diversifie. Pour que ces transformations ne soient pas porteuses de confusion de la part de ses consommateurs et de ses partenaires et ne fragilisent pas la confiance que les Français lui accordent, La Poste a souhaité réaffirmer le rôle qu'elle joue au quotidien auprès de tous les Français, de façon claire et transparente. Cette réaffirmation s'est concrétisée en 2017 par un nouvel esprit de marque dont l'ambition est de faire de La Poste le leader de la simplification du quotidien des Français. La nouvelle signature de marque devient donc : « **Simplifier la vie** ». Cette signature s'ancre dans une vision, une mission et une ambition :



Vision : dans un monde complexe, en transformation permanente, la simplicité est la grande valeur de service du ^{XXI}^e siècle.

Mission : simplifier la vie, c'est rendre la vie plus sereine, c'est améliorer le quotidien des gens en n'oubliant personne, c'est proposer des services utiles et innovants.

Ambition : faire de La Poste la première entreprise de services de proximité humaine.

L'esprit de la marque s'appuie également sur deux valeurs et quatre caractéristiques :

Les valeurs de la marque La Poste :

- l'attention : être à l'écoute de tous, chaque jour ;
- l'engagement : être au service des clients et de la société ;

La personnalité de la marque La Poste :

- positive : La Poste est une marque solaire, rassurante et inspirante ;
- collective : La Poste est une marque participative, collaborative et solidaire ;
- responsable : La Poste est une marque citoyenne, respectueuse et bienveillante ;
- innovante : La Poste est une marque créative, audacieuse et connectée.

Tous les éléments de cet esprit de marque nourrissent et sont nourris de la démarche de développement durable du Groupe La Poste.

un de ses principaux critères d'évaluation dans le cadre de son engagement EFQM. Le musée s'oriente donc vers une demande de labellisation : le label Accessibilité permettra d'affirmer la volonté et la réalité d'un musée exemplaire en matière de conception universelle et d'accessibilité. Ce nouveau label, créé en 2016 et délivré par Certivéa, vise à favoriser la prise en compte des besoins spécifiques des futurs visiteurs du musée : facilité d'usage, facilité d'accès, confort visuel et acoustique, médiation adaptée, etc. Enfin, afin de mieux impliquer l'ensemble du personnel du musée, deux séances de sensibilisation à l'accueil des publics à besoins spécifiques ont été organisées par le comité régional du tourisme en avril et mai 2017 (30 collaborateurs ont participé à cette formation).

Hors les murs, le musée propose des animations en Île-de-France à différents types de publics : scolaires, seniors, enfants hospitalisés, et notamment aux acteurs sociaux pour lesquels a été développée une programmation touchant des adultes étrangers en apprentissage du français, des jeunes en insertion, des habitants de quartiers « politique de la ville ». 58 animations « champ social » ont été réalisées en 2017. L'animation « Aux timbres citoyens ! » qui aborde les valeurs de la République à travers les timbres a été très demandée par les structures sociales ; elle permet d'aborder de manière ludique la thématique incontournable de la citoyenneté. En septembre 2017, un tarif adapté de 6 euros a été mis en place pour ces publics.

L'exposition itinérante « La Poste... une histoire extraordinaire » continue à irriguer les territoires et d'autres expositions telles que « Les Postes dans la Grande Guerre », « Un postier dans la Grande Guerre, Augustin-Alphonse Marty » et « Les Femmes de La Poste » ont continué à être demandées par différents services de La Poste. Leur présentation est une contribution aux actions et animations culturelles menées par les acteurs locaux du Groupe.

1.3.2 S'ancrer dans l'histoire

1.3.2.1 La mission du musée de La Poste : accompagner la transformation du Groupe en s'appuyant sur ses racines et ses valeurs

Ayant depuis sa création en 1946 la charge de conserver, d'enrichir et de montrer au public les collections postales et philatéliques de l'État, le musée de La Poste œuvre pour sauvegarder la mémoire et le patrimoine et favoriser la connaissance de l'histoire de La Poste. Engagé en 2016 dans une démarche qualité selon le modèle d'excellence EFQM ⁽¹⁾, le musée de La Poste travaille depuis à une amélioration continue prenant en compte toutes ses parties prenantes, les visiteurs, mais aussi le personnel, les tutelles et la société en général.

Au sein du musée, le projet de rénovation en cours ⁽²⁾ a été pensé et conçu pour permettre une accessibilité universelle des publics (personnes en situation de handicap moteur, psychique, mental ou sensoriel). Fort de ce projet ambitieux, le musée de La Poste a fait de l'accueil des publics en situation de handicap

1.3.2.2 Le comité pour l'histoire

Acteur de la recherche en sciences humaines pour Le Groupe La Poste, le comité pour l'histoire de La Poste (CHP) a assuré le suivi de cinq thèses et trois masters en cours durant l'année 2017. Il a achevé la direction d'un travail de recherche sur le « travail des femmes aux services financiers de La Poste à l'époque contemporaine », et noué un partenariat financier pluripartite pour soutenir une thèse sur « l'histoire des activités sociales à la Poste », lancée auprès

(1) *European Foundation for Quality Management* (Fondation européenne pour le management de la qualité).

(2) Le musée est actuellement fermé au public.

de l'université Versailles - Saint-Quentin en fin d'année. Le CHP a organisé une session d'histoire sur le mandat de Jean-Paul Bailly (2002-2013) lors des Rendez-vous de l'histoire de Blois dont le thème général était « Eurêka : innovations et découvertes ». Dans le contexte de l'attribution des JO de 2024, un ouvrage titré « *La Poste et le sport en France après 1945* » a été édité. Enfin, dans le cadre de la Mission du centenaire de la Grande Guerre, le CHP a accompagné Le Groupe La Poste, notamment dans l'hommage rendu au postier Augustin-Alphonse Marty, inspecteur général des postes, réformateur de la poste militaire en décembre 1914. Sa biographie, une exposition, ainsi que l'édition d'un travail de thèse sur les veuves de guerre, notamment aux PTT, ont accompagné la période des commémorations de l'automne.

1.3.3 Valoriser la marque La Poste

Le Groupe La Poste soutient historiquement des opérations en faveur de grandes causes nationales. Elles ont été choisies pour leur connexion avec les valeurs de la marque La Poste et parce qu'elles répondent au souhait de mobilisation des postiers.

1.3.3.1 La Poste engagée en faveur de grandes causes nationales ou de projets d'intérêt général

Depuis près de trente ans, La Poste est partenaire de l'opération **Pièces Jaunes** pour améliorer la vie des enfants hospitalisés (un million de tirelires dans les bureaux de poste, un million de cartes de remerciements remises aux enfants par les postiers, 3,04 millions d'euros récoltés en 2017).

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 2017, l'entreprise a réuni plus de 560 000 euros au Téléthon, record absolu.

Le 6 décembre 2017, La Poste et La Banque Postale ont remis deux chèques de 1 535 054 euros (résultat des ventes des carnets et blocs de timbres) à la **Croix-Rouge** dont elle est partenaire depuis 102 ans. Par ailleurs, pour faire face à la situation d'urgence, suite au passage de l'ouragan Irma dans les îles françaises de Saint-Martin et de Saint-Barthélemy en septembre dernier, la Croix-Rouge française a déclenché un appel aux dons. La Banque Postale, en soutien de cette initiative, s'est engagée à ses côtés à relayer les appels aux dons sur son espace client et son site institutionnel. Les clients

de La Banque Postale ont versé 193 000 euros de don. Enfin, depuis plus de 50 ans des postiers répondent à plus d'un million de lettres au Père Noël venant de plus de 140 pays.

1.3.3.2 Accompagner les arbitres et les valeurs qu'ils portent

Acteurs de terrain et de confiance, les arbitres comme les postiers s'engagent pour l'intérêt général et agissent pour tous, partout en France. Depuis dix ans, La Poste anime le programme « Tous arbitres », d'accompagnement et de valorisation des 58 000 arbitres élites et amateurs des fédérations et ligues professionnelles de football, rugby, handball et basket. Ce programme a une triple ambition : accompagner concrètement les arbitres dans l'exercice de leur pratique, valoriser la fonction arbitrale et susciter des vocations.

De nombreux sportifs se sont engagés aux côtés de La Poste pour promouvoir les Journées nationales de l'arbitrage et valoriser l'esprit sportif auprès des jeunes, une valeur commune entre l'arbitrage et l'olympisme.

1.4 Les autres marques du Groupe

Les activités de la branche Services-Courrier-Colis sont exercées sous la marque La Poste et Mediapost principalement.

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



Les activités de La Banque Postale sont exercées sous la marque éponyme.



Les activités du Réseau La Poste sont exercées sous les marques La Poste et La Poste Mobile.



Les activités de la branche Numérique sont exercées sous diverses marques dont La Poste, Docapost et Mediapost Communication.





2.

Le dialogue avec les parties prenantes

Tout ce qui constitue la marque La Poste – sa mission, son ambition, ses valeurs et sa personnalité – met l’humain, le collectif et l’intérêt général au centre. Une fois de plus, La Poste, avec sa nouvelle signature « Simplifier la vie », affirme que ses activités n’ont de raison d’être et ne sont possibles qu’à travers ses relations avec ses clients, ses fournisseurs et prestataires, ses partenaires, ses collaborateurs, ses actionnaires.

En raison de sa présence sur le territoire 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, opinions et attentes de ses parties prenantes.

À travers la transformation en cours, Le Groupe La Poste souhaite se donner les capacités de relever les nouveaux défis qui se présentent ; il est conscient que cette transformation ne pourra être réussie que si elle implique et tient compte de toutes ses parties prenantes.

Page 20	2.1 La cartographie des parties prenantes et intensité de la relation
Page 21	2.2 Les attentes des parties prenantes
Page 25	2.3 La consultation des parties prenantes à mi-parcours du plan stratégique
Page 26	2.4 La mobilisation des postiers : innovation participative et collaborative
Page 27	2.5 La communication responsable, vitrine de l’engagement du Groupe
Page 27	2.6 Représentation d’intérêts et participations aux réflexions sectorielles

2.1 La cartographie des parties prenantes et intensité de la relation

G4-24 à 27

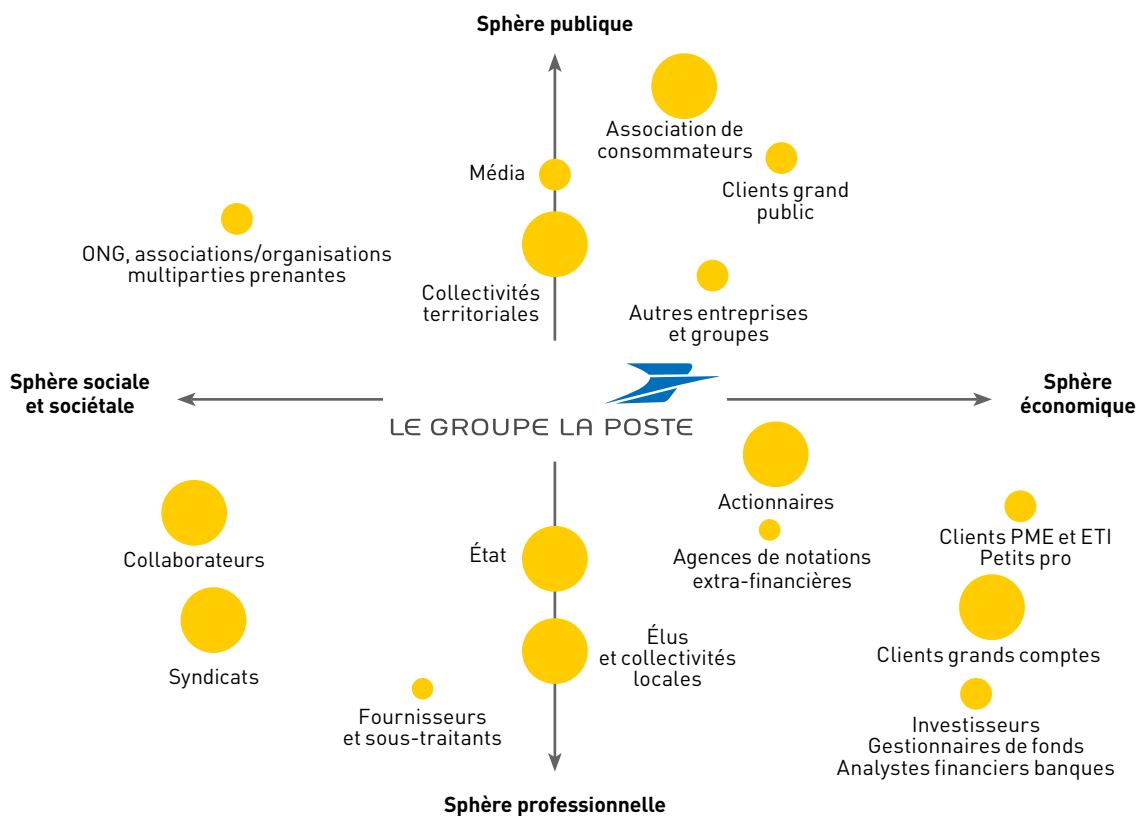
Les parties prenantes de La Poste forment un écosystème riche et complexe.

Le Groupe La Poste identifie et choisit les parties prenantes avec lesquelles il s'engage en fonction de l'importance et de la fréquence de leur interaction avec lui. Essentiels aux performances opérationnelles

et à la création de valeur, les femmes et les hommes du Groupe La Poste, ses actionnaires, ses clients, ses fournisseurs figurent parmi les principales parties prenantes. Par ailleurs, certaines ONG et associations sont devenues de véritables partenaires pour Le Groupe La Poste, à la suite de communications publiques ou d'un apport d'expertise dans des domaines spécifiques à enjeu pour le Groupe.

Le graphique ci-dessous répertorie les parties prenantes en fonction de leur appartenance aux différentes sphères. La taille du point est corrélée à l'intensité de la relation, estimée selon la fréquence et la stabilité de la relation dans le temps.

Cartographie des parties prenantes de La Poste





2.2 Les attentes des parties prenantes

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).

Actionnaires et autorités de régulation

Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none">• L'État français (73,68%) et la Caisse des dépôts (26,32%)• Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep)• Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation (CECM), dont le secrétariat est assuré par la DGCCRF• Autorité des marchés financiers (AMF)
Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none">• Création de la société anonyme au 1^{er} mars 2010
Attentes principales	<ul style="list-style-type: none">• Performance financière, pérennité du modèle économique et création de valeur à long terme.• Maîtrise des risques pouvant impacter la réputation de l'entreprise• Satisfaction client et adaptation aux attentes des consommateurs• Atteinte des engagements avec l'État (conformité réglementaire en matière de responsabilité sociale et environnementale sous contrôle de l'Arcep, obligations de service public)
Structures principales et processus clés	<ul style="list-style-type: none">• Conseil d'administration et comité qualité et développement durable (trois réunions par an)

Clients grand public et associations de consommateurs

Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none">• Particuliers ou entreprises, clients ou utilisateurs des produits et services du Groupe La Poste• 15 associations de consommateurs
Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none">• 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 1991• Le médiateur du Groupe La Poste parmi les premiers référencés en France et en Europe par la CECM• Service relation client digitale et téléphonique
Attentes principales	<ul style="list-style-type: none">• Une offre innovante et d'intérêt général• Une offre adaptée aux différents besoins des clients : simplicité, efficacité, rapidité, fiabilité du service• Une sûreté absolue des biens et données confiées et une éthique dans l'utilisation des données.• Une offre pour tous et accessible à tous, partout, tous les jours sur le canal du choix du client• Information sur les offres et la politique tarifaire• Services utiles au quotidien avec une plus-value environnementale et/ou sociale• Respect des personnels (dialogue social, développement professionnel, droits humains)
Structures principales et processus clés	<ul style="list-style-type: none">• Représentante des consommateurs au sein du conseil d'administration (administratrice indépendante)• Saisine du médiateur du Groupe• Réunions et groupes de consultation, tables rondes• Baromètres et enquêtes de satisfaction (à chaud et à froid)• Démarche participative pour l'identification des principaux irritants et leviers d'enchantement des clients• Relations commerciales, délivrance des prestations de services, services clients• « La Poste & Vous » : communauté online de 3000 clients pouvant être sollicités par les entités du Groupe pour la co-construction des produits et services

Clients entreprises	
Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Responsables logistiques, ou dirigeants, voire responsables RSE
Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion personnalisée des grands comptes des branches et filiales depuis les années 1990 • Service client multicanal
Attentes principales	<ul style="list-style-type: none"> • Offre innovante et d'intérêt général • Offre adaptée aux différents besoins des clients : simplicité, efficacité, rapidité, fiabilité du service • Sûreté absolue des biens et données confiées et une éthique dans l'utilisation des données • Bonne réputation
Structures principales et processus clés	<ul style="list-style-type: none"> • Saisine du médiateur du Groupe • Réunions et groupes de consultation, tables rondes • Baromètres dont l'enquête SMART • Expérimentations de nouvelles offres

Les collaborateurs et leurs représentants	
Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none"> • 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 et représentants syndicaux ou leurs équivalents à l'international
Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none"> • Représentation au conseil d'administration (un tiers des membres) et au CQDD • Démarches régulières de consultation des personnels depuis 1988 • Dialogue avec les organisations syndicales, instances de concertation et de négociation • Médiatrice de la vie au travail depuis 2012 • Soutien postiers (dispositif de saisine centralisé par e-mail) depuis 2011 et dispositif d'alerte déontologie et discrimination • Système d'innovation participative depuis 1996
Attentes principales	<ul style="list-style-type: none"> • 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 et du management • Implication dans la démarche RSE
Structures principales et processus clés	<ul style="list-style-type: none"> • Instances de représentation du personnel (ateliers, réunions mensuelles, managériales) • Baromètre social et RSE • Groupes qualitatif et quantitatif • Espaces temps communication • Saisine de la direction de la médiation de la vie au travail ou de soutien postier



2. Le dialogue avec les parties prenantes

Fournisseurs et sous-traitants

Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none">Le Groupe entretient des relations contractuelles avec plus de 40000 fournisseurs et sous-traitants
Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none">Selon la contractualisationDepuis 2014 pour les signataires de l'Alliance dynamique pour l'ESS, réflexion commune sur des thèmes de travail
Attentes principales	<ul style="list-style-type: none">Association en amont sur l'ensemble de la chaîne de valeur afin de définir une réponse adaptée aux besoins de La PostePartage régulier pour co-construire la chaîne de valeurConditions d'accès aux marchés donnant leur chance à tous et valorisant les engagements RSERelations équilibrées et relations pérennesRespect des engagements contractuels et des délais de paiementAccompagnement et valorisation des engagements RSEEngagement de La Poste au côté des fournisseurs pour un soutien à l'innovation
Structures principales et processus clés	<ul style="list-style-type: none">Charte des achats, cahier des charges d'achats responsablesTravaux de co-construction des matériels avec les fournisseurs et les personnelsGroupe de travail avec les fournisseurs de l'ESSTable ronde fournisseur et baromètre fournisseurs à partir de 2017

Élus et collectivités

Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none">Ensemble des élus locaux, nationaux et européens
Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none">Depuis plus de quinze ans, les mécanismes et les processus du Groupe destinés au dialogue avec les élus locaux ont été formalisés et structurésLes relations commerciales et de partenariats se développent partout sur le territoire français
Attentes principales	<ul style="list-style-type: none">Respect des engagements de service public et des réglementationsPrésence forte sur leur territoire, notamment en milieu rural et dans les quartiers sensiblesMédiation numérique, accessibilité des services publics au publicImplication dans les projets locaux en faveur du développement durable (plan climat, SRCAE, politique de la ville, développement rural)Contribution à la politique en faveur des personnes vulnérables
Structures principales	<ul style="list-style-type: none">Commission départementale de présence postale territoriale (CDPPT)La Poste est partenaire de l'AMF, l'AMRF, l'APVF, l'ANEM, l'ADCF, l'ADF, France Urbaine, Régions de France, Villes de France, l'ANN, Villes Internet, la Fédération des Parcs Naturels Régionaux, l'OFII
Processus clés	<ul style="list-style-type: none">L'un des membres du conseil d'administration, nommé par décret sur proposition du président de l'AMF, représente les communes de FranceAccords de partenariatsRéunion annuelle des parties au contrat d'entreprise (comité de suivi de haut niveau)Observatoire national de la présence postale, enquêtes, baromètres et rencontres régulières d'élus et des administrations notamment avec le président

Autres entreprises et groupes	
Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none"> Partenariat ou adhésion avec de nombreuses associations d'entreprises : EpE, AFMD, CDDEEP, Afep-Medef, CGPME, IMS, C3D, EDH, ObsAR, Entreprise et Personnel, Club des entreprises centenaires, Cercle éthique des affaires, IFPEB, Observatoire de l'immobilier durable, RE100
Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none"> Travail en commun depuis plusieurs années
Attentes principales	<ul style="list-style-type: none"> Échanges de pratiques, prises de position ou engagements communs Développement d'outils et de méthodes en commun Résolution commune de difficultés de mise en œuvre Respect des règles de concurrence loyale Implication dans la gouvernance
Structures principales et processus clés	<ul style="list-style-type: none"> Groupes de travail Présence dans les instances de gouvernance des associations d'employeurs partenaires Dialogues bilatéraux ou multilatéraux Production de livres blancs, travaux, synthèse, outils

Partenaires associatifs (ONG et autres associations)	
Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none"> FNE, WWF, FNH, Zero Waste, Human Rights Watch, France terre d'asile, Transparency International, E2C, NQT, partenaires associatifs de La Banque Postale 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 et inscription de ce dialogue dans la durée Juste équilibre entre missions de service public et impératif de rentabilité Capital confiance et lien social à préserver dans un environnement de plus en plus numérique Transparence et fiabilité des pratiques et de la communication Garanties de respect des réglementations et de l'éthique Accessibilité des services à tous
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, signatures de chartes ou de manifestes



Organisations multi parties prenantes

Parties prenantes spécifiques en contact avec le Groupe	<ul style="list-style-type: none">Comité 21, Institut national de l'économie circulaire, Avere, ORSE, Orée, Club Green IT, La Fabrique écologique, Fondation nationale entreprise et performance, chambres consulaires, etc.
Contexte de la relation	<ul style="list-style-type: none">Relation institutionnelle ou convention de mécénat 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 prisDemande 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">Groupes de travail, points bilatérauxSignatures de conventions de partenariat, de chartes ou de manifestesÉlection de 31 collaborateurs au sein des CCI départementales

Rénover les modalités du dialogue

En 2017, La Poste a lancé une étude visant à rénover les modalités du dialogue avec ses parties prenantes. La cartographie des parties prenantes sera mise à jour et complétée d'une cartographie des outils de dialogue disponibles dans le Groupe. Un benchmark des meilleures pratiques permettra par la suite de définir, pour chacune des parties prenantes prioritaires, les modalités du dialogue que le Groupe proposera à ses parties prenantes de mettre en place à l'avenir, en utilisant autant que possible sur les outils existants. Enfin, une méthodologie robuste et normée de mise à jour de la matrice de matérialité du Groupe sera également proposée. Le Groupe La Poste a souhaité inscrire la conduite de ces travaux dans le respect de la norme NF X 30-029 et des principes édités par le Comité 21 (se donner les moyens de changer, prendre en compte les intérêts divers, voire divergents, s'engager à choisir les parties prenantes et les enjeux pertinents, impliquer toutes les parties prenantes en désignant un facilitateur, respecter les valeurs du dialogue, ancrer la démarche dans le temps et la durée, rendre compte des résultats de la démarche à l'ensemble des acteurs). D'ores et déjà, le dispositif d'écoute Smart (Suivi de la MARque et des Transformations) a été mis en place en 2017. Il permet de mesurer trois fois par an auprès de cinq publics cibles (grand public, entreprises, professionnels, collectivités et leaders d'opinion) les progrès de la transformation, d'évaluer le positionnement de La Poste, la force de marque, l'image et la qualité perçue.

2.3 La consultation des parties prenantes à mi-parcours du plan stratégique

2.3.1 La consultation des clients

En 2017, à mi-parcours du plan stratégique, 3000 clients de toutes les branches et activités du Groupe La Poste ont été interrogés dans une démarche participative et ont fait valoir 97 irritants et leviers d'enchantement. Six principales attentes des clients ont été identifiées :

- connaître et comprendre les services de La Poste, mais aussi bénéficier de propositions de nouveaux services ;
- accéder aux services de manière simple, rapide et intuitive et demain en temps réel et en mobilité ;
- être écoutés, considérés et obtenir une réponse personnalisée, voire que leurs besoins soient anticipés ;
- bénéficier d'une prise en charge de leur demande du premier coup, mais aussi être rassurés sur la bonne exécution du service ;
- réaliser le service acheté de manière sécurisée, mais aussi pouvoir retrouver la preuve de sa bonne réalisation ;
- en cas de dysfonctionnement, obtenir une réponse immédiate ou un suivi en temps réel.

2.3.2 La consultation des postiers

Entre le 1^{er} mars et le 30 juin 2017, les postiers ont été invités à participer à la démarche participative « Simplifier la vie des clients et des postiers ».

Plus de 90 000 postiers se sont mobilisés, et près de 33 000 contributions ont été transmises sous la forme de 4 802 propositions, 9 241 commentaires et 18 633 votes. Les propositions ont été étudiées pour être intégrées dans l'actualisation du plan stratégique. Ces 6 attentes ont ensuite été soumises aux postiers pour recueillir leurs commentaires et propositions.

2.4 La mobilisation des postiers : innovation participative et collaborative

Le Groupe La Poste encourage l'initiative et l'autonomie de ses 250 000 collaborateurs au travers des démarches participatives et traduit, en externe, son engagement au travers de la présidence de l'association Innov'acteurs.

Les différents programmes d'innovation proposés mobilisent l'intelligence collective et valorisent les talents des postiers et des postières :

- démarche participative Groupe décrite ci-dessus (consultation des postiers sur la déclinaison de la stratégie du Groupe) ;
- innovation participative (amélioration continue) ;
- 20 projets pour 2020 (entrepreneuriat), voir ci-dessous.

2.4.1 L'innovation participative

La mobilisation des collaborateurs et collaboratrices se révèle particulièrement au travers de l'innovation participative. Démarche ancienne à La Poste, la mue de l'innovation participative se renforce au travers d'une évolution sensible des usages et des pratiques. Désormais, la qualité des idées prime sur la quantité et la volonté d'une mise en œuvre et d'une duplication plus soutenue de ces idées favorise l'émergence d'une démarche plus collaborative et plus ouverte. Le dynamisme des acteurs locaux du territoire se confirme avec la réalisation de 37 challenges territoriaux (20 BSCC et 17 LBP et Réseau). Depuis 2009, les collaborateurs du Groupe ont déposé plus de 76 000 idées dont 3 058 en 2017. Les principaux contributeurs restent la BSCC avec le programme BIPS (1 459 idées et bonnes pratiques en 2017) et La Banque Postale et le Réseau avec le programme ENVIE (Ensemble vos idées, 1 545 idées fin 2016).

Innovation participative par métiers

	BSCC	LBP- Réseau	DSI	Total 2017	Total cumul 2009- 2017
Idées	586	–	54	–	–
Bonnes pratiques	873	–	–	–	–
Total	1 459	1 545	54	3 058	72 989
Challenges nationaux	5	–	–	–	–
Challenges locaux	20	17	–	–	–
Total	25	17	–	42	–

Les premiers travaux d'intégration dans .COM1, la nouvelle plate-forme collaborative unique du Groupe La Poste, ont débuté en 2017 et seront poursuivis en 2018.

2.4.2 L'intrapreneuriat, 20 projets pour 2020

Le programme d'intrapreneuriat du Groupe La Poste, (20 projets pour 2020), a été lancé en 2014, avec l'objectif de rendre les postiers acteurs de la transformation de leur entreprise. Ce programme invite les collaborateurs à proposer un projet innovant de nouvelle activité pour le Groupe. Les lauréats sont détachés à temps plein pour travailler sur leur projet pendant une période de six à dix-huit mois. Entre 2014 et 2017 :

- plus de 3 000 collaborateurs du Groupe se sont mobilisés ;
- plus de 1 000 projets ont été déposés ;
- 14 projets lauréats ont été sélectionnés ;
- 6 projets tests sont accessibles au public en version bêta tels que GoukiTok, livraison de produits frais et locaux dans la région grenobloise, Comptoir des passions, plate-forme de loisirs de proximité, ou encore Tripperty, service pour récupérer les objets interdits en cabine à l'aéroport ;
- 2 filiales ont été créées : Oh My Keys, service de gardiennage de clés, et Aniweedoo, gamme de services premium pour les animaux de compagnie (*pet-sitting*, promenade de quartier ou sportive et éducation canine).

En 2018, le Groupe lance une nouvelle version du programme qui permettra aux candidats de déposer



des projets tout au long de l'année. Ainsi, le parcours de sélection et le time-to-market seront accélérés. Avec un modèle inspiré des incubateurs, l'objectif du programme est de devenir un véritable accélérateur de start-up internes.

2.5 La communication responsable, vitrine de l'engagement du Groupe

Dès 2009, la filiale communication du Groupe La Poste s'est engagée dans une démarche de communication responsable avec la volonté de refléter l'engagement du Groupe en faveur du développement durable. En 2015, dans le cadre de la signature de la charte des annonceurs pour une communication responsable de l'UDA, le Groupe a adopté un code de communication responsable qui guide l'ensemble de ses actions de communication. Il exprime de manière simple l'esprit de son engagement : être plus respectueux, plus solidaires, plus transparents, plus accessibles pour toutes les parties prenantes. En 2017, la priorité a été donnée à l'accessibilité numérique. Voir page 92.

2.6 Représentation d'intérêts et participations aux réflexions sectorielles

G4-16

2.6.1 Agir ensemble

2.6.1.1 Au niveau mondial

Les intérêts du Groupe La Poste sont défendus essentiellement au sein de l'Union postale universelle (UPU) et de son union restreinte PostEurop (voir page 31). La Poste est également membre de l'association International Post Corporation (IPC) qui regroupe les grandes organisations postales dans le monde pour

porter leurs intérêts et animer les travaux sectoriels en matière de qualité de service, d'interopérabilité, d'engagements pour le climat et de recherche.

Suite à l'Accord de Paris sur le climat, signé en 2015, IPC s'est engagé dans le cadre du *Science Based Targets* ⁽¹⁾ à réduire les émissions de gaz à effet de serre de 20% par lettre et par colis d'ici à 2025, par rapport à l'année de référence 2013 (scopes 1, 2 et 3). En 2017, Le Groupe La Poste s'est engagé à définir ses propres cibles en ligne avec l'initiative *Science Based Targets* pour des contrôles de qualité officiels (voir page 102).

2.6.1.2 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 les intérêts du Groupe auprès des institutions européennes. À ce titre, La Poste est inscrite au registre de transparence de l'Union européenne. Elle est aussi accompagnée par un cabinet de consultants spécialisés. En 2017, l'activité du bureau de représentation s'est concentrée sur le rôle des postes dans le développement du e-commerce via la livraison de colis. Ce marché est dynamique et extrêmement concurrentiel.

Ainsi, les actions de lobbying ont principalement porté sur le projet de règlement relatif aux services de livraison transfrontières de colis et dans une moindre mesure sur les règles applicables aux opérateurs postaux dans le cadre du e-commerce mondial : mesures d'application du code des douanes communautaires, collecte de la TVA à l'import sur les envois du e-commerce, accords de libre-échange.

Les activités de veille ont concerné les échanges autour de l'évolution des directives postales et tous les thèmes concernant la numérisation de l'économie comme la protection des données personnelles dans le cadre des communications électroniques, la libre circulation et l'accès aux données, la dématérialisation du papier, la signature électronique et l'administration en ligne. Enfin, le bureau de représentation a suivi l'évolution des négociations concernant le retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne, pour mieux en anticiper l'impact négatif sur les activités du Groupe.

En 2017, le président-directeur général du Groupe s'est rendu à Bruxelles et à Strasbourg pour rencontrer les décideurs européens :

- à l'invitation d'un député européen français, participation à un dîner débat sur l'évolution du secteur

(1) Initiative conjointe du CDP, du Pacte mondial des Nations unies, de l'Institut des ressources mondiales (WRI) et du WWF, *Science Based Targets* identifie et promeut des approches innovantes permettant aux entreprises de fixer des objectifs de réduction des GES « alignés avec la science », c'est-à-dire qui visent un niveau de décarbonisation suffisant pour limiter la hausse de la température moyenne mondiale en dessous de 2 °C par rapport aux niveaux préindustriels, comme le précise le cinquième rapport d'évaluation du groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat.

postal et les dossiers européens l'impactant, dans les locaux du Parlement européen à Strasbourg (5 avril 2017). Les thèmes suivants ont été abordés : la transformation du Groupe La Poste et de ses métiers, l'évolution des missions de service public et leur compensation, le projet de règlement sur la livraison transfrontière des colis ;

- participation à la rencontre de présidents-directeurs généraux de postes européennes avec le vice-président de la Commission européenne en charge du marché unique du numérique (19 octobre 2017) à l'initiative de PostEurop.

2.6.1.3 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, afin d'en appréhender les impacts. Des échanges sont régulièrement organisés avec les parlementaires français, invités par le président-directeur général du Groupe La Poste à des petits déjeuners informels au siège du Groupe pour débattre de la stratégie postale à l'horizon 2020. La Poste est également le partenaire d'associations nationales représentant des élus et des collectivités territoriales. La Poste a pris en compte les dispositions portées par la loi Sapin II en matière de représentation d'intérêts et a renforcé son plan de prévention (voir page 44).

Dans ce cadre, La Poste a engagé une démarche de responsabilité des relations institutionnelles, dans la continuité des valeurs inscrites dans le référentiel de déontologie, dans la charte de représentation d'intérêts :

- cartographie des différentes actions d'influence au sein du Groupe ;
- pédagogie auprès des acteurs concernés ;
- coordination des initiatives portées entre le niveau national et le niveau local ;
- mise en place d'un guide des collaborateurs élus avec démultiplication au niveau territorial.

Conformément aux lignes directrices de la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique, un contact opérationnel a été identifié au niveau de La Poste. La Poste fait partie des 200 premières entreprises, associations et cabinets en France à avoir procédé à l'inscription dans le registre national des représentants d'intérêts en France.

Deux collaborateurs du Groupe La Poste sont membres du Cercle éthique des affaires ⁽¹⁾ et participent

activement aux travaux, réflexions et propositions du CEA qui visent à influencer les décideurs publics et privés, de façon à affermir la place de l'éthique et des valeurs dans les entreprises et les organisations. Le Groupe est également très actif dans le groupe Entreprises de Transparency International France dont les travaux ont notamment permis d'aboutir à la charte de représentation d'intérêts du Groupe.

2.6.1.4 Au niveau local

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. Le rôle des délégués régionaux du Groupe se modifie pour accompagner au mieux sa transformation, notamment le déploiement des nouvelles offres postales, développées dans l'intérêt général et pour répondre aux attentes de la société.

La Banque Postale entretient son lien avec les acteurs du secteur public local à travers le 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.).

Des représentants de La Poste dans les chambres de commerce

Pour la première fois en 2017, La Poste a invité les collaborateurs volontaires à se présenter aux élections des chambres consulaires.

31 collaborateurs du Groupe représentent désormais La Poste dans 8 des 13 chambres de commerce régionales présentes sur le territoire.

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 quelque manière que ce soit les partis politiques, 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.

(1) Le Cercle est constitué de professionnels en activité dans les entreprises et en charge de l'éthique, de la déontologie et/ou de la conformité, de responsables de ces questions dans les associations, organisations professionnelles ou établissements de formation, d'experts, chercheurs ou universitaires en éthique des affaires et d'étudiants en éthique des affaires.



2.6.2 Prendre position

2.6.2.1 Participation aux consultations gouvernementales

En 2017, Le Groupe La Poste a participé ou a été représenté aux ateliers et commissions réunis dans le cadre des Assises de la mobilité qui se sont tenues du 19 septembre au 13 décembre 2017 et a accueilli en son siège d'Issy-les-Moulineaux le séminaire logistique urbaine du 28 novembre 2017 organisé par le ministère des Transports en présence de madame la ministre des Transports Elisabeth Borne. Ces Assises ont été une opportunité de rencontre et de dialogue avec l'ensemble des acteurs de l'écosystème de la mobilité. Les ateliers thématiques ont notamment été l'occasion pour les représentants du Groupe La Poste de rencontrer les participants et de partager les positions de La Poste. Ces six groupes de travail – portant sur les thèmes suivants : mobilité plus propre, plus connectée, plus solidaire, plus intermodale, plus sûre, plus soutenable – réunissaient élus, entreprises, administrations, acteurs de la mobilité, ONG, syndicats, etc. À l'issue des Assises de la mobilité, La Poste a publié son cahier d'acteur dans lequel elle présente sa vision du monde et ses positions (voir détail plus bas). Ce cahier est consultable sur le site des Assises de la mobilité : <https://www.assisesdelamobilité.gouv.fr/participer/cahiers-dacteurs>. En 2018, La Poste participe aux travaux d'écriture de la feuille de route gouvernementale sur l'économie circulaire.

2.6.2.2 Exemples de positions publiques du Groupe défendues en 2017

Deux ans après la signature de l'Accord de Paris sur le climat, Le Groupe La Poste fait partie des 91 entreprises françaises qui, en amont du One Planet Summit, organisé le 12 décembre à Paris 2017 par le président de la République française, prennent l'engagement de tenir les objectifs définis par l'Accord de Paris lors de la COP21. Ensemble, elles « affirment la nécessité de changer collectivement de cap, pour engager une baisse drastique des émissions de gaz à effet de serre (GES) ». Parmi les 39 premiers signataires de ces engagements dès la COP21 à la fin 2015, La Poste a remis son *Climate pledge* en décembre 2017 ; une convention qui acte les axes de travail, les démarches initiées et les produits, solutions et services qui seront développés pour réduire les émissions de GES. Les contributions des 91 entreprises consolidées au sein du *French business climate pledge* représentent l'engagement d'investir, au total d'ici à 2020, 60 milliards d'euros dans la recherche et développement concernant les énergies renouvelables, l'efficacité énergétique, le déploiement d'autres technologies bas carbone

et les pratiques agricoles durables. De même, plus de 220 milliards d'euros seront alloués aux financements en faveur de projets de lutte contre le changement climatique. Dans le cadre des Assises nationales de la mobilité (voir ci-dessus), Le Groupe La Poste a défendu plusieurs positions présentées dans son cahier d'acteur. Sur le thème de la mobilité plus propre et inclusive, le Groupe défend le développement d'une production française et européenne de véhicules écologiques, l'amélioration de la mesure des impacts, l'intégration systématique de la logistique urbaine dans l'aménagement urbain, les plans d'urbanisme et les plans de mobilité et l'harmonisation de la gouvernance des schémas directeurs (PDU, PCAET, etc.) dans une concertation associant les parties prenantes. Sur le thème de la mobilité plus intermodale, Le Groupe La Poste propose un certain nombre de recommandations visant à intégrer l'intermodalité dans tous les types de mobilités, qu'elles soient communes aux personnes et aux marchandises, spécifiques aux personnes ou spécifiques à la logistique urbaine. Par ailleurs, en 2017, Le Groupe La Poste a continué de défendre les positions déjà défendues en 2016. Ainsi, dans le cadre de la loi République numérique (loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique), La Poste continue de soutenir le projet du gouvernement de créer un cadre législatif permettant de fixer les conditions de mise en œuvre et de déploiement de l'identité numérique en France ainsi qu'un cadre juridique pour les lettres recommandées électroniques. Au titre de cette loi, La Poste soutient également l'introduction d'une disposition permettant d'assurer une reconnaissance légale aux coffres-forts numériques. La Poste défend une position en faveur d'une dématérialisation progressive de la diffusion de la propagande électorale lors des élections, en insistant sur l'importance de la réception de l'information sur les candidats au domicile pour le bon exercice du droit de vote des citoyens. Enfin, au titre du projet de loi relatif à l'égalité réelle outre-mer, La Poste soutient la disposition proposée par le gouvernement de mise en place d'une péréquation tarifaire pour l'envoi de lettre jusqu'à 100 grammes en provenance ou à destination de l'outre-mer. Au niveau européen, Le Groupe La Poste soutient la nécessité d'une équité concurrentielle entre les différents acteurs de la livraison de colis, y compris d'un point de vue fiscal ou social. Ce marché connaît en effet une très forte concurrence ; toute régulation supplémentaire le concernant risquerait d'être contre-productive. Le Groupe prend position 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.

Associations et organisations de réflexion dont Le Groupe La Poste est membre

Nom de l'organisme	Principaux sujets de réflexion et travaux du Groupe La Poste, des branches ou filiales en 2017
Fondation nationale entreprises et performances (FNEP)	<ul style="list-style-type: none"> Participation à la mission « Innovation au service du développement durable et sociétal – Comment concilier sobriété et compétitivité ? ». Rencontre de personnes inspirantes en Allemagne, en Suède, en Estonie, en Pologne, en Inde, au Chili et en France et publication d'un recueil de recommandations prévue en mai 2018.
Fabrique Écologique	<ul style="list-style-type: none"> Participation aux réflexions sur les métiers de demain pour une transition énergétique et le rôle de La Poste en tant qu'employeur.
Laboratoire de la mobilité inclusive (LMI)	<ul style="list-style-type: none"> Détachement d'une personne issue de la DRSE du Groupe La Poste en mécénat de compétences au sein du LMI. Propositions pour faciliter la mobilité inclusive dans le cadre des Assises de la mobilité du gouvernement français.
L'Institut national de l'économie circulaire	<ul style="list-style-type: none"> Proposition pour la feuille de route gouvernementale sur l'économie circulaire.
Entreprises pour l'environnement (EpE)	<ul style="list-style-type: none"> Copilotage d'une étude prospective sur les conditions d'une neutralité totale de la France à horizon 2050 (Vision ZEN 2050, pour Zéro Émission Nette). Première étude transsectorielle de cette ampleur, elle vise à explorer les trajectoires permettant la neutralité GES du territoire français dès 2050, les conditions d'obtention de telles trajectoires et les mesures à prendre à court terme (cinq ans) pour les rendre possibles. Préparation des positions de la société civile pour la COP22, publication sur le prix interne du carbone. Publication « <i>Entreprises et biodiversité : gérer les impacts sur la chaîne de valeur</i> ».
Association française des managers de la diversité (AFMD)	<ul style="list-style-type: none"> Contribution au groupe de dialogue interministériel sur la lutte contre les discriminations dans l'emploi initié par le défenseur des droits. Veille pour la bonne inclusion dans les lois et règlements de l'égalité des chances.
Avere-France	<ul style="list-style-type: none"> Travail d'information des candidats à l'élection présidentielle et des parlementaires pour une meilleure connaissance du véhicule électrique. Après les élections, pédagogie envers les équipes permanentes des ministères et les parlementaires. Propositions pour le développement du véhicule électrique en France dans le cadre des Assises de la mobilité du gouvernement français.
Club développement durable des établissements et entreprises publics (CDDEEP)	<ul style="list-style-type: none"> Participation aux séances plénières et groupes de travail sur les ODD de l'ONU. Participation à la proposition du club pour les Assises de la mobilité du gouvernement français.
Club des voitures écologiques	<ul style="list-style-type: none"> Propositions pour le développement des voitures écologiques dans le cadre des Assises de la mobilité du gouvernement français. Participation aux rencontres internationales véhicules écologiques en juillet 2017 et participation au petit déjeuner débat parlementaire au niveau national et européen.
L'IFPEB – Institut français pour la performance du bâtiment	<ul style="list-style-type: none"> Poste Immo participe au concours CUBE 2020 et contribue à des ateliers sur la flexibilité énergétique, sur les analyses de cycle de vie et le label E+C-.
Collège « Grands utilisateurs » à l'Observatoire de l'immobilier durable (OID)	<ul style="list-style-type: none"> Poste Immo est membre adhérent et membre administrateur. Partage de bonnes pratiques et promotion du développement durable dans l'immobilier. Contribution à la publication du baromètre de la performance environnementale des bâtiments tertiaires.
WWF pour la mobilisation des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> Signature du partenariat « CrowdActing » pour le lancement d'une application visant à favoriser la consommation responsable.



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

2.6.3.1 La Poste préside le cercle des activités de responsabilité sociale des entreprises de PostEurop ⁽¹⁾

La Poste est active dans tous les groupes de travail du cercle : « formation », « santé au travail », « environnement » et « affaires sociales ».

Les principaux objectifs et réalisations du cercle de responsabilité sociale en 2017 ont été :

- le partage des meilleures pratiques entre les membres de l'association notamment via l'édition d'une brochure sur les trois thématiques sociales, sociétales et environnementales. Des pratiques issues de trente pays membres de PostEurop ont ainsi été collectées ;
- l'organisation en juin 2017 d'un séminaire sur le thème de « La responsabilité sociale d'entreprise appliquée aux petits pays », levier d'innovation et de performance au service de leur développement durable » ;
- la tenue, en novembre à Bonn en marge de la COP23, d'un atelier dédié à la mobilité verte dans le secteur postal afin de partager les enjeux en matière d'équipement en véhicules alternatifs dans le secteur postal ;
- la promotion de nouvelles initiatives à travers les Coups de Cœur PostEurop. Le « Coup de Cœur » « Employé » (e) s'a été attribué au Groupe La Poste pour son programme d'accompagnement des postiers aidants. En vue de favoriser des bonnes conditions de travail, plusieurs programmes ont été conçus pour leurs employés aidants familiaux ;
- l'anticipation des enjeux clés de manière prospective avec par exemple un projet de mise en place d'un prototype de formation pour accompagner les évolutions en termes de management intergénérationnel. Il aborde l'alchimie intergénérationnelle comme un moteur de l'innovation ;
- l'accompagnement du dialogue social européen au sein du secteur postal, PostEurop étant l'organisation représentant les employeurs au sein du comité du dialogue social européen sectoriel. Ainsi un MOOC « Mobiliser les partenaires sociaux dans un nouveau contexte » a été finalisé qui a permis d'analyser les accords collectifs visant à accompagner le changement au sein de 16 postes européennes.

2.6.3.2 Accord de coopération entre Le Groupe La Poste et le Groupe Barid Al-Maghrib (Poste Maroc)

Dans le prolongement de la coopération entre les deux groupes sur le développement durable (accord signé en 2012 pour cinq ans), La Poste et Barid Al-Maghrib (BAM) ont signé en juillet 2017 un accord de coopération pour trois ans, portant sur plusieurs thèmes : services financiers, marketing, formation, industrialisation de l'activité colis express, philatélie, RSE, etc. Concernant la partie RSE, une convention d'application de l'accord global est prévue.

2.6.3.3 Accompagnement de La Poste tunisienne

Un projet d'appui à La Poste tunisienne, financé par l'Union européenne, a été officiellement lancé en mai 2016 et se terminera en février 2018. L'objectif est d'accompagner La Poste tunisienne dans le cadrage stratégique et la mise en œuvre de sa transformation, indispensable pour son avenir.

La Poste française intervient pour accompagner La Poste tunisienne dans le développement de ses services, l'adaptation de son organisation et son mode de fonctionnement, la modernisation de ses infrastructures et l'évolution des compétences de ses collaborateurs.

Le Groupe La Poste a apporté un soutien technique et son expertise métier en collaboration avec Expertise France, agence de coopération technique internationale pour :

- élaborer une stratégie de développement des services et un plan d'action des différents métiers de La Poste tunisienne ;
 - renforcer l'organisation de La Poste tunisienne.
- À ce jour, plus de 157 journées hommes d'assistance technique ont été réalisées par des experts proposés par Le Groupe La Poste.

2.6.3.4 Memorandum of understanding avec La Poste japonaise

Depuis le début des années 2000, Le Groupe La Poste et Japan Post entretiennent une étroite coopération encadrée par des MOU successifs. L'accord actuel qui a été signé par les deux présidents le 19 mai 2017, en marge de la réunion d'IPC à Amsterdam, porte sur cinq thèmes principaux : le développement des services postaux avec un focus sur le e-commerce, les services financiers, la transformation du réseau et les activités de vente au détail, la philatélie et les questions relatives à l'UPU. Un comité de pilotage se réunit une fois par an

(1) PostEurop est l'association représentant les opérateurs postaux publics européens qui compte 52 membres.

alternativement en France et au Japon. Cette année, la réunion s'est tenue à Paris du 15 au 17 novembre 2017 sur les thèmes suivants : les nouveaux services, la Silver économie, la transformation du Réseau et les ressources humaines.

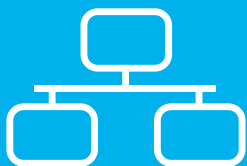
Les deux groupes ont confirmé lors de cette réunion les trois axes clés de la coopération :

- les services à la personne et de la santé parmi lesquels « Veiller sur mes parents » pour Le Groupe La Poste et « Mimamori Service » pour Japan Post sont emblématiques et assez similaires ;
- la transformation du Réseau et notamment son adaptation aux besoins des clients grâce, notamment, à des partenariats avec les enseignes de la grande distribution (en France) ou les commerces de proximité (au Japon) par exemple ;
- les évolutions nécessaires des métiers et des services proposés et les dispositifs de formation pour faire face aux transformations des activités et valoriser l'actif humain : évolution professionnelle pour Le Groupe La Poste, diversité et promotion des femmes pour Japan Post. 7 % des 29 000 cadres sont des femmes à ce jour. L'objectif à l'horizon 2021 est de porter cette part à 10 %.

2.6.3.5 Memorandum of understanding avec Correo Argentino

Signé en septembre 2016, ce MOU a pour objectifs d'accroître la coopération et d'échanger expérience, savoir-faire et bonnes pratiques. Il permet également à Correo Argentino de solliciter Le Groupe La Poste pour du conseil concernant le réseau postal (aménagement du territoire, partenariats, services financiers, prestation de services publics, etc.). Une délégation de La Poste argentine a été accueillie à Paris en décembre 2016 et une réunion de suivi a eu lieu en Argentine en mai 2017. À cette occasion, les échanges ont surtout porté sur le système d'information développé par La Poste pour son réseau de points de contact en partenariat.

Par ailleurs, le Groupe entretient des relations étroites avec plusieurs régions du globe dans le cadre du protocole de partenariat avec l'Union postale des Amériques, d'Espagne et du Portugal (UPAEP). Il est également membre fondateur de l'Union postale des Caraïbes (UPC).



3.

La gouvernance d'entreprise

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.

Page 34	3.1 Gouvernance du Groupe La Poste
Page 39	3.2 Valeurs et principes, éthique des affaires
Page 43	3.3 Des pratiques commerciales responsables et transparentes
Page 44	3.4 Devoir de vigilance
Page 45	3.5 Principe de précaution

3.1 Gouvernance du Groupe La Poste

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 notamment sur le management des risques et le contrôle interne. De plus amples informations sur la gouvernance du Groupe figurent aux chapitres 9 (L'engagement au service du client), 14 (Organes d'administration, de direction et de surveillance et direction générale), 15 (Rémunération et avantages) et 16 (Fonctionnement des organes d'administration) du document de référence 2017 du Groupe.

3.1.1 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 238 à 240 du document de référence du Groupe La Poste 2017 recense les quelques recommandations du Code Afep-Medef qui ne sont pas appliquées et les explications correspondantes.

3.1.1.1 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 ;
- 7 administrateurs élus par le personnel ;

- 2 administrateurs nommés par décret, représentant, d'une part, les communes et leurs groupements, et les usagers, d'autre part ;
- 11 administrateurs nommés par l'assemblée générale sur proposition de l'État et/ou de la Caisse des dépôts, dont :
 - 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.

Les membres du conseil d'administration étant nommés par l'assemblée générale sur proposition de l'État ou de la Caisse des 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 du gouvernement et le chef de la mission de Contrôle général, économique et financier (CGEFI) de l'État auprès de La Poste assistent également aux séances du conseil d'administration, sans voix délibérative.

3.1.1.1.1 Indépendance des administrateurs

En tant que société anonyme du secteur public, La Poste ne compte aucun actionnaire privé et aucun de ses douze 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 223 du document de référence 2017).

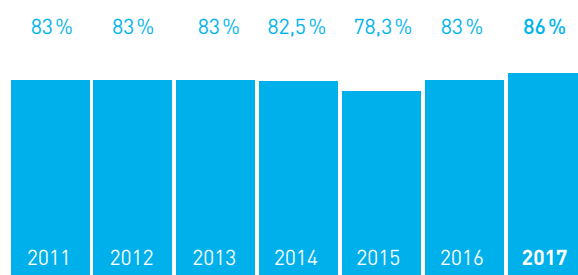
3.1.1.1.2 Durée du mandat des administrateurs

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. Les mandats des administrateurs actuellement en fonction expireront donc le 20 janvier 2021.

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.

Assiduité des administrateurs aux réunions du conseil d'administration



En 2017, le taux de présence des administrateurs aux réunions du conseil d'administration est de + 3 points, en hausse par rapport à 2016. Les variations de ce taux s'expliquent notamment 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.

3.1.1.1.3 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. En 2017, une évaluation du fonctionnement du conseil d'administration pendant l'année 2016 a été réalisée par le truchement d'un cabinet externe, comme il est de coutume tous les trois ans. Des entretiens individuels avec l'ensemble des administrateurs ont été menés et ont mis en évidence les attentes suivantes :

- de manière générale, accorder plus de temps aux questions humaines et sociales et notamment mieux prendre en compte ces aspects dans l'évaluation des dossiers d'investissement ;
- porter à au moins deux le nombre de séminaires du conseil d'administration organisés chaque année ;
- recevoir des documents plus nombreux en préparation des réunions, bien qu'ils soient globalement satisfaits du niveau d'information dont ils disposent.

Dès 2017, des réponses ont été apportées à ces demandes avec notamment l'organisation de trois séminaires et la présentation des dispositifs de prévention des accidents du travail par la directrice des ressources humaines du Groupe et du rapport de situations comparées entre hommes et femmes. Chaque année, cette procédure d'autoévaluation annuelle implique un examen de la gouvernance des sujets économiques, environnementaux et sociaux.

La mixité au sein des instances de gouvernance

Le Groupe La Poste respecte le principe de mixité au sein de ses instances dirigeantes. Neuf membres du conseil d'administration de La Poste sont des femmes et détiennent ainsi 43 % de ses sièges. Stable depuis plusieurs années, cette proportion est non seulement 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 respecté à l'issue des assemblées générales de 2014, mais elle est également supérieure au second quota de 40 %, qui n'est devenu obligatoire qu'en 2017. Quant au comité exécutif du Groupe, il compte actuellement dix membres, dont deux sont des femmes, ce qui correspond à 20 % de ses effectifs.

3.1.1.1.4 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 (CQDD) 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 (voir aussi page 60).

3.1.1.2 Le comité exécutif

Présidé par le président-directeur général, le comité exécutif est l'instance de gouvernance du Groupe La Poste. C'est en son sein que sont discutées et élaborées les stratégies de développement des branches et du Groupe.

Le comité exécutif veille à la bonne mise en œuvre des décisions prises en facilitant et en garantissant une coopération efficace entre les branches. Il assure également le suivi des objectifs et des résultats opérationnels.

Les membres du comité exécutif sont nommés par le président-directeur général. Le comité exécutif se réunit chaque lundi.

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 216 et suivantes du document de référence 2017.

3.1.1.3 La RSE à l'agenda des instances de gouvernance

3.1.1.3.1 Sujets liés à la RSE soumis au conseil et à ses comités

En 2017, le CQDD est intervenu trois fois au conseil d'administration. Ainsi, de nombreux sujets liés au développement durable ont été discutés par les membres du conseil :

- rapport de situation comparée entre hommes et femmes (voir page 141) ;
- dispositifs de prévention des accidents du travail ;
- politique d'engagement sociétal et RSE du Groupe La Poste ;
- traitement des réclamations clients et qualité de service ;
- intégration du *net promoter score* dans la feuille de route du président-directeur général du Groupe ;
- avancement des travaux de déploiement du dispositif anticorruption ;
- sensibilisation aux aspects concurrentiels de l'éthique des affaires.

Des sujets de RSE ont également été présentés dans les autres comités du conseil, à l'instar du comité stratégique et des investissements qui a fait l'objet d'une présentation des dispositifs de prévention des accidents du travail et des dispositifs de gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences. Le comité des rémunérations a, quant à lui, discuté des critères RSE pris en compte dans le calcul de la part variable des rémunérations (voir page 60). À ce jour, un critère RSE est intégré dans l'intéressement à La Poste et à La Banque Postale. L'objectivation des membres du comité exécutif et des cadres dirigeants intègre des critères RSE. En 2017, ces critères étaient, pour ce qui concerne le client, les usages de la base de données clients unique, le *net promoter score*, la satisfaction globale des clients en sortie de bureaux de poste en social, mais aussi le taux de fréquence des accidents du travail, la note obtenue dans le baromètre interne « Qualité de vie au travail », le pourcentage de postiers formés et enfin, un indicateur composite de notation extra-financière. L'ensemble a un poids de 41 %. La part collective de la part variable de l'ensemble des managers du Groupe est calculée en fonction des résultats de ces indicateurs et représente 33 % du montant de la part variable. De plus, le dispositif de management de la performance individuelle intègre des objectifs visant notamment à la qualité de vie au travail. L'atteinte ou non de ces indicateurs pèse pour un tiers dans l'attribution de la part variable individuelle de la rémunération. Des objectifs RSE autres que la qualité de vie au travail sont également fixés aux managers dès que leur fonction s'y prête.

Part des femmes dans les instances de gouvernance

Conseil d'administration	43 %
Comité exécutif	20 %
Comité qualité et développement durable	71 %
Comité des rémunérations et de la gouvernance	0 %
Comité d'audit	50 %
Comité stratégique et des investissements	33 %

3.1.1.3.2 Suivi des performances RSE par le comité exécutif

Le Groupe a fixé, en déclinaison de ses engagements, des objectifs de développement durable à atteindre en 2020. Les résultats 2017 ont fait l'objet d'une présentation devant le CQDD en mars 2018.

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

Le tableau de bord mensuel du président intègre une page consacrée à la RSE. Les branches ont également mis en œuvre un suivi des résultats RSE. 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.

3.1.2 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 (CGEFI) du ministère des Finances français ;
- 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.

3.1.3 Rémunération du mandataire social et des membres du comité exécutif

G4-51 à G4-54

La Poste compte aujourd'hui un seul et unique dirigeant mandataire social, son président-directeur général, 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. Ce décret concerne le président de La Poste et le directoire de La Banque Postale.

Pour de plus amples informations, voir le chapitre 15 (Rémunération et avantages) du document de référence 2017.

La rémunération de tous les autres membres du comité exécutif du Groupe à l'exception du directeur général délégué de La Banque Postale, contrairement à la rémunération attribuée au président-directeur général, inclut une part variable. En 2017, celle-ci était indexée à 41 % sur des objectifs extra-financiers du Groupe La Poste (5 % sur la notation extra-financière, 19 % sur le social, 7 % sur la gouvernance et 10 % sur la satisfaction des clients).

En 2017, le ratio entre la rémunération annuelle brute du président-directeur général de La Poste et le salaire annuel brut moyen de ses collaborateurs était de 14,6. Tous les managers du Groupe jusqu'aux chefs d'équipe ont dans leur feuille de route des objectifs intégrant une série d'aspects économiques, environnementaux et sociaux. En 2017, comme les trois années précédentes, il leur était obligatoire de fixer des objectifs visant à améliorer la qualité de vie au travail. Parmi les autres sujets faisant fréquemment l'objet d'objectifs pour les managers concernés du Groupe figurent la promotion des produits et services responsables proposés par La Poste, la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES), les achats solidaires, l'égalité des sexes en matière d'embauche et de salaire, 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 au minimum 20 % de leur rémunération variable. La qualité de vie au travail, objectif commun à tous les managers, compte à elle seule pour 20 %.

- communiquer et mettre à disposition de tous les collaborateurs de l'entreprise les informations utiles à la maîtrise de leurs activités et à l'atteinte de leurs objectifs « l'information et la communication » ;
- piloter ses actions, en mesurer les résultats et en évaluer l'efficacité au regard des risques identifiés « le pilotage ».

3.1.4 Dispositif de management des risques du Groupe

Le gouvernement d'entreprise, les procédures de contrôle interne, le dispositif de management des risques, les modalités d'identification et de traitement des risques, et les risques et la politique de couverture de certains risques par l'assurance sont décrits dans le chapitre 9 « Le dispositif de contrôle interne et de gestion des risques » du document de référence 2017.

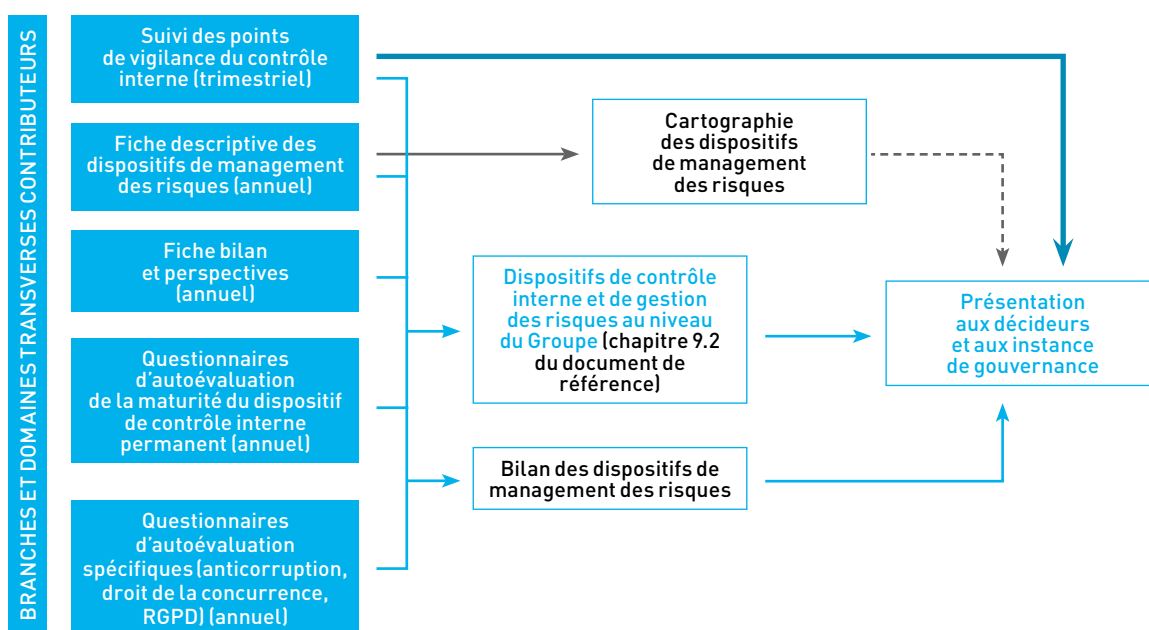
Le cadre du management des risques du Groupe repose sur la charte de management des risques du Groupe. Celle-ci énonce cinq principes :

- exercer ses activités dans le cadre d'une organisation connue de tous, d'un partage clair des responsabilités et des valeurs du Groupe (ouverture, équité, sens du service, accessibilité, considération, proximité) ;
- identifier et maîtriser les risques opérationnels pesant sur l'atteinte des objectifs « la gestion des risques » ;
- mettre en place les actions préventives et correctives des dysfonctionnements et des risques opérationnels « les activités de contrôle » ;

3.1.4.1 La gouvernance du management des risques du Groupe

Le comité d'audit assiste le conseil d'administration et a pour mission d'analyser la cartographie des risques principaux et de la politique de gestion des risques et de contrôle interne. Un comité des risques préparé par la direction de l'audit et des risques, présidé par le secrétaire général du Groupe, supervise la validation de la cartographie des risques majeurs du Groupe, examine la couverture des risques dans chacune des divisions du Groupe et le bilan annuel des dispositifs de management des risques du Groupe. Une filière management des risques et contrôle interne, composée de 1 100 professionnels, déploie les plans d'action, met à jour les risques annuellement et appuie le management dans l'exécution de l'autoévaluation du contrôle interne. Les directeurs des branches, des directions tête de Groupe et des filiales déclinent dans leurs sphères de compétence respectives les principes de la charte de management des risques du Groupe.

Le dispositif de management des risques du Groupe repose sur le dispositif suivant :



Un catalogue de formations expertes tant sur le contrôle interne que pour le risk manager est géré par la direction des risques du Groupe. 187 jours de formation ont été dispensés en 2017. Une formation de sensibilisation au management des risques est aussi dispensée à un large public.

3.1.4.2 Intégration des risques RSE dans la cartographie des risques du Groupe

Le Groupe La Poste a intégré dès 2014 le risque RSE dans sa cartographie des risques du Groupe : du fait notamment du risque de défaut d'adaptation du Groupe aux enjeux environnementaux et sociétaux.

Cette précaution est liée :

- aux évolutions rapides des attentes des parties prenantes et du contexte sociétal et environnemental, en France comme à l'international. Ces évolutions nécessitent des adaptations dans l'exercice des activités traditionnelles du Groupe et de saisir les opportunités créées par le « *green and social business* » ;
- à l'importance croissante de la bonne réputation sociétale de l'entreprise pour les clients, les ONG et les investisseurs, confirmée par les différents baromètres ;
- à un cadre juridique plus contraignant et une judiciarisation croissante en volume et en expertise, au niveau international, national et local ;
- l'amplification des risques de réputation par la propagation rapide des informations sur les réseaux sociaux.

Au sein du Groupe, la mise en place et l'actualisation du plan de maîtrise du risque RSE est assurée par la direction de l'engagement sociétal. La direction des risques évalue sa robustesse notamment au regard de la stratégie du Groupe.

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.

3.1.4.3 Veille réglementaire et collaboration avec la direction juridique et de la conformité du Groupe

Tous les deux ans, la direction juridique et de la conformité du Groupe construit avec la DRSE un référentiel juridique. Désormais structuré autour des enjeux identifiés dans la matrice de matérialité du Groupe, il recense les réglementations applicables, sujet par sujet. Ce référentiel est par la suite transmis aux correspondants RSE de toutes les branches et filiales, à l'audit interne, à la filière juridique et aux dirigeants du Groupe.

3.2 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. Le référentiel de déontologie, intégré au règlement intérieur de La Poste depuis 2012, énonce un ensemble de règles de conduite individuelles ou collectives à suivre. Celles-ci sont fondées sur les six valeurs de La Poste :

Les valeurs du Groupe La Poste

L'ouverture : c'est savoir porter un regard neuf sur la société et être en permanence à l'écoute de son environnement et de ses parties prenantes pour prendre en compte leurs évolutions et leur proposer des solutions toujours adaptées.

La considération : c'est reconnaître les clients et les collaborateurs avec l'attention et le respect qu'ils attendent.

L'équité : c'est savoir s'adapter et s'engager à répondre avec une égale attention et une égale efficacité à la diversité des situations et des demandes.

L'accessibilité : c'est d'abord être disponible là où les clients ont besoin du Groupe et quand ils en ont besoin. C'est adapter les modes de distribution aux nouvelles habitudes de consommation via le multicanal : bureaux de poste, relais poste, automates, téléphone, Internet, etc. Être accessible, c'est aussi être transparent et facilement compris en proposant des offres simples à utiliser et à un coût abordable. Enfin, c'est faciliter l'accès aux services de La Poste aux personnes handicapées ou en situation de précarité.

La proximité : c'est savoir écouter, considérer, dialoguer, respecter et être disponible pour tous les clients.

Le sens du service : c'est un état d'esprit : se mettre au service du client. C'est également un mode d'organisation : mettre le client au cœur des procédures, des offres, des lieux de vente. Enfin, c'est un mode de relation fondé sur l'écoute et le professionnalisme qui dépasse la seule relation avec le client pour s'étendre aux relations entre collègues, entre niveaux hiérarchiques, entre métiers et fonctions et avec toutes les parties prenantes (élus, fournisseurs, etc.).

3.2.1 Les normes et lignes directrices internes et externes

3.2.1.1 Une démarche adossée aux référentiels internationaux

La démarche adoptée par le Groupe s'adosse à des référentiels internationaux, notamment le Pacte mondial des Nations unies (La Poste en est signataire depuis 2003), le nouveau programme de développement durable des Nations unies, l'Accord de Paris sur le climat, 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 qui s'étendent pour la plupart à sa chaîne de valeur :

3.2.1.2 Au niveau du Groupe

- le référentiel de déontologie ;
- le code déontologique de la direction financière du Groupe ;
- le code de conduite anticorruption ;
- la charte de la représentation d'intérêts (voir page 28) ;
- le guide éthique élu-collaborateur (voir page 45) ;
- la politique « cadeaux et invitations » ;
- la charte d'achats responsables (voir page 66) ;
- le code de communication responsable (voir page 27) ;
- la charte Data (voir page 89) ;
- la prestation de serment pour tous les postiers du Groupe (voir page 90) ;
- la charte de financement responsable de La Banque Postale ;
- le référentiel concurrence et le code de conduite concurrence.

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

- 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.

3.2.2 Le cadre éthique pour les actions des collaborateurs du Groupe

G4-56, G4-58

3.2.2.1 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. Le référentiel est disponible 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. Ce référentiel a été décliné par la Banque et le Réseau compte tenu de leurs spécificités ;
- **un réseau de déontologues** : le déontologue du Groupe, qui s'appuie sur six déontologues des branches et filiales ;
- **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 les manquements en matière d'éthique ou les cas de corruption ou, dans certains cas, demander une médiation. L'anonymat des lanceurs d'alerte est protégé. Une vigilance particulière est portée au processus de suivi de leur protection dans les six mois qui suivent l'alerte.

Ce dispositif éthique et déontologie a été revu en 2017 afin d'en assurer la conformité aux exigences de la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique « dite Loi Sapin II ».

3.2.2.2 Rapport annuel sur les résultats du dispositif éthique et déontologie

Chaque année, un rapport annuel sur les résultats du dispositif éthique et déontologie est présenté au CQDD. Ainsi, 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 de management du Groupe. Puis ses grandes lignes et ses conclusions sont partagées avec tous les collaborateurs sur l'intranet dédié à l'éthique et à la déontologie.

En 2017, l'intervention du pôle déontologie auprès du CQDD a également concerné l'avancement des travaux de mise en place du dispositif de prévention de la corruption.

Depuis trois ans, les résultats du dispositif éthique et déontologie font l'objet d'une revue critique par une personnalité extérieure. En 2018, cette revue, publiée comme chaque année à la fin dudit rapport, sera effectuée par le président de Transparency International France.

3.2.2.3 Poursuite de la diffusion de la culture éthique

2017 étant l'année d'entrée en vigueur de la loi sur la lutte contre la corruption en France, un accent particulier a été mis sur ce sujet (voir détail plus bas). Par ailleurs, comme chaque année, la diffusion de la culture éthique s'est poursuivie avec de nombreux événements et supports proposés aux collaborateurs du Groupe.

Pour la troisième année, La Poste a organisé, le 14 novembre 2017, sa **Journée de l'Éthique** avec pour thématique : « 365 jours éthiques ». Son objectif est de sensibiliser les collaborateurs à l'éthique par des questionnements autour de petits gestes du quotidien. Toujours dans l'objectif d'élargir au maximum la sensibilisation, une vingtaine de volontaires, « recrutés » partout sur le territoire, ont joué le rôle d'ambassadeurs de la Journée de l'Éthique. Équipés de kits de communication, ils ont pu animer un espace temps communication et/ou afficher les informations nécessaires à chacun pour suivre la Journée de l'Éthique depuis son poste de travail. Comme les années précédentes, les animations de la Journée de l'Éthique sont diffusées en direct en audio ou en vidéo sur le site intranet du Groupe et l'application smartphone, puis rendues disponibles en « podcast » par la suite. Environ 1 900 auditeurs-spectateurs y ont ainsi assisté à distance. Les 20 ambassadeurs de la Journée de l'Éthique se sont également portés volontaires pour constituer le premier cercle d'une « communauté Éthique » dans le réseau social du Groupe La Poste, « Point commun ». Cette communauté est ouverte à l'ensemble des collaborateurs.

L'**application Éthique et déontologie**, créée en 2015, permet à chaque collaborateur de se référer aux fondamentaux et aux référentiels de l'éthique où qu'il soit et quand il le souhaite depuis son smartphone. Refondue en 2017, elle continue de progresser tant en termes de contenus que de facilité d'utilisation. Son onglet « Se former », par exemple, donne désormais la priorité à des formations orientées sur les cas pratiques, permettant au collaborateur d'envisager l'éthique et la déontologie en application concrète dans leur quotidien.

D'autres événements ont ponctué l'année, comme, par exemple, une conférence proposée en octobre 2017 par l'Institut du management, sur le sujet : « L'éthique pour mieux manager ».

Baromètre du climat éthique

Le baromètre du climat éthique ⁽¹⁾ à La Poste a été réalisé par BVA pour la sixième fois en 2017. Ses résultats confirment la bonne diffusion de la culture éthique et déontologie dans le Groupe : 80 % des postiers se sentent concernés par les actions menées en matière d'éthique. De plus, avec 86 % de réponses positives, les postiers réaffirment l'importance de l'existence d'un déontologue, et ce, de manière plus prononcée que dans les autres grandes entreprises. Ils adhèrent donc au dispositif du Groupe. Par ailleurs, ils ont bien compris l'utilité de l'éthique pour le Groupe. En effet, les collaborateurs de La Poste font davantage le lien entre l'éthique et la déontologie et le bénéfice économique pour l'entreprise que les salariés des grandes entreprises : 90 % pensent que cela contribue à l'amélioration des résultats économiques (contre 84 % pour les salariés des grandes entreprises). 96 % des collaborateurs du Groupe seraient prêts à lancer une alerte, ce qui confirme leur confiance dans le dispositif. 64 % des collaborateurs de La Poste se disent informés des actions menées en matière d'éthique et de déontologie, en progression de 8 points par rapport en 2016, confirmant la réussite de la diffusion de la culture éthique.

(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 au Groupe La Poste et en externe auprès d'un panel de grandes entreprises afin de permettre les comparaisons.

Enfin, les autres outils de communication développés par le pôle déontologie continuent d'accompagner les collaborateurs. Chaque année, ils sont rendus plus attractifs, plus opérationnels et concrets, pour une appropriation la plus efficace possible de l'éthique dans le Groupe :

- 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 en France, à l'étranger et aussi à La Poste ;
- les deux lettres trimestrielles thématiques **Pratique éthique** et **Le Petit Illustré** sont très complémentaires : Pratique Éthique replace une thématique dans son contexte en apportant un regard d'experts et des repères pour les managers et Le Petit Illustré approfondit les mêmes thématiques, au travers de situations professionnelles concrètes et illustrées ;

- **le *Petit précis d'éthique illustré***, un petit opuscule traitant des principaux thèmes de l'éthique des affaires à La Poste.

À travers ces outils de communication et de sensibilisation, toutes les thématiques du référentiel de déontologie sont régulièrement réactivées et partagées avec les collaborateurs.

3.2.3 Respect des règles de la concurrence

Après une condamnation par l'Autorité de la concurrence en 2015, Le Groupe La Poste a mis en place un programme de conformité concurrence conformément aux engagements pris, il comprend l'ensemble des mesures détaillées ci-dessous.

Le Groupe, à travers son président-directeur général, a réaffirmé son engagement de respect des règles de la concurrence. Les directeurs généraux adjoints ont signé l'engagement de s'y conformer. Leurs déclarations sont formalisées et diffusées sur les intranets ad hoc.

La gouvernance du programme est assurée par le comité d'audit du conseil d'administration, le comité exécutif, le comité des risques du Groupe et le programme est animé et mis en œuvre par des responsables conformité concurrence pour le Groupe et dans chaque branche concernée.

Un référentiel concurrence (mis à jour en 2017) et un code de conduite concurrence 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. Édité en 2017, le code de conduite remplace l'ancienne charte de la concurrence et est annexé au règlement intérieur. Des supports de communication et de sensibilisation ont été déployés, un guide des comportements à adopter au sein des organisations professionnelles a été mis à la disposition des personnes concernées et la communication relative au dispositif d'alerte du déontologue a été renforcée. L'ensemble de ces supports de communication et documents réglementaires sont mis à disposition des collaborateurs via les intranets du Groupe et des branches. Les collaborateurs les plus exposés à des risques en matière de droit de la concurrence ont été formés, en présentiel ou en e-learning (pour un total d'environ 2000 personnes).

L'existence d'un programme de conformité concurrence est incluse dans le dispositif de contrôle interne à chaque niveau. Un audit évaluant l'ensemble du programme de conformité concurrence a été réalisé en 2017. L'audit comme l'autoévaluation réalisée dans le cadre du dispositif de contrôle interne montrent que le programme est bien engagé, des progrès sont encore possibles sur la systématisation de la formation

et de la sensibilisation des salariés nouveaux arrivants et sur la connaissance du système d'alerte.

Un rapport annuel reportant les actions du Groupe La Poste dans le cadre de son programme de conformité concurrence est envoyé à l'Autorité de la concurrence.

3.2.4 Prévention de la corruption

G4-S04, G4-S05

3.2.4.1 Le plan de prévention de la corruption du Groupe La Poste

Avec l'entrée en vigueur au 1^{er} juin 2017 de la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (dite « loi Sapin II »), Le Groupe La Poste a déployé un programme de prévention de la corruption pour compléter son dispositif existant. En complément de la politique « cadeaux et invitations », de la charte de représentation d'intérêts (encadrant les actions de lobbying), et du guide éthique de l'élus collaborateur, le plan de prévention de la corruption vient renforcer et mettre en cohérence l'ensemble des processus et outils déjà existant dans le Groupe. Ce plan prévoit la consultation et la participation des parties prenantes internes et des instances concernées. Ce plan de prévention de la corruption s'appuie sur trois grands principes : « tolérance zéro », « tous engagés », « tous vigilants » qui s'appliquent non seulement en interne au Groupe mais doivent également être partagés avec l'ensemble de ses partenaires, notamment ses fournisseurs et ses sous-traitants, puisque le Groupe est garant de l'éthique des affaires dans l'ensemble de son périmètre d'intervention.

La gouvernance du plan de prévention de la corruption est assurée par le conseil d'administration, préparé par le CQDD et le comité d'audit, par le comité exécutif et le comité d'éthique, présidé par le secrétaire général. Il est déployé par les déontologues du Groupe et les référents anticorruption réunis au sein d'un comité anticorruption. Les membres du comité exécutif et leur N-1 ont signé une lettre d'engagement. Le code de conduite anticorruption présente les trois grands principes, les risques et les peines encourues, les comportements à adopter, les personnes à contacter le cas échéant et les sources d'information disponibles. Conformément à la loi, ce code de conduite anticorruption a été validé par une instance de représentation du personnel, le comité technique national (voir page 145), et se trouve désormais mentionné dans le règlement intérieur du Groupe.

Le risque corruption a fait l'objet d'une analyse de risques et est couvert par le plan de prévention exposé ci-après.

3.2.4.2 Mise en œuvre opérationnelle du plan de prévention

Le plan de prévention de la corruption du Groupe La Poste s'est concrétisé dès 2017 par une mise en œuvre opérationnelle comprenant : la diffusion d'une culture anticorruption auprès de tous les collaborateurs, des approfondissements thématiques au sein des groupes de travail dédiés et la mise à jour de la cartographie des risques.

3.2.4.2.1 Montée en puissance de la culture anticorruption

De nombreux supports ont été réalisés pour diffuser le code anticorruption :

- un « memo pocket » et 2 lettres trimestrielles thématiques *Pratique éthique* et *Le Petit Illustré*, pour les 250 000 collaborateurs du Groupe ;
- la mise en ligne sur l'intranet et sur l'application Éthique et déontologie ;
- un « kit anticorruption » accompagné d'une lettre du secrétaire général du Groupe La Poste, pour l'ensemble des populations prioritaires ainsi que le comité de management ;
- des formations spécifiques notamment pour les directeurs régionaux du Groupe, les responsables des départements d'outre-mer, les managers de la branche Services-Courrier-Colis, des équipes de la discipline, les équipes des archives.

3.2.4.2.2 Approfondissements opérationnels par thématique

Six groupes de travail thématiques « achats », « cadeaux et invitations », « due diligence anticorruption », « formation-RH-communication », « élus collaborateurs » ont approfondi les points de mise en œuvre opérationnelle.

À titre d'exemple, des clauses anticorruption obligatoires dans tous les contrats passés avec les prestataires et sous-traitants ont été définies, par lesquelles ces derniers se trouvent engagés à : respecter la réglementation relative à la lutte contre la corruption, mettre en place un dispositif interne de prévention de la corruption, informer Le Groupe La Poste en cas de survenance d'un manquement à la probité, soupçonné ou avéré, se soumettre aux audits souhaités par Le Groupe La Poste. Une clause garantit aussi la possibilité pour Le Groupe La Poste de résilier le contrat en cas de manquement du prestataire à ses engagements anticorruption. La sensibilisation des fournisseurs est renforcée ainsi que la sensibilisation et la formation de la communauté achats. La mise en place d'une déclaration d'intérêts pour les acheteurs et les prescripteurs est en réflexion, tout comme la définition de clauses pour les conventions de mécénat et de parrainage. Enfin, les contrôles comptables existants et à renforcer ont été identifiés.

L'audit interne a revu son questionnaire sur les contrôles des risques de corruption et un travail est en cours avec la direction financière du Groupe pour identifier les contrôles comptables à mettre en œuvre pour une meilleure détection des cas de corruption.

3.2.4.2.3 Management du risque

Le système d'alerte éthique interne a été élargi à l'alerte corruption avec les mêmes garanties d'anonymat et de protection du lanceur d'alerte. La campagne d'autoévaluation du contrôle interne a souligné la bonne déclinaison de l'engagement du président le long de la ligne managériale, une bonne diffusion aux collaborateurs du code de conduite, et une bonne connaissance par les collaborateurs du mécanisme d'alerte. Sont en cours d'amélioration la sensibilisation qui doit être étendue plus largement, le dispositif concernant les due diligence qui doit être renforcé ainsi que le suivi de la mise en œuvre et des actions requises.

3.3 Des pratiques commerciales responsables et transparentes

La Banque Postale développe une méthode de conseil adaptée et responsable constituée notamment du recueil de déontologie de La Banque Postale qui rappelle l'importance des pratiques de vente responsable et d'un guide sémantique qui impose aux commerciaux des éléments de discours clairs, simples et transparents. 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 « 7 Gagnants », est reconnue par les agences de notation extra-financière. Cette méthode inscrit la relation client dans la durée par une connaissance client exhaustive mise à jour régulièrement, une posture d'écoute et la capacité à adapter l'entretien par la prise en compte des besoins détectés. Elle a été revue en 2017 pour s'adapter à tous les types d'entretiens, tous les canaux de contact (physique ou à distance) et tous types/profils de clients et pour intégrer les nouveaux outils de vente. La qualité de conseil et le développement d'une relation durable sont également fondés sur le système de management commercial axé sur l'accompagnement des conseillers et sur un système de rémunération variable basé sur l'atteinte d'objectifs individuels et collectifs.

En 2016, La Banque Postale a fait évoluer le système de rémunération variable de ses conseillers en adoptant un mode d'attribution basé, à parts égales, sur la performance collective de l'équipe et sur la qualité de la contribution de chaque collaborateur aux résultats de l'équipe. Les objectifs collectifs visent à valoriser l'atteinte de résultats qui sont le fruit des synergies et des efforts collectifs des conseillers et les objectifs qualitatifs individuels sont axés autour des priorités stratégiques partagées : l'amélioration de la relation client, le développement commercial et la maîtrise des risques et de la conformité.

Des dispositions sont également prises pour protéger la clientèle face au risque de surendettement (voir page 159).

En 2017, un nouveau code de conduite déontologie a été présenté et porté à la connaissance de l'ensemble des collaborateurs de La Banque Postale et des Services financiers de La Poste, du Réseau La Poste et du pôle solutions commun à La Banque Postale et au Réseau La Poste.

Ce code de conduite déontologie reprend et explicite les bonnes pratiques à adopter en matière bancaire, financière et d'assurance vis-à-vis des clients, des collaborateurs et des tiers. En particulier, il développe les différentes situations susceptibles de générer des conflits d'intérêts, intègre la politique Groupe en matière d'acceptation des cadeaux et invitations, précise les engagements de La Banque Postale concernant la surveillance des situations de fragilité des clients.

Il intègre le code de conduite anticorruption du Groupe La Poste qui a également été déployé en 2017 au sein de La Banque Postale.

Ces deux documents sont intégrés aux règlements intérieurs de La Banque Postale et de La Poste, ils sont opposables à tous les collaborateurs.

Un plan global de formation et de sensibilisation à destination d'environ 60 000 collaborateurs a accompagné la diffusion de ces 2 nouveaux codes de conduite. Dans ce cadre, chaque collaborateur a eu la possibilité de suivre un e-learning lui permettant d'appréhender au mieux les principaux enjeux et préoccupations mis en exergue dans ces 2 documents, un jeu proposant en complément de tester ses connaissances. À fin 2017, environ 25 000 personnes ont déjà suivi ce cursus, une deuxième campagne ayant débuté en janvier 2018.

3.4 Devoir de vigilance

Conformément à la loi sur le devoir de vigilance promulguée le 27 mars 2017, Le Groupe La Poste a établi un plan de vigilance présenté dans son rapport de gestion. Outre ce plan, le Groupe s'est doté d'une gouvernance et d'une ambition liées au devoir de vigilance.

3.4.1 Gouvernance du devoir de vigilance

Les membres du comité exécutif assument la responsabilité en cas d'atteintes graves et doivent prouver que les mesures de vigilance propres à prévenir ces atteintes ont été mises en œuvre. Tout responsable concerné doit rendre compte au président-directeur général des dispositions qu'il a prises pour garantir le respect du devoir de vigilance. En soutien à ces responsables, une grille d'analyse de risque et une proposition de périmètres pertinents ont été élaborées (à adapter au cas par cas). Pour le bon fonctionnement du dispositif, deux comités ad hoc sont à la disposition des responsables de manière à clarifier ces notions en tant que de besoin :

- comité de pilotage : DRH Groupe, direction de l'engagement sociétal, direction juridique, direction des risques, direction des achats Groupe ;
- comité opérationnel : directions régionales Groupe, direction juridique, déontologie, correspondants risques, direction des achats Groupe, direction RSE, directions RSE dans les branches, et d'autres directions en fonction des besoins d'expertise (ex : direction de la sûreté/sécurité). Ce comité opérationnel pilote l'analyse des risques, propose une priorisation des actions, propose des dispositifs d'évaluation, de prévention, d'atténuation, d'alerte, de suivi, de contrôle et effectue le suivi opérationnel de la mise en place des mesures et des dispositifs du plan.

Les correspondants risques assurent le suivi de la mise en œuvre dans les branches et rendent compte aux instances pilotant les risques du Groupe : comité des risques du conseil d'administration et comité des risques du Groupe.

3.4.2 L'ambition liée au devoir de vigilance

Ainsi, l'ambition du Groupe La Poste sur le devoir de vigilance en matière de droits humains est d'atteindre l'exemplarité, voire, en cohérence avec l'esprit du texte de loi, de transformer son écosystème

sur les thématiques identifiées comme prioritaires. Les efforts porteront donc sur un temps long permettant à l'ensemble des fournisseurs (dont les ETI et PME) et des filiales de s'engager dans des plans de progrès.

Le thème à adresser en priorité est celui de la sous-traitance, en particulier celle qui s'exerce dans les locaux de La Poste et/ou sur les activités cœur de métier. Le devoir de vigilance constitue un cadre adapté pour renouveler les principes de fonctionnement avec les sous-traitants du Groupe, en s'appuyant sur les principes dont le Groupe demande déjà le respect à ces entreprises et en les complétant le cas échéant, mais aussi et surtout en définissant des principes d'actions innovants pour garantir à toute personne contribuant à rendre les services de La Poste un haut niveau de santé et sécurité au travail.

L'ambition d'exemplarité du Groupe La Poste s'exprime par l'exigence auprès des filiales et des fournisseurs de premier rang de respecter a minima la Déclaration des droits de l'homme de l'ONU, des conventions fondamentales de l'OIT, et de s'engager sur les 10 principes du Global Compact et l'Accord de Paris sur le climat. Et ceci même si ces déclarations, accords et conventions ne sont pas signés par les pays dans lesquels Le Groupe La Poste ou ses prestataires sont présents. Le Groupe La Poste vise ainsi l'exemplarité sur les secteurs et pays les plus à risque. Il propose :

- de s'inscrire dans les démarches sectorielles visant à faire progresser la responsabilité sociétale des entreprises du secteur considéré, à mutualiser les audits et contribuer aux travaux des associations d'employeurs français pour construire un cadre juridique partagé au niveau national ;
- d'appliquer un principe de proportionnalité entre l'ampleur des actions et leur impact sur l'entreprise (veiller aux impacts économiques afin de ne pas fragiliser la pérennité des filiales, fournisseurs et sous-traitants) ;
- de s'inscrire dans une démarche de progrès de long terme.

Pour transformer son écosystème, Le Groupe La Poste souhaite participer à l'émergence d'un secteur du transport (lourd et léger) attractif pour l'emploi, responsable, acteur économique des territoires et de l'inclusion. Ainsi, le Groupe prévoit d'initier une réflexion avec les acteurs du secteur du transport et de la livraison en centre-ville, afin de développer des flottes de véhicules plus écologiques, et améliorer les conditions de travail. Le Groupe La Poste formalisera dans des plans d'action détaillés son niveau d'exigence entre exemplarité et transformation.

3.5 Principe de précaution

3.5.1 Dans les activités bancaires

Au sein du Groupe La Poste, la principale 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 sujets 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, La Banque Postale s'emploie à prévenir les risques financiers, juridiques et de réputation liés aux investissements au sein de juridictions reconnues comme faiblement réglementées, non transparentes ou non coopératives en matière de fraude fiscale, blanchiment de capitaux et financement du terrorisme. À ce titre, elle a dressé une liste de pays à risque dans lesquels elle s'interdit de mener ou de participer à une nouvelle opération d'investissement.

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. Banque de détail française, elle intervient quasi exclusivement sur le territoire national et n'a pas d'activités dans les pays listés par le *Tax Justice Network*. Tout au plus, La Banque Postale a poursuivi de manière très limitée des activités sur des territoires en Europe où La Poste exerçait déjà des activités au moment de la création de La Banque Postale. Les résultats de ces dernières sont intégralement imposables, aux taux de droit commun. La gestion fiscale de l'ensemble des établissements et sociétés du Groupe est réalisée ou contrôlée directement par la direction fiscale de La Banque Postale à Paris.

Les principes de cette gestion sont le strict respect de la réglementation en vigueur et la transparence vis-à-vis des autorités.

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, suite aux 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.

des entreprises (DGE) et direction générale de l'aviation civile (DGAC). Ainsi, depuis 2013, tous les personnels de production de La Poste des services manutention, tri, acheminement de Roissy HUB, Colissimo Chilly-Mazarin, Roissy PIAC, des sites STP-Viapost, des départements ultramarins (DOM) suivent tous les deux ans une formation de base « Initiation aux marchandises dangereuses, piles et batteries au lithium ». Tous les personnels du Réseau La Poste (tout guichet recevant du public) et du service postal international de la défense sont formés chaque année en e-learning sur les conditions d'acceptation des envois des clients. Dans tous les modules de formation, une partie est réservée aux situations d'urgence et réponses à apporter. Des procédures de remontées d'information vers la sûreté-sécurité du Groupe La Poste, la DGAC et l'UPU, sont en place. Les formations des formateurs sont réalisées dans le respect des réglementations IATA et ADR. Enfin des contrôles sont réalisés par La Poste et la DGE-DGAC sur le niveau de formation, les signalisations d'incidents, l'identification des nouveaux sites à former suivant les réorganisations des flux. Pour les activités de fret, La Poste assure le respect intégral des réglementations IATA pour l'aérien et ADR pour le routier. GeoPost s'assure du respect des réglementations applicables et dispose de procédures en cas d'incident avec des produits dangereux. Des standards minimaux sont en cours d'écriture pour homogénéiser le niveau de sécurité assuré partout au sein de GeoPost.

3.5.2 Dans les activités de transport et logistique

En France, l'introduction de marchandises dangereuses est strictement interdite dans le courrier et/ou le colis. L'article RL.131 du Manuel de la poste aux lettres de l'UPU indique les marchandises dangereuses admises à titre exceptionnel :

- les matières radioactives expédiées par courrier ou colis postaux sous conditions ;
- les substances infectieuses expédiées dans les envois de courriers ou colis postaux sous conditions ;
- les piles au lithium et les batteries au lithium expédiées à l'import et au transit, dans les envois de courriers et les colis postaux sous conditions de nombre, de puissance et de conditionnement.

Des fiches actions décrivant les comportements à tenir en cas de contact avec ces matières ou de situation d'urgence sont diffusées aux populations cibles.

La formation des personnels est réalisée sous la tutelle des autorités gouvernementales : direction générale



4.

La politique de responsabilité sociétale, pilier de la stratégie du Groupe

Le Groupe La Poste a la volonté de contribuer aux transformations sociétales en cours. Dans le cadre de sa stratégie, « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », le Groupe poursuit le développement responsable de ses différentes branches d'activités, modernise ses missions de service public et profite des opportunités business créées par les défis sociétaux (écologiques, numériques et territoriaux). Il assure ainsi l'avènement d'un nouvel équilibre économique durable améliorant sa performance et sa compétitivité. Son plan stratégique a pour objectif d'améliorer la compétitivité et d'assurer une bonne santé économique garante de l'avenir de l'entreprise et de celui des postiers. De plus, Le Groupe La Poste a décidé de faire de l'engagement sociétal au-delà de sa seule responsabilité sociétale, un de ses vecteurs de développement.

Page 48 4.1 Matérialité des domaines d'action et priorités RSE

Page 52 4.2 La contribution des branches et principales filiales à la démarche du Groupe La Poste

Page 59 4.3 L'organisation du Groupe La Poste pour l'animation de la politique RSE

4.1 Matérialité des domaines d'action et priorités RSE

G4-2, G4-18 à 21, G4-45

La politique RSE du Groupe La Poste s'ancre dans la conviction que les entreprises d'avenir conjuguent performance business et performance sociétale (dont sa contribution aux objectifs mondiaux de développement durable à l'horizon 2030).

4.1.1 La contribution du Groupe La Poste aux ODD

Les 17 Objectifs du développement durable adoptés par les 193 États membres de l'ONU lors du Sommet sur le développement durable de New York en septembre 2015 ont pour but général d'assurer la mise en œuvre des droits de l'homme, en particulier de mettre fin à l'extrême pauvreté, de lutter contre les inégalités, l'exclusion et les injustices, de faire face au défi climatique et à l'érosion de la biodiversité. Les entreprises sont invitées, à hauteur de leurs moyens, à contribuer à l'atteinte de ces objectifs. Au vu de ses savoir-faire et de ses domaines d'activité, Le Groupe La Poste a identifié 12 ODD auxquels il peut contribuer à sa mesure : 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16 et 17.





4.1.2 L'analyse de la matérialité

Une analyse de matérialité⁽¹⁾ a été conduite en 2014 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). Cette analyse a été construite en concertation étroite avec des représentants de chaque catégorie de parties prenantes du Groupe La Poste. En 2016, un certain nombre d'évolutions ont amené le Groupe à mettre à jour cette matrice, notamment :

- la publication en septembre 2015 des 17 Objectifs du développement durable (ODD) des Nations unies et de la demande faite aux entreprises de contribuer à la réalisation de ces objectifs à l'horizon 2030 ;
- la ratification de l'Accord de Paris sur le climat en novembre 2016 ;

- le renouvellement des membres du conseil d'administration du Groupe La Poste en décembre 2015 ;
- l'évolution des attentes des parties prenantes, en lien avec le contexte économique, environnemental et sociétal.

Pour cette mise à jour, le Groupe a refondu les 36 domaines d'action identifiés en 2014 autour de 20 items, en prenant en compte sa responsabilité sur l'ensemble de sa chaîne de valeur.

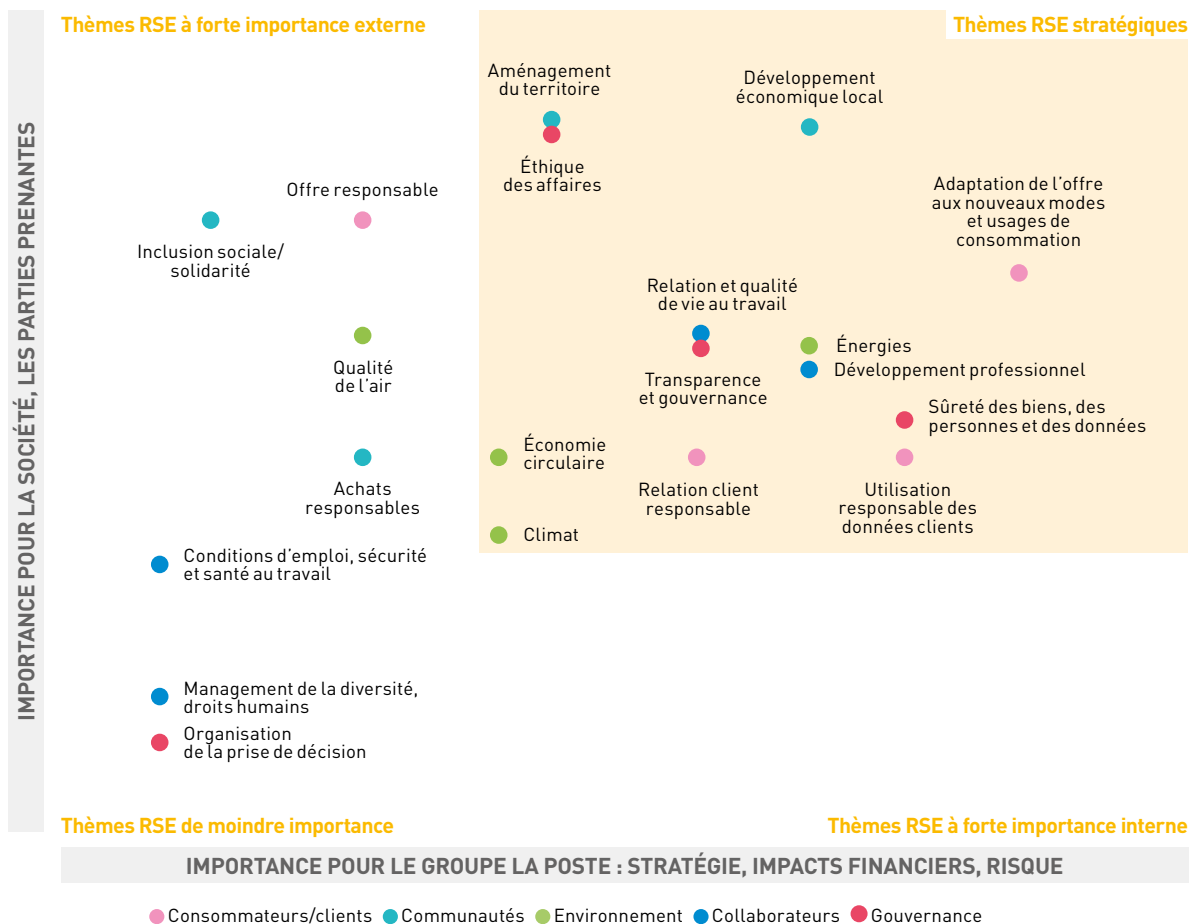
La cotation de chaque domaine d'action sur les deux axes de la matrice de matérialité a été réalisée en tenant compte :

- pour l'axe « Importance pour la société, les parties prenantes » : de l'importance de la contribution aux ODD (ci-dessus) et des attentes des parties prenantes (voir pages 19 à 24) ;
- pour l'axe « Importance pour Le Groupe La Poste : stratégie, impacts financiers, risque » : de l'importance stratégique du domaine d'action, de son impact financier pour le Groupe et du niveau identifié de risques (financier, de réputation, juridique).

Les 20 domaines d'action du Groupe La Poste

Clients : satisfaction client	Communautés : cohésion sociale et territoriale	Environnement/ transitions écologiques	Social/RH Emploi de qualité	Gouvernance Transparence/ redevabilité
Offre responsable	Aménagement du territoire	Énergies	Développement professionnel	Sûreté des biens, des personnes et des données
Relation client responsable	Inclusion sociale/ solidarité	Climat	Conditions d'emploi, sécurité et santé au travail	Éthique des affaires
Utilisation responsable des données client	Développement économique local	Qualité de l'air et des milieux de vie	QVT et relations sociales	Organisation de la prise de décision
Adaptation de l'offre aux nouveaux modes et usages de consommation	Achats responsables	Économie circulaire et gestion des ressources	Droits humains et management de la diversité	Transparence de la décision

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



4.1.3 La politique de responsabilité sociétale : La Poste acteur engagé des mutations de la société

L'identification de ces domaines stratégiques a permis d'élaborer la politique de responsabilité sociétale du Groupe qui s'articule autour de quatre politiques rassemblant les domaines d'action prioritaires identifiés ci-dessus :

Politique	Domaines d'actions prioritaires
La politique de gouvernance	Éthique, transparence et gouvernance
La politique d'engagement sociétal	Climat, énergies, économie circulaire, développement économiques local, aménagement du territoire, utilisation responsable des données client, sûreté
La politique sociale	Développement professionnel et relations et qualité de vie au travail
L'engagement au service du client	Relation client responsable et adaptation de l'offre aux nouveaux modes et usages de consommation



4. La politique de responsabilité sociétale, pilier de la stratégie du Groupe

Facteur historique de cohésion sociale, La Poste a toujours participé à la diffusion d'innovations structurantes au sein de la société, qu'elles soient technologiques ou sociétales.

C'est dans cette tradition innovatrice que s'enracine la politique d'engagement sociétale du Groupe.

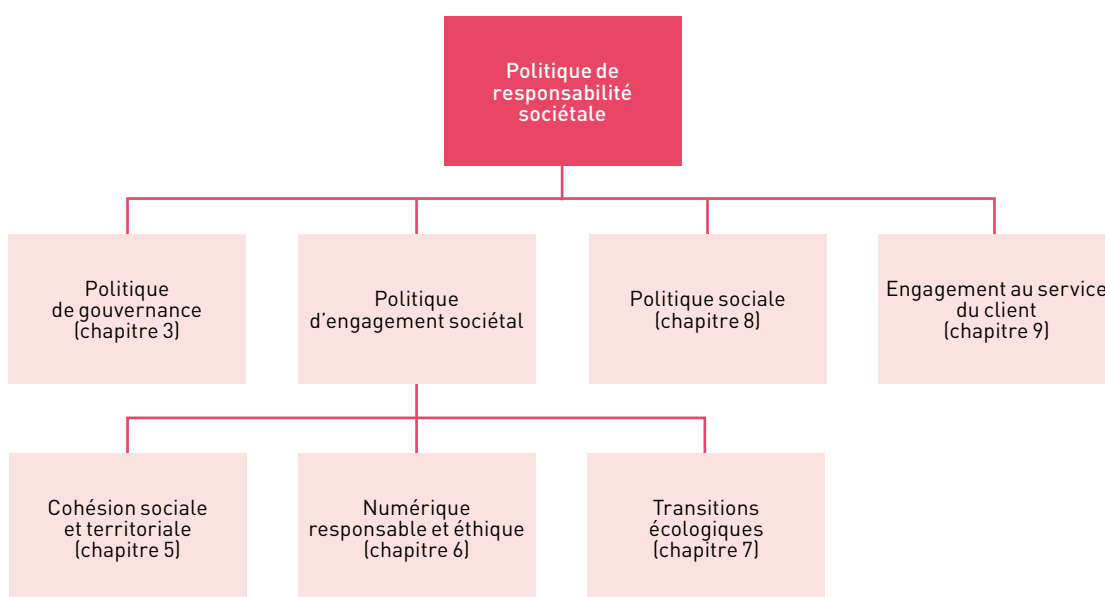
Le Groupe La Poste s'est ainsi appuyé sur la très grande diversité des actions déjà menées puis a cherché à définir l'impact qu'il souhaite générer dans la société et à le rendre fédérateur pour ses collaborateurs.

Ainsi, l'engagement que La Poste souhaite

prioritairement porter par sa politique d'engagement sociétal doit être ancré dans son histoire, ses valeurs, ses métiers, ses missions de service public, sa stratégie et rendre évidentes, pour ses collaborateurs et ses parties prenantes, la pertinence et la cohérence de l'ensemble des actions déployées.

Trois thèmes stratégiques ont été définis, ils forment les priorités de la politique d'engagement sociétal :

- la cohésion sociale et territoriale ;
- l'avènement d'un numérique responsable et éthique ;
- la réalisation des transitions écologiques (énergétique et circulaire).



L'intensité avec laquelle La Poste s'engage face à ces défis sociétaux s'analyse au regard de sa capacité à modifier les écosystèmes, de l'opportunité générée pour la conquête de nouveaux territoires et de sa contribution au renforcement de la stratégie du Groupe. Trois niveaux d'engagement permettent au Groupe de s'engager dans une dynamique de progrès :

- appliquer les réglementations et anticiper celles à venir : **conformité** ;
- être exemplaire dans le développement et l'application de pratiques vertueuses pour se positionner parmi les acteurs référents du domaine : **exemplarité** ;
- entraîner le changement en fédérant les acteurs de l'écosystème pour construire une société plus durable et solidaire : **engagement**.

Les forces de La Poste au service de son engagement sociétal

L'élément différenciant de La Poste, c'est le **facteur humain** qu'elle est capable d'apporter, car elle est un acteur reconnu et légitime pour créer du lien social. Elle est d'une certaine manière dépositaire d'un bien commun, celui de la cohésion sociale et territoriale, établissant des liens entre les hommes au sein d'un territoire, entre les générations, entre les villes et les campagnes, entre le territoire et le reste du monde, entre l'individu et les institutions. Le **savoir-faire historique** de La Poste c'est la capacité à diffuser, à rendre accessible à toute la société de manière équitable et bienveillante des éléments de modernité, des avancées sociales, des innovations technologiques, au service de tous et de chacun.

4.2 La contribution des branches et principales filiales à la démarche du Groupe La Poste

Le tableau ci-dessous présente comment les branches et les deux principales filiales de la tête de Groupe contribuent à la politique d'engagement sociétal du Groupe.

Contribution des branches et filiales à la politique d'engagement sociétal du Groupe			
Les trois piliers de la politique d'engagement sociétal du Groupe La Poste			
	Cohésion sociale et territoriale	Numérique responsable et éthique	Transitions écologiques
Services-Courrier-Colis	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des partenariats avec l'ESS • Accompagner la transition de la filière bois et agricole avec des projets financés par la compensation carbone ou la taxe carbone interne 	<ul style="list-style-type: none"> • Veiller à la sécurité et à la protection des données personnelles et de la vie privée 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuer au développement de l'économie circulaire avec Recygo • Engagement neutralité carbone • Diminuer les émissions (GES, polluants atmosphériques) des transports et de la livraison • Proposer aux clients des solutions accélérant la transition énergétique (Bemobi, Action habitat, etc.)
GeoPost	<ul style="list-style-type: none"> • S'engager pour le respect et le développement des droits humains dans le monde • Donner à ses collaborateurs la possibilité de s'engager dans le transport solidaire au profit des ONG ou l'aide d'urgence ou de mettre à disposition leurs compétences dans le cadre du mécénat 	<ul style="list-style-type: none"> • Veiller à la sécurité et à la protection des données personnelles et de la vie privée 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des solutions de livraisons urbaines responsables pour améliorer la vie au quotidien (plus efficaces, plus propres) • Diminuer les émissions (GES, polluants atmosphériques) des activités de transport • Engagement neutralité carbone
La Banque Postale	<ul style="list-style-type: none"> • Financer les collectivités locales et des projets locaux • Encourager ses collaborateurs au bénévolat et au mécénat de compétences • Promouvoir les achats responsables • Soutenir des projets de territoire grâce à son fonds carbone interne • Développer l'accessibilité aux services de la banque/assurance 	<ul style="list-style-type: none"> • Veiller à la sécurité et à la protection des données personnelles et de la vie privée • Développer des services banque/assurance digitaux simplifiant la vie • Développer des partenariats pour l'inclusion numérique 	<ul style="list-style-type: none"> • Engagement environnemental : maîtriser l'impact environnemental de ses activités • Proposer des offres responsables : gamme verte, ISR • Participer au financement de la transition énergétique
Le Réseau La Poste	<ul style="list-style-type: none"> • Développer une présence postale territoriale adaptée aux besoins • Accompagner les clientèles les plus vulnérables dans leur accès aux services du Groupe • Développer les achats responsables 	<ul style="list-style-type: none"> • Accompagner les clients dans leur passage au digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimiser son empreinte environnementale



Les trois piliers de la politique d'engagement sociétal du Groupe La Poste

	Cohésion sociale et territoriale	Numérique responsable et éthique	Transitions écologiques
Numérique	<ul style="list-style-type: none"> • Accompagner la transformation numérique des personnes morales • Développer les filières professionnelles des métiers en tension du numérique 	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en œuvre la charte Data et le RGPD • Développer des services pour redonner au consommateur la maîtrise de ses données • Développer l'accessibilité à tous des services numériques 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimiser son empreinte environnementale • Développer l'écোসocioconception logicielle
Poste Immo	<ul style="list-style-type: none"> • Développer l'innovation dans l'immobilier • Développer les achats au secteur adapté et protégé • Développer la biodiversité 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer de la gestion intelligente des bâtiments 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des bâtiments sobres en énergie et moins intensifs en carbone, notamment en s'approvisionnant en énergie renouvelable • Exiger les meilleurs standards environnementaux et sociaux de ses fournisseurs • Valoriser les déchets de chantiers
Véhiposte	<ul style="list-style-type: none"> • Recourir au secteur protégé • Respecter les conditions de travail au sein de l'entreprise, mais aussi chez les partenaires et sous-traitants 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des expertises sur les innovations du secteur 	<ul style="list-style-type: none"> • Intégrer des critères environnementaux au cahier des charges d'achats de véhicules • Assurer une veille technologique sur les biocarburants et les énergies alternatives • Former à l'écoconduite et la conduite responsable

4.2.1 L'engagement des deux principales filiales de la tête de Groupe

Sous la présidence du secrétaire général du Groupe, deux filiales de premier rang du Groupe, Poste Immo, la foncière du Groupe La Poste, et Véhiposte, gestionnaire de la flotte des véhicules du Groupe et des branches, déclinent leur propre politique de responsabilité sociétale.

4.2.1.1 Engagement de Poste Immo en matière de RSE

50% de son parc immobilier ayant plus de 50 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.

4.2.1.1.1 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⁾.

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⁾.

(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.

4.2.1.1.2 Entreprise responsable

Sur le pilier « Collaborateurs », développer 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 à 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 2017 comme en 2016, les priorités ont été mises sur :

- la gestion des déchets de chantiers ;
- la pérennisation des outils et démarches autour de la performance énergétique des bâtiments ;
- le chantier « Innovation et ouverture », avec notamment la politique d'expérimentations, et la prise en mains du volet innovation participative ;
- la traduction opérationnelle de l'engagement biodiversité ;
- l'ouverture de Poste Immo vers des partenariats externes.

4.2.1.2 Engagement de Véhiposte en matière de RSE

Véhiposte contribue aux objectifs du Groupe en assurant une veille technologique sur les biocarburants et les énergies renouvelables et en s'appuyant sur de nombreux partenariats pour rendre sa prestation plus respectueuse de l'environnement. Sur toute la chaîne de valeur de la gestion du parc automobile, Véhiposte intègre les nouvelles technologies et affirme son engagement durable par des actions concrètes et mesurables :

- intégration de critères environnementaux au cahier des charges d'achats de véhicules : taux d'émission de CO₂, taux de réutilisation des véhicules, etc. ;

- réduction de l'empreinte carbone par le développement de réseaux de proximité d'entretien et de réparation ;
- veille technologique sur les biocarburants et les énergies alternatives ;
- développement des expertises sur les innovations du secteur (carburant vert, pneumatique à faible roulement, lavage sans eau) ;
- formation à l'écoconduite et à la conduite responsable, renforçant aussi la sécurité des conducteurs ;
- recours au secteur protégé ;
- respect des conditions de travail au sein de l'entreprise, mais aussi chez ses partenaires et sous-traitants.

4.2.2 La branche Services-Courrier-Colis s'engage

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. La politique RSE de la branche à l'horizon 2020 a été définie en 2015 autour des quatre engagements décrits ci-dessous.

En 2017, des critères RSE ont été intégrés au système d'excellence de la branche au même titre que les critères économiques. Ces critères RSE deviennent ainsi des standards de travail dans le quotidien des postiers. Par ailleurs, dans le prolongement de l'engagement du Groupe (voir page 102), la branche Services-Courrier-Colis s'est engagée à définir sa feuille de route climat « Science Based Targets ».

Agir pour la préservation des ressources et du climat, et contribuer à la transition énergétique, notamment en augmentant la part des véhicules à faibles émissions de gaz à effet de serre et de particules dans la flotte, en formant les postiers à l'écoconduite et en contribuant à l'économie circulaire.

Proposer aux clients des solutions responsables, au premier rang desquelles la lettre verte, le service de collecte de papier et carton Recygo, les solutions d'écomobilité telles que celles développées sous la marque Bemobi, les solutions de rénovation énergétique avec Action habitat et de management de l'énergie avec SOBRE. La branche assure également la neutralité carbone intégrale de toutes ses offres depuis 2012. À travers le déploiement de ces offres, qui constituent pour le Groupe des relais de croissance durable, la branche contribue à faire bouger les lignes vers une économie bas carbone et vers une société plus humaine, plus solidaire et plus durable.

Contribuer à la performance environnementale et sociétale des territoires avec les parties prenantes. Pour cela, la branche noue par exemple des partenariats



4. La politique de responsabilité sociale, pilier de la stratégie du Groupe

avec des structures de l'économie sociale et solidaire permettant d'intégrer des personnes éloignées de l'emploi. Elle associe également les territoires et les communautés locales dans la démarche de « compensation carbone », à travers des projets dans des pays en développement ou en accompagnant en France les filières bois et agricole autour d'initiatives en faveur de la lutte contre le changement climatique et de l'adaptation à travers le programme « CLIMAT + territoires ».

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'invalidité 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. L'année 2017 a été celle de l'intégration de la santé-sécurité au travail dans les pratiques managériales.

4.2.3 GeoPost s'engage à travers le programme DrivingChange™

En 2016, GeoPost a affirmé son engagement en matière de RSE en lançant le programme DrivingChange™ et est devenu signataire des 10 principes du Pacte mondial des Nations unies sur les droits de l'homme, les normes internationales du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption. En 2017, la première « communication sur le progrès » émise par GeoPost pour rendre compte de la prise en compte du Pacte mondial a été évaluée au niveau « Active », témoignant de la pertinence des actions mises en œuvre. La branche développe une approche pragmatique et une démarche d'efficacité pour mettre en œuvre son programme DrivingChange™ qui couvre ainsi les domaines les plus étroitement liés à son cœur de métier. En 2017, dans le prolongement de l'engagement du Groupe (voir page 102), GeoPost s'est engagé à définir sa feuille de route climat « Science Based Targets ». L'ambition de GeoPost 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 : la mesure des émissions de gaz à effet de serre (GES), leur réduction et la compensation des émissions restantes liées au transport. GeoPost s'est fixé pour objectif à l'horizon 2020 par rapport à 2013 de réduire de 10% par colis ses émissions de GES issues du transport routier. Cet objectif a été atteint en 2016 à travers la mise en œuvre d'actions concrètes :

- l'optimisation des tournées ;
- le déploiement de solutions de livraison innovantes telles que Predict et Pickup ;



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. Nous avons poursuivi en 2017 le déploiement de nos solutions dans les domaines de la transition énergétique à destination des entreprises et des collectivités. En interne, l'année 2017 a vu le lancement de la première édition de notre fonds carbone. Ce dispositif a démontré qu'agir pour la réduction de nos émissions de CO₂ constituait un levier concret de performance économique pour nos établissements et pour la branche. Sa reconduction en 2018 répond à une forte attente des équipes et ouvre la voie vers l'intégration progressive d'un prix du carbone interne. C'est dans cette dynamique que les travaux autour de la trajectoire carbone de la BSCC ont été lancés : réajustement en juin 2017 de l'objectif de réduction de nos émissions de CO₂ à -20 % entre 2012 et 2020 et l'adhésion de La Poste SA à l'initiative internationale « Science Based Targets » en septembre 2017. Cette démarche reconnue mondialement nous permettra d'ici à 2019 d'engager La Poste sur une nouvelle trajectoire CO₂ à l'horizon 2025-2030, en ligne avec l'Accord de Paris et les impératifs de réduction des GES pour rester sous la barre des 2 °C de réchauffement. Par ailleurs, l'année 2017 a été marquée par l'intégration de critères RSE structurants dans notre système de management de la performance, l'un des trois piliers de notre démarche d'excellence, inscrivant pleinement la prise en compte de la RSE dans la conduite des projets de chaque établissement, ainsi que dans les parcours de formation des collaborateurs. Ce sont ainsi plus de 17 000 personnes qui ont suivi les modules de formation à la RSE en 2017, ce qui porte à 54 000 le nombre de postiers formés depuis trois ans. »

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

- le 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 à travers l'achat de crédits carbone, avec le concours d'EcoAct.

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 plates-formes 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 un des principaux réseaux mondiaux de soutien aux entrepreneurs sociaux, 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 en donnant la possibilité à ses collaborateurs de s'impliquer dans de nombreuses initiatives dans deux domaines principaux :

- le transport solidaire : l'expertise logistique de GeoPost au service des ONG ou pour l'aide d'urgence ;
- le mécénat de compétence hors transport.



À la suite d'une année durant laquelle DPDgroup a connu une croissance rapide, grâce à des volumes dans le e-commerce jamais atteints auparavant et de nouvelles acquisitions externes significatives, nous nous engageons à adapter en permanence notre organisation et à favoriser une culture tournée vers le développement durable et l'humain, afin de relever les défis à venir. Notre force motrice est la suivante : nous sommes et nous resterons un partenaire chaleureux, responsable et pragmatique pour les personnes, les entreprises et les communautés avec lesquelles nous travaillons au niveau local. Notre responsabilité sociale d'entreprise est un élément central de notre stratégie, qui nous permettra d'accompagner ces changements de manière positive et durable. »

—Paul-Marie Chavanne,
directeur général adjoint du Groupe La Poste
et président de GeoPost

4.2.4 La Banque Postale s'engage

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.

Engagement sociétal. Fière de ses valeurs d'engagement, de responsabilité et de solidarité,



4. La politique de responsabilité sociale, pilier de la stratégie du Groupe

La Banque Postale les partage avec l'ensemble de ses parties prenantes. Elle diffuse sa politique d'achats responsables 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.

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.

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. Son fonds carbone interne lui permet de financer des projets de réduction des émissions de GES de ses activités et grâce à la mesure de l'empreinte carbone de ses portefeuilles, elle peut arbitrer ses décisions d'investissement en fonction de l'impact carbone des entreprises.

Banque et citoyenne, La Banque Postale considère la RSE comme un levier de progrès, de performance et d'efficacité. Au-delà de sa mission d'accessibilité bancaire reconnue par la loi, La Banque Postale construit et développe avec ses partenaires associatifs de nouvelles pratiques bancaires. Elle œuvre ainsi pour l'inclusion bancaire par le numérique, l'épargne responsable, la transition énergétique et la cohésion des territoires. Avec Le Groupe La Poste, elle participe au progrès social et sociétal.

4.2.5 Le Réseau La Poste s'engage

Chaque jour, 1,6 million de clients poussent les portes d'un des 17 100 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



Simplifier la vie de ses clients chaque jour, partout et pour tous, telle est la promesse du Réseau La Poste. Un réseau postal, à priorité bancaire, qui s'adapte aux nouvelles habitudes de consommation en proposant sa présence et ses offres de service au cœur des territoires. Une évolution qui reste fidèle aux valeurs de proximité et d'accessibilité à tous, intégrant chaque client dans ses besoins spécifiques. Les partenariats développés avec l'économie sociale et solidaire en sont un levier important. Dans ce défi collectif, porté grâce à l'engagement de l'ensemble des collaborateurs, la RSE fédère les énergies individuelles. Elle défend un modèle social qui intègre qualité de vie au travail, égalité entre les femmes et les hommes, maintien dans l'emploi, engagement solidaire et elle garantit sur chaque territoire le déploiement de projets en faveur de l'environnement. Cette année, en remportant le label Enseigne responsable, parmi plus d'une vingtaine d'enseignes rassemblant des points de vente sur le territoire national, le Réseau a démontré une grande maturité tant sur les sujets sociaux et sociétaux qu'environnementaux. »

**—Anne-Laure Bourn,
directrice générale adjointe du Groupe La Poste
en charge du Réseau La Poste**

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. Dans le prolongement des missions d'accessibilité bancaire, un certain nombre de bureaux de poste se trouvent dans des zones vulnérables et sensibles. Cet engagement d'accessibilité s'entend tant en termes de géographies que de capacités. Ainsi, le Réseau s'attache à rendre ses points de contact accessibles à tous, y compris aux personnes en situation de handicap, quel que soit le handicap. Le Réseau La Poste promeut également des produits et services plus responsables via les offres écoconçues, neutres en carbone et des services bancaires intégrant dans leur conception des critères d'investissement socialement responsable (ISR). 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 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).

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 s'attache à gérer et à simplifier la collecte, le réemploi et le recyclage des équipements. 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.

4.2.6 La branche Numérique s'engage

La branche Numérique 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 leur accessibilité à tous et partout, en assurant la neutralité carbone des activités et en promouvant les différenciations RSE des offres. Depuis 2012, en partenariat avec la branche Services-Courrier-Colis, les émissions de gaz à effet de serre (GES) des offres numériques sont compensées.

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



2017 est l'année de passage à l'échelle des infrastructures numériques déployées par la branche Numérique pour Le Groupe La Poste. Nos infrastructures numériques telles que Moncompte, le compte des clients de La Poste qui a plus de 10 millions de clients, Digiposte+, l'assistant personnel coffre-fort numérique qui compte 2,3 millions d'utilisateurs, et le Hub numérique sont aujourd'hui matures. Par ailleurs, « La Poste eSanté », lancée en janvier 2018, permet de gérer ses données de santé et un ensemble de services qui améliorent le suivi de santé tant pour l'utilisateur que par les professionnels de santé. Toutes ces offres sont élaborées et déployées sur la base d'un numérique responsable et éthique. Le déploiement de la charte Data en atteste, elle garantit le respect de nos valeurs structurantes : la confiance, la proximité et l'éthique. Un volet numérique a été intégré à la prestation de serment de tous les postiers pour marquer cet engagement. Enfin, parce que l'exemplarité est au centre de notre démarche, toutes nos offres sont déployées dans le principe de neutralité carbone. »

—Nathalie Collin, directrice générale adjointe du Groupe La Poste, en charge de la branche Numérique et de la Communication

et de déontologie active et partagée par tous dans la branche. Dans le cadre de cet engagement, la branche Numérique a élaboré la charte Data du Groupe La Poste.

Promouvoir le numérique responsable et la complémentarité des supports auprès des parties prenantes. 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 (écoconception des services numériques).

Pour acculturer les collaborateurs, Docapost a développé Doca TV : un intranet traitant notamment de la RSE et du numérique responsable.

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. Les branches Numérique et Services-Courrier-Colis développent ainsi l'écoconception des services numériques (fabrication des matériels, utilisation



des services, fin de vie, etc.) qui permet de sélectionner des matériels moins impactants, de repenser le parcours client, d'optimiser l'espace de stockage, de réaliser des économies sur le nombre et la capacité des serveurs, de réduire les émissions de GES associées.

Ce concept innovant permet de réduire les impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie des matériels et des offres.

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, son plan d'actions RSE est inscrit 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'action pour entretenir une dynamique de progrès.

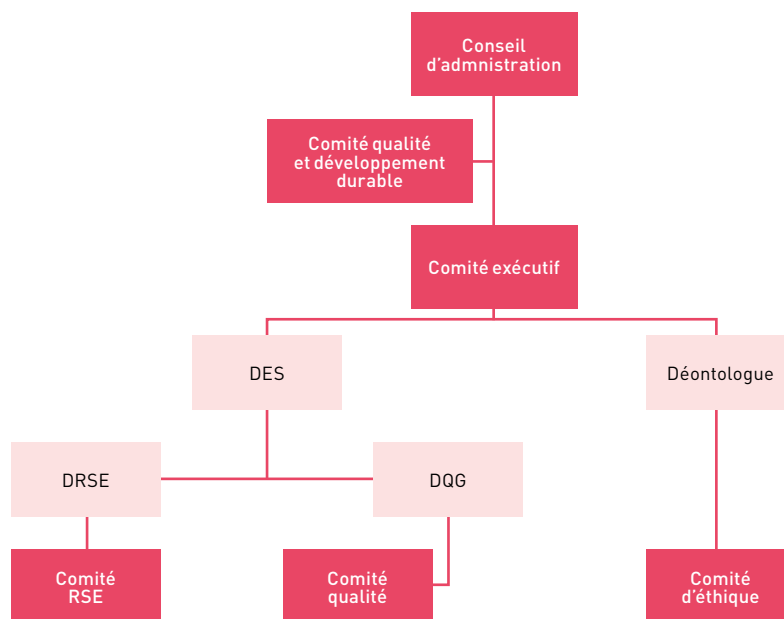
4.3 L'organisation du Groupe La Poste pour l'animation de la politique RSE

La gouvernance de la responsabilité sociétale du Groupe passe par l'engagement sur des valeurs partagées, la mise en place d'une organisation dédiée, le respect des principes de l'éthique des affaires et de déontologie relatifs aux activités, et un dispositif de mesure et de pilotage permettant de s'assurer de la réalité des progrès. La gouvernance RSE, installée dans le Groupe depuis plus de douze ans, est l'un des facteurs de succès de l'intégration de la responsabilité sociétale dans la stratégie, dans les actions et dans le pilotage.

4.3.1 Structures de gouvernance de la RSE, responsables et représentants

Les structures de gouvernance

● Comités et conseils ● Services dans l'organisation



4.3.1.1 Le comité qualité et développement durable du conseil d'administration

Au plus haut niveau, le comité qualité et développement durable (CQDD) du conseil d'administration (voir aussi page 38) examine les orientations stratégiques et suit les réalisations. Le conseil d'administration examine trois fois par an les travaux du CQDD.

Le CQDD prépare 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 responsabilité sociétale 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.

En 2017, le CQDD a poursuivi sa démarche visant à mettre la relation client et la satisfaction du client au cœur des travaux. Ses travaux ont porté notamment sur : la politique de responsabilité sociétale, les réclamations clients, les indicateurs qualité, les dispositifs de prévention des accidents du travail, le plan de prévention de la corruption, les performances en matière de RSE, l'activité du médiateur.

Des orientations fortes ont été prises, dont notamment le choix de déconcentrer le traitement des réclamations en bureaux de poste pour une réponse plus directe au client et la simplification des indicateurs de mesure de la satisfaction client.

4.3.1.2 Le comité RSE

Ce comité a pour rôle de proposer la politique de l'engagement sociétal du Groupe au comité exécutif, d'examiner les engagements pris par chaque branche et direction du Groupe et d'assurer leur cohérence, d'examiner l'évaluation de la performance du Groupe et de prendre les mesures d'amélioration nécessaires, de garantir l'adéquation des compétences RSE dans le Groupe (filière, réseau de correspondants, managers, experts, postiers) avec les engagements du Groupe, et de valider les grands messages de communication RSE et les plans de communication. Il se réunit tous les mois.

4.3.1.3 Le pôle déontologie et le comité d'éthique

Les missions du pôle déontologie et son activité en 2017 sont décrites des pages 41 à 45 dans le paragraphe « Le cadre éthique pour les actions des collaborateurs du Groupe ». Il en est de même du comité d'éthique.

4.3.1.4 La direction de l'engagement sociétal du Groupe

Une direction de l'engagement sociétal a été créée à la tête de Groupe le 2 janvier 2017 regroupant la direction RSE, la direction qualité, la mission ESS et Innovation sociétale. Elle a pour mission de s'assurer que les activités du Groupe se développent dans le respect des droits fondamentaux des personnes, de l'environnement et des générations futures, et conformément aux principes du développement responsable de La Poste. En appui des branches, la direction de l'engagement sociétal prépare et suit les travaux du comité du conseil d'administration en charge de la qualité et du développement durable. La direction de l'engagement sociétal du Groupe est chargée de définir et de mettre en œuvre la politique de notation extra-financière et sociétale du Groupe.

Au travers de la **direction RSE**, elle a pour missions :

- de définir la politique RSE du Groupe, en assurer le pilotage en concertation avec les directions du siège et les directions de branches, et en rendre compte auprès des parties prenantes du Groupe ;
- d'assurer une veille législative et réglementaire de la RSE ;
- de sensibiliser les dirigeants du Groupe et diffuser le cadre législatif et réglementaire de la responsabilité sociétale ;
- de développer la réputation sociétale du Groupe et promouvoir la culture de la responsabilité sociale et environnementale ;
- d'apporter conseils et expertises aux branches, aux filiales et directions du Groupe sur leur propre responsabilité sociétale.



Au titre de la qualité et à travers la **direction qualité**, la direction de l'engagement sociétal du Groupe assure les missions suivantes :

- contribuer à la transformation du Groupe en groupe de service en faisant de la qualité et du management de l'expérience client un levier de différenciation ;
- veiller au respect des orientations définies par la direction générale dans les domaines de la qualité et de la relation client, notamment en veillant à la mise en œuvre des politiques de la qualité et de la relation client et à l'évaluation de leur efficacité ;
- apporter soutien et expertise méthodologique aux branches et directions du Groupe ;
- animer les projets transversaux liés à la qualité et à la relation client, notamment le service consommateurs multicanal du Groupe ;
- proposer des démarches et projets innovants, notamment dans le domaine du design de service, de l'innovation de service et de l'expérience client, en s'appuyant sur la participation des collaborateurs et en valorisant cette dernière ;
- exercer une activité de veille et de promotion des démarches et réussites du Groupe en externe, notamment auprès des institutions et organismes nationaux et internationaux de la qualité et de la relation client.

Au titre de l'économie sociale et solidaire et à travers **la mission ESS et Innovation sociétale**, la direction de l'engagement sociétal a pour missions :

- de contribuer au développement du Groupe par la connaissance des clients de l'économie sociale et solidaire (ESS) ;
- d'apporter au Groupe sa connaissance de l'univers de l'ESS et de son écosystème, l'identification des besoins des clients de l'ESS et des attentes du secteur en matière de partenariats ;
- d'assurer en tant que de besoin la mise en relation entre les acteurs de l'ESS et les structures postales nationales ou locales ;
- de contribuer à l'élargissement du périmètre des acteurs ESS vers l'innovation sociale, en favorisant l'utilisation de ce levier par les entités du Groupe en vue de développer des perspectives d'actions innovantes.

4.3.1.5 Les correspondants RSE dans les branches et les filiales

Chacune des branches du Groupe et un certain nombre de ses filiales ont mis en place leurs propres directions RSE. Elles définissent leurs approches à l'égard des enjeux économiques, environnementaux et sociaux, suivent les plans d'action opérationnels et veillent à ce que le développement durable fasse partie intégrante de leurs processus et de leur gestion.

Au niveau local, des 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. Ils sont régulièrement animés par leur branche.

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.

4.3.2 Le déploiement de la politique RSE

Le Groupe La Poste a choisi de renforcer sa politique de responsabilité sociétale par le déploiement de systèmes de management dont les normes ISO 14001 et AFAQ 26000.

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. À fin 2017, le périmètre couvert par les systèmes de management certifiés est le suivant :

- 15 plates-formes colis sur 15 sont certifiées ISO 14001. La certification couvre ainsi 2016 collaborateurs et 100 % de l'activité colis du Groupe (soit 100 % du CA colis ou 297,5 millions de colis en 2017) ;
- l'imprimerie des timbres-poste, en charge de l'impression des timbres et des produits philatéliques du Groupe, est certifiée ISO 14001 (553 personnes couvertes) ;
- 12 sites de Docapost sont certifiés ISO 14001. Cela représente un taux de couverture des collaborateurs de la filiale de 24 % et un taux de couverture du chiffre d'affaires de 39 % ;
- 289 sites GeoPost sont certifiés ISO 14001, ce qui représente 47 % des sites de la filiale, 67 % de la surface en m², 69 % de ses collaborateurs et 73 % de l'activité (soit près de 822 millions de colis).

EFQM/ISO 26000 (Afnor/EFQM) : au total, depuis le début de la démarche, 36 entités (siège, DSCC, DOCN et filiales) ont été évaluées, soit environ 100 000 collaborateurs concernés par le système de management responsable. En 2017, des évaluations de suivi et/ou de renouvellement ont été réalisées avec l'Afnor au sein de 5 entités de la branche.

4.3.3 Formations et sensibilisation des collaborateurs sur le développement durable

G4-35 à G4-37

Le Groupe La Poste a mis en place des sensibilisations spécifiques à sa stratégie RSE pour une majorité de ses collaborateurs. Les cinq semaines européennes du développement durable, de la mobilité, de l'investissement socialement responsable, de l'emploi des personnes handicapées et de la réduction des déchets sont des opportunités pour le Groupe de sensibiliser ses collaborateurs. Des supports et outils sont élaborés par le Groupe et diffusés au réseau des correspondants RSE qui animent des événements en fonction des enjeux propres de leur entité. Chaque branche organise également des campagnes de sensibilisation axées sur ses propres enjeux et réalisations. Exemples d'actions de formation mises en œuvre dans les branches en 2017 :

- **branche Services-Courrier-Colis** : poursuite du déploiement du e-learning RSE « Tous acteurs et ambassadeurs de la RSE » : plus de 50 000 personnes formées depuis 2015. Lancement du e-learning « Le management du carbone, levier de performance » et poursuite des sessions de formation carbone en présentiel (près de 1 100 postiers formés en cumul). Mise en place des « Cafés climat » et élaboration d'un nouveau dispositif de sensibilisation aux écogestes ;
- **La Banque Postale** : animations lors de la semaine de la finance responsable et sessions de formation à la RSE en deux modules issus du catalogue de l'École de la Banque et du Réseau ;
- **branche Numérique** : sensibilisation des collaborateurs lors de la semaine de la réduction des déchets, avec incitation des collaborateurs à donner les tenues professionnelles qu'ils n'utilisent plus, pour qu'elles soient mises à disposition de personnes qui en ont besoin pour se présenter à des entretiens de recrutement. Des animations ont également été proposées lors des semaines européennes du développement durable, de la mobilité et de la qualité de vie au travail ;
- **Réseau La Poste** : le parcours de formation des nouveaux chargés de clientèle a été complètement revu afin d'insister sur les comportements d'accueil de toutes les clientèles, notamment les clientèles vulnérables. Intégration d'un zoom sur la RSE dans leur quotidien ;
- **GeoPost** : diffusion interne du premier rapport RSE de GeoPost appuyée par un jeu « Bruce Reduce » sur la neutralité carbone.

4.3.4 Modalités de reporting

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 progressivement l'ensemble des activités du Groupe. Ces indicateurs s'appuient sur des cadres nationaux (tels que l'article 225 de la loi Grenelle II transposé dans le Code de commerce et l'outil Bilan Carbone de l'Ademe) et sur des normes internationales (principalement les lignes directrices G4 de la GRI) largement utilisées pour le reporting en matière de responsabilité sociale et environnementale.



5.

La cohésion sociale et territoriale

En France, Le Groupe La Poste s'ancre profondément dans les territoires de par la nature de son service et la capillarité de ses réseaux physiques. Ses missions de service public le fondent et le définissent encore en grande partie. Fort de ce passé, le Groupe développe l'appui à la mise en œuvre de l'action publique, le soutien aux nouveaux modèles économiques et à l'innovation sociétale. Anticipant les transformations à venir, La Poste a la volonté de se réinventer. Elle a la conviction que cette réinvention se fait dans les territoires, et tout particulièrement par des alliances innovantes, pour construire les réponses aux nouveaux besoins de la société.

Par son envergure et son importance dans le paysage économique français, Le Groupe La Poste 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.). Le Groupe La Poste a montré sa capacité à faire évoluer son organisation en parallèle avec les mutations des territoires et à s'impliquer dans des actions visant à favoriser l'inclusion sociale et l'accès à l'emploi.

Page 65	5.1 Une présence pertinente sur l'ensemble du territoire
Page 66	5.2 Les achats responsables
Page 71	5.3 La Poste en dynamique avec les territoires
Page 75	5.4 La Poste, acteur économique pour la cohésion sociale et territoriale
Page 81	5.5 Le soutien aux initiatives de solidarité des postiers souhaitant s'engager dans le cadre de l'entreprise
Page 84	Annexe chapitre 5 : indicateurs pour la cohésion sociale et territoriale

Vision La Poste 2030

En 2030, La Poste projette une relocalisation des échanges. Les consommateurs auront un besoin accru de proximité et de simplicité du fait du vieillissement de la population et de l'évolution du travail. L'équilibre des territoires sera bouleversé par la métropolisation et l'implantation de néoruraux dans les campagnes, changeant la structure de l'habitat. L'attente d'une alimentation de qualité, d'un accès facile à une consommation responsable aura modifié le modèle agricole et de distribution. Les territoires se seront pris en main pour développer leur attractivité et un modèle économique durable. Bousculée par les transformations de la société, La Poste a l'obligation et la volonté de se réinventer. Elle a la conviction que cette réinvention se fait dans les territoires, et tout particulièrement par des alliances innovantes, pour construire les réponses aux nouveaux besoins de la société.

En 2030, la présence du Groupe partout en France lui aura permis de devenir un acteur économique pour l'attractivité de chaque territoire, en entraînant d'autres acteurs et en trouvant avec eux des solutions. La prise de décision au niveau territorial lui aura apporté une meilleure adéquation aux besoins du territoire et un meilleur effet de levier. La Poste sera reconnue et choisie pour sa proximité, sa bienveillance et sa capacité à « donner de la vigueur » au territoire, à créer du lien social et à faciliter la cohésion et la dynamique territoriale.

Ambitions

Le Groupe La Poste souhaite à terme entraîner le changement vers une cohésion sociale et territoriale accrue sur le territoire national : cela suppose une présence sociale et territoriale correspondant aux besoins des acteurs du territoire, et d'être un acteur économique en phase avec les dynamiques territoriales. Pour ce faire, des objectifs ont été fixés à l'horizon 2020.

Objectifs clés

Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2017
Aménagement du territoire	<ul style="list-style-type: none"> Atteindre 90 % de la population à moins de 5 km et à moins de 20 minutes en voiture d'un point de contact La Poste Accroître les formes de présence postale Déployer 500 Maisons de services au public à fin 2017 ⁽¹⁾ 	<ul style="list-style-type: none"> 97,1 % de la population 8 formes de présence en urbain et en rural 504 MSAP (392 en 2016 et 7 en 2015)
Achats responsables	<ul style="list-style-type: none"> Développer les achats auprès de l'ESS. Objectif : 20 millions d'euros par an en 2020 (insertion et secteur adapté et protégé), en cours de réévaluation 	<ul style="list-style-type: none"> 26 millions d'euros d'achats auprès du secteur de l'insertion et du secteur adapté et protégé (21,6 millions d'euros en 2016)
Adaptation de l'offre aux nouveaux modes et usages de consommation	<ul style="list-style-type: none"> Répondre aux grands enjeux sociétaux (vieillesse de la population, isolement et inégalités territoriales) 	<ul style="list-style-type: none"> Déploiement du service « Veiller Sur mes parents » : 3 400 contrats signés CA Proxi : 33,9 millions d'euros (services facteurs) CA épreuve théorique du permis de conduire : 20 millions d'euros

(1) Maison de services au public (point de service multipartenaires)

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



5.1 Une présence pertinente sur l'ensemble du territoire

G4-EC7

5.1.1 Une présence postale conforme à la mission d'aménagement du territoire

À chaque grande étape de l'évolution des modes de vie et de consommation de ses clients, La Poste s'est toujours adaptée. Après avoir accompagné les transformations de son réseau en rural, elle repense aussi aujourd'hui ses formes de présence en urbain, pour rester au plus près des attentes des clients, des collectivités et des partenaires. Pensée en fonction des besoins des clients, des problématiques spécifiques aux différentes typologies des territoires et de l'évolution des métiers, impulsée notamment par les nouvelles technologies, la présence postale, avec ses 17 000 points de service, s'organise aujourd'hui autour de différents formats.

8 655 bureaux de poste présents en France proposent services courrier, colis, services bancaires, téléphonie mobile : soit toute l'offre de La Poste aux clients particuliers et professionnels dans des espaces repensés et organisés pour permettre de prendre en charge des démarches rapides et simplifiées, mais aussi pour offrir davantage de conseils personnalisés. Dans ces bureaux sont aussi disponibles de nombreux services : terminaux tactiles, îlot numérique, consigne colis Pickup, Wi-Fi gratuit, possibilité de passer l'examen théorique général du code de la route, etc.

6 075 La Poste agences communales et intercommunales forment une alternative aux bureaux de Poste. Là où la fréquentation d'un bureau est faible, une structure de service public (mairie, médiathèque, etc.) assure la prise en charge de l'essentiel des services de La Poste offerts à la population : vente de timbres et Prêt-à-Poster, retrait d'instances, dépôt/retrait d'espèces et mandat cash.

2 513 points de services La Poste Relais, assurés par des commerces de proximité, des enseignes de grande distribution, et d'autres partenaires. Ils offrent la possibilité d'affranchir un pli, de retirer ou d'envoyer un recommandé ou un colis, d'organiser le suivi de son courrier, de retirer des espèces, avec une large amplitude horaire.

Suite à l'engagement pris en 2015 auprès de l'État, La Poste accueille, à fin 2017, **504 Maisons de services au public** ⁽¹⁾ en bureaux de poste (499 MSAP effectivement autorisées et 470 ouvertes). Dans une MSAP, le client accède à un espace numérique mutualisé de différents opérateurs : Pôle emploi, Cnaf, CNAMTS, MSA, Cnav, GRDF. L'accès à cet îlot numérique (Internet, ordinateur, imprimante et scanner) est gratuit. Le client peut aussi être accompagné dans la réalisation des démarches administratives en ligne. En 2017, les collaborateurs du Réseau ont été formés pour l'accompagnement des personnes en MSAP. 2018 sera consacrée à la promotion des MSAP auprès du grand public et à l'extension du contenu des services offerts afin d'améliorer toujours l'attractivité de ces lieux en apportant aux citoyens un accompagnement sur la plus grande diversité possible de situations administratives. La Poste prévoit également la création de 1 000 à 1 500 nouvelles MSAP dans des communes jusqu'à 10 000 habitants.

De plus, **1 000 postes de facteurs-guichetiers** tenus par des postiers assurent deux activités : le matin, le facteur fait sa tournée, l'après-midi, avec sa casquette de guichetier, il accueille en bureau de poste, ou inversement : le facteur-guichetier est le point de contact avec La Poste dans les zones à faible densité. Ce nouveau format permet de maintenir une présence postale au plus près de la population, tout en offrant de nouvelles perspectives d'évolution aux collaborateurs.

5.1.2 L'innovation dans les formes de présence postale

Avec pour objectif de faciliter le quotidien de ses clients, La Poste innove régulièrement dans ses formats de présence sur le territoire.

La Poste relais ESS. En s'appuyant sur des associations ou des établissements de l'économie sociale et solidaire au contact direct des habitants, La Poste garantit un accès à l'essentiel des services postaux utiles aux citoyens : vente de timbres, d'enveloppes et des Colissimo, envois de courriers et colis, retrait d'argent de dépannage. Alternative à la création d'une nouvelle structure dans la commune, La Poste relais ESS s'intègre dans un site existant, un lieu de vie avec des horaires élargis par rapport à ceux d'un bureau dont la fréquentation diminue. Ce sont les salariés de la structure, formés par La Poste, qui offrent ces services, en contact direct avec les habitants. Cette activité leur ouvre de nouvelles perspectives. La Poste co-construit les relais ESS avec les acteurs

(1) Maison de services au public (point de service multipartenaires).

locaux, pérennisant ainsi la présence postale et apportant une activité supplémentaire à la structure. Ainsi à Bordeaux Cauderan-Bel-Air (33), c'est une association de défense des droits des accidentés et handicapés qui propose les services postaux ; à Dinozé (88) et à Marnes-la-Coquette (92), un Esat ; à Nassandres (27), une maison de retraite, etc. À chaque projet sa spécificité, tenant compte des caractéristiques de la commune et de la structure ESS qui l'accueille. À fin 2017, le Groupe compte 17 La Poste relais ESS.

La Poste espace Nomade. À Bordeaux et à Lyon, Nomade est un lieu de co-working constitué d'espaces modulables de travail, destiné notamment aux start-uppers, aux travailleurs indépendants et aux acteurs du monde associatif. D'autres formats sont en cours d'étude, comme la possibilité d'avoir des espaces de co-working en bureaux de poste ou encore une offre de services postaux dans les « Maisons du bel âge » dans le département des Bouches-du-Rhône, points d'accueil pour les personnes âgées offrant un accès adapté à divers services. Des réflexions sont également en cours pour une mutualisation de la présence postale avec les services offerts par les offices de tourisme ou les sites patrimoniaux.

5.2 Les achats responsables

Le montant des achats du Groupe est de 8,5 milliards d'euros, soit environ un tiers de son chiffre d'affaires. La Poste, La Banque Postale et Poste Immo représentent à elles seules la moitié de ces achats. Le transport représente quant à lui près de la moitié des achats du Groupe. Le Groupe La Poste dénombre près de 40 000 fournisseurs actifs de rang 1. 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 recourt 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.

5.2.1 Déontologie et règles de base dans les pratiques d'achats

5.2.1.1 Le référentiel de déontologie des achats

Le référentiel de déontologie du Groupe, qui s'articule autour des valeurs de l'entreprise et du respect des règles et des pratiques en matière de conduite des affaires, est diffusé à l'ensemble des acheteurs de La Poste et tous les prescripteurs potentiels sont informés de son existence.

La direction des achats prépare une charte acheteur et une démarche à destination des prescripteurs.

5.2.1.2 Les règles d'achat

Pour promouvoir sa politique RSE et les valeurs de l'entreprise, la filière achats (rassemblant les 500 acheteurs, responsables achats et approvisionneurs du Groupe) a défini un ensemble de règles d'achats responsables applicables à l'ensemble des dépenses externes de l'entreprise. La filière achats vise à recenser les fournisseurs responsables et durables et à optimiser l'ensemble des conditions contractuelles, afin de conserver la qualité des biens et services achetés. En outre, le processus d'achats s'appuie sur un logiciel SAP et respecte les règles du dispositif de contrôle interne. Les règles achats garantissent la séparation des rôles et responsabilités, le libre accès aux marchés de La Poste, la transparence, l'équité de traitement 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-contre), 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.



Au sein du Groupe, 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 peut être vérifiée par le prestataire Provigis. Pendant la vie du contrat, des réunions sont organisées, le cas échéant, entre le donneur d'ordres et la société sur la qualité de la prestation réalisée au regard des engagements réciproques.

5.2.1.3 Mettre en œuvre une sélection équitable

La Poste est assujettie pour la passation de ses marchés publics à la directive 2014/25/EU du 26 février 2014, laquelle est transposée en droit français par l'ordonnance du 23 juillet 2015 et le décret du 25 mars 2016. Ces textes prévoient notamment l'ouverture à la concurrence, l'égalité de traitement et la transparence dans l'attribution des marchés. Le processus d'achats est réglementé afin de garantir une réelle concurrence. Le cadre légal oblige La Poste à publier au *Journal officiel de l'Union européenne* (JOUE) chaque opération d'achat à partir de 200 000 euros. La Poste a volontairement décidé de publier – sauf exception – sur son espace fournisseur chaque consultation d'un montant supérieur à 100 000 euros, pour une meilleure accessibilité des fournisseurs à ses marchés. Pour les PME, le site du Pacte PME relaie automatiquement l'ensemble des opportunités publiées sur le site par le Groupe.

5.2.1.4 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. Lorsqu'un risque de dépendance est identifié, 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.

5.2.1.5 Entretenir la relation avec le fournisseur

Le contrat prévoit généralement des points réguliers avec le fournisseur dans le but d'améliorer la relation

et la qualité de la prestation rendue. 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.

En cas de différend persistant sur le processus achat ou l'exécution du contrat, les PME ont la possibilité de s'adresser à un médiateur. Depuis 2011, seuls 19 dossiers ont été traités par le médiateur à la suite d'une saisine effectuée par un fournisseur.

Ces dossiers, traités en moyenne dans un délai de deux mois, portent principalement sur le non-respect du délai de paiement, le non-respect d'une clause du contrat ou encore sur le non-renouvellement du contrat d'un prestataire suite à une consultation.

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. Le Groupe La Poste applique ainsi les dispositions législatives spécifiques en matière de transport postal ou de restauration alimentaire. Pour ces prestations, La Poste paie à trente jours à compter de la date de la réception de la facture. Une procédure de paiement urgent en deux semaines peut être mise en place pour un fournisseur en difficulté de trésorerie.

Interrogés dans le cadre du baromètre établi par le Pacte PME, 84 % des fournisseurs du Groupe interrogés sont satisfaits ou très satisfaits du respect des délais de paiement.

Suivi des délais de paiement

Clôture au 31/12/2017	Article D. 441 I. – 1° du Code de commerce : factures reçues non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu						Article D. 441 I. – 2° du Code de commerce : factures émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu					
	0 jour*	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)	0 jour*	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
(A) Tranches de retard de paiement												
Nombre de factures concernées en milliers	44					11	455					67
Montant total des factures concernées en millions d'euros TTC	204	16	6	2	0	24	578	30	7	7	49	93
Pourcentage du montant total des achats de l'exercice HTND	3,9%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,4%						
Pourcentage du chiffre d'affaires de l'exercice HT							4,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,4%	0,8%
(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses ou non comptabilisées												
Nombre de factures exclues en milliers	0						0					
Montant total des factures exclues en millions d'euros (préciser : HT ou TTC)	0						0					
Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal – article L. 441-6 ou article L. 443-1 du Code de commerce)												
Délais de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement	Délais contractuels : <ul style="list-style-type: none">La Poste applique les délais prévus dans les contrats passés avec ses fournisseurs.Dans la majorité des contrats : 60 jours suivant la date d'émission de la facture.						Délais contractuels : <ul style="list-style-type: none">La Poste applique les délais prévus dans les contrats passés avec ses clients ou dans ses conditions générales de vente.Au maximum : 60 jours suivant la date d'émission de la facture.					

* indicatif

En vertu de l'article L. 441-6-1 alinéa 1 du Code de commerce, La Poste SA est tenue de publier, à compter de l'exercice 2017, des informations sur les délais de paiement de ses fournisseurs et de ses clients suivant des modalités précisées à l'article D. 441-4 du Code de commerce. La Poste SA a opté pour une présentation des factures reçues et émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu, selon le tableau prévu au 1 de l'article D. 441-4 du Code de commerce.

Les principes suivants ont été retenus :

- aucune facture n'est exclue du calcul des indicateurs. Ainsi sont incluses les factures litigieuses ou douteuses, principalement positionnées dans la tranche « > 91 jours » et les factures avec les sociétés du Groupe. De même, sont prises en compte les opérations réalisées avec les opérateurs postaux étrangers qui sont réglées par *clearing* dans un délai moyen supérieur à 91 jours ;



- les avoirs reçus ont été considérés comme moyens de paiement et à ce titre positionnés dans les mêmes tranches de retard que les factures auxquelles ils se rapportent. À défaut, ces avoirs sont positionnés dans la tranche « 0 jour » ;
- en tant que prestataire français en charge du service universel postal, La Poste SA est assujettie partielle à la TVA. En conséquence, le montant des factures est présenté toute taxe comprise, le montant des achats hors taxe non déductible et le montant des ventes hors taxe ;
- les fournisseurs d'immobilisations sont exclus du pourcentage du montant total des achats de l'exercice.

5.2.2 La démarche achats responsables

Le Groupe La Poste met en place une démarche d'achats responsables qui nourrit son plan de vigilance.

5.2.2.1 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. La mise en œuvre de ces principes est décrite dans les paragraphes suivants.

5.2.2.2 Ambition et organisation

Pilier partagé par l'ensemble de la filière achats, la mise en place d'une démarche d'achats responsables est une ambition réaffirmée dans le cadre du programme « Servir le développement ». Bénéficiant d'une mobilisation culturelle forte au sein de la filière, les politiques achats responsables seront redynamisées en 2018 lorsque la réorganisation de la filière sera effective. Cette réorganisation est opérée dans l'objectif d'harmoniser les bonnes pratiques des différentes directions achats pour les étendre à toute la filière. Des pôles de compétences par marché permettront de regrouper les achats de même nature et de leur appliquer de manière homogène et pertinente des politiques d'achats responsables, et ce, avec une vision à moyen terme. Cette réorganisation sera également accompagnée d'une mise à jour de l'analyse des risques en 2018. Enfin, Le Groupe La Poste souhaite améliorer sa connaissance des démarches RSE

de ses fournisseurs : évaluer leur conformité et la qualité de leurs démarches RSE, en tenant compte des spécificités liées à chaque nature d'achats.

5.2.2.3 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. En 2017, cette charte a été mise à jour pour devenir la charte des achats responsables et éthiques pour tenir compte des exigences de la loi 2017-399 dite « loi sur le devoir de vigilance » et couvrir la loi 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (dite « loi Sapin II »), (voir le plan de vigilance publié dans l'annexe 2 du document de référence 2017 du Groupe La Poste).

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). 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.

Annexée aux contrats signés depuis sa mise à jour, elle a également été transmise aux 1 000 fournisseurs les plus importants du Groupe. La Poste recommande également à ses fournisseurs de diffuser la charte auprès de leurs propres sous-traitants.

5.2.2.4 Des outils et formations pour accompagner les acheteurs

Un référentiel d'autoévaluation achats responsables, élaboré à l'issue d'un travail collaboratif 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.

Les acheteurs ont à leur disposition 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 labels et certifications, la maturité RSE de leur marché fournisseurs).

Les acheteurs peuvent ainsi mieux connaître les capacités des marchés concernés et établir leur grille d'analyse avec des critères pertinents et adaptés à leur achat.

Suite à la définition en 2017 d'exigences et de critères de sélection pour les familles transport routier, intérim et prestations immobilières, 2018 sera consacrée à l'accompagnement des acheteurs dans la mise en œuvre opérationnelle de ces critères.

5.2.2.5 L'analyse des risques et plans de couverture

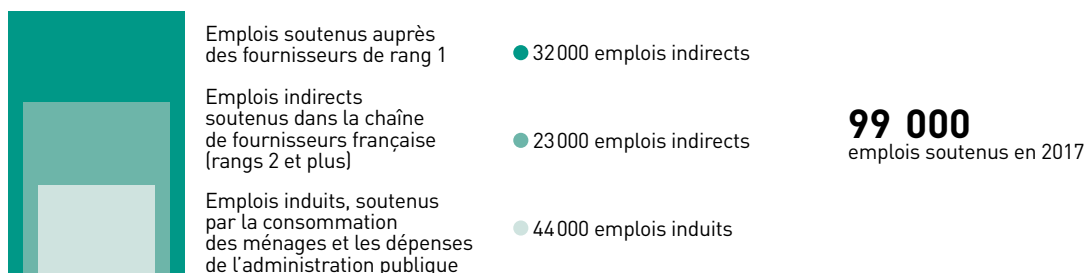
En 2015, La Poste a conduit avec ses acheteurs et la direction des risques une analyse du risque RSE sur chaque nature d'achat de La Poste, afin d'établir une cartographie des risques juridiques RSE par nature d'achat. Cette cartographie a mis en évidence quatre natures d'achat à forts risques et enjeux RSE : transport routier, intérim, prestations immobilières, prestations informatiques. En 2017, pour les trois premières natures d'achats, les niveaux de risques – soit la combinaison

de la gravité de l'impact et de fréquence d'occurrence du risque – ont été définis pour chaque enjeu RSE. Des exigences et critères de sélection ont ensuite été définis pour prévenir les risques les plus forts et limiter leurs impacts.

5.2.3 Évaluation de l'impact des achats du Groupe La Poste en matière d'emploi en France

Le Groupe La Poste présente un des maillages les plus significatifs à l'échelle du territoire français, notamment par la présence de plus de 17 000 points de contacts. L'objectif de l'étude est de quantifier de manière objective et indépendante, avec l'outil LOCAL FOOTPRINT®, l'empreinte emploi laissée chaque année dans l'économie française par le Groupe. Par « empreinte » nous entendons les effets directs mais aussi ricochets laissés dans l'économie nationale et locale à travers les flux monétaires (achats) injectés par les activités et les sites du Groupe La Poste.

Répartition des emplois soutenus totaux par type d'impacts



Les principaux secteurs d'activité soutenus

Santé, éducation, social

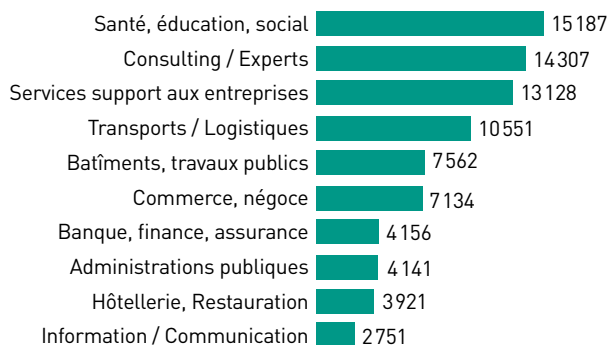
15 187
emplois

Consulting / Experts

14 307
emplois

Services supports aux entreprises

13 128
emplois



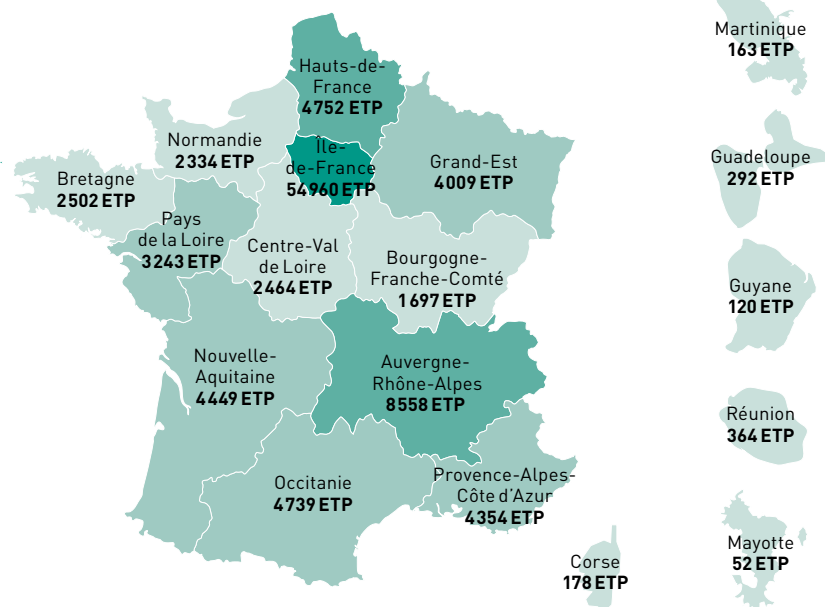
Autres secteurs d'activités : 16 393 emplois



Répartition des emplois soutenus via les achats de La Poste sur le territoire français

Avec près de 55 000 emplois soutenus, l'Île-de-France est la région la plus impactée.

● De 10000 à 30000 ETP ● De 2000 à 9999 ETP ● De 0 à 1999 ETP



Le modèle Local Footprint®

Le modèle Local Footprint® s'appuie sur les tables statistiques nationales d'échanges entre secteurs d'activité, issues notamment des tables entrées-sorties (sources : Eurostat et Eora) et de travaux de recherche en économie régionale de l'université de Bristol. Sur la base des données réelles d'achats, de masse salariale et de fiscalité des entreprises, Local Footprint® permet de simuler les retombées socio-économiques de l'activité d'une entreprise sur un territoire donné.

particulière aux acteurs économiques, notamment aux PME. Elle accompagne également le monde associatif et celui de l'économie sociale et solidaire en réponse aux nouveaux besoins de la population. L'action de La Poste passe par des expérimentations et la co-construction avec les acteurs locaux, en vue de modéliser et de passer à l'échelle nationale les innovations de services les plus porteuses d'impact territorial.

5.3.1 Les savoir-faire du Groupe au service de la vie des territoires et de la sphère publique

5.3.1.1 La Poste, premier financeur des collectivités territoriales

En accompagnant les élus dans une approche globale, porteuse d'emplois sur leur territoire, La Banque Postale est devenue la banque de référence du secteur public local. En 2017, elle a octroyé plus de 10 milliards d'euros de financement au secteur public local et a conforté sa position de premier prêteur des collectivités locales et des hôpitaux publics, pour la troisième année consécutive ⁽¹⁾. Récent acteur sur ce marché, elle joue déjà pleinement son rôle

La Poste, grand opérateur national, se veut aussi acteur des dynamiques propres à chaque territoire. La Poste accompagne les projets des collectivités territoriales par différentes approches, allant du financement à l'offre de services sur mesure et accorde une attention

(1) Source : Finance Active 2017 via le dispositif La Banque Postale – SFIL.

de banque de territoires en accompagnant l'ensemble des collectivités, quelle que soit leur taille. Pour soutenir le développement des territoires, La Banque Postale a régulièrement diminué le seuil d'octroi de ses crédits et a franchi une nouvelle étape en 2017 en l'abaissant à 40 000 euros. Elle a également déployé une équipe commerciale dédiée aux collectivités de moins de 5 000 habitants, organisés par régions.

5.3.1.2 La Poste, partenaire des PME

La Poste, du fait de sa grande décentralisation dans les territoires, participe à l'activité économique d'un large tissu de PME. En matière de financement, plus de 2,4 milliards d'euros de crédit court, moyen et long termes ont été octroyés aux clients PME/ETI pour des financements diversifiés en 2017. De par la loi, La Poste a obligation d'ouverture de ses marchés à la concurrence, et d'assurer l'égalité de traitement et la transparence dans l'attribution des marchés (voir page 67). De plus, en conformité avec la réglementation, le Groupe veille à allouer ses marchés et à simplifier les modalités de réponse aux appels d'offres pour les petits montants, afin de faciliter leur accès aux entreprises de petite taille ; ainsi, les procédures sont simplifiées et La Poste diversifie ses canaux d'information aux entreprises : site Internet, forum fournisseurs, salons, plate-forme Internet. Enfin, les équipes achats accompagnent les prescripteurs au sein du Groupe pour une meilleure connaissance des marchés de l'innovation et des start-up et pour les aider à adapter leurs cahiers des charges afin de tenir compte de contraintes inhérentes aux petites structures. Par ailleurs, Le Groupe La Poste est membre du Pacte PME, une association paritaire réunissant des grandes entreprises et des collectivités en vue de coopérer pour faire grandir les PME françaises et favoriser l'émergence de nouveaux leaders au sein de l'économie française. Le Groupe participe au baromètre réalisé par le Pacte PME en mettant sa base de données fournisseurs à disposition de l'association. En 2017, comme en 2016, Le Groupe La Poste a obtenu de bons résultats au travers de ce baromètre. L'avis favorable émis par le comité de suivi paritaire du Pacte PME concernant la stratégie PME du Groupe La Poste a été reconnu par le ministère de l'Économie et des finances, la médiation de l'entreprise, le Medef et l'Afep. La Banque Postale a pris en 2016 une participation de 10 % au capital de WeShareBonds, nouvel acteur du financement participatif spécialiste du crédit aux PME afin de favoriser le financement de l'économie réelle et le développement

des entreprises françaises. En 2017, WeShareBonds, a lancé la collecte de son deuxième fonds FPS⁽¹⁾ de crédit aux PME, intitulé « Prêtons aux PME 2022 », qui vise à investir 10 millions d'euros dans une cinquantaine de PME françaises, répondant notamment à un critère de note Banque de France minimale. C'est l'opportunité pour les investisseurs professionnels⁽²⁾ de choisir une solution de placement sur cinq ans, tout en contribuant au financement de l'économie réelle et en donnant du sens à leur placement.

La Banque Postale, actionnaire minoritaire et partenaire de WeShareBonds, s'est d'ores et déjà engagée dans ce nouveau fonds FPS aux côtés de l'équipe de WeShareBonds.

Intitulé « Prêtons aux PME 2022 », ce nouveau fonds FPS de crédit « buy & hold », souscrira jusqu'à 200 000 euros de chaque emprunt obligataire mis en ligne sur la plate-forme, étant entendu que les règles de la plate-forme permettront toujours que 49 % puissent être financés par les prêteurs particuliers et personnes morales clientes de WeShareBonds.

5.3.1.3 Accompagner la modernisation de l'action publique

Fort de sa présence territoriale et de sa connaissance historique des besoins et attentes des habitants et d'une longue habitude du dialogue et de partenariats avec les collectivités locales, le Groupe souhaite, par le développement de nouvelles offres, accompagner la démarche de modernisation de l'action publique (MAP) lancée par le gouvernement pour la rendre « plus juste, plus efficace et plus simple ». La Poste, entreprise publique, est aujourd'hui en mesure de proposer des offres spécifiques pour accompagner l'État, les collectivités territoriales et les grands acteurs publics dans leur propre mutation et dans trois domaines : présence territoriale et services aux citoyens, administration générale, politiques publiques. Elle le fait en actionnant principalement trois leviers : proposer de nouvelles offres qui répondent aux attentes de présence territoriale et services aux citoyens ; accompagner la mise en œuvre des politiques publiques par des financements, des services et la R&D ; innover et développer des partenariats.

5.3.1.3.1 La gestion de la relation citoyen

Dans le cadre des accords de R&D conclus avec les villes de Pau, de Marmande et de Saint-Nazaire, Le Groupe La Poste développe et teste une offre de services « administration » dont la colonne vertébrale est Docapost Localeo, un guichet numérique unique.

(1) Fonds professionnel spécialisé : fonds à destination de clients professionnels⁽²⁾ ou assimilés.

(2) Référence aux clients professionnels au sens de l'Autorité des marchés financiers (AMF) : article D. 533-11 du Code monétaire et financier et article 314-6 du règlement général de l'AMF.



Un assistant virtuel doté d'un puissant moteur sémantique avec reconnaissance de langage naturel permet de centraliser toute demande quels que soient sa nature (question, demande de réservation, inscription, consultation citoyenne, billetterie) ou son canal de provenance (téléphone, Internet, e-mail) puis de la router vers les services concernés pour ensuite notifier le citoyen en temps réel, par SMS, e-mail ou via l'appli mobile. Plus de 350 collectivités territoriales sont déjà utilisatrices de ce service et plus de 500 000 particuliers ont ouvert un compte. Docapost Localéo est un levier d'attractivité des collectivités territoriales, à travers lequel elles retissent le lien avec leurs administrés. L'ambition du Groupe La Poste est de simplifier la vie quotidienne des usagers concernant les démarches nécessaires pour bénéficier des nombreux services rendus par la collectivité. Le portail Docapost Localéo a été conçu pour être ergonomique et pour permettre aux collectivités locales de se conformer à deux nouvelles obligations : la saisine de toute demande par voie électronique, le concept selon lequel « le silence de l'administration vaut accord ». À Pau, ce portail est connecté à un système de promotion du commerce local, E-city Solution, offrant aux commerçants locaux un canal additionnel de marketing et de vente en ligne auprès des consommateurs riverains.

5.3.1.3.2 Les épreuves théoriques générales du permis de conduire

Dans le cadre de la réforme du permis de conduire inscrite dans la loi du 6 août 2015 ⁽¹⁾, La Poste a été autorisée dès 2016 à faire passer le code de la route à des dizaines de milliers de candidats partout en France. Dès mai 2016, La Poste a obtenu l'agrément de l'État et a progressivement mis à disposition ses locaux pour permettre aux candidats de passer l'examen du code de la route quand ils le souhaitent et au plus près de chez eux. Les épreuves sont organisées dans des sites collectifs (jusqu'à 18 candidats) ou individuels (dans lesquels les candidats sont seuls dans des espaces réservés), et ce, au prix défini par l'État de 30 euros.

Au total, à fin 2017, 549 sites d'examen opérés par La Poste étaient en activité (354 sites collectifs et 195 sites individuels) respectant l'obligation faite aux opérateurs de proposer au moins un site par département. Ainsi, depuis qu'elle est habilitée à proposer ce service, plus de 1 million de personnes ont passé leur code à La Poste.

Le Groupe prévoit l'ouverture de 200 nouveaux sites en 2017. Le Groupe La Poste mène également des réflexions pour être au plus proche des candidats, le centre d'examen principal serait par exemple installé temporairement sur un site secondaire où se trouvent les candidats (centre de formation, université, etc.).

Un premier bilan de cette activité révèle des collaborateurs partout très impliqués et une qualité de service élevée assurée par des examinateurs reconnus, associés à l'image positive de La Poste, opérateur de confiance. Fort de ses bons résultats, le Groupe prévoit son extension à d'autres examens sur divers champs pédagogiques et au bénéfice d'acteurs autres que le ministère de l'Intérieur.

5.3.1.3.3 La normalisation de l'adresse

L'impact sur l'économie nationale d'une mauvaise qualité de l'adresse est estimé chaque année à 10 milliards d'euros, soit 0,5 % du PIB. Les 350 millions de plis non distribués représenteraient un coût de 185 millions d'euros par an pour les entreprises, et un gâchis annuel de 8 000 tonnes de papier pour la société française. En juillet 2017, La Poste a lancé l'offre Adviz Collectivités, une gamme de solutions publiques d'adressage à destination des collectivités. Cœur de métier du Groupe, cette offre représente une contribution essentielle à l'aménagement des territoires. Une adresse de qualité représente en effet de nombreux atouts :

- **pour les citoyens**, c'est l'assurance d'un accès rapide pour les services d'urgence et de secours et les services à domicile, la possibilité d'un raccordement simplifié pour l'eau, le gaz, l'électricité, l'Internet, etc., et la garantie de livraisons plus rapides ;
- **pour les administrations et les collectivités**, elle permet d'organiser plus efficacement les services publics, une relation citoyenne facilitée et une attractivité renforcée ;
- **pour les entreprises**, elle offre une localisation fiable, un accès simple et rapide à leurs clients et l'assurance de la bonne réception de leur marchandise.

Cette offre se déploie en trois volets : un diagnostic de qualité de l'adresse dans le territoire accompagné de recommandations pour l'amélioration de sa normalisation ; la mise en œuvre de la normalisation avec la fourniture de matériel ; l'accompagnement des habitants pour l'enregistrement de leur nouvelle adresse auprès des divers opérateurs. Cette offre concerne actuellement les communes de moins de 10 000 habitants, et sera prochainement étendue aux communes de plus de 10 000 habitants.

(1) Loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques (dite « loi Macron ») qui prévoit que l'organisation des épreuves de vérification de la connaissance du code de la route dites « épreuves théoriques générales » (ETG) pourra désormais être réalisée par des opérateurs agréés. Cette réforme permettra de recentrer les inspecteurs sur l'épreuve pratique et d'organiser les épreuves au plus près des candidats dans toute la France.

5.3.1.3.4 Intermédiation de l'immatriculation des véhicules

Dans le cadre de la réforme du plan préfecture nouvelle génération, Le Groupe La Poste a développé un nouveau service, Carte grise La Poste. Cette application, disponible sur App Store ou Play Store ou directement depuis le site www.laposte.fr, permet à l'acquéreur et au vendeur d'un véhicule de faire simultanément toutes les démarches en ligne, de manière totalement sécurisée et dématérialisée. Carte grise La Poste présente de nombreux bénéfices : le transfert de propriété est immédiatement enregistré auprès du ministère de l'Intérieur ; le vendeur est libéré de toute responsabilité dès la remise des clés ; l'acheteur est assuré de la faisabilité administrative de la vente.

5.3.1.3.5 Participer à la gestion du stationnement urbain

Depuis le 1^{er} janvier 2018, la réforme qui organise la dépénalisation du stationnement payant sur voirie est effective. Ainsi, les 800 villes concernées se voient confier la responsabilité entière de sa gestion, y compris les défauts de paiements. Les automobilistes ont deux possibilités : un paiement spontané (par abonnement ou à l'heure), ou bien un paiement forfaitaire post-stationnement (FPS). Le législateur a prévu que l'instruction des contestations est organisée dans une chaîne de traitement qui, en pratique, mobilise des technologies numériques. Ainsi, La Poste, avec sa filiale Docapost, a développé une solution pour une gestion optimisée des recours administratifs préalables obligatoires (RAPO) et des recours devant la commission du contentieux du stationnement payant (CCSP) à laquelle de nombreuses collectivités ont choisi de recourir. Par ailleurs, l'expertise du Groupe dans la gestion de la relation citoyen lui permet également de déployer une communication efficace vers les usagers. Un guide pour aider les collectivités territoriales à communiquer sur la réforme a été mis à disposition au dernier trimestre 2017. Des réflexions sont également en cours pour rendre l'offre de stationnement ou le service de réclamation accessible dans le Réseau La Poste.

5.3.2 Développer la filière des services de proximité

Le vieillissement de la population et le mouvement démographique des populations vers les périphéries et les campagnes conduisent à des phénomènes d'isolement et d'exclusion. Le Groupe La Poste s'engage pour développer les services de proximité, en lien avec l'écosystème local.

5.3.2.1 Les services de proximité du facteur

Les facteurs visitent 100 % des communes françaises 6 jours sur 7. 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 cinq gammes :

Proxi contact : contribuer à relayer les politiques publiques, informer les citoyens par la remise commentée de documents, relayer des informations, collecter ou échanger des documents ;

Proxi data : accompagner les collectivités territoriales en matière d'aménagement du territoire, identifier pour le compte de la collectivité des personnes fragiles, collecter des informations auprès des nouveaux emménagés, réaliser des enquêtes publiques ou de satisfaction ;

Proxi vigie : contribuer à entretenir le lien social par des visites aux personnes isolées, fragiles en relais des aidants, par l'observation des lieux d'habitation en cas d'absence, ou encore par le signalement des dégradations sur des équipements publics ;

Proxi equip : contribuer à réduire la fracture numérique et à déployer davantage de services à domicile par l'installation à domicile par le facteur d'équipements simples ou par l'accompagnement à leur prise en main ;

Proxi course : contribuer à désenclaver les foyers les plus isolés, notamment les personnes à mobilité réduite ; service de portage à domicile de biens culturels, de médicaments ou de divers produits à la demande.

5.3.2.2 Les services à domicile pour tous

En 2016, Le Groupe La Poste a renforcé sa position sur le marché des services de proximité en investissant dans la start-up Hellocasa. Depuis sa création en 2014, Hellocasa propose des services de travaux à domicile, que ce soit auprès des particuliers ou des entreprises. Hellocasa simplifie les travaux de ses 10 000 clients en offrant plus de 300 prestations forfaitisées, à commander en quelques clics. Hellocasa accompagne également ses clients dans leurs travaux de rénovation en s'appuyant sur un réseau de près d'un millier de professionnels, sélectionnés avec soin et régulièrement évalués, qui interviennent partout en France pour apporter des prestations de qualité.

En 2016, Le Groupe La Poste, en partenariat avec meSoigner.fr et Medissimo, a lancé le site « Mes médicaments chez moi », une solution innovante pour renforcer le lien entre pharmaciens et patients. Avec ce service, le facteur passe au domicile du client à sa demande, pour récupérer son ordonnance, en toute confidentialité. Une fois la prescription préparée par le pharmacien, les médicaments sont livrés à domicile par le facteur. En phase de consolidation, cette offre pourrait être déployée progressivement sur le territoire



à partir d'avril 2018. La Poste et Elio, leader français de la restauration collective, se sont associés pour lancer auprès des collectivités locales, un service de portage de repas : « Savourer chez vous ». Après un test concluant effectué sur la commune de Wissous (91), l'offre a été lancée en 2017. Il s'agit d'un marché en expansion puisque d'ici à 2020 il y aura en France plus de 6,3 millions de personnes âgées de plus de 75 ans, parmi lesquelles 450 000 bénéficieront d'une prestation de repas à domicile. La Poste a pris une participation majoritaire dans le groupe Axéo Services en septembre 2016, qui est devenue filiale de la branche Services-Courrier-Colis du Groupe La Poste. Axéo Services est un réseau de services aux particuliers et professionnels reconnu sur le marché depuis onze ans et implanté partout en France au travers de plus de 200 agences.

Axéo Services propose une gamme complète de services autour de la maison, du maintien à domicile, de la vie quotidienne (jardinage, ménage, bricolage, etc.) et des PME (propreté, maintenance, etc.).

Poursuivant cette dynamique, La Poste a pris une participation majoritaire dans la société Asten Santé en 2017. Elle accentue ainsi la diversification de ses activités aux confluences de la logistique, des services à domicile et de la santé et entre dans le secteur de la prestation de santé à domicile, un secteur en expansion en raison du vieillissement de la population, de l'augmentation des maladies chroniques et du développement de la prise en charge médicale à domicile. Les équipes d'Asten livrent, installent et maintiennent 24 heures sur 24 le dispositif médical nécessaire et conseillent le patient et ses proches dans sa bonne utilisation.

5.3.2.3 Soutenir l'innovation dans les services de proximité

Le Groupe La Poste identifie et accompagne dans leur développement les start-up innovantes qui apportent des réponses nouvelles aux besoins de services de proximité, notamment dans le domaine de la livraison. Il développe également une démarche d'open innovation (voir 5.4.2.1).

5.3.2.3.1 Livraison urbaine rapide

En mars 2017, GeoPost a finalisé l'acquisition de 100 % du capital de Stuart, une plate-forme numérique de livraison urbaine rapide, qui connecte des commerces à une flotte de coursiers indépendants. Adaptée à l'évolution des modes de consommation en zone urbaine dense, Stuart permet des livraisons rapides et respectueuses de l'environnement ; 90 % des livraisons sont en mode doux : à pied, en vélo ou en vélo cargo. D'un point de vue social, Stuart a développé un modèle contractuel équitable et responsable avec notamment une rémunération de base que vient compléter

une rémunération variable fonction du volume d'activité du coursier. Dans cet esprit, Stuart participe aux travaux animés par le ministère du Travail, en vue de la définition d'un statut spécifique pour les livreurs à vélo.

5.3.2.3.2 Livraison par drone

En décembre 2016, GeoPost a ouvert la première ligne commerciale régulière de livraison par drone au monde entre le relais Pickup de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume (83) jusqu'à la pépinière d'entreprises de Pourrières (83). Le drone, qui dispose d'une autonomie de 25 km et d'une charge utile jusqu'à 4 kg, effectue une livraison hebdomadaire avec une vitesse de croisière de 30 km/h, rendue particulièrement efficace par le terrain accidenté de la zone concernée.

5.4 La Poste, acteur économique pour la cohésion sociale et territoriale

5.4.1 Développer les achats aux secteurs adapté, protégé, de l'insertion et de l'ESS

Le Groupe s'est fixé pour objectif d'atteindre d'ici à 2020 les 20 millions d'euros d'achats annuels auprès du secteur de l'insertion et du secteur adapté et protégé. Pour aider les prescripteurs et acheteurs au sein du Groupe à se tourner vers les secteurs adapté, protégé, de l'insertion et de l'ESS, une formation, un guide acheteur et un guide prescripteur ont été déployés, des rencontres avec des fournisseurs/prestataires ont été organisées et une analyse de la structuration des achats est effectuée et diffusée auprès des acheteurs.

5.4.1.1 Établir un vivier d'entreprises de travail temporaire d'insertion

Afin de contribuer à l'insertion des personnes éloignées de l'emploi, un vivier de 127 entreprises de travail temporaire d'insertion (ETTI) a été mis en place en 2016. Pour permettre aux petites ETTI de répondre à cet appel d'offres, ce dernier a été régionalisé et permet les groupements d'entreprises.

Les ETTI retenues présentent un maillage géographique très fin qui permet au Groupe de recourir à des personnels intérimaires en situation d'insertion sur tous les territoires, répondant à ses besoins de force de travail variable et lui permettant en outre de répondre aux appels d'offres comprenant une clause insertion. Afin de faciliter le recours à ce vivier, un kit à destination

des postiers et des outils de sensibilisation ont été diffusés au début de l'année 2017.

Pour cette initiative, Le Groupe La Poste a reçu la médaille d'or « Donneurs d'ordre » dans la catégorie « achats durables et responsables » au cours de la 11^e édition des trophées des Achats qui s'est tenue en juin 2017.

5.4.1.2 Alliance dynamique

Le 14 octobre 2014, après plusieurs mois de concertation et sur la base du constat de l'existence de valeurs partagées autour de l'intérêt général, Le Groupe La Poste et les acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) signaient la création de l'Alliance dynamique.

Rassemblant au plan national 50 réseaux partenaires à fin 2017, cette alliance est née de la volonté de favoriser le développement des territoires et des services aux populations. Dans le cadre de cette alliance, Le Groupe La Poste tisse des relations privilégiées avec les acteurs de l'économie sociale et solidaire et favorise la création de passerelles entre ces acteurs pour faire émerger des solutions innovantes et mettre en place de nouveaux modèles économiques pour répondre aux besoins de la société actuelle.

Huit axes de coopération ont été identifiés : les lieux partagés, la relation bancaire, les mobilités professionnelles, les achats responsables, la transition énergétique, le numérique, les offres aux salariés de l'ESS, les mobilités des biens et des personnes. En 2017, un accent particulier a été porté sur le monde de l'aide à domicile : après une signature de convention avec l'ADMR fin 2016, Le Groupe La Poste a poursuivi son rapprochement avec les fédérations d'associations d'aide à domicile en signant des partenariats, dans le cadre de l'Alliance dynamique, avec Adessadomicile puis avec l'UNA (Union nationale de l'aide, des soins et des services aux domiciles) pour mutualiser leurs efforts en faveur des services de proximité dans les territoires.

La fédération Adessadomicile représente plus de 700 services d'aide, d'accompagnement et de soins à domicile à but non lucratif et près de 25 000 salariés. L'UNA rassemble 850 structures adhérentes.

Les 100 000 professionnels salariés du réseau UNA interviennent auprès des personnes âgées, des personnes en situation de handicap, des jeunes enfants, des familles en difficulté et des actifs.

Ces accords-cadres visent à favoriser le déploiement de partenariats concrets, ancrés dans les territoires. Les partenariats locaux ont continué de se développer en 2017 et sont de natures très diverses (relais poste dans des établissements ESS – voir 5.1.2 –, conciergeries solidaires, réponse commune à des appels à projet dans le champ social ou pour le développement urbain, etc.), avec pour point commun d'apporter, par l'association des forces de La Poste et d'un partenaire ESS, des réponses nouvelles aux besoins des territoires. Les résultats de la dynamique enclenchée par l'Alliance dynamique sont très probants sur les achats responsables : la charte a permis de largement dépasser dès 2017, avec 26 millions d'euros, l'objectif de 20 millions d'euros d'achats au secteur adapté et protégé et à l'insertion qui était fixé pour 2020, avec notamment un recours accru à l'insertion. De bons résultats sont également à noter sur l'engagement des postiers dans des actions bénévoles et dans des mécénats de compétences : 68 mécénats à temps partiel dans un dispositif de fin de carrière et 32 mécénats étaient en cours en 2017, soit 110 postiers mis à disposition par l'entreprise à des associations d'intérêt général. La Poste a engagé fin 2017 un travail de bilan de ces trois ans de vie de la charte pour poursuivre la dynamique de coopération, en la mettant en cohérence avec les nouveaux axes d'engagement sociétal du Groupe (transition énergétique et écologique, numérique éthique et responsable, cohésion sociale et territoriale).

Montant des achats effectués auprès des secteurs adapté, protégé, de l'insertion et de l'ESS

	La Poste	La Banque Postale	Poste Immo	Total 2017
Montant des achats ⁽¹⁾ en millions d'euros HT	3 616,62	882,61	471,79	4 971,02
Dont montant des achats en millions d'euros HT effectués auprès :				
• du secteur adapté et protégé	16,817	0,8	0,5	18,1
• du secteur de l'insertion	7,5	0	0,3	7,8
Dépenses d'intérim en millions d'euros HT ⁽²⁾	309,58	0	0,19	309,77

(1) Les achats comprennent l'ensemble des biens et prestations achetés à l'extérieur (matériels, transport/logistique, informatique, frais généraux, etc.) donnant lieu à immobilisation ou comptabilisés sous forme de charges. Pour La Poste maison mère : montant connu au 6 mars 2017.

(2) Montants en HTND pour La Poste, en HT pour les autres entités du Groupe.



5.4.1.3 Les Élanceurs

Les Élanceurs (<http://www.leselanceursdugroupelaposte.fr>) promeuvent depuis l'été 2015 des initiatives responsables (une trentaine en ligne), solidaires et écologiques.

En leur donnant de la visibilité, le Groupe souhaite les démultiplier, les partager, les amplifier, et ainsi favoriser leur développement. Au-delà, la parole donnée aux 20 experts et personnes inspirantes contribue à faire de ce site une source d'idées pour les TPE, les PME, les collectivités, les grands groupes, etc. Le trophée des Élanceurs, destiné à récompenser et soutenir des projets responsables qui répondent aux attentes des habitants des territoires, a été reconduit en 2017. Les thématiques ont évolué pour être cohérentes avec la politique d'engagement sociétal du Groupe et favoriser ainsi pour les lauréats la possibilité d'une coopération adossée à la force de La Poste. Les lauréats ont été sélectionnés lors d'une journée au siège de La Poste où ils ont présenté leur projet et échangé avec le jury composé d'une quinzaine de personnes, managers de La Poste et entrepreneurs responsables. Ils ont été ensuite proposés à un vote du public et les quatre lauréats arrivés en tête ont été dévoilés lors du Salon Produrable en avril 2017. Nouveauté en 2017, l'accompagnement proposé par La Poste, qui vise à accélérer le développement des start-up, sera proposé à l'ensemble des 10 lauréats retenus par le jury.

5.4.2 Les coopérations pour l'innovation territoriale

5.4.2.1 La démarche d'open innovation du Groupe La Poste

Chaque branche du Groupe La Poste possède un pôle innovation qui entretient des relations de diverses natures (soutien, partenariats, mécénat de compétences) avec un écosystème d'innovation et de start-up dans les domaines en lien avec son activité. Quelques programmes portés par le Groupe sont décrits ci-dessous.

5.4.2.1.1 Start'inPost

Lancé en juin 2014, Start'inPost, l'accélérateur du Groupe La Poste constitué en filiale, est un dispositif d'innovation ouverte dont la vocation est de permettre aux entités opérationnelles du Groupe d'innover plus facilement avec des start-up. Les projets sont sélectionnés selon cinq thématiques clés au cœur de la stratégie de La Poste :

- les solutions de confiance numérique (*fintech*, *assurtech*, moyens de paiement innovant, sécurisation des échanges, portefeuille ou coffre-fort électronique, identité numérique, etc.) ;

- les offres innovantes de logistique, de transport ;
- le B2B numérique (marketing digital, logiciel SaaS, big data, solution pour le secteur public, papier connecté, etc.) ;
- la transition énergétique (écomobilité, recyclage, optimisation énergétique, etc.) ;
- les nouveaux services de proximité (Silver économie, e-santé, objets connectés, services mobiles, etc.).

À fin 2017, Start'inPost a accompagné 50 expérimentations entre des start-up innovantes et les métiers de La Poste dont 20 nouvelles en 2017. Dans tous les cas, le coût de l'expérimentation est pris en charge par Start'inPost, et la start-up bénéficie de la mise en relation et du travail en commun avec les équipes de La Poste expertes sur son domaine ainsi que d'un retour d'expérience accéléré lui permettant de faire évoluer son offre ou son modèle d'affaires.

En 2017, Start'inPost a notamment accompagné :

- Citeazy : application de copiétonnage vers les transports collectifs entre collaborateurs pour moins de CO₂ et plus de convivialité et de sécurité ;
- Connected Cycle : solution digitale et objet connecté de gestion des flottes de bicyclette et VAE ;
- Trinov : solution de diagnostic et de gestion des déchets ;
- WeNow : coach digital en écoconduite ;
- E-city : digitalisation des commerces de proximité.

5.4.2.1.2 French IoT

Le programme d'innovation « French IoT » lancé par La Poste réunit des grands groupes, des acteurs régionaux et une communauté de 180 start-up, tous connectés au Hub numérique de La Poste. Chaque année un concours élit 15 start-up qui bénéficient d'un accompagnement pour développer leurs projets qui comprend :

- un « bootcamp » d'une semaine, organisé en partenariat avec le Hub Institute et les équipes de Docapost IoT ;
- du coaching personnalisé lors des « Start-up Days » mensuels pour développer toutes les facettes de l'activité et se préparer au Consumer Electronics Show® 2018 ;
- un stand d'exposition au CES® à Las Vegas ;
- un accès gratuit d'un an au Hub numérique de La Poste pour le développement de nouveaux services ;
- une expérimentation grandeur nature de leur solution avec La Poste ou avec le partenaire de leur thématique.

5.4.2.1.3 « Time To Test », l'expérimentation grandeur nature avec la branche Services-Courrier-Colis

Développé par la branche Services-Courrier-Colis, le programme « Time To Test » propose aux porteurs de projets détenteurs d'un concept, d'un premier prototype, ou d'une offre nouvellement commercialisée,

de mener avec elle une expérimentation terrain allant de 15 jours à 4 mois. La branche met ses ressources à la disposition d'entreprises innovantes : 75 000 facteurs, 144 000 boîtes aux lettres, la distribution de courriers et de colis jusqu'à 30 kg, 48 000 véhicules utilitaires, plus de 5 000 liaisons routières assurées par jour, un important parc immobilier réparti sur tout le territoire.

5.4.2.1.4 BigUp4Startup

BigUp4Startup est une initiative de *sourcing* mutualisé de start-up dans les territoires soutenue par Start'inPost, French IOT et Time To Test. Sept événements BigUp4Startup regroupant systématiquement Orange, la Caisse des dépôts, Cisco et La Poste, rejoints localement par d'autres grands groupes ou entreprises de taille intermédiaire, ont été organisés à Montpellier, Besançon, Nancy, Nantes, Marseille, Lille, et Bordeaux. Ils ont donné lieu à plus de 450 rendez-vous d'affaires qualifiés entre des start-up locales et des directeurs innovations nationaux des partenaires ainsi que 52 contrats signés entre jeunes pousses et grands groupes dont 19 contrats pour La Poste.

5.4.2.1.5 La Poste présente au salon Viva Technology®

En juin 2017, La Poste était présente sur le salon Viva Technology® accompagnée de 58 start-up partenaires originaires d'une dizaine de régions françaises, témoins de l'ancrage de La Poste dans les territoires. De nombreuses innovations centrées sur les services à la personne ont été présentées sur cinq thèmes stratégiques : « Ma maison plus simplement », « Mon entreprise plus simplement », « Mes échanges plus simplement », « Mon quotidien plus simplement », « Ma famille plus simplement ».

5.4.2.1.6 La Poste, partenaire de la Fondation la France s'engage

Créée en 2017, la Fondation la France s'engage s'inscrit dans la prolongation du programme de soutien à l'innovation sociale « La France s'engage » initié par l'État en 2014. Elle vise à récompenser et accompagner chaque année les projets les plus innovants pour l'économie sociale et solidaire, tout en continuant d'accompagner les précédents lauréats. Elle favorise, grâce à ces initiatives, le vivre-ensemble autour de services de proximité et le développement durable des territoires. Le Groupe La Poste est partenaire de la Fondation la France s'engage à travers du mécénat de compétences – une personne en 2017, une deuxième prévue en 2018. La Poste valorise la Fondation et ses actions en relayant son concours d'appel à projets à impact social auprès des postiers et participe aussi au jury de sélection des projets.

5.4.2.1.7 GeoPost, l'esprit d'entreprendre et d'innover

GeoPost partage son expertise et son esprit entrepreneurial pour aider les entreprises locales à prospérer et pour stimuler des idées innovantes en interne et en externe. Son programme d'entrepreneuriat innovant se déploie en trois volets :

- **stimuler l'innovation des collaborateurs**, en leur offrant la possibilité de proposer des idées innovantes qui améliorent les processus internes et ajoutent de la valeur client ;
- **favoriser le développement de l'entrepreneuriat social**. GeoPost via Ashoka ⁽¹⁾ (renouvellement du partenariat en 2017) soutient la détection et l'accompagnement d'entreprises en France et à l'étranger, en particulier entrepreneurs sociaux ayant des besoins logistiques pour la réalisation de leur mission, des initiatives en faveur de la réduction de la fracture numérique, des *smart cities*, du développement économique local dans les quartiers, des projets environnementaux liés à la réduction de l'impact carbone, etc. Des « Discovery Journeys » sont également organisées dans le cadre de ce partenariat pour encourager l'engagement des collaborateurs et dynamiser la culture d'entrepreneuriat et d'intrapreneuriat au sein du Groupe, voire identifier des opportunités de collaboration entre les Fellows Ashoka soutenus et les business units ;
- **soutenir l'entrepreneuriat externe**. Les business units de GeoPost accompagnent les entreprises locales à l'innovation, proposent des formations, des soutiens financiers sous forme de bourse ou de tarifs spéciaux pour les petits entrepreneurs. GeoPost est ainsi partenaire d'Enercoop.

5.4.2.1.8 Le financement de projets individuels par La Banque Postale

Organisée par La Banque Postale, KissKissBankBank, MakeSense, les pôles Pepite, France Active et Socialter, la Social Cup est la première coupe de France de l'entrepreneuriat social étudiant. De septembre 2016 à janvier 2017, 1 400 étudiants de 12 grandes villes de France ont imaginé et défendu leurs projets d'entrepreneuriat social. Les lauréats ont bénéficié en 2017 d'un accompagnement par des membres de MakeSense expérimentés et sont soutenus financièrement par La Banque Postale dans le cadre de leurs collectes de *crowdfunding* organisées sur la plate-forme KissKissBankBank. La Banque Postale soutient depuis juin 2011 l'économie collaborative grâce au partenariat avec KissKissBankBank, une plate-forme

(1) Depuis 2010, GeoPost est partenaire d'Ashoka, le premier réseau mondial d'entrepreneurs sociaux créé il y a trente-cinq ans. Ashoka identifie et accompagne plus de 3 300 entrepreneurs sociaux nommés « Fellows » dans 85 pays. Ce partenariat, renouvelé pour la période 2017-2020, implique un soutien financier à des entrepreneurs sociaux en particulier dans les domaines de la mobilité et de l'emploi.



de financement participatif permettant de collecter des fonds auprès de son 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. Plus de 20 projets ont obtenu le soutien de La Banque Postale sur cette plate-forme. Ce partenariat comprend aussi, depuis 2013, Hellomerci, plate-forme de prêts solidaires entre particuliers.

Depuis 2012, La Banque Postale propose une offre de microcrédit professionnel en partenariat avec l'Adie, association spécialisée dans l'aide aux microentrepreneurs. 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. L'Adie apporte son expertise pour former les conseillers bancaires à l'accompagnement de ces porteurs de projets.

5.4.3 Soutenir l'attractivité locale

5.4.3.1 Faciliter l'accès à l'emploi

Le Groupe s'investit pour prévenir l'exclusion par le chômage, l'isolement et le décrochage scolaire. L'implication du groupe pour la lutte contre l'illettrisme permet aux personnes vulnérables un meilleur accès à l'emploi et à la culture. Aux côtés de l'association #stopillettrisme, il permet de développer l'accès à la communication écrite et orale en langue française des sous-traitants et leur permettre d'acquérir les premiers niveaux de certification professionnelle. La Fondation La Poste mène de nombreuses actions envers les personnes vulnérables pour apprendre à écrire, utiliser l'écrit pour dans leur vie quotidienne, s'exprimer avec aisance par des ateliers ludiques. Le musée de La Poste a développé des animations pour les scolaires avec l'ANLI autour des collections permanentes (mallette du messager au facteur) et du *mail art*.

Le partenariat du Groupe auprès de NQT permet d'accompagner vers l'emploi des jeunes diplômés. Avec les Écoles de la deuxième chance, il permet aux jeunes sortis du système scolaire de bénéficier d'une remise à niveau, de la construction d'un projet professionnel, et de se préparer aux entretiens de recrutement pour l'apprentissage notamment. L'Envol (le campus de La Banque Postale) soutient des élèves méritants de condition modeste tout au long de leur scolarité. Ils bénéficient d'un appui scolaire, d'ateliers découverte organisés notamment lors de leurs séjours à Paris (voir page 82).

5.4.3.2 Accord de développement Poste Immo/Start-Way

Poste Immo et Start-Way ont poursuivi le développement des espaces de co-working – surfaces appartenant à Poste Immo, loués par Start-Way – pour soutenir les nouveaux modes de travail et services associés. Start-Way a ouvert trois espaces supplémentaires en 2017, deux à Paris et un à Bordeaux dans un site postal. Ces nouveaux espaces confortent la place de numéro 1 du marché français de Start-Way en nombre de sites sur le territoire. La communauté Start-Way a désormais accès à un réseau de 15 sites, d'une superficie de 500 à 1 500 m² et de grands comptes ont choisi de proposer à leurs équipes d'utiliser les *creative rooms* ou les plateaux projets proposés par Start-Way pour offrir à leurs collaborateurs des pratiques innovantes de travail.

Start-Way continuera son expansion en Île-de-France et en province en 2018, dont certaines ouvertures prévues dans des locaux postaux. Start-Way enrichit également la gamme de services proposés à ses clients, avec les services postaux numériques, banque et affranchissement, des services bien-être et des conseils/animations aux entrepreneurs et start-up.

5.4.3.3 Développer la biodiversité

5.4.3.3.1 Développer la biodiversité sur les emprises du Groupe

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 GES et de polluants atmosphériques 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 et les actions mises en œuvre contribuent aux politiques de résilience des territoires. Poste Immo a cartographié l'ensemble de ses bâtiments par rapport aux zones d'intérêt écologique (ZIE) et a 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. Poste Immo, à travers ses 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 (voir encadré).

Trois exemples phares d'intégration de la biodiversité dans les projets de rénovations lourdes

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 2017, un travail a été initié pour élaborer la politique de Poste Immo en matière d'espaces libres de toute construction (dont les espaces dits « verts ») ainsi que son application sous la forme d'un cahier des charges, qui inclut la gestion de ces espaces. Cette politique instaure une valorisation systématique et durable de ces espaces et inclut la problématique de l'imperméabilisation des sols ainsi que celle des eaux pluviales. Poste Immo prévoit également d'y intégrer les aspects économiques. Dans ce cadre, une évaluation de la conservation du capital naturel des plates-formes logistiques a été lancée à titre expérimental sur trois plates-formes. En 2017, la PIC de Strasbourg est devenue, en lien étroit avec la commune de Holtzheim, un site pilote pour une expérimentation par le CNRS de la réimplantation du grand hamster d'Alsace, une espèce menacée de disparition en France, en zones périurbaines. Pour que le site puisse accueillir des hamsters, les chercheurs ont adapté le terrain en plantant des graines pour étoffer la prairie déjà gérée en tonte raisonnée par les équipes de La Poste. Ces dernières se sont également attachées à assurer la sécurité des scientifiques, présents sur un site ouvert 24 heures sur 24 à la rotation de poids lourds. Des panneaux pédagogiques informent de l'expérimentation en cours et des caractéristiques du grand hamster.

5.4.3.3.2 Contribuer au développement d'une agriculture durable

Depuis 2017, un premier toit postal est géré en permaculture, sur 700 m² dans Paris, par une association de postiers volontaires. Cela contribue au développement

de l'agriculture urbaine, mais aussi au verdissement et au rafraîchissement de la ville, ainsi qu'à la sensibilisation à la consommation de proximité pour les postiers et les riverains. La Poste est partenaire de l'association Fermes d'Avenir, et du « Fermes d'Avenir Tour », convaincue par ce projet sociétal, d'intérêt général qui permet la promotion et l'accélération de la transition agroécologique sur les territoires. Du 15 juin au 17 septembre 2017, le « Fermes d'Avenir Tour » a parcouru la France à travers les campagnes et les villes afin de faire découvrir l'agroécologie et la permaculture ⁽¹⁾ par tous les biais possibles. Au cours de 30 étapes, quelque 200 fermes d'agriculteurs ambitieux et innovants ont ainsi été visitées. Plus de 20 000 participants ont pu découvrir ces nouveaux modes de production agricole, les philosophies des agriculteurs, écouter leurs joies et leurs difficultés, mais aussi goûter les produits et participer à la vie de la ferme.

5.4.3.4 Programme « CLIMAT + territoires »

Afin de répondre à l'enjeu stratégique de création de valeur socio-environnementale en France, La Poste et La Banque Postale ont développé en 2015 le programme « CLIMAT + territoires » afin de soutenir des projets innovants. L'objectif est triple : améliorer la performance environnementale locale, favoriser l'adaptation au changement climatique et créer de la valeur dans les territoires. Dès 2015, un partenariat a été signé entre La Poste, La Banque Postale, le groupement d'intérêt public interrégional pour le développement du Massif central (GIP Massif central), le Centre national de la propriété forestière (CNPF) et des propriétaires forestiers du Massif central. L'objectif est d'accompagner les propriétaires forestiers à gérer leurs forêts pour en maximiser les services environnementaux et économiques.

En 2016, le programme « CLIMAT + territoire » avait financé, en partenariat avec l'association française d'agroforesterie (Afa), le projet Agr'eau, un projet d'agroforesterie dans le bassin de l'Adour-Garonne, visant à améliorer la qualité des sols en optimisant les quantités d'intrants utilisées grâce aux techniques d'agroforesterie et ainsi améliorer la qualité de l'eau. En 2017, 2 nouveaux projets ont été mis en œuvre : un projet forestier dans le Nord-Pas-de-Calais en collaboration avec l'ONF et le déploiement de la ferme laitière bas carbone. Ce projet est étendu sur 20 exploitations dans lesquelles sont promues des pratiques agricoles permettant de réduire les émissions de gaz à effet de serre et d'augmenter le stockage du carbone dans les sols.

(1) L'agroécologie regroupe des systèmes de production utilisant au maximum la nature comme facteur de production tout en maintenant ses capacités de renouvellement et la permaculture est un mode d'aménagement écologique du territoire, visant à concevoir des systèmes stables et autosuffisants.



5.5 Le soutien aux initiatives de solidarité des postiers souhaitant s'engager dans le cadre de l'entreprise

La Poste soutient activement ses associations de personnel qui œuvrent dans le domaine de la solidarité, bien au-delà de la sphère des postiers. La Poste facilite l'engagement de ses collaborateurs au sein de ses associations de personnel et leur reconnaissance :

des postiers actifs y sont engagés à titre bénévole sans compter l'investissement fort des postiers retraités dans ce type de structure. L'engagement de La Poste se caractérise également par la mise à disposition de plus de 200 postiers.

Mécénat financier – Chiffres clés de l'action en faveur des communautés en 2017

Nature de l'engagement	Entité		Budget en euros
Mécénat	La Poste	Mécénat fiscalement déductible de La Poste dont : Fondation d'entreprise La Poste	5 751 510 900 000
	La Banque Postale	Mécénat fiscalement déductible de La Banque Postale	5 027 395
	GeoPost	Mécénat Institut Pasteur, Ashoka, etc.	316 400
Total			11 095 305

5.5.1 Le soutien aux associations de personnel

Le système d'activités sociales du Groupe La Poste repose sur un réseau d'associations confrontées ces dernières années à deux enjeux majeurs : la complexité croissante des problématiques juridiques et financières et le renouvellement des responsables et dirigeants. Un plan de soutien aux associations postales a donc été mis en place par la direction nationale des affaires sociales de La Poste (DNAS) visant la prévention des risques et la mobilisation des postiers pour le bénévolat associatif, à travers l'animation de la journée du bénévolat.

Ainsi, en 2017, une formation destinée à tous les responsables du monde associatif postal a été mise en place. Cette formation propose aux dirigeants associatifs une grille de 172 points de vigilance, afin de les accompagner face aux enjeux de leur activité. À fin 2017, plus de 300 responsables d'association l'avaient suivie.

En septembre 2017, a également été lancée une « tournée de l'engagement associatif postal » à Paris, Marseille, Rennes et Lyon, dont l'objet est de faire connaître les associations postales aux postiers, et de les inciter à devenir acteurs de la vie associative postale afin de promouvoir le bénévolat et faciliter

la relève générationnelle. Une convention de mécénat financier avec France Bénévolat signée en 2017 permet également la mise en relation des associations postales avec d'autres bénévoles, et donne accès aux associations à une librairie d'études sur le bénévolat et au site où sont publiées des offres de bénévolat.

La Poste compte plus de 200 postiers mis à disposition du monde associatif postal. Poursuivant ce même objectif de promouvoir l'engagement des postiers, en 2017, une filière RH spécifique « gestion associative postale » a été créée. Elle a pour rôle d'accompagner ces profils très particuliers dans la gestion de leur carrière et la reconnaissance de la valeur de leur implication associative.

5.5.2 Le soutien aux autres initiatives de solidarité des postiers

5.5.2.1 « Souffle de smiles » avec La Banque Postale

En 2017, La Banque Postale a animé la troisième édition du challenge « Souffle de smiles », alliant action commerciale et solidaire. À destination des services développement et clients des centres financiers, cette opération permet aux centres qui atteignent

leurs objectifs commerciaux de collecter chaque semaine des smiles par la suite convertis en euros et reversés aux associations partenaires choisies parmi celles membres du club de l'Initiative contre l'exclusion bancaire : Les Restos du Cœur, l'Adie et le Secours catholique. L'édition 2017 a permis de reverser 20 585 euros au Secours populaire pour mission d'agir contre la pauvreté et l'exclusion, 12 638 euros à l'Association nationale des missions locales (ANDML) dédiée à l'accompagnement des jeunes vers l'emploi et l'autonomie et 1 777 euros à l'association Soliha, spécialisée dans l'amélioration de l'habitat.

5.5.2.2 Le transport solidaire avec GeoPost

Les collaborateurs de GeoPost partagent leur expertise professionnelle et leurs compétences avec de nombreuses communautés, associations, ONG et institutions publiques (écoles, hôpitaux, etc.). Chaque collaborateur peut s'impliquer dans des initiatives pertinentes pour sa filiale, au travers de deux types d'engagements principaux :

- le transport solidaire : l'expertise de GeoPost en matière de logistique et de livraison au service des communautés où le Groupe est implanté ;
- l'engagement des collaborateurs : compétences et motivation en soutien des communautés.

De nombreuses causes sont soutenues : l'enfance et la jeunesse, la santé, l'éducation, les personnes âgées, les personnes handicapées, les personnes défavorisées, et l'environnement.

5.5.3 Bénévolat pour favoriser l'accès à l'éducation et à la culture

5.5.3.1 L'Envol, le campus de La Banque Postale

Parce que l'éducation est l'une des grandes causes nationales, La Banque Postale est engagée dans un mécénat sociétal en faveur de l'éducation et de l'égalité des chances. Pour cela, elle a créé en 2012 « L'Envol, le campus de La Banque Postale », qui incarne ses valeurs et celles du Groupe La Poste et favorise l'engagement citoyen de ses collaborateurs. Ce dispositif, soutenu depuis son lancement par l'Éducation nationale, a pour mission de favoriser le parcours scolaire de jeunes élèves talentueux, issus de milieux modestes, venant de toute la France (rural et urbain), DOM inclus, en les accompagnant de façon individualisée, de leur entrée au lycée jusqu'à leur intégration dans des filières supérieures générales, technologiques ou professionnelles (artisanat) d'excellence et/ou leur insertion professionnelle. L'Envol a créé deux programmes : le programme « voie générale

et technologique », lancé en 2012, et le programme « voie professionnelle », lancé en 2015. Depuis sa création, 479 élèves ont été accompagnés, soit 6 promotions de la « voie générale et technologique » et 3 de la « voie professionnelle ». Tous les collaborateurs de La Banque Postale et du Groupe peuvent s'engager bénévolement au sein de la communauté des parrains ; de 2012 à 2017, ils ont été 654 à le faire. Depuis 2017, les nouveaux parrains/marraines suivent une journée de formation inscrite au plan de formation avant de s'engager auprès d'un jeune.

Gage de reconnaissance, L'Envol a remporté depuis son lancement de nombreux prix : trophée France Mécénova en 2013, Cachet d'Europe 2013, trophée national de l'Entreprise citoyenne 2014.

5.5.3.2 Écoles de la deuxième chance

Membre de la fondation du réseau des E2C, La Poste a renouvelé pour trois ans en 2015 son partenariat avec le réseau des Écoles de la deuxième chance (E2C), qui représente 43 écoles et 15 000 jeunes de moins de 26 ans sortis du système scolaire. Les Écoles de la deuxième chance permettent aux jeunes sortis du système scolaire de bénéficier d'une remise à niveau, d'un accompagnement pour la construction d'un projet professionnel, et d'une préparation aux entretiens de recrutement pour l'apprentissage, notamment. Le Groupe apporte son soutien par l'implication des postiers dans des ateliers proposés par La Poste.

5.5.3.3 Foyer de Cachan

Le Groupe La Poste est partenaire de son lycée historique : Le Foyer de Cachan/lycée Robert-Keller. Afin de contribuer à la réussite des élèves, une collaboration a permis de proposer 3 modules représentant une quarantaine d'ateliers sur la découverte du monde de l'entreprise, la préparation de son avenir ainsi que l'accès à la culture. Une initiative originale a permis la création et la vente d'un timbre dans le cadre d'un projet pédagogique. Le Groupe a invité 20 élèves à la remise du prix Clara dans les salons de l'hôtel de ville de Paris avec le soutien de la Fondation La Poste.

5.5.3.4 Soutien à la lutte contre l'illettrisme

L'implication aux côtés de l'association #stopillettrisme, contribue à développer l'accès à la communication écrite et orale en langue française des sous-traitants pour leur permettre d'acquérir les premiers niveaux de certification professionnelle. Elle fournit une occasion aux collaborateurs du Groupe de s'investir comme tuteur des stagiaires.



5.5.3.5 La Fondation La Poste : par l'écriture, transmettre la culture, la solidarité et l'innovation

La Fondation d'entreprise La Poste favorise le développement humain et la proximité à travers l'écriture, pour tous, sur tout le territoire et sous toutes ses formes. Un choix qui exprime les valeurs de référence de La Poste : elle est quotidiennement proche, citoyenne, solidaire.

L'écriture au cœur de La Poste est évidente : elle transmet un patrimoine et une somme de savoirs, elle crée et renforce le lien social, elle facilite l'intégration, offre aux individus la possibilité d'un mieux-être.

L'écriture est le complément de la lecture. Écrire, c'est pouvoir agir au quotidien, c'est s'affirmer et affiner sa pensée, c'est braver l'oubli et la distance, c'est communiquer, échanger, accéder et prendre place dans le monde du numérique.

Il est difficile de ne pas être en mesure d'utiliser ni de maîtriser ce mode d'expression. C'est pourquoi la Fondation La Poste s'engage contre toutes les formes d'illettrisme de l'écrit, que le support en soit traditionnel ou numérique. Elle s'intéresse également à l'écriture littéraire, illustrant l'échange, et en particulier les correspondances, avec le souci de les présenter à un large public, de les rendre vivantes en les associant à un autre art et de faire connaître ce patrimoine. Enfin, elle encourage l'écriture vivante et novatrice à travers son soutien aux jeunes talents qui associent textes et musique et en dotant des prix qui la récompensent. La Fondation veille à ce que les actions qu'elle soutient soient réparties sur l'ensemble du territoire. Elle souhaite que les postiers s'y reconnaissent et s'y engagent.

En 2017, la Fondation va consacrer 12 % de son budget aux actions solidaires liées à l'écriture, ce qui va permettre de financer 32 initiatives bénéficiant à près de 51 000 personnes. Les associations ont ainsi 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 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 à retrouver sa place dans la société, ou un lien avec lui-même et les autres.

5.5.4 Le bénévolat de compétences en soutien à l'éducation financière des jeunes

En 2017, le programme de bénévolat de compétences initié par La Banque Postale et le Réseau de La Poste s'est encore développé. Près de 80 nouveaux collaborateurs ont pu bénéficier d'une formation aux ateliers budgétaires dispensée en 5 ateliers à Paris, Lyon, Bordeaux et Nantes). Ils ont pu déployer leurs acquis auprès principalement du public bénéficiant de la « garantie jeunes en mission locale ».

Une vingtaine de collaborateurs ont parrainé des mini-entreprises dans le cadre du programme « Entreprendre pour apprendre ».

En outre, une vingtaine de collaborateurs d'Île-de-France se sont engagés aux côtés de « La finance pour tous » comme parrains d'élèves de classe terminale, tandis que quelques autres s'investissaient auprès d'une des cinq autres associations partenaires de LBP ou du Réseau (Adie, Passerelles et Compétences, Face, Planet Adam, Unis-Cité). Les collaborateurs bénévoles de ces programmes ont été réunis pour une journée de partage et de reconnaissance en juin au siège de La Banque Postale et ont pu bénéficier d'une formation au pitch. Aujourd'hui plus de 250 collaborateurs de La Banque et du Réseau sont actifs dans le programme de bénévolat de compétences, certains d'entre eux étant particulièrement actifs comme à Orléans ou à Lille.

Annexe chapitre 5 : indicateurs pour la cohésion sociale et territoriale

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
PRÉSENCE TERRITORIALE						
G4-9	Centres de traitement, plates-formes de distribution et dépôts	LGLP	Nombre	Près de 3 000	3 824	2 890
G4-9	Clients par jour	La Poste	Millions	1,6	1,6	1,5
G4-9	Foyers desservis	La Poste	Millions	26	39	41
G4-9	Livrets A	LBP	Millions	17,5	16	16
G4-9	Points de contacts France	Le Réseau La Poste	Nombre	17 111	17 159	17 100
G4-9	Bureaux de poste	La Poste	Nombre	–	–	8 655
G4-9	Agences communales et intercommunales	La Poste	Nombre	–	–	6 075
G4-9	Points de services La Poste Relais	La Poste	Nombre	–	–	2 513
G4-9	Facteurs-guichetiers	La Poste	Nombre	–	564	755
G4-9	Maisons de service au public	La Poste	Nombre	7	392	504
G4-9	Centres d'examen collectifs du code la route	La Poste	Nombre	–	380	549
G4-9	Points de services La Poste relais ESS	La Poste	Nombre	–	–	14
G4-12	Achats	La Poste	Millions € HT	3 205,7	3 463,8	3 616,6
G4-EC1	Nombre de clients téléphonie mobile	La Poste Mobile	Millions	–	1,3	1,4
G4-EC7	Français résidents à moins de 5 km d'un point de contact postal	LGLP	%	96,6	96,8	97,1
ÉCONOMIE						
G4-EC1	Chiffre d'affaires issu des activités commerciales	LGLP	Milliards €	17,3	17,7	18,5
G4-EC1	Quote-part du résultat des sociétés sous contrôle conjoint	LGLP	Millions €	3	6	8
G4-EC1	Quote-part du résultat des autres sociétés mises en équivalence	LGLP	Millions €	207	191	297
G4-EC1	Résultat d'exploitation	LGLP	Millions €	875	975	1 012
G4-EC1	Rémunérations et charges sociales	LGLP	Millions €	12	13	13
G4-EC1	Rémunérations, salaires, primes et indemnités	LGLP	Milliards €	8,7	8,9	9,1
G4-EC1	Cotisations de retraites, de sécurité sociale et de charges sociales	LGLP	Milliards €	3,0	3,0	3,1
G4-EC1	Impôts et cotisations salariales	LGLP	Millions €	784	782	779
G4-EC1	Impôts locaux	LGLP	Millions €	153	151	143
G4-EC1	Autres impôts et taxes	LGLP	Millions €	140	92	115
G4-EC1	Charge de l'impôt sur les bénéfices	LGLP	Millions €	253	104	248



GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
G4-EC1	Montant reçu au titre du CICE	LGLP	Millions €	344	338	391
G4-EC1	Dividendes versés aux actionnaires	LGLP	Millions €	173	171	173
G4-EC1	Accessibilité bancaire	La Poste	Millions €	235	355	340
G4-EC1	Aménagement du territoire	La Poste	Millions €	–	170	174
G4-EC1	Mécénat financier	Le Groupe La Poste	Millions €	6,5	13	15
G4-EC1	Fonds versés à la Fondation La Poste	Le Groupe La Poste	Millions €	1	1	1
G4-EC1	Encours ISR	La Banque Postale	Milliards €	98,0	97,2	109,1
G4-EC8			% en milliards €	–	54,0	50,0
G4-EC1	Produit net bancaire	LBP	Milliards €	5,7	5,6	5,7
G4-EC8	Chiffre d'affaires	Branche Numérique	Millions €	560	609	672
G4-EC8	Coffres-forts électroniques	Branche Numérique	Nombre en millions	1,6	1,6	2,2

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
SOCIÉTÉ						
G4-S01	Dépenses d'intérim	La Poste	Millions €	196	221	310
G4-S02	Achats auprès du secteur protégé et de l'insertion par l'activité économique	La Poste	Millions €	16,6	19,4	24,4
G4-12	Achats effectués auprès du secteur adapté et protégé	La Poste	Millions €	14,4	14,8	16,8
G4-12	Achats effectués auprès du secteur de l'insertion	La Poste	Millions €	2,2	4,7	7,5
G4-S02	Financement du secteur public local	LBP	Milliards €	–	–	10
G4-S02	Financement aux PME/ETI	LBP	Milliards €	–	–	2,4
G4-S02	Microcrédits personnels	LBP	Millions € (cumul)	19	24,4	29,7
G4-S02	Livrets A détenus avec encours inférieur à 150 euros	LBP	%	54	51	51
G4-S01	Chiffre d'affaires Silver économie	La Poste	Millions €		3,6	71,0
G4-S01	Services à la personne : offre Proxy chiffre d'affaires	LGLP	Millions €	9	19,2	33,9
G4-S01	Projets d'innovation accompagnés avec Start'in Post	LGLP	Nombre (en cumul depuis le départ)	–	30	50
G4-S01	Sites de co-working développés en partenariat avec Start-Way	LGLP	Nombre	–	–	15



6. Un numérique responsable et éthique

L'histoire de La Poste est indissociable de celle des informations et des données, qu'elle transmet, gère et protège. L'avenir du Groupe nécessite exemplarité et leadership dans ce domaine. Pour mieux les servir, le Groupe entend réduire les impacts écologiques et humains du développement de l'utilisation des technologies numériques. Le rôle de La Poste est également de mettre le numérique au service de tous en développant l'inclusion numérique. Celle-ci emporte deux acceptions : l'inclusion des personnes dans la sphère des compétences numériques mais aussi l'usage des technologies numériques au service de l'inclusion sociale. Le développement du numérique renvoie également aux modalités d'usage des données collectées et produites, à la manière dont ces données doivent être mises « au service » des individus, et à la nécessaire confiance numérique à construire et à maintenir.

Page 89	6.1 Garantir la sécurité et une utilisation responsable des données
Page 92	6.2 Un numérique accessible et maîtrisé par tous
Page 94	6.3 L'inclusion sociale par le numérique
Page 95	6.4 La Poste engagée pour un numérique utile et démocratisé
Page 98	Annexe chapitre 6 : indicateurs pour un numérique responsable et éthique

Vision La Poste 2030




En 2030, Le Groupe La Poste projette que l'ensemble des biens et services proposés par les entreprises et les services publics sera accessible depuis des outils numériques, ce qui nécessite que chacun ait pu être formé, voire accompagné, pour les plus vulnérables. En lien avec la démocratisation de l'intelligence artificielle (IA), des technologies blockchain, une nécessaire « éthique du numérique » se sera imposée, pour en faciliter l'acceptabilité et l'usage pour chacun. Le primat de la liberté de choix des consommateurs et des clients se sera imposé. Le Groupe La Poste a un rôle important dans l'avènement d'une société où le numérique est avant tout au service de l'humain, choisi et maîtrisé par chacun. Le Groupe La Poste cherche à éviter la surexploitation de la matière digitale et réduit l'empreinte environnementale du numérique (consommations énergétiques et surexploitation des matières premières) et son empreinte sociale (transformation des emplois).

Ambitions

Le Groupe La Poste s'engage à développer un usage des technologies numériques qui soit à la fois démocratisé, fiable, sécurisé, respectueux de l'environnement et des personnes et utile aux citoyens. Pour servir cette ambition, Le Groupe La Poste a défini trois niveaux d'engagement d'intensité croissante (voir page 51) :

- 100 % conforme : **Le Groupe La Poste respecte la réglementation en matière d'accessibilité numérique, d'échange des données et d'informations consommateurs ;**
- être exemplaire : **Le Groupe La Poste, acteur de la transition vers un numérique accessible et maîtrisé par tous ;**
- entraîner le changement : **Le Groupe La Poste, catalyseur d'un numérique utile, responsable et choisi.**

Objectifs clés

Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2017
Utilisation responsable des données clients	Engagements de la charte Data tenus	Le déploiement de la charte Data dans le Groupe est lancé, il se poursuivra en 2018. Les indicateurs liés aux engagements sont en cours de définition, cet axe ayant été identifié comme stratégique en 2017 
Sécurité des données	100 % de conformité liée au RGPD	La mise en œuvre du nouveau règlement européen sur la gestion des données a donné lieu à la mise en place d'une structure de projet permettant d'approcher le 100 % de conformité au 1 ^{er} mai 2018, date de sa mise en œuvre 
Inclusion sociale et solidarité	Objectifs à préciser en 2018	Lancement du plan d'inclusion bancaire par le numérique 4 100 tablettes installées dans les points de contact La Poste agence communale 

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



6.1 Garantir la sécurité et une utilisation responsable des données

G4-EC8

6.1.1 La mise en œuvre du règlement général sur la protection des données

Pour se préparer à l'entrée en application, le 25 mai 2018, du règlement général sur la protection des données (RGPD), le Groupe a mis en place en 2017 un projet de mise en conformité. Un comité de pilotage Groupe a été institué réunissant le directeur des données (CDO), le délégué à la protection des données (DPO), le directeur SI Groupe, le directeur de la cybersécurité du Groupe, le directeur juridique et les directeurs de traitement en fonction des sujets. La démarche s'est effectuée en trois étapes : cartographier les traitements à analyser, évaluer les non-conformités par traitement, définir un plan d'action priorisé par traitement.

Les traitements à analyser ont été choisis suivant une approche par les risques préconisée par le RGPD et par la Cnil. Ce diagnostic a permis de définir les actions à réaliser pour assurer la conformité des traitements au RGPD et renforcer le cadre de la protection des données à caractère personnel dans le Groupe (publication de normes et procédures). Huit actions ont été initiées pour assurer la conformité au RGPD dans la durée :

- 1. La fiabilisation du registre de chacune des entités (avec la vision traitement par application) :**
 - consolidation de la vision traitement par application ;
 - ajout des informations complémentaires requises par le RGPD ;
 - ajout des traitements pour lesquels La Poste est sous-traitant.
- 2. La poursuite de la réalisation du diagnostic pour les traitements priorités et SI associés :**
 - réalisation du diagnostic RGPD (traitements et SI) ;
 - chiffrage et priorisation des actions ;
- 3. La mise en place du *privacy by design* au sein des processus projets :**
 - déclinaison de la méthodologie ;
 - définition des guidelines (consentement, conservation des DCP, portabilité, effacement, profilage, etc.) ;
 - intégration de la méthodologie *privacy by design* dans les processus projets existants.
- 4. La formation des collaborateurs en fonction des profils :**
 - adaptation du plan de formation à l'entité ;
 - réalisation des sessions de formation.

- 5. La mise à jour des mentions d'information sur tous les supports (en particulier sites et formulaires) :**

- réalisation d'un inventaire des différents canaux ;
- mise à jour des mentions d'information (en particulier sites et formulaires).

- 6. La mise en place d'un processus d'exercice des droits, fonctionnel et testé, a minima manuel :**

- définition du processus d'exercice des droits ;
- formation des acteurs au traitement des demandes d'exercice des droits.

- 7. L'évolution du processus achats en cas de sous-traitance :**

- clauses dans les appels d'offres ;
- signature de la charte d'achats responsables (voir chapitre 5) ;
- clauses dans les contrats.

- 8. La définition du cadre de référence de protection des données à caractère personnel :**

- déclinaison de la politique de protection des données à caractère personnel ;
- déclinaison de la procédure de réponse en cas de violation de données personnelles.

Le rétroplanning de ces actions a été établi et un préchiffrage du coût de mise en œuvre calculé, les actions à conduire au niveau de la tête de Groupe identifiées et planifiées. Une structure opérationnelle, le comité de suivi du RGPD (COSUI), suit la mise en conformité des traitements de données personnelles, elle réunit l'équipe du CIL, la DSI Groupe et les responsables de traitement des branches et filiales.

6.1.2 La charte Data du Groupe La Poste

Au-delà de la conformité au RGPD, l'adoption en mai 2016 d'une charte dédiée à la « data » constitue le point de départ du développement en conformité avec les valeurs du Groupe, de nouveaux services répondant aux attentes des consommateurs. Le Groupe La Poste, en tant que tiers de confiance, doit offrir à ses clients une solution numérique globale, simple, sécurisée enrichissant son rôle d'opérateur universel d'échanges. 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 ou sur les automates, les sites Web et applications mobiles et les objets connectés, etc. La charte Data pose le cadre de l'utilisation des données des consommateurs. Elle est destinée à toutes les parties prenantes :

- **externes** : les consommateurs, les clients particuliers, les professionnels, les associations et entreprises clientes, les fournisseurs, les collectivités publiques, et les actionnaires du Groupe (CA et CQDD) ;
- **internes** : les responsables de traitement et plus généralement tous les postiers de La Poste maison mère et de ses principales filiales.

Elle repose sur 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, etc.) ;
- 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).

Depuis 2016, trois actifs majeurs ont été mis en place :

- **l'actif humain** avec un serment des postiers élargi au champ numérique. Les personnels de La Poste et des filiales du numérique s'engagent à respecter la confidentialité des correspondances électroniques et des données personnelles des Français ;
- **l'actif technique** : une infrastructure mutualisée – le *datalake* – essentielle à la valorisation du patrimoine de données du Groupe et à la connaissance client. La conception même du *datalake* (sécurisation, traçabilité, consentements, durées de conservation, etc.) permet de mener des projets qui respectent nativement la charte Data et le RGPD (voir ci-dessus). En ce qui concerne la connaissance client, 9,8 millions de comptes clients sont déjà créés ;
- **l'actif d'expertise** : un centre d'expertise en intelligence artificielle : Probayes. Cette expertise renforce les compétences du Groupe et lui permet d'acquérir un savoir-faire en intelligence artificielle pour accompagner les branches dans leur performance (prévisibilité des trafics, détection des fraudes).

En 2017, ont été conçus les moyens nécessaires à la démarche de déploiement :

- le **guide** explique et illustre la charte Data, il doit permettre à chacun de comprendre les engagements du Groupe en matière d'utilisation des données ;
- les responsables de traitement doivent avoir les moyens d'assumer leur responsabilité. **Les fiches pratiques** permettent d'apporter les réponses opérationnelles à leurs questions.

En 2018, ils seront déployés auprès de trois populations cibles :

- **les responsables de traitement et tous les acteurs de la donnée** : le guide et les fiches pratiques seront diffusés à tous ceux qui collectent et utilisent des données afin d'assurer la conformité des traitements à la charte Data et à la réglementation ;
- **l'ensemble des postiers** : un programme de déploiement constitué de supports de sensibilisation, de formation et d'outils spécifiques à chaque population afin de les informer des engagements pris par La Poste et de comprendre ce que cela signifie opérationnellement. Les objectifs sont à fin 2018 d'avoir formé 100 % des managers, outillé 100 % des acteurs de la data. Puis d'avoir informé 100 % des postiers à fin 2019 ;
- **audience externe** : une fois mises en place les actions nécessaires à l'accompagnement des postiers, le Groupe présentera sa démarche de progrès à travers un site dédié à la data (data.laposte.fr). Cette action se fera dans le sens de l'engagement 6 de la charte Data : se donner les moyens de ses ambitions.

L'audit du « déploiement de la charte Data et valorisation des données » missionné par le président-directeur général du Groupe s'est déroulé de juillet à novembre 2017. Les conclusions de cet audit seront suivies d'un plan d'action qui sera construit en collaboration avec les branches.

Les échanges et travaux avec les branches du Groupe ont permis la mise en œuvre de projets concernant la data et de projets d'intelligence artificielle autour de la détection de la fraude et de l'optimisation de la distribution/livraison de courrier et de colis.

6.1.3 La gouvernance au service de la protection des données

Le déploiement du RGPD et de la charte Data s'appuie sur la gouvernance des data dans le Groupe et fait intervenir plusieurs fonctions. Certaines sont nouvelles – délégué à la protection des données (DPO), directeur des données (CDO) –, d'autres préexistaient dans l'entreprise – direction des systèmes d'information (DSI), responsables de la sécurité des SI (RSSI), audit et contrôle et CIL (correspondant informatique et liberté). Les rôles et responsabilités autour de la donnée sont détaillés ci-dessous.



6.1.3.1 Rôles et responsabilités au service de la protection des données

Le délégué à la protection des données (*data protection officer* ou DPO)

Le délégué à la protection des données veille, en toute indépendance, au respect de la réglementation sur la protection des données personnelles au sein du Groupe. Il informe les collaborateurs, les sensibilise aux enjeux et les conseille sur la mise en œuvre des traitements de données personnelles. Il contrôle le respect de la réglementation en matière de protection des données.

Le directeur des données (*chief data officer* ou CDO) et le pôle data intelligence artificielle (IA)

L'objectif du directeur des données et de son équipe est de valoriser le capital data de La Poste et d'accompagner la transformation du Groupe par la data. Cet objectif se décline avec la construction d'un écosystème de confiance partagé en interne et qui rayonne à l'externe, le développement d'un actif composé de briques data réutilisables et enrichies à chaque nouvel usage et l'accélération des projets des branches avec toujours plus de valeur. Le CDO est également responsable de la communication et l'acculturation nécessaires à la transformation du Groupe. Il pilote le comité CDO qui se réunit trois fois par an et rassemble les CDO, le DPO, les RSSI, le déontologue et la DCOM.

La direction des systèmes d'information (DSI)

Elle a pour missions d'une part d'accompagner la transformation numérique, d'autre part de garantir la cohérence et l'optimisation des systèmes d'informations du Groupe. Elle prépare l'arbitrage et la coordination des SI du Groupe, décisions prises au sein du comité des SI du Groupe (CSIG) présidé par le secrétaire général rassemblant trois membres du comité exécutif (SG, DRH, directrice de la branche Numérique), les MOA des SI des branches et la direction des achats.

Le responsable de la sécurité des systèmes d'information (RSSI)

Chaque entité du Groupe La Poste (branches, tête de Groupe, services aux branches et filiales) doit se doter d'un responsable de la sécurité des SI (RSSI). Le RSSI définit, met en place et s'assure du bon fonctionnement du système de management de la sécurité des SI au niveau de son entité, conformément à la politique de sécurité des SI Groupe. De par leur connaissance des SI du Groupe, les équipes RSSI et cybersécurité sont amenées à contribuer aux choix de technologies et d'infrastructures avec les équipes techniques et SI notamment au sein du comité socle technique.

La direction de l'audit et des risques du Groupe

Concernant la mise en conformité RGPD et le déploiement de la charte Data, la direction de l'audit et des risques du Groupe procède à l'analyse et à la surveillance des risques et du contrôle interne, via des audits réguliers au sein des branches.

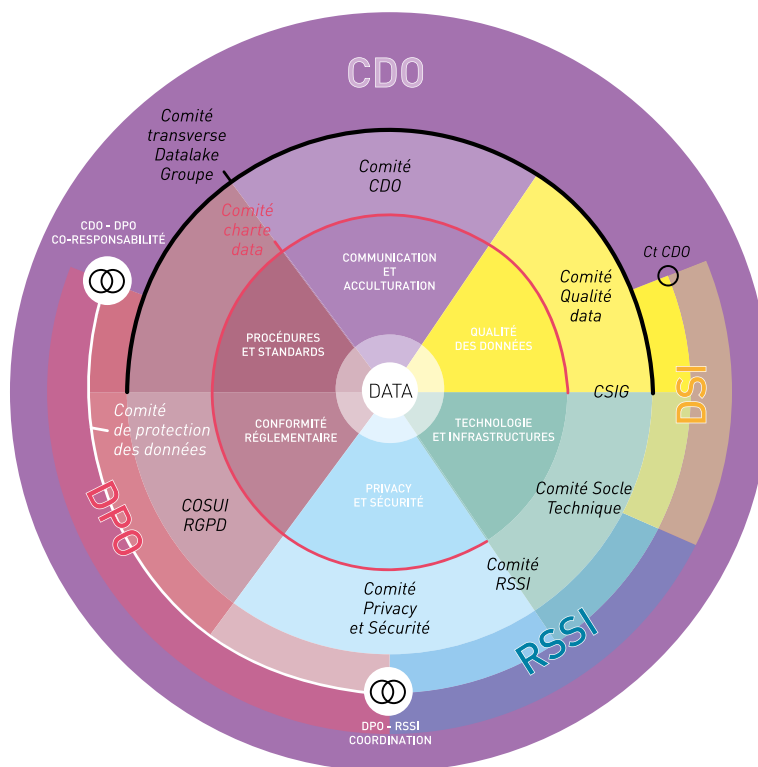
Le référent informatique et libertés (RIL)

Instance-relais du DPO, il assure la déclaration au DPO des traitements de données à caractère personnel pratiqués dans son entité (filiales ou structures fonctionnelles et opérationnelles) et veille à leur conformité. Il contribue à la diffusion et à l'application de la politique de protection des données à caractère personnel définie par le Groupe.

6.1.3.2 Animation des projets data

Les projets data sont au cœur du déploiement de la stratégie data du Groupe La Poste. Les acteurs de la data interviennent à différentes étapes de ces projets pour couvrir les six domaines suivants :

- **communication et acculturation** : en amont et en aval des projets, création d'une véritable culture de la donnée partagée à tous les niveaux de collaborateurs pour nourrir le portefeuille de projets et les accélérer ;
- **qualité des données** : pour enrichir et créer des services toujours plus personnalisés ainsi qu'améliorer notre outil industriel, les projets data utilisent des données dont la qualité est clé pour qu'elles puissent être utilisées de manière optimale ;
- **technologies et infrastructures** : l'utilisation de solutions agiles et innovantes pour la construction des briques techniques permet de mettre en place des infrastructures à l'état de l'art pour des projets ambitieux ;
- **privacy et sécurité** : le capital data de La Poste est vaste et constitue un actif essentiel, pilier de l'activité de demain, sa protection est donc stratégique. Elle l'est aussi pour les clients qui confient leurs données aux différentes entités du Groupe et leur font confiance ;
- **conformité réglementaire** : parce que La Poste fait de la conformité réglementaire un engagement sociétal et que c'est la clé de voûte de l'écosystème de confiance, c'est un sujet central pour tous les projets data dès la phase d'initiation ;
- **procédures et standards** : afin d'assurer la diffusion des bonnes pratiques et le respect des règles en matière de données, la formalisation de procédures, de standards et de politiques ainsi que leur accessibilité sont une priorité.



6.2 Un numérique accessible et maîtrisé par tous

Promouvoir l'inclusion au sein de la société numérique des populations qui peuvent en être éloignées représente un enjeu socio-économique, social et culturel majeur. Compte tenu de sa présence territoriale, La Poste dispose de certains atouts pour mener des initiatives citoyennes en matière d'information, de formation et d'accompagnement des usages et pour promouvoir l'accessibilité aux services numériques et procédures dématérialisées.

6.2.1 L'accessibilité de sites numériques du Groupe

Le Groupe La Poste poursuit sa politique d'accessibilité avec comme ambition de rendre accessibles l'ensemble de ses supports numériques. La Poste digitale : 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.

6.2.1.1 L'accessibilité dès la conception et dans leur évolution

Les sites internes et externes doivent être accessibles dès leur conception.

Le site intranet « Numérique & accessible » destiné aux collaborateurs de l'entreprise répond à toutes les questions liées à l'accessibilité des sites, telles que : « Quelles sont les recommandations d'accessibilité à inclure dans un dossier de consultation ou un cahier des charges ? », « Quelles sont les bonnes pratiques d'accessibilité à mettre en œuvre pour créer un site Web ou une application mobile accessible ? », « Quelle démarche adopter pour réussir la prise en compte de l'accessibilité dans un projet ? »

Ce site centralise l'ensemble des ressources méthodologiques et des bonnes pratiques nécessaires à la mise en accessibilité des supports numériques, quelles que soient les fonctions concernées : achats, informatique, communication, etc.



6.2.1.2 Un programme de formation ciblé et la sensibilisation de tous les postiers

En complément de ce site intranet, le Groupe a élaboré un bouquet de formations, depuis la sensibilisation à l'accessibilité numérique jusqu'au développement de sites Web accessibles. Une attention particulière a été portée sur la capacité des équipes concernées à évaluer la réalité de l'accessibilité des supports afin de garantir les résultats attendus.

Le Groupe La Poste a également réalisé, en partenariat avec neuf autres entreprises, un film de sensibilisation destiné à l'ensemble des collaborateurs travaillant sur des contenus Web, mobile ou e-learning ainsi qu'un module e-learning générique accessible à tous les postiers via la plate-forme de formation du Groupe.

6.2.1.3 Un vivier de prestataires pour accompagner les équipes

Outre l'intégration de critères d'accessibilité dans les cahiers des charges, Le Groupe La Poste fait appel à un vivier de prestataires spécialisés pouvant l'accompagner sur la mise en accessibilité et l'évaluation de l'accessibilité de ses productions numériques ou encore le développement de composants applicatifs accessibles.

6.2.2 Renforcer l'accès au numérique dans les points de présence postale territoriale

L'équipement numérique des points de présence postale territoriale se développe grâce notamment aux financements prévus dans le contrat de présence postale territoriale. Financé par le fonds de péréquation, l'équipement numérique des agences postales communales et des maisons de services au public (MSAP) est mis à la disposition du public. En fonction des conditions locales, le type d'équipement est adapté et décidé au sein des commissions départementales de présence postale territoriale (CDPPT).

6.2.2.1 La médiation numérique

Les chargés de clientèle présents dans les 504 MSAP ont été formés non seulement à la navigation dans les sites des opérateurs partenaires mais aussi à la médiation numérique, de façon à guider au mieux les personnes recourant aux services de la MSAP et, au besoin, de les orienter vers une association spécialisée. Cette formation a été conçue par l'Adrets, structure spécialisée dans la médiation en milieu rural et zones de montagne. Le contrat de présence postale territoriale

2017-2019 identifie en outre la médiation numérique comme un des champs d'action que les CDPPT peuvent choisir de financer par le fonds de péréquation, dans le cadre de partenariats avec des acteurs associatifs. Il s'agit, en s'appuyant sur l'expérience de médiation pour l'accessibilité bancaire, d'accompagner les publics fragiles dans l'accès aux services numériques. Des premières actions ont été menées avec WeTechCare (voir plus bas) et des contacts sont en cours avec d'autres partenaires, notamment la MedNum, coopérative des acteurs de la médiation numérique.

6.2.2.2 L'accès au numérique pour tous

Développée par Tikeasy, filiale du Groupe La Poste, la tablette numérique Ardoiz® est disponible dans tous les bureaux de poste depuis octobre 2016. Près de 20 000 tablettes ont déjà été vendues. Ardoiz® répond à un besoin croissant puisque plus de la moitié des plus de 70 ans n'est pas connectée⁽¹⁾. Cette tablette à l'ergonomie simplifiée facilite l'utilisation d'Internet : les applications essentielles sont préinstallées, la navigation simplifiée, la taille des caractères réglable. Pour accompagner les détenteurs d'Ardoiz®, des postiers ont été formés pour aider les seniors à mettre en service leur tablette à leur domicile. Un numéro vert est mis à disposition pour répondre aux questions des utilisateurs. En 2017, Ardoiz® a reçu le label « Testé et approuvé par les seniors » de l'organisme de certification Afnor, une reconnaissance qui souligne l'adaptation du produit aux besoins des seniors, leur caractère fonctionnel et leur simplicité d'usage.

6.2.2.3 Développer la maîtrise du numérique par tous

La Poste propose à ses partenaires des ateliers de promotion et de découverte du numérique. Ainsi, à travers l'association Nos quartiers ont des talents, des jeunes diplômés ont été invités à participer au Lab Postal 2017. Ils ont ainsi pu découvrir les innovations soutenues par La Poste et participer aux ateliers et conférences. Un module sur les métiers du numérique avec un zoom sur la promotion de ces métiers auprès des filles a notamment été déployé en 2017. Avec E2C, le réseau des Écoles de la deuxième chance, La Poste propose également à des jeunes de participer au Lab Postal. Des modules de sensibilisation aux objets connectés, à la sécurité et aux langages (découverte) leur ont été proposés, ainsi que des techniques de recherche d'emploi en utilisant l'outil informatique. Avec le Foyer de Cachan/lycée Robert-Keller plusieurs modules sont proposés aux élèves :

(1) Source : Credoc, baromètre du numérique 2016.

sensibilisation à la sécurité informatique, protection de ses données, de son image, promotion de la solution Digiposte, accès à la culture au moyen du numérique, découverte de la programmation informatique. Avec #stopillettrisme, La Poste offre des ateliers de découverte des outils bureautiques et d'utilisation du téléphone effectués par les tuteurs.

6.2.2.4 Faire du numérique une opportunité de nouveau métier pour les postiers

Le Groupe La Poste va même plus loin, en transformant la transition numérique en une véritable opportunité pour des postiers non informaticiens (facteurs, guichetiers, postiers des services support, etc.) ayant une appétence pour l'informatique et souhaitant s'orienter et évoluer vers les métiers du développement Web. La Poste a choisi l'école Simplon pour dispenser des formations en codage informatique et en développement Web et mobile. D'un point de vue pratique, la formation est dispensée en alternance sur une durée de huit mois, sur le temps de travail des élèves alternants. Le succès de ce dispositif a été confirmé lors de la constitution de la deuxième promotion : 19 postiers ont été sélectionnés parmi près de 600 candidats, soit un doublement des candidatures par rapport à 2016.

6.3 L'inclusion sociale par le numérique

6.3.1 La Banque Postale lance son plan d'inclusion bancaire par le numérique

À l'occasion des premières Assises de la Banque citoyenne qui se sont tenues le 21 mars 2017, La Banque Postale a annoncé le lancement d'un plan d'inclusion bancaire par le numérique. Par ce plan, elle souhaite apporter des réponses aux défis liés à la transition numérique et maximiser les opportunités qu'elle représente pour le plus grand nombre. Ce projet, pionnier dans le secteur bancaire, a été co-construit avec des référents de l'action sociale, spécialistes du numérique.

En France, environ 5 millions de personnes sont en situation de précarité financière et/ou exclusion numérique⁽¹⁾. Une étude menée en février 2017 par La Banque Postale dans un panel de bureaux de poste

situés dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville a montré que la moitié de ses clients rencontrent des difficultés avec le numérique. Parmi eux, 26 % sont en forte précarité, voire en exclusion numérique, tandis que 24 % sont en faible précarité numérique.

Le plan proposé par La Banque Postale concerne tous les clients qu'ils soient en situation d'exclusion, de faible ou de forte précarité numérique. Il se déclinera en trois actions phares :

1. Proposer une alternative relationnelle physique ou à distance au 100 % numérique aux personnes exclues du numérique, chaque fois que cela est possible.
2. Accompagner vers la transition numérique les personnes en forte précarité numérique.
3. Développer des services numériques inclusifs pour les personnes en faible précarité numérique.

Ainsi, La Banque Postale souhaite œuvrer à des alternatives pour que la digitalisation des services bancaires et d'assurance n'exclut aucun de ses clients notamment les plus éloignés du numérique. Elle s'engage aussi à mener des actions de détection, d'accompagnement et de pédagogie au numérique pour réduire les conséquences de la fracture digitale sur l'accessibilité aux produits et services bancaires. Pour mettre en œuvre ces propositions, La Banque Postale s'appuie sur les équipes du Réseau La Poste et sur un acteur social, spécialiste du numérique, WeTechCare, association créée par Emmaüs Connect, avec qui elle a signé un partenariat. À travers ce partenariat destiné à se construire dans la durée, La Banque Postale soutient notamment le développement du site <https://lesbonsclics.fr> dont elle co-construit la rubrique « Services financiers » pour proposer des outils pédagogiques accélérateurs d'usage et d'autonomie autour de services bancaires en ligne tels que consulter ses comptes, imprimer un relevé d'identité bancaire, effectuer un virement.

6.3.2 Donner accès à tous à une identité numérique

Lancé en 2015, le service « Identité numérique » de La Poste permet de s'authentifier en ligne de façon sécurisée sur des sites marchands et administratifs. L'identité numérique de La Poste, créée en ligne et vérifiée à domicile par le facteur, est reconnue par FranceConnect (le bouton qui permet de se connecter aux services publics en ligne). Plus besoin de mémoriser de multiples identifiants et mots de passe, toute personne disposant d'un compte auprès de La Poste

(1) Source : WeTechCare et Emmaüs Connect.



peut se connecter à tous les services publics en ligne en utilisant un identifiant unique. Ce compte permet aussi de recevoir ses lettres recommandées en ligne et de se connecter à tout site ayant intégré le bouton de connexions « identité numérique ».

6.4 La Poste engagée pour un numérique utile et démocratisé

6.4.1 La Poste, promoteur d'un numérique à faible empreinte écologique

Le Groupe La Poste dispose d'un parc informatique important, incluant l'ensemble des *datacenters* ⁽¹⁾, environ 17 000 serveurs, 157 000 postes de travail, 76 000 systèmes d'impression, 40 000 lignes actives de téléphonie mobile pour un usage professionnel ainsi que 100 000 lignes relatives au programme Facteo de la branche Services-Courrier-Colis. La Poste met en place plusieurs actions pour réduire l'empreinte environnementale liée à ses systèmes d'information et de communication.

6.4.1.1 L'évaluation des émissions de GES du parc informatique

Le Groupe La Poste a développé la solution Greenargile avec Dotgreen/Systancia ⁽²⁾, pour évaluer les émissions de GES 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. Après une phase de recensement du parc informatique relatif à l'année 2015, l'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. Les émissions de gaz à effet de serre des 600 000 équipements informatiques sont estimées à 51 000 t eq CO₂. La consommation énergétique est évaluée à 166 GWh.

Le Groupe prévoit de réaliser cette mesure à nouveau en 2018, afin de connaître les économies réalisées grâce aux actions mises en place.

6.4.1.2 Les mesures de réduction de l'empreinte carbone du Groupe

Les cahiers des charges de La Poste comportent des exigences de labels (par exemple EPEAT ⁽³⁾ Gold pour les ordinateurs) concernant notamment la performance énergétique. Les critères environnementaux pèsent pour 15 % à 25 % dans la note globale du prestataire. Ainsi, 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 Energy Star. En 2016, un guide pour aider les acheteurs à la mise en œuvre de consultations avait été diffusé dans le Groupe. Ce guide concerne à ce jour les achats d'équipements et permet une approche globale intégrant la dimension sociale et la dimension technique de manière approfondie. Il indique les critères minimaux devant être exigés par les acheteurs ou les aide à évaluer les déclarations de fournisseurs, notamment concernant les critères sociaux. En 2017, il a été complété pour couvrir l'achat de prestations d'hébergement et d'infogérance, avec notamment l'exigence du label ASHRAE ⁽⁴⁾ pour le choix des *datacenters*, et un point d'attention sur les degrés de délégation pour l'infogérance.

6.4.1.3 Une démarche d'écoconception logicielle pour améliorer l'efficacité des applications informatiques

Début 2016, les directions des systèmes d'information (DSI) et RSE des branches Services-Courrier-Colis et Numérique ont co-construit un guide d'écoconception logicielle à destination des développeurs (logiciels internes et sites Web) du Groupe. Cette démarche pionnière a dégagé en 2016 49 bonnes pratiques, dont 29 ont été testées en 2017. Des améliorations ont été apportées dans les processus mis en œuvre par l'usine de développement des applications logicielles. L'automatisation de certaines tâches auparavant manuelles permet notamment de réduire les consommations de ressources. Des étapes telles que la vérification de la qualité du code, l'analyse de dette technique au regard de l'état de l'art ou le parcours

(1) Les plus importants étant basés à Clermont-Ferrand, à Trélazé et à Saint-Ouen.

(2) Dotgreen/Systancia est une jeune PME innovante editrice 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.

(3) EPEAT : label international qui porte sur l'écoconception des produits informatiques et électroniques. Il inclut le label Energy Star.

(4) American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers.

de déploiement d'une application ont été automatisées assurant un gain de productivité et la réduction des consommations d'énergie. Pour 2018 et les années suivantes, le souhait de la branche Services-Courrier-Colis, de la branche Numérique et des équipes Green IT du Groupe La Poste est d'engager des travaux visant à accompagner les maîtres d'œuvre dans la conception même des applications (fonctions, contenus, choix graphiques) afin de les aider à tendre vers la frugalité. En 2017, Le Groupe La Poste a lancé une étude de recensement des initiatives liées à la blockchain ⁽¹⁾. Cette étude permettra de réaliser un rapport de sensibilisation présentant les concepts, les initiatives existantes dans le Groupe qui sont favorables à la transition énergétique et les perspectives qu'elles ouvrent. Les tendances déjà identifiées concernent par exemple l'autoconsommation énergétique collective (la blockchain permet à des particuliers de produire, vendre et acheter de l'énergie entre eux sans nécessiter d'intermédiaire et facilite donc la mise en place de boucles locales) ou encore le traçage strict du carnet d'entretien d'un véhicule sans possibilité de fraude.

6.4.2 Donner aux personnes le contrôle de leurs données

L'acceptabilité de la collecte et de l'usage des données dépend de la capacité de l'utilisateur à reprendre le pouvoir sur sa donnée et de l'équilibre entre la donnée confiée et les services reçus en retour. Le VRM (*Vendor Relationship Management*) renverse la logique du CRM (*Customer Relationship Management*) où l'entreprise contrôle la relation avec le client. Le portail « Mes données personnelles » sera déployé courant 2018, après une première phase de test en interne. Il constitue une première réponse de La Poste à l'engagement 2 de la charte Data de redonner aux personnes le contrôle de leurs données. Des travaux de cadrage ont été initiés sur l'achat-revente des données, avec pour objectif de sécuriser les outils et process permettant au Groupe de réaliser des opérations dans le respect de la réglementation et de la charte Data, et en transparence vis-à-vis des fournisseurs et clients. Ce premier cadrage a permis d'identifier les chantiers suivants :

- mettre en place un binôme achats/métier pour sélectionner les data/fournisseurs du marché ;
- mettre en place un dispositif de référencement

et un process de fourniture ;

- labellisation des fournisseurs de données ;
- sécurisation et certification des outils de traitement ;
- labellisation des consommateurs de données, audits amont et aval.

6.4.3 Digiposte, le coffre-fort numérique

La division confiance numérique du Groupe La Poste a pour objet de renforcer la position de La Poste en tant que tiers de confiance des Français dans sa mission de simplifier et de sécuriser les échanges numériques de tous les Français.

Depuis 2010, elle a développé Digiposte, un service qui permet aux particuliers de simplifier leurs activités administratives personnelles, de gagner en temps et en sérénité. Lancé en octobre 2016, Digiposte+ est un véritable assistant numérique qui permet de déléguer à une application mobile la gestion de sa vie administrative. L'utilisateur est accompagné dans la réalisation de ses démarches administratives (renouvellement de pièces d'identité, inscription sur les listes électorales, etc.) avec la fourniture de la liste des documents nécessaires, la gestion par dossiers, le stockage de documents actualisés à chaque envoi. Les utilisateurs de Digiposte+ contrôlent et gèrent eux-mêmes leurs données personnelles et les autorisations de partage. Les envois de documents sont sécurisés lors des partages comme lors de leur récupération. La protection et l'accessibilité des informations personnelles sont garanties par leur conservation dans le coffre-fort numérique de La Poste, Digiposte. Les données sont conservées pour une durée illimitée et hébergées en France. Digiposte est également une plate-forme qui simplifie et sécurise les échanges entre les entreprises et les particuliers : pour les entreprises, c'est un accès direct et sécurisé aux particuliers pour interagir avec eux (dématérialisation, démarches, communication, etc.) ; pour les particuliers, c'est un moyen simple et centralisé de gérer ses relations avec tout l'écosystème de fournisseurs et prestataires. À ce jour, Digiposte est utilisé par plus de 1 200 entreprises PME et grands comptes et plus de 2,3 millions de particuliers. La plate-forme enregistre plus de 1,6 million de visites en ligne et plus de 4 millions de documents par mois.

⁽¹⁾ La blockchain est une technologie de stockage et de transmission d'informations sans organe de contrôle sous la forme d'une base de données dont les informations, envoyées par les utilisateurs, sont vérifiées et groupées à intervalles de temps réguliers en blocs, liés et sécurisés grâce à l'utilisation de la cryptographie, et formant ainsi une chaîne.



6.4.4 La Poste, promoteur d'une connaissance numérique de base pour tous les publics

Afin d'accompagner la transformation numérique de tous les métiers de La Poste, le Groupe a mis en place un programme de formations dont l'objectif est d'accompagner les postiers dans l'acquisition de nouvelles compétences et savoir-être pour placer la satisfaction des clients au cœur des échanges. Le programme « Tous numériques ! », déjà suivi par près de 100 000 postiers, permet à chacun de bénéficier d'une formation numérique adaptée. En 2017, Docapost, filiale de la branche Numérique du Groupe La Poste, a édité des livres blancs à destination de trois cibles cœur de son activité pour accompagner la révolution numérique :

- **ressources humaines** : « *L'Expérience numérique – la plus humaine des expériences digitales* » et « *La Fonction RH au cœur de la transformation digitale – tendances, témoignages, solutions* » ;
- **relation clients** : « *Génération "Y" : un nouveau regard sur la relation clients – l'exemple de la banque et de l'assurance* » ;
- **solutions publiques** : « *Les Collectivités territoriales au cœur de la transformation numérique de la relation citoyens* ».

Annexe chapitre 6 : indicateurs pour un numérique responsable et éthique

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
NUMÉRIQUE						
G4-EC8	Chiffre d'affaires	Branche Numérique	Millions €	560	609	672
G4-EC8	Coffres-forts électroniques	Branche Numérique	Nombre en millions	1,6	1,6	2,2
G4-EC8	Tablettes numériques installées (inclusion numérique)	Branche Numérique	Nombre en millions	–	–	4 100
G4-EC8	Formation qualifiante des postiers (codage informatique et développement Web et mobile)	La Poste	Nombre	–	–	19
G4-EC8	Parc informatique : serveurs	Le Groupe La Poste	Nombre	17 000	17 000	17 000
G4-EC8	Parc informatique : postes de travail	Le Groupe La Poste	Nombre	157 000	157 000	157 000
G4-EC8	Parc informatique : systèmes d'impression	Le Groupe La Poste	Nombre	76 000	76 000	76 000
G4-EC8	Parc informatique : lignes de téléphonie mobile (pro)	Le Groupe La Poste	Nombre	140 000	140 000	140 000
G4-EC8	Consommation énergétique du parc	Le Groupe La Poste	GWh	166	166	166



7.

Les transitions écologiques

Accompagner les transitions écologiques (énergétique et vers l'économie circulaire) est un axe prioritaire de la stratégie environnementale du Groupe La Poste. Dans le cadre de son plan stratégique » La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », Le Groupe La Poste a lancé deux projets prioritaires communs, au cœur de sa stratégie environnementale. Le premier, le projet transition énergétique, vise un triple objectif : réduire la consommation d'énergie en encourageant une utilisation rationnelle de celle-ci, développer l'utilisation des énergies renouvelables et créer de nouveaux services énergétiques. Le second, le projet logistique urbaine, a pour objectif de réduire l'impact environnemental ainsi que le coût des livraisons et des collectes, non seulement de courriers et colis, mais également de toutes les marchandises qui circulent en ville. Le management de l'énergie permet ainsi à la fois de réduire l'impact négatif des activités du Groupe sur le climat, de réduire les pollutions atmosphériques et le bruit. Le Groupe La Poste favorise la transition d'une économie linéaire vers une économie circulaire en accompagnant progressivement les changements de comportements et des modes de consommation, notamment en développant de nouvelles filières circulaires, favorisant les circuits courts ou en contribuant à l'émergence d'une agriculture urbaine. Il déploie également des plans d'actions pour la collecte et la valorisation des déchets pour lui-même et pour la société française, sous la forme d'une offre de services adaptée aux problématiques des entreprises et des collectivités.

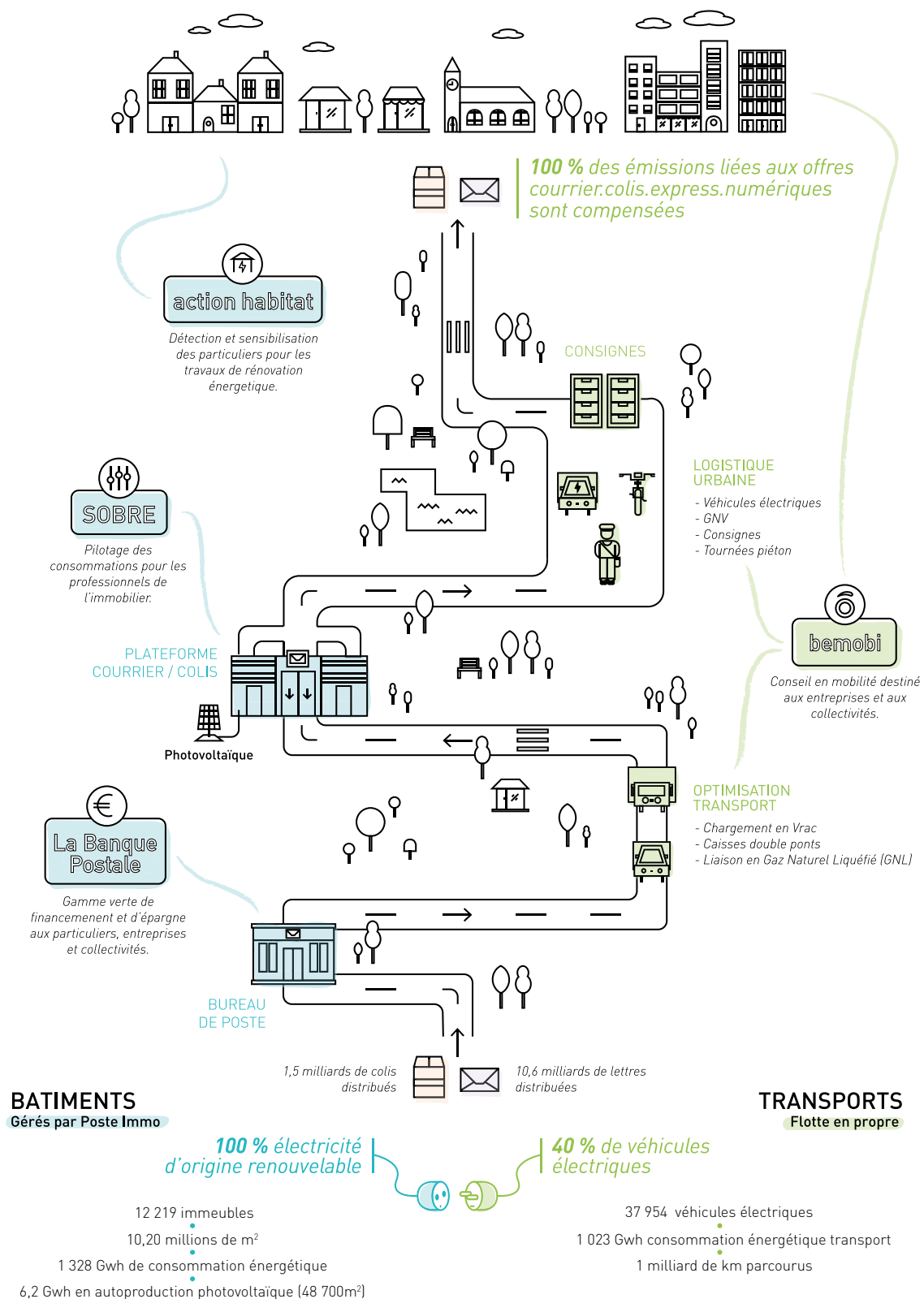
Page 100 7.1 La transition énergétique

Page 116 7.2 La transition vers l'économie circulaire

Page 123 Annexe chapitre 7 : indicateurs environnementaux

7.1 La transition énergétique

Réduction de l'empreinte énergétique



Les pays de l'Union européenne se sont engagés à réduire de 40% leurs émissions de CO₂ à horizon 2030 (par rapport à 1990). Le marché de l'énergie français est en pleine reconfiguration : prix de l'énergie incertain, essor rapide des énergies renouvelables, développement de la flexibilité, passage d'un modèle centralisé de l'énergie à un modèle distribué, utilisation des data pour prédire et piloter la production et la consommation d'énergie, et valorisation économique des émissions de CO₂.

Vision La Poste 2030

Dans son activité quotidienne, La Poste cherche à réduire ses émissions de gaz à effet de serre (GES), à rationaliser sa consommation énergétique. Ce faisant, compte tenu de sa taille, de sa surface sociale et de son rôle d'exemple, elle souhaite exercer un effet d'entraînement au sein de la société.

Scénario de référence

Dans l'avenir, les façons de consommer et de produire de l'énergie auront évolué pour éviter des impacts irréversibles sur le climat et les populations humaines. La rénovation énergétique et la mobilité propre constitueront deux outils clés de la lutte contre le gaspillage énergétique. Les technologies numériques, moins énergivores, aideront les organisations et les individus à mieux connaître, rationaliser et maîtriser leurs consommations énergétiques. Le mix énergétique sera composé d'un ensemble d'énergies (majoritairement renouvelables) produites localement, par une multitude d'unités de petite capacité.

Ambitions

Pour servir cette vision à l'horizon 2030, Le Groupe La Poste a défini trois niveaux d'intensité croissante pour son ambition (voir page 51) :

- 100% de conformité : **La Poste applique la réglementation en matière d'énergie et d'émissions associées ;**
- Être exemplaire : **La Poste se dote d'une politique énergétique globale et valorise son exemplarité auprès de ses parties prenantes ;**
- Entraîner le changement : **La Poste, accélérateur du développement des réseaux locaux d'énergie « citoyenne ».**

Objectifs clés et domaines d'action prioritaires

Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2017
Énergie/Climat/ Qualité de l'air et des milieux de vie	Réduction des émissions de GES des activités de La Poste de 20 % par rapport à 2013	Moins 14 % depuis 2013
	Détention d'une des toutes premières flottes mondiales de véhicules électriques, dont 10 000 véhicules utilitaires légers	7 197 véhicules électriques utilitaires légers détenus, soit 14 % de sa flotte de véhicules légers
	Desserte des 15 principales métropoles françaises par des dispositifs à très faibles émissions de gaz à effet de serre (GES)	12 métropoles livrées par des dispositifs à faibles émissions
	Approvisionnement en électricité 100 % renouvelable à horizon 2020 sur le périmètre des bâtiments gérés par Poste Immo	L'ensemble des consommations électriques sont couvertes depuis le 1 ^{er} mai 2016
	Des nouveaux services pour une économie bas carbone	<ul style="list-style-type: none"> • CA Bemobi : 3,1 millions d'euros • CA Action habitat : 0,5 million d'euros

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

En 2017, La Poste SA, GeoPost et La Banque Postale ont chacune pris la décision de se fixer des objectifs à horizon 2025 de réduction des émissions carbone approuvés par la *Science Based Targets Initiative*, c'est-à-dire conformes à l'Accord de Paris, pacte signé en décembre 2015, engageant l'ensemble de la communauté internationale dans la lutte contre le changement climatique, pour le maintien d'une hausse de la température moyenne mondiale inférieure à 2 °C à horizon 2100.

Par ailleurs, La Poste a renouvelé sa signature de la charte « Objectif CO₂ – Les transporteurs s'engagent » de l'Ademe en décembre 2017. La Poste s'est ainsi engagée à réduire de 4 % ses émissions de GES par tonne-kilomètre sur la période 2016-2019. Pour sa part, Chronopost avait renouvelé son engagement en 2016 en signant pour la troisième fois la charte pour la période 2016-2018 l'engageant à réduire ses émissions de GES de 5 % d'ici à 2018. Pour atteindre ses objectifs, Le Groupe La Poste déploie de très nombreux plans d'actions. Les pages qui suivent présentent ces plans d'actions et les résultats obtenus selon la structuration suivante :

- les programmes généralistes conduits au niveau Groupe qui peuvent concerner toutes ses activités ;
- pour chaque grande nature d'activité du Groupe (immobilier, logistique), les plans d'action du Groupe sont présentés, puis ceux des branches, suivi des exigences auprès des fournisseurs concernés et enfin les offres développées par le Groupe qui contribuent à la transition de la société française toute entière.

7.1.1 L'empreinte énergétique et climatique du Groupe La Poste

Voir annexes du chapitre 7 page 124.

La Poste SA a vu en 2017 ses émissions de GES légèrement augmenter (+0,3%) par rapport à l'année précédente. La forte baisse de 7,6 % des émissions liées aux bâtiments, favorisée par une alimentation en électricité 100 % d'origine renouvelable, n'a compensé que partiellement la progression des émissions liées aux transports. Celles-ci s'inscrivent en hausse de 2 %, notamment en raison de l'accroissement du trafic aérien international (+9 % en tonnes-kilomètre transportées).

Il en est de même sur le périmètre du Groupe du fait du développement international du Groupe., comme le montre le tableau suivant.

Périmètre Le Groupe La Poste			
	2015	2016	2017
Total des consommations d'énergie	6 180	6 664	7 529
Part des consommations de La Poste rapportées aux consommations du Groupe	43 %	39 %	34 %
Total des émissions de GES	1 685 504	1 729 769	1 850 611
Part des GES de La Poste rapportées aux émissions du Groupe	39 %	35 %	33 %

7.1.2 S'engager dans le management de l'énergie

L'environnement d'incitations et de contraintes qui cadre la consommation énergétique des entreprises résulte des évolutions réglementaires sur le domaine de l'énergie et de la qualité de l'air, des tendances du marché de l'énergie (fluctuation des prix, énergies renouvelables, autoconsommation, etc.), des réflexions sur les dispositifs de prix carbone et des attentes et exigences croissantes des parties prenantes.

Le Groupe La Poste souhaite que la maturité et l'exemplarité de sa gestion de l'énergie en interne soient au service de son ambition de développer des offres et solutions permettant à ses clients de réaliser leur transition énergétique. Pour cela, le Groupe a fait le choix de mettre en place un système de management de l'énergie (SME) qui lui permettra de consolider ses savoir-faire et d'assurer une convergence de l'ensemble des actions déjà engagées en matière de sobriété, efficacité et mix énergétique. Après le lancement du projet en septembre 2017, Le Groupe La Poste vise la mise sous pilotage de 100 % de ses coûts énergétiques.

7.1.3 Développer des fonds internes carbone

Les programmes de compensation des branches Services-Courrier-Colis, Numérique et GeoPost, lancés en 2012, se poursuivent (voir page 157). Ainsi, depuis 2012, 100 % des offres des trois branches sont compensées, sans coût additionnel pour les clients. Afin de renforcer la robustesse de leur positionnement, les branches déploient progressivement des fonds carbone internes, visant à sanctuariser des budgets destinés à financer des projets accélérant l'effort de réduction des émissions du Groupe.



En 2015, La Banque Postale avait lancé la première édition de son fonds carbone. Ce mécanisme de monétisation de ses émissions de gaz à effet de serre (GES) permet d'internaliser le coût que ses émissions représentent pour la société. Le fonds carbone, depuis sa création, a permis de mettre à disposition une enveloppe financière cumulée de près d'un million d'euros, à la fois pour des projets internes visant à réduire les émissions de GES de la banque et pour des projets externes en France à forte valeur ajoutée environnementale dans le cadre du programme « CLIMAT + territoires » (cf. paragraphe 5.4.3.4). Cette enveloppe est calculée sur la base des émissions de GES générées par les quatre principaux postes d'émissions de la banque, les transports, les bâtiments, l'informatique et la consommation de papier (interne et externe). En 2017, le comité de direction générale de La Banque Postale a validé l'augmentation du facteur de monétisation de l'empreinte carbone de 8 à 10 euros par tonne de CO₂ émise, confirmé la nouvelle enveloppe financière du fonds carbone interne et entériné les plans d'action associés. Chaque année, les projets internes font l'objet d'un appel à candidatures et sont sélectionnés sur la base de plusieurs critères, dont la rentabilité économique et les émissions de GES potentiellement évitées. En 2017, 11 projets supplémentaires ont été financés. Parmi les projets financés peuvent être cités des travaux de rénovation et d'efficacité énergétique des bâtiments, des campagnes de sensibilisation au développement durable en partenariat avec des ONG et associations et la mise en place de flottes de vélos à assistance électrique. Des projets pilotes innovants ont également été financés, tels que la végétalisation du toit du restaurant d'entreprise d'un centre financier, une étude sur l'optimisation de la flotte de véhicules de La Banque Postale ou encore un projet de télérelève des ressources énergétiques qui permet, grâce à des capteurs intelligents, de décomposer les consommations des bâtiments. En externe, le fonds carbone a permis de financer en 2017 aux côtés des branches Services-Courrier-Colis et Réseau deux projets environnementaux dans le cadre du programme « CLIMAT + territoires » (voir page 81). La branche Services-Courrier-Colis a également lancé la première édition de son fonds carbone interne en 2017. Le choix des initiatives financées a été confié à un jury composé de membres de plusieurs directions et de Poste Immo, parmi 51 projets déposés par les collaborateurs des établissements Courrier et Colis et des entités locales. 26 projets ont été retenus au titre du fonds carbone 2017 et déployés pour la plupart dans l'année. Ces projets abordent une grande variété de thématiques et reflètent ainsi la diversité des leviers de réduction de CO₂ possibles : *relamping* (éclairage), optimisation

des emports colis, déploiement de l'autopartage, optimisation du chauffage, installation de stations de gonflage de pneus, formations à l'écoconduite, sensibilisation aux économies d'énergie, etc. Trois projets expérimentaux ont également été retenus : la production d'électricité photovoltaïque et l'expérimentation de l'effacement énergétique, la mise en place de lampadaires solaires de parking et le test de biodiesel véhicules issu d'huile alimentaire recyclée collectée localement. Au total, une enveloppe de 400 000 euros a été allouée au financement de ces projets, dont le temps de retour sur investissement moyen est estimé à moins de trois ans. Plus de 2 000 tonnes de CO₂ seront ainsi économisées sur trois ans. Du point de vue financier, les gains cumulés sur la durée de vie des projets sont estimés à 1,8 million d'euros.

Pour la branche, très impliquée de longue date dans un programme de compensation orienté vers des projets solidaires (voir page 81), ce fonds carbone interne permet de redynamiser la réduction des émissions de CO₂ sur le terrain, d'internaliser les bénéfices liés aux économies de CO₂ et de créer une dynamique mobilisatrice auprès des collaborateurs. Opportunité pour la ligne managériale de véhiculer des projets porteurs de sens, ce concours est également source de sensibilisation et d'acculturation des collaborateurs aux enjeux de la transition énergétique et propice au développement d'un sentiment de fierté et d'appartenance des agents.

Chez GeoPost, le fonds carbone interne 2017 mobilisé par le Groupe – calculé sur la part de volume de colis – s'élève à 500 000 euros. Il est complété par des budgets mobilisés par chaque entité porteuse d'un projet pour atteindre un total de 1,7 million d'euros. Les initiatives financées ont été sélectionnées sur les bénéfices environnementaux qu'elles apportent et concernent prioritairement le déploiement de 62 nouveaux véhicules alternatifs (voir page 110), la formation à l'écoconduite de près de 900 conducteurs et l'installation de plus de 500 LED sur 2 sites.

7.1.4 Réduire l'empreinte énergétique du parc immobilier

Le Groupe La Poste, avec 12 219 bâtiments, occupe 10,2 millions de m² pour opérer ses activités en France et à l'international. 180 326 tonnes de GES en 2017 sont liées aux bâtiments.

7.1.4.1 Poste Immo – Les leviers de réduction des émissions de GES et polluants atmosphériques locaux du parc immobilier

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.

En matière environnementale, le parc immobilier du Groupe représente un enjeu important : 10 % des émissions de GES du Groupe proviennent des bâtiments et la facture énergétique s'élève à 85 millions d'euros par an. Le parc immobilier du Groupe La Poste s'impose donc comme un levier stratégique en matière de transition énergétique. Poste Immo, en tant que foncière du Groupe, prestataire de services et promoteur-développeur, agit sur tous les leviers d'économie d'énergie.

Le pourcentage de réduction de la consommation d'énergie sur l'ensemble du parc géré par Poste Immo de 2011 à 2017 atteint 13 %, en phase avec l'objectif de - 15 % que s'était fixé Poste Immo à 2020.

7.1.4.1.1 L'intégration de critères de performance environnementale dans la politique de gestion patrimoniale et immobilière du Groupe

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 qui 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 coûts d'exploitation ou de remise aux standards du marché, elle tient compte de la performance carbone des actifs et des obligations réglementaires en vigueur ou à venir. Plus large que la seule performance énergétique, la prise en compte de l'efficacité carbone des bâtiments embrasse le choix des matériaux, la préservation de la biodiversité, les transports liés au bâtiment et l'énergie. Les décisions de rotation du parc immobilier participent également à l'amélioration de sa performance globale.

7.1.4.1.2 L'approvisionnement en électricité 100 % d'origine renouvelable

Dans le cadre de la loi NOME régissant la fin des tarifs réglementés, Poste Immo poursuit son pilotage des achats d'électricité et de gaz naturel. Depuis mai 2016, Poste Immo achète de l'électricité 100 % d'origine renouvelable pour approvisionner les sites ayant fait l'objet de cette mise en concurrence. Le marché de fourniture d'électricité a été négocié pour la période allant du 1^{er} mai 2016 au 31 décembre 2019. Il permet d'alimenter sa flotte de véhicules électriques en électricité d'origine renouvelable et de diminuer les émissions de gaz à effet de serre du parc informatique du Groupe sur la phase d'usage. Les filiales de Viapost (VLC, STP et Neolog) ainsi que les sites de Docapost pour lesquels les contrats de fourniture d'électricité sont détenus en propre se fournissent également en électricité d'origine renouvelable. Outre une réduction de son empreinte carbone (plus de 33 000 tonnes équivalent CO₂ non émises en 2017), cette nouvelle mesure permet au Groupe La Poste de réduire considérablement sa facture énergétique grâce aux opportunités de marché saisies. Dans ce contexte, 2017 est la première année pour laquelle l'intégralité de la consommation électrique de Poste Immo a été garantie d'origine renouvelable : cette réussite permet à Poste Immo de remplir les objectifs que Le Groupe La Poste s'est fixés dans le cadre de son engagement dans l'initiative RE 100 ⁽¹⁾ portée par The Climate Group et le CDP.

GeoPost partenaire d'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. Après Paris Concorde et Beaugrenelle, la filiale Chronopost déploie l'énergie renouvelable sur ses espaces logistiques urbains de Toulouse et de Lille avec Enercoop, la première et plus grande coopérative en France qui fournit de l'énergie 100 % renouvelable. Plus qu'un rapport client-fournisseur d'énergie, c'est une relation de partenariat qui s'est établie entre Chronopost et Enercoop. Enercoop construit notamment des services et outils de reporting sur-mesure afin d'adapter son offre d'électricité 100 % renouvelable et aboutir ainsi à un modèle économique viable et durable pour les deux partenaires.

(1) L'initiative RE 100 regroupe au niveau global des multinationales désireuses de s'alimenter à 100 % en électricité renouvelable.



7.1.4.1.3 L'amélioration de la performance énergétique du parc existant

7.1.4.1.3.1 Grosses réparations et gros entretiens

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.

Ces prescriptions sont consignées dans un cahier des charges « Pour l'efficacité énergétique des travaux de GRGE » applicable et appliqué sur toutes les opérations de GRGE. Ce cahier des charges est un des éléments de la politique technique et développement durable de Poste Immo.

7.1.4.1.3.2 Rénovations lourdes

Concernant les opérations de rénovation globale, Poste Immo a pour objectif d'atteindre a minima le niveau BBC-Effinergie rénovation et de s'inspirer des certifications ou labels environnementaux reconnus. En 2017, sur le périmètre patrimonial, 9 opérations ont été livrées ou sont en cours avec au moins une certification environnementale. Cela représente 3,5% de la surface du parc patrimonial (soit 155 632 m²). Concernant le périmètre en promotion et copromotion, 7 opérations sont concernées pour environ 130 000 m². Les projets emblématiques que sont La Poste du Louvre et La Boétie affichent une triple certification « HQETM, BREEAM et LEED » pour une reconnaissance internationale. En fonction du contexte local, d'autres certifications peuvent également être suivies. C'est le cas notamment des projets de Marseille Colbert et Marseille TriAngle Saint-Charles qui, en plus des certifications HQETM et BREEAM au niveau excellent pour le premier, respectent les exigences du référentiel bâtiment durable méditerranéen respectivement aux niveaux or et argent.

7.1.4.1.2.3 Constructions neuves

En 2017, l'hôtel logistique urbain de Bordeaux a obtenu la certification HQETM niveau excellent en conception et deux étoiles selon le classement Afilog.

Poste Immo accompagne la branche Services-Courrier-Colis dans son programme de constructions de plates-formes colis, dites « PFC ». Ainsi, les PFC patrimoniales viseront l'obtention d'une certification environnementale HQETM, un cahier des charges environnemental étant annexé de façon systématique au dossier de consultation. Le choix d'une certification environnementale pour les PFC en location restera à l'appréciation de l'investisseur.

Poste Immo s'est engagé à réaliser un bâtiment Bepos (bâtiment à énergie positive) sur une construction neuve tertiaire. Cette action s'est confirmée en 2016, par

l'acquisition en Vefa ⁽¹⁾ du programme immobilier Opale qui se développe sur 16 900 m² et s'intègre dans le programme du village La Poste en jouxtant le Lemnys à Issy-les-Moulineaux. Le programme répond aux exigences du Bepos avec une production d'énergie supérieure à ses propres consommations. Il répond également aux niveaux excellents des certifications HQETM et BREEAM.

7.1.4.1.3.4 Bâtiments en exploitation

En juin 2012, Poste Immo a fait certifier le bâtiment de Rennes Colombier selon le référentiel HQETM Exploitation. Ce bâtiment, emblématique du patrimoine de Poste Immo, était le premier bâtiment existant n'ayant pas fait l'objet d'une rénovation lourde à obtenir cette certification. Encore aujourd'hui, il est présenté comme une référence par Certivéa. Depuis, deux autres bâtiments (Montpellier Rondelet et Bordeaux Hôtel des postes) ont obtenu la certification HQETM Exploitation. Pour ces certifications, Poste Immo ne vise pas uniquement les performances demandées pour le propriétaire, mais également les exigences de performances de l'exploitation, entraînant ainsi l'ensemble de ses prestataires (multitechniques et multiservices) dans une démarche de développement durable. Les certificats de ces trois bâtiments ont été renouvelés en 2017 avec une amélioration des profils visés.

7.1.4.1.3.5 Annexes environnementales et démarche bail vert

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 (annexe environnementale obligatoire pour les baux de plus de 2000 m² à usage de bureaux ou de commerces). Au 1^{er} janvier 2018, 195 annexes environnementales étaient signées sur les sites patrimoniaux. Poste Immo a mis en place une démarche vertueuse de gestion durable appelée « démarche bail vert ». Cette démarche a été labellisée afin d'identifier les sites et de valoriser les actions entreprises auprès des occupants. Elle vise à améliorer la qualité environnementale des bâtiments grâce à une utilisation et à une gestion responsable de ces derniers. À travers cette démarche, les occupants sont sensibilisés sur l'importance de leur rôle en matière d'économie d'énergie, notamment au travers de gestes simples du quotidien. La démarche bail vert a été mise en œuvre dans plus d'une centaine de bâtiments sur lesquels 100% des comités démarche bail vert lancés par Poste Immo ont été réalisés en 2017. Les sites concernés sont engagés réglementairement à travers

(1) Vefa : vente en l'état futur d'achèvement.

une annexe environnementale ou bien sur la base du volontariat à travers l'engagement charte tertiaire ou le concours Cube 2020. En 2017, l'application de la démarche bail vert a été étendue à une vingtaine de nouveaux bâtiments, en anticipation de la parution du « décret tertiaire ».

Poste Immo est de facto signataire de la version 2017 de la charte pour l'efficacité énergétique et environnementale des bâtiments tertiaires. Dans ce cadre, Poste Immo poursuit la collecte des consommations et le suivi des comités démarche bail vert dans une démarche d'amélioration et d'échange preneur-bailleur.

7.1.4.1.3.6 Participation au concours Cube 2020

Pour la troisième année, 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'énergie qu'ils réalisent en se mobilisant sur les bons usages et le réglage des installations techniques. Entre juillet 2017 et juillet 2018, les utilisateurs de 236 bâtiments se mobilisent pour réduire leur consommation énergétique et leur émission de GES. 40 bâtiments postaux sont en lice pour cette nouvelle édition. Poste Immo est une nouvelle fois lauréate du concours grâce au site de Laxou Champs-le-Bœuf qui enregistre une réduction de ses consommations d'énergie de 39,3%. Au total, plus de 12% d'économies d'énergie ont été réalisées en un an sur l'ensemble des bâtiments postaux participants.

7.1.4.1.4 L'innovation en faveur de l'efficacité carbone du parc

Poste Immo se veut aussi 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. Membre fondateur de l'incubateur « Immobilier de demain » en 2015, Poste Immo a renouvelé son engagement dans ce projet d'*open innovation* conduit par Paris&Co, l'agence de développement économique et d'innovation de Paris, et premier lieu d'incubation de start-up en Europe (plus de 300 start-up). Avec 15 grands groupes qui ont rejoint le projet, l'incubateur « Immobilier de demain » occupe maintenant une place importante dans la sphère de l'innovation du monde immobilier. Poste Immo poursuit des tests de solutions innovantes avec les start-up de la saison 2016, mais également avec la nouvelle promotion. Des expérimentations sont notamment en cours avec Stimergy (chaudière

numérique) et Realiz 3D (outil numérique pour des visites immersives). Enfin, Poste Immo est l'un des acteurs majeurs de la création de la société SOBRE (voir page 115) avec le cabinet EGIS et la Caisse des dépôts. SOBRE offre un outil simple permettant de mieux connaître le patrimoine immobilier, de rationaliser et d'améliorer les consommations d'énergie. SOBRE optimise le fonctionnement des installations et agit sur les comportements et bons usages pour réaliser 10% à 15% d'économies sans investissements. SOBRE a pour vocation de suivre les consommations énergétiques de 5 000 bâtiments postaux. Parmi ces derniers, 142 sont déjà équipés de la box SOBRE ce qui permet de réaliser des relevés automatiques des données. Une nouvelle vague de déploiement de la box est en cours sur 2018 avec 233 nouveaux bâtiments. Le périmètre des bâtiments SOBRE est amené à grandir grâce à l'intégration de nouveaux bâtiments postaux, mais également par le biais de la commercialisation externe de la solution (voir page 115).

7.1.4.1.5 Actions de Poste Immo en faveur des ENR

Poste Immo, à travers sa filiale Poste Immo Énergies Renouvelables et son partenaire Urbasolar, a été lauréate d'un appel d'offres de la commission de régulation de l'énergie (AO CRE 4) pour l'installation d'une centrale photovoltaïque sur des ombrières de parking sur le site de la PIC de Fréjorgues (Hérault). Cette nouvelle centrale de 900 kWc et de 4 700 M² de panneaux photovoltaïques s'ajoute aux 45 autres installations déjà existantes sur les toitures des bâtiments industriels de La Poste. Cet ensemble représente au total 48 700 m² de panneaux photovoltaïques et permet une production de 6,2 GWh par an, soit une économie cumulée depuis 6 ans d'au moins 2 250 t eq. CO₂ par rapport à une production d'électricité classique. L'intégralité de la production est revendue – pour 45 plates-formes dans le cadre d'un contrat d'obligation d'achat d'une durée de vingt ans, conformément aux dispositions de la CRE – et pour les ombrières de Fréjorgues dans le cadre du nouveau dispositif de complément de rémunération. Les cahiers des charges pour la construction de plates-formes intègrent depuis fin 2017 une option « PV Ready » ou « site adapté pour accueillir une centrale photovoltaïque ». Le budget d'installation d'une centrale photovoltaïque est également chiffré en option des travaux de rénovation des étanchéités des bâtiments existants.

7.1.4.1.6 Études sur l'autoconsommation

En 2017, l'autoconsommation a fait l'objet d'études internes pour les bâtiments individuels et collectifs. Poste Immo, en tant que producteur d'énergie renouvelable, s'intéresse de façon très concrète aux nouveaux modèles de consommation de l'énergie et de production



décentralisée au sein et avec les territoires.

Ainsi, plusieurs projets expérimentaux ont été menés :

Nantes Hôtel des postes : lancée en 2017, cette étude a pour but de montrer la faisabilité de mise en œuvre d'une centrale photovoltaïque sur un immeuble en cœur de ville pour une « consommation intégrale » de la production, dite autoconsommation collective. Le projet pourrait être labellisé SMILE *smart grid* des régions Pays de la Loire et Bretagne.

BISEPS (Business clusters Integrated Sustainable Energy Packages) : ce projet européen sur une zone d'aménagement concerté de la métropole lilloise a pour objectif d'étudier la faisabilité d'autoconsommation collective entre plusieurs boucles locales.

Block Chain System X : Poste Immo contribue, en tant qu'utilisateur, au projet de « marketplace » d'énergie en autoconsommation collective lancé par EDF avec l'institut de recherche technologique System X. Le projet porte sur l'utilisation de la « blockchain » pour gérer et tracer les transactions au sein d'une boucle locale. Il est actuellement en phase de développement.

7.1.4.1.7 Les enjeux du parc immobilier sur la biodiversité

G4-EN12

Voir 5.4.3.3.1 Développer la biodiversité sur les emprises du Groupe page 79.

7.1.4.2 Le Réseau – L'amélioration de l'efficacité énergétique et du confort des bureaux de poste

Le réseau de vente de La Poste occupe, à fin 2017, 1,833 million de m² pour 8995 implantations (bureaux de poste et tertiaire). L'efficacité énergétique des bureaux de poste représente donc un enjeu majeur pour la réduction des émissions de GES.

Au-delà de la reconduction du volet développement durable pour l'aménagement des bureaux de poste qui 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, l'année 2017 s'est caractérisée par un partenariat avec Poste Immo à propos de l'installation de capteurs de consommation et d'ambiance pour 123 sites correspondant à une surface de 118 648 m². Les données collectées permettront de classer les différentes typologies de bâtiment et d'usage afin d'impulser des actions visant à optimiser les consommations d'énergie pour le parc immobilier du Réseau La Poste. De plus, grâce à sa politique achat responsable, le Réseau déploie une majorité d'équipements électroniques labellisés Energy star, tels que ses ordinateurs, photocopieurs ou terminaux légers, ce qui concourt également à réduire la consommation énergétique.

7.1.4.3 La branche Services-Courrier-Colis

La direction technique de la branche déploie depuis 2015 une solution de relevé des consommations énergétiques et fluides, Indexia, à destination de ses établissements industriels ayant une consommation significative. Cette solution permet de connaître en temps réel les consommations, de donner des leviers pour agir, de maîtriser et de réduire les charges de fonctionnement des sites et de disposer d'un retour d'expériences duplicables. En 2017, 72 sites ont été pilotés par la solution Indexia, pour une consommation de 188 GWh, soit 33% de la consommation d'énergie des bâtiments de la BSCC.

Au travers des usages énergétiques significatifs identifiés tels que l'éclairage, la climatisation, le chauffage et le process, la solution a permis d'optimiser et de réduire les consommations des sites équipés, au travers d'actions comportementales (fermetures des portes de quai, arrêt des machines et du compresseur le week-end, extinction des lumières en cas d'inoccupation, etc.) et techniques (diminution des températures, utilisation du *freecooling*, *relamping*, réparation des réseaux et compresseurs, etc.).

7.1.4.4 GeoPost

La consommation d'énergie est l'une des grandes préoccupations de GeoPost/DPDgroup. Dans les agences et hubs, les systèmes de tri de colis fonctionnent à l'électricité. Étant donné que l'activité express exige le respect de créneaux horaires bien précis pour la livraison, la plupart des activités de tri s'effectuent de nuit. La consommation d'énergie est donc un élément important à prendre en compte et effectivement suivi via des indicateurs trimestriels. GeoPost est parvenu à réduire la consommation sur tout le réseau d'agences, grâce à des initiatives telles que la mise en place de systèmes d'éclairage LED ou de *smart grids*, qui améliorent l'efficacité énergétique. Plusieurs agences ont également signé des contrats avec des prestataires qui fournissent des énergies renouvelables. En 2016, plus de 16 millions de kWh ont été fournis en énergies renouvelables. En outre, certaines des agences sont équipées de panneaux solaires. Depuis 2016, un panneau solaire de 1 MWp a été installé sur le toit du site de distribution d'Oldbury, le siège social de DPD Royaume-Uni. Le système génère environ 860 MWh d'électricité propre par an, dont 85% utilisés directement sur site, et permet une réduction de plus de 400 tonnes d'émissions de CO₂ chaque année.

7.1.4.5 La Banque Postale

La politique de performance énergétique des bâtiments menée par la direction de l'immobilier de La Banque Postale est articulée autour

des trois grands axes suivants :

- favoriser les travaux d'amélioration de l'efficacité énergétique du bâti ;
- optimiser au quotidien la gestion énergétique de son parc immobilier : température intérieure des locaux, éclairage, détection des fuites, etc. ;
- inciter les comportements écoresponsables des collaborateurs.

Les actions menées dans ce cadre ont permis à La Banque Postale de réduire les émissions de GES liées à ses bâtiments sur ces dernières années malgré le développement de ses activités. Entre 2013 et 2017, La Banque Postale a vu les émissions liées aux bâtiments diminuer de 29 %. Le ratio rapporté au nombre de collaborateurs est également positif avec une diminution de 40 % des émissions par collaborateur en 2017 par rapport à 2013.

7.1.4.6 Fournisseurs et sous-traitants

Une politique de choix des matériaux est en cours au sein de Poste Immo. Cette démarche s'illustre en 2017 par la mise en place d'un contrat cadre à l'échelle du Groupe couvrant l'ensemble des besoins en luminaires avec la société Philips, dans le cadre d'opérations de rénovation et de *relamping* des bâtiments (bureaux de poste, zones tertiaires, sites industriels, etc.) et des zones extérieures. Ce contrat couvre les besoins du Groupe jusqu'en 2021. Cette politique continuera d'être déployée en 2018 sur d'autres matériaux et équipements et permettra de privilégier dans les cahiers des charges et appels d'offres l'utilisation de matériaux prenant en compte les problématiques du carbone et de l'économie circulaire.

7.1.5 Réduire l'empreinte énergétique des transports

G4-EN33

En 2017, Le Groupe La Poste a émis 1 465 315 t eq CO₂ de GES pour ses activités de transport, ce qui représente 79 % de ses émissions de GES. La réduction des émissions liées au transport est donc un enjeu majeur pour le Groupe, dont 82 % sont issues de la sous-traitance des activités colis et express (voir page 66).

Le périmètre des engagements du Groupe La Poste couvre les scopes 1, 2 et le scope 3 constitué des émissions liées à la sous-traitance transport.

7.1.5.1 La logistique urbaine ⁽¹⁾ et l'écomobilité au service d'une empreinte réduite pour Le Groupe La Poste

7.1.5.1.1 Chiffres clés des activités de transport du Groupe La Poste

Le Groupe La Poste, avec plus de 2,5 milliards de kilomètres parcourus par an, utilise une flotte propre de près de 95 000 véhicules (détails de la flotte en annexe page 124). 1,465 million de tonnes de GES en 2017 sont liées au transport.

7.1.5.1.2 L'amélioration constante des performances de la flotte de véhicules

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 (dont notamment les particules et les NO_x) et des nuisances sonores. L'alimentation des véhicules électriques en électricité garantie d'origine renouvelable accroît le bénéfice écologique de ce choix. Le parc du Groupe La Poste fait partie des plus grands parcs de véhicules électriques d'entreprise au monde.

7.1.5.1.2.1 Véhiposte : accompagner le Groupe et les branches dans le déploiement de véhicules à faibles et très faibles émissions

En 2017, Véhiposte, filiale de moyen gestionnaire de flotte du Groupe, a poursuivi son accompagnement au développement des activités des branches, directions et filiales : proposition de véhicules à faibles émissions, test et expérimentation de solutions durables.

Véhicules électriques

Véhiposte propose un catalogue privilégiant les véhicules à faibles et très faibles émissions : « Vehigreen, véhicules de distribution en mode doux » à destination de La Poste, de ses branches et filiales.

Le Groupe La Poste détient la plus grande flotte d'entreprise de véhicules électriques au monde avec 37 835 véhicules ⁽²⁾, ce qui représente 40 % de sa flotte (détails de la flotte en annexe page 124).

Véhicules GNV

2017 marque le déploiement de nouveaux marchés pour les véhicules d'exploitation avec l'introduction de véhicules au GNV sur les segments utilitaires de 10 m³ et de 11 m³. En termes de gains environnementaux, le GNV permet une réduction d'environ 15 % des émissions de GES, de 50 % des NO_x et jusqu'à 95 % des particules par rapport à un véhicule diesel classique. Les véhicules GNV sont également plus silencieux que les véhicules diesel.

(1) La logistique urbaine est « la façon d'acheminer dans les meilleures conditions les flux de marchandises qui entrent, sortent et circulent dans la ville ». La logistique urbaine est donc le premier ou le dernier maillon d'une chaîne logistique plus globale à laquelle s'ajoute une notion de transport plus propre et plus respectueux de l'environnement tout en garantissant la performance économique.

(2) Dont neuf véhicules hybrides.



7.1.5.1.2.2 Branche Services-Courrier-Colis, nombreuses expérimentations en cours

De nombreuses innovations sont en cours qui visent à améliorer en continu l'adaptation du parc de véhicules exploités par la branche à ses enjeux d'optimisation de l'emport – nécessaire avec l'augmentation des colis et la diminution du courrier – de réduction de l'empreinte carbone sur les polluants atmosphériques et de sécurisation des agents. Ainsi, concernant les véhicules quatre-roues motorisés, la direction technique de la branche a testé une solution d'assistance à la conduite avec un système qui filme la route et transmet des alertes aux conducteurs en cas de situation de danger. L'objectif est d'améliorer les habitudes de conduite. Dix véhicules ont été équipés à Marseille. La BSCC a déployé en test dix Citroën Berlingo électriques (B9E) et a continué de déployer les nouvelles Kangoo ZE équipées de la batterie 33 kW. Au total, plus de 7 000 véhicules électriques de type fourgonnettes 3 m³ ou 4 m³ sont aujourd'hui en circulation à la BSCC.

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, notamment avec des travaux sur la technologie des batteries aluminium ;
- rendre plus propres les véhicules circulant en milieu urbain ;
- participer à la mobilité routière de demain avec l'avènement du véhicule connecté ;
- travailler sur des véhicules électriques de dimensions différentes.

En 2017, le partenariat a concentré ses efforts sur le test du Master électrique, à Paris, à Bois-d'Arcy et au sein de Chronopost.

Concernant les véhicules triporteurs, des tests en laboratoire ont porté sur une remorque à assistance électrique, un véhicule électrique 100 % motorisé, le remplacement de la roue avant par deux roues grâce auxquelles la charge reste horizontale, un véhicule électrique possédant un grand volume de stockage à l'avant, un guidon de vélo connecté au smartphone Facteo, permettant de guider le facteur tout au long de sa tournée, d'alerter automatiquement le manager en cas

d'accident, de signaler les points de remise des objets spéciaux. Des solutions d'aménagement des véhicules pour un emport optimisé sont également en test.

7.1.5.1.2.3 GeoPost, focus sur les expérimentations de véhicules alternatifs et le déploiement des véhicules au GNV

Le fonds carbone interne (voir page 103) mis en place par GeoPost a fléché prioritairement le financement de véhicules fonctionnant au GNV et autres véhicules alternatifs contribuant à réduire l'empreinte carbone de la branche. 62 véhicules ont été financés par ce biais et en 2017.

Afin de répondre à un besoin croissant d'augmenter l'autonomie et l'emport de ses véhicules électriques, DPD France, filiale française de GeoPost, a testé en 2017 un véhicule utilitaire léger 100 % électrique, en conditions réelles d'exploitation. Le choix de véhicules GNV et électriques, non concernés par les restrictions liées à la circulation alternée lors des pics de pollution, coïncide avec la politique de remplacement de la flotte de DPD France et de ses prestataires pour des véhicules à la norme Euro 6.

D'autres expérimentations portent par exemple sur :

- des points de recharge intelligents qui permettent à des véhicules électriques en vacance de remettre en circulation l'électricité disponible dans leur batterie ;
- un système électronique adaptant l'assistance électrique en fonction de la charge emportée, de manière à prolonger la batterie ;
- la modification de carrosserie d'un véhicule de 4 m³ permettant un emport de 8 m³.

Au total, les cœurs de villes de 57 villes ou métropoles sont desservis par des véhicules au GNV et 9 poids lourds au GNV circulent entre Paris et Lyon.

7.1.5.1.3 L'optimisation des tournées et des chargements

Cœur de métier et de rentabilité des branches de distribution du Groupe – Services-Courrier-Colis et GeoPost –, l'optimisation des tournées et des chargements est leur préoccupation principale et quotidienne.

7.1.5.1.3.1 Branche Services-Courrier-Colis

La refonte du schéma directeur territorial initiée en 2016 est en train de construire un réseau multiflux de proximité qui optimise les circuits de livraison et de collecte. À fin 2017, 78,4 % des liaisons nationales de l'activité colis de la branche Services-Courrier-Colis étaient réalisées avec le mode de chargement en vrac. 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. Le mode vrac contribue également à faire face à l'enjeu de mutualisation des flux. L'objectif est simple : emporter

des objets divers plus nombreux par kilomètre parcouru. Outre le développement de sa flotte de véhicules à faibles et très faibles émissions, La Poste maintient ses tournées piétonnes et à vélo, désormais tous à assistance électrique, offrant de meilleures conditions de travail pour les facteurs, améliorant la capacité d'export et apportant une réponse à l'allongement des tournées observées dans certains territoires (notamment lié au phénomène d'étalement urbain). À fin 2017, plus de 50 % des tournées facteurs (courrier) étaient réalisées en mode électrique ou doux (pied et vélo) et de nombreuses expérimentations de nouveaux véhicules sont en cours.

7.1.5.1.3.2 GeoPost

Ainsi, GeoPost a dépassé dès 2016 l'objectif qu'il s'était fixé pour 2020 de réduire de 10 % l'intensité carbone de son activité de livraison de colis (- 10 % t eq CO₂/colis base émissions 2013). Pour GeoPost, le défi principal reste la bonne gestion des flux massifs de fin d'année, avec l'anticipation de la mise en place de capacités complémentaires permettant de livrer des colis dans les mêmes conditions d'intensité carbone, en garantissant la satisfaction des clients. Les solutions Predict et Precise (voir page 155) participent à l'amélioration du taux de réussite dès la première livraison.

Intensité carbone en kg eq CO ₂ /colis		
2015	2016	2017
0,779	0,747	0,738

7.1.5.2 Impacts environnementaux locaux

7.1.5.2.1 Impact sur les polluants atmosphériques locaux

Comme en témoignent les mesures prises par les différentes autorités nationales et locales pour limiter la circulation des véhicules les plus polluants dans les cœurs des villes, la pollution de l'air s'est imposée comme un problème majeur de santé publique. Le Groupe La Poste a accentué depuis quelques années sa montée en expertise sur ce sujet. Inspirée de la démarche de management du carbone, une démarche de management de la qualité de l'air a été mise en place pour l'ensemble des activités du Groupe :

Prévenir. Afin de réduire les émissions de polluants, Le Groupe La Poste améliore sans cesse la qualité de sa flotte de véhicules (voir page 109). Sa politique de renouvellement des véhicules lui permet également de maintenir un parc jeune (32,95 mois en moyenne en 2017, contre 36,29 mois en 2016) de véhicules parmi les plus performants.

Mesurer. Le Groupe La Poste travaille depuis 2015 sur la mesure des émissions de polluants atmosphériques de sa flotte de véhicules, en collaboration notamment avec l'Ademe et France Nature Environnement.

Réduire. Le Groupe La Poste développe des démarches actives de réduction des polluants atmosphériques au travers de sa politique de choix de véhicules et de sa démarche de logistique urbaine (voir page 108), qui consiste à développer des dispositifs de livraison à faibles émissions pour desservir les métropoles et les villes de plus de 100 000 habitants.

La Poste suit, depuis 2015, les émissions de quatre polluants réglementés dans le cadre des normes Euro. Le périmètre de ce suivi est celui de la flotte de véhicules gérée par Véhiposte, filiale du Groupe.

Émissions de polluants atmosphériques locaux de La Poste

En tonnes – périmètre : flotte gérée par Véhiposte, soit 64 % des kilomètres parcourus par le Groupe.

	2015	2016	2017	Évolution 2017-2016
Émissions de monoxyde de carbone (CO)	489,59	446,73	411,93	- 8,4 %
Émissions d'hydrocarbures (HC)	52,38	52,22	63,83	22,2 %
Émissions d'oxydes d'azote (NOx)	173,99	153,32	134,33	- 14,1 %
Émissions de particules (PM)	6,81	4,69	3,97	- 11,6 %

Si une partie de ces diminutions provient d'une baisse des kilomètres parcourus, elles résultent également de plusieurs types d'actions, parmi lesquelles : les formations à l'écoconduite, qui permettent de réduire les consommations de carburant ; le renouvellement régulier des véhicules automobiles en faveur de modèles moins consommateurs de carburant et moins émetteurs de polluants ; l'augmentation du nombre de véhicules électriques.

En 2017, l'impact sur la pollution atmosphérique a été intégré en tant que critère qualitatif dans le calcul du coût total de possession des véhicules. Ce parti pris est une manière de sensibiliser les opérationnels à l'importance de ces enjeux sur le coût de renouvellement de leur flotte. Une réflexion est en cours pour l'intégrer ainsi que le critère « émission de CO₂ », non plus comme un critère qualitatif, mais quantitatif. En attendant le développement des technologies qui permettrait de n'utiliser que des véhicules à faibles émissions, Véhiposte rajoute également le parc de véhicules thermiques. Dès l'entrée en vigueur du programme Crit'Air, destiné à réduire la pollution en favorisant la circulation des véhicules les moins polluants, Véhiposte a équipé des pastilles adéquates 100 % des véhicules qu'il gère pour le Groupe. La Poste a reçu le 5 janvier 2017 un prix d'honneur pour son engagement en faveur d'une meilleure qualité de l'air, décerné par le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer.

Répartition de la flotte de véhicules automobiles gérée par Véhiposte pour Le Groupe La Poste selon le classement Crit'Air

Classement Crit'Air	Nombre de véhicules concernés en 2016 ⁽¹⁾	Nombre de véhicules concernés en 2017 ⁽¹⁾
0	10 285	13 163
1	84	65
2	44 036	43 176
3	1 595	187
4	2	2
5	0	0

(1) Périmètre : uniquement les véhicules actifs au 31 décembre hors deux-roues motorisés et dont Véhiposte est propriétaire.

Sur le périmètre de la flotte interne gérée par Véhiposte, 96 % du parc des voitures et des utilitaires sont, à ce jour, conformes aux normes Euro 5 et Euro 6 ou à motorisation électrique.

Dans les années à venir, l'écomobilité sera assistée 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 s'est fixé l'objectif d'équiper 10 000 véhicules de la flotte du Groupe La Poste d'ici à fin 2018. Avec 3 expérimentations en cours et près de 3 000 véhicules équipés à ce jour, Véhiposte est en ligne avec son objectif.

7.1.5.2 Impact sur le bruit et réduction des nuisances sonores

La pollution sonore est une préoccupation de plus en plus forte, considérée aujourd'hui comme un problème de santé publique. Depuis plusieurs années, La Poste s'efforce de réduire le bruit lié à l'exercice de son activité.

La Poste est adhérente de l'association Certibruit, dont elle détient le label. Ce label permet de valoriser les efforts entrepris notamment par les acteurs de la logistique urbaine et de la distribution en matière de livraison silencieuse de nuit et de limitation du trafic de fret le jour.

Le bruit généré par l'utilisation de la flotte de véhicules du Groupe est réduit grâce :

- au développement des véhicules à motorisation alternative moins bruyants (électrique, GNG, hydrogène, etc.) ;
- au développement des stations Pickup ;
- à la modernisation de la flotte : les nouveaux véhicules sont généralement moins bruyants que les anciens ;
- au remplacement des deux-roues essence par des véhicules électriques.

Par ailleurs, 36 % des tournées ne génèrent aucun bruit puisqu'elles sont réalisées à pied ou en vélo à assistance électrique.

Enfin, concernant les sous-traitants ayant des véhicules qui circulent en Île-de-France, Viapost exige la certification PIEK afin d'inciter les acteurs de la livraison en centre-ville à réduire leurs nuisances sonores. Cette certification garantit un niveau maximal de bruit, répondant ainsi aux attentes de manutention et de transport plus silencieux pour les riverains.

7.1.5.3 La réduction des impacts environnementaux 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 mobilité (plans de déplacements entreprise, PDE) mis en place, sont également intégrés dans la politique d'écomobilité du Groupe.

7.1.5.3.1 Les déplacements professionnels

La Poste a adopté une politique relative aux déplacements professionnels qui poursuit trois axes majeurs en ligne avec la stratégie de La Poste. Le premier axe concerne l'optimisation des dépenses. Le deuxième axe met en avant l'orientation responsable des voyages et notamment l'impact environnemental. Enfin, le troisième axe prend en compte la dimension socialement responsable, en intégrant la considération de la personne et la réduction des risques juridiques sociaux et fiscaux. Concrètement, la politique voyage privilégie le train plutôt que l'avion et les réunions à distance plutôt qu'en présentiel en s'appuyant notamment sur le déploiement d'une nouvelle plateforme collaborative (.COM1) depuis octobre 2017 avec pour cible plus de 200 000 collaborateurs du Groupe connectés à fin 2018.

Cette politique vise à maîtriser et à réduire les émissions de gaz à effet de serre liées à ces déplacements. 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. L'application de Véhiposte pour smartphone permet un suivi de ses usages par chaque utilisateur de véhicules de fonction.

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 g eq CO₂ par kilomètre depuis 2010.

En 2017, Véhiposte a démarré la rationalisation du catalogue de véhicules de fonction proposés en France et un travail de diversification de l'offre en matière de motorisation (hybride, essence) est en cours.

Évolution du taux moyen d'émissions de GES du parc de véhicules de service et de fonction géré par Véhiposte (en g eq CO₂ par km)

G4-EN19

2015	2016	2017
111,39	102,1	99,3

Évolution des émissions de GES liées aux déplacements professionnels en train et en avion ⁽¹⁾ en t eq CO₂

2015	2016	2017
9 366	9 836	13 029

(1) Émissions déjà incluses dans le total transports et bâtiments.

Malgré une politique voyage privilégiant les déplacements professionnels en train en métropole, l'augmentation des émissions de GES de 32 % s'explique par une plus grande intensité des déplacements professionnels aériens long-courriers dans le cadre d'une stratégie de conquête et de développement des activités du Groupe à l'international.

7.1.5.3.2 Les déplacements domicile-travail : une nouvelle dynamique pour des plans de mobilité ambitieux

Pour l'année 2017, 13 % 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. Depuis 2013, le télétravail a été intégré dans l'accord-cadre pour les collaborateurs de La Poste et se déploie également dans des filiales du Groupe. À fin 2017, 1 911 collaborateurs ont bénéficié du télétravail, en moyenne près de quatre jours par mois avec un gain estimé de deux heures de trajet aller-retour par jour en moyenne.

La Poste a déployé son premier plan de déplacements entreprise (PDE) en 2004. Aujourd'hui, plus de 60 PDE et PDIE (plan de déplacements interentreprises) existent sur l'ensemble du territoire français. Selon la loi de transition énergétique, un plan de déplacements ou plan de mobilité « vise à optimiser et à augmenter l'efficacité des déplacements liés à l'activité de l'entreprise, en particulier ceux de son personnel, dans une perspective de diminution des émissions de gaz à effet de serre et de polluants atmosphériques et de réduction de la congestion des infrastructures et des moyens de transport ». Un plan de mobilité est un plan d'action en faveur de l'amélioration de la mobilité du personnel et de l'usage des modes alternatifs à la voiture individuelle.

Après avoir réalisé en 2016 le plan de mobilité de son siège village La Poste couvrant près de 4 000 collaborateurs, Le Groupe La Poste déploie la réalisation de plans de mobilité sur 350 sites postaux. La démarche nationale de déploiement est déjà lancée sur plus de 200 sites locaux et 100 personnes environ ont été formées à la réalisation d'un plan de mobilité. Pour les établissements, c'est également l'opportunité de mettre en place un pilotage multidimensionnel (QVT, environnement, économique) et fédérateur



des parties prenantes. Un comité de pilotage réunissant les directions RSE des branches et associant la direction des ressources humaines du Groupe a permis d'accompagner les projets dans leur dimension de dialogue social avec les représentants du personnel. Bemobi, l'unité d'affaires d'écomobilité du Groupe, a également été mise à contribution pour créer des outils permettant aux établissements de cartographier les déplacements, de réaliser une enquête et de rédiger simplement un rapport réglementaire à livrer à l'autorité compétente. À travers ce kit, le Groupe souhaite :

- la mise en conformité avec la réglementation nationale de tous les établissements concernés ;
- la valorisation des savoir-faire internes du Groupe La Poste ;
- la mise à disposition d'outils clairs et simples de prise en main pour chaque établissement ;
- l'animation d'échanges réguliers afin d'assurer la bonne appropriation des outils et du dispositif.

Depuis juin 2017, chaque site est donc outillé et accompagné pour l'élaboration de son plan de mobilité. En termes de dispositif opérationnel, certains sites se sont tournés vers des abonnements vélos et des tickets de transport non nominatifs, en plus des dispositifs existants (télétravail, audio et web conférence, etc.).

7.1.5.4 La formation des collaborateurs à l'écoconduite et le pilotage des consommations

Depuis 2007, plus de 91 700 collaborateurs du Groupe ont été formés à l'écoconduite.

Dans la continuité de la formation, et pour en assurer la bonne mise en œuvre et mesurer les résultats attendus, l'unité d'affaire Bemobi a développé un dispositif de contrôle et évaluation à distance de la performance du conducteur, Mobiperf, et a commencé son déploiement en 2017 sur la DSCC de Nice. En 2017, 80 sites ont été intégrés dans le périmètre de déploiement représentant 1 220 boîtiers installés et 1 576 conducteurs formés. 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 et agir au plus tôt pour corriger le comportement des conducteurs ou détecter une dérive technique. Les tableaux de bord viennent enrichir ce dispositif en proposant, pour chaque établissement, un benchmark territorial et national.

7.1.6 Un levier achats, 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, adhésion à la charte de l'Ademe « Objectif CO₂ – Les transporteurs s'engagent », proposition de carburants alternatifs [GNV], etc.) sont pondérés à plus de 10 % de la note globale et d'autres critères, comme l'âge du véhicule et la formation à l'écoconduite des conducteurs, sont également analysés. Depuis 2015, 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.

Chez Viapost, filiale du Groupe La Poste en charge de l'achat de sous-traitance de transport pour le compte de la branche Services-Courrier-Colis, la pondération des critères RSE au niveau de la notation des transporteurs a atteint 16 % pour l'extra-zone et 11 % pour l'intrazone. À partir de 2018, les consultations menées par Viapost intégreront les exigences suivantes : obligation pour les transporteurs de remplir un questionnaire RSE en phase de sélection, exigence de norme Euro 4 au minimum (dans les règlements de consultation et cahiers des charges). La grille de notation, en phase de sélection, est également en cours d'actualisation. Cette actualisation a pour objectif notamment d'augmenter la pondération des critères RSE. Viapost a également mené un travail de concertation avec les prestataires dans le but d'identifier des leviers d'action pour progresser sur la prise en compte des enjeux RSE. Un plan d'action sera défini en 2018.

Par ailleurs, Viapost a généralisé les contrôles du respect par ses sous-traitants des normes Euro prévues lors des appels d'offres. Les anomalies sont systématiquement remontées et traitées avec le prestataire. Concernant les solutions alternatives, Viapost sollicite les sous-traitants pour qu'ils proposent des solutions de liaison au GNL (gaz naturel liquéfié). En 2017, 30 liaisons au GNL étaient opérationnelles dans le réseau d'acheminement du Groupe. Concernant les nuisances sonores, une expérience sur la réduction du bruit est menée par Viapost en Île-de-France. L'intégralité des transporteurs ayant des véhicules qui circulent en Île-de-France doit détenir la certification PIEK. Cette certification a pour objectif d'inciter les acteurs de la livraison en centre-ville à réduire leurs nuisances sonores. Elle garantit un niveau maximal de bruit, répondant ainsi aux attentes

de manutention et de transport plus silencieux pour les riverains. Par exemple, les camions sont dotés d'équipements permettant de réduire le bruit tels que des hayons silencieux, des systèmes de fermetures silencieux, etc.

En complément, au niveau national, les transporteurs certifiés peuvent gagner des points supplémentaires dans les phases de présélection par Le Groupe La Poste, s'ils répondent positivement aux questions relatives aux efforts de réduction du bruit.

7.1.7 Être transformant en développant les offres du Groupe La Poste en faveur de la transition énergétique

7.1.7.1 Les offres de services pour réduire les consommations énergétiques des bâtiments et développer les énergies renouvelables

7.1.7.1.1 SOBRE, l'offre de management de l'énergie

Le Groupe La Poste, via sa filiale Poste Immo, la Caisse des dépôts et EGIS, bureau d'études et d'ingénierie dans le domaine de la construction, filiale du groupe Caisse des dépôts, se sont associés en 2016 pour créer une société commune au service de la transition énergétique : SOBRE. Après une phase d'expérimentation en 2017 sur les parcs des groupes actionnaires, des solutions concrètes pour le pilotage et la baisse des consommations d'énergie aux professionnels de l'immobilier seront lancées début 2018. Dans le tertiaire, la facture énergétique peut être réduite jusqu'à 30 % par une simple modification des usages.

7.1.7.1.2 La rénovation énergétique des logements avec Action habitat

Avec l'ambition affichée au niveau national d'accélérer la rénovation énergétique des logements en France et de permettre la réalisation de l'objectif de la loi de rénover 500 000 logements par an, La Poste propose d'accompagner les collectivités locales dans leur politique de rénovation des bâtiments. L'offre Action habitat propose aux collectivités territoriales une gamme de services complète et modulaire, leur permettant d'optimiser les moyens qu'elles mobilisent dans cette politique publique et de changer d'échelle. Ces services associent la détection et 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. Lancée

le 15 juin 2016, Action habitat enregistre 500 000 euros de chiffre d'affaires en 2017 et couvre plus de 30 000 ménages sensibilisés sur une quinzaine de territoires à la fin de l'année 2017.

7.1.7.1.3 Le financement en faveur de la transition énergétique

Voir paragraphe 9.2.3.1 (page 158).

7.1.7.2 Les offres de services pour une mobilité décarbonée

G4-EN30

7.1.7.2.1 L'approche de logistique urbaine du Groupe La Poste : présentation et bilan

Le plan stratégique du Groupe La Poste, « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir », donne une place centrale aux préoccupations environnementales et économiques des villes : nécessité de dépolluer et de décongestionner la ville tout en maintenant l'attractivité des centres-villes et en préservant les commerces de proximité.

La logistique urbaine représente un enjeu environnemental et économique majeur : le transport de marchandises en ville 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. Pour Le Groupe La Poste, la logistique urbaine revêt aussi un enjeu d'adaptation économique (étendre ses activités, en développer de nouvelles) et sociétale (les restrictions d'accès aux centres-villes sont désormais une réalité).

Les travaux du Groupe – qui concernent aussi les branches Services-Courrier-Colis, GeoPost, Poste Immo, Véhiposte et le Réseau – en matière de logistique urbaine ⁽¹⁾ poursuivent donc les ambitions suivantes :

- étendre les activités existantes de La Poste et conforter sa position d'acteur de référence de la livraison durable en ville ;
- développer des activités nouvelles et rentables (centres de consolidation, transport alimentaire, etc.) ;
- tirer meilleur parti de ses actifs, notamment immobiliers, pour en faire un levier de désengorgement des villes.

Le Groupe La Poste déploie d'ores et déjà une démarche dans 22 métropoles et 35 unités urbaines dites « grandes villes » de plus de 100 000 habitants.

Son accompagnement de la politique de logistique urbaine des collectivités locales est fondé sur trois principes : la densification des tournées de livraisons, la livraison avec des véhicules propres et le développement de services à valeur ajoutée, déclinés en six missions prioritaires :

[1] Travaux menés dans le cadre du projet prioritaire commun (PPC) logistique urbaine. Les PPC sont des projets spécifiques à travers lesquels le président-directeur général du Groupe La Poste a délégué ses pouvoirs à certains membres du comité exécutif dans le cadre de la mise en œuvre du plan stratégique du Groupe.



- livrer de manière systématique en modes à faibles émissions ;
- améliorer l'efficacité de la livraison urbaine : en mutualisant la livraison et la collecte des marchandises réalisées avec des moyens à faibles émissions ;
- identifier dans chaque territoire les initiatives privées agissant dans le domaine de la logistique urbaine et les projets innovants et économiquement viables ;
- déployer un réseau de consignes à colis (Pickup stations) en bureaux de poste et dans les zones de grand flux ;
- étudier la logistique aval des marchés d'intérêts nationaux (MIN) pour le transport en centre-ville des denrées alimentaires et appuyer le lancement, par Chronopost Food, des offres de transport express de marchandises alimentaires.

2017 marque la signature et le déploiement de huit nouveaux projets dans les villes suivantes :

- Montpellier : signature d'une convention LU ;
- Bordeaux : démarrage d'un projet d'ELP en octobre et livraison d'un hôtel logistique urbain (HLU) en novembre 2017 ;
- Grenoble : démarrage de l'activité du projet EVOL en septembre 2017 avec la mise en place d'un CDM aux portes de Grenoble permettant de livrer de manière systématique en modes à faibles émissions et d'en améliorer l'efficacité. Des réflexions sont également en cours pour la mise en place d'ELU en ville et pour le développement de services de stockage et de préparation/livraisons de commandes dans le centre ;
- Toulouse : signature du projet Lumin'Toulouse pour la gestion du MIN de Toulouse et de la zone logistique proche de Fondéyre ;
- Rennes : signature d'une lettre d'intention en septembre 2017.

GeoPost s'appuie sur les projets lancés en France en matière de logistique urbaine pour procéder à des expérimentations ailleurs en Europe avec l'objectif qu'au moins un projet pilote soit déployé dans chaque business unit.

7.1.7.2.2 Les services d'écomobilité avec Bemobi

Le Groupe a développé depuis plusieurs années des offres destinées aux entreprises, aux collectivités et aux administrations qui souhaitent réduire l'impact environnemental de leurs déplacements ainsi que l'accidentologie. Le Groupe La Poste s'est particulièrement investi dans le développement de flottes de véhicules plus écologiques (voir page 109). 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

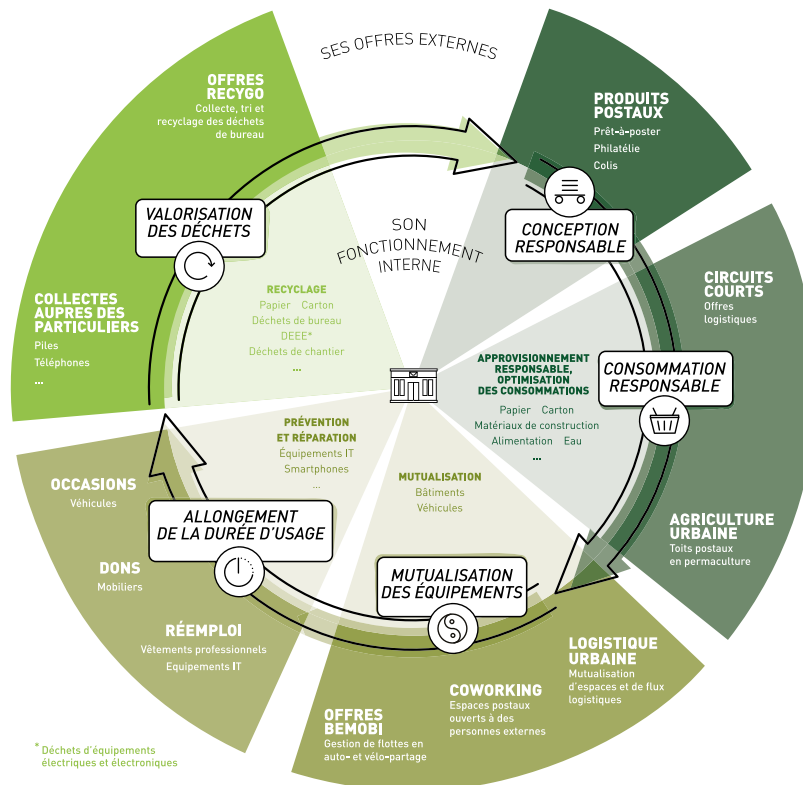
le développement de filières industrielles. L'expertise acquise de longue date par La Poste dans le domaine de l'écomobilité en fait un des acteurs les mieux placés pour développer ces offres au bénéfice de ses clients.

En 2016, La Poste avait rassemblé les offres de ses trois filiales – Greenovia, Véhiposte et Mobigreen – pour donner naissance à la marque Bemobi, nouvelle référence dédiée à la mobilité durable, au service des entreprises et des collectivités publiques. Bemobi couvre l'ensemble des problématiques écomobilité :

- **le conseil**, pour comprendre et manager sa mobilité : optimiser ses trajets, son parc de véhicules, les déplacements domicile-travail de ses collaborateurs, et définir un plan d'action adapté ;
- **la gestion** et l'optimisation des flottes, multisites, multisegments et multi-énergies : gestion pour compte tout au long du cycle de vie des véhicules (*fleet management*), analyse de l'existant et élaboration de plans d'action concrets et mesurables (restitution/ revente télématique embarquée, outil d'aide au pilotage de la sinistralité, etc.) ;
- **la formation**, pour changer les comportements des conducteurs : réduire l'accidentologie, réaliser des économies et se conformer à la réglementation en matière de prévention des risques professionnels ;
- **la mobilité collaborative** à usage professionnel : dont les offres répondent non seulement aux évolutions actuelles favorables à l'économie du partage, mais aussi à l'obligation (dans le cadre de la loi de transition énergétique) qui est faite aux grandes entreprises d'établir au plus tard en 2018 un plan de mobilité. Elles apportent des bénéfices évidents sur le plan économique, environnemental et sociétal.

En 2017, la gamme de solutions de conseil a été renforcée avec la refonte des offres sur les plans de mobilité (également appelés « plans de déplacements entreprise » ou « PDE », voir page 113) et la gamme de formation s'est étoffée avec des formations « Vélo » et « Constat amiable ». Sur le volet de la mobilité collaborative, après les offres de covoiturage lancées en 2016 et d'autopartage, Bemobi a lancé en 2017 une offre de vélopartage comportant la location longue durée et la gestion de flotte de vélos à assistance électrique pour les entreprises et les collectivités. À fin 2017, Bemobi enregistre un chiffre d'affaires de 3,1 millions d'euros et compte plus de 150 clients, toutes offres confondues. Outre les outils d'écomobilité développés pour Le Groupe La Poste et ses filiales, Bemobi a par exemple développé en 2017 pour le compte de ses clients un programme d'autopartage, 2 programmes de covoiturage bénéficiant au total à environ 5 000 personnes.

7.2 La transition vers l'économie circulaire



En 2011, le programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) a alerté sur le fait qu'en un siècle la consommation annuelle de ressources naturelles est passée de 6 milliards à 50 milliards de tonnes. Si rien n'est fait, l'humanité consommera 140 milliards de tonnes de ressources en 2050 et il faudra l'équivalent de 2 planètes Terre pour répondre à la demande et absorber la pollution. De nombreux matériaux sont déjà en cours d'épuisement. La gestion des ressources naturelles impacte l'ensemble des secteurs, obligeant les entreprises à allonger le cycle de vie des produits, à utiliser des substituts ou des matériaux recyclés et à développer une économie de la fonctionnalité, tandis que la question de l'urbanisation des terrains devient prioritaire dans le domaine agricole. On observe une incitation forte à l'innovation, à la gestion et au réemploi des déchets et à la relocalisation des activités proches de leur lieu de consommation. L'économie circulaire offre une réponse à cette raréfaction des ressources qui s'accroît avec des modes de production et de consommation non durables. Elle vise en effet, à tous les stades du cycle de vie des produits, à augmenter l'efficacité de l'utilisation

des ressources et à en diminuer les impacts, en proposant un mode de développement où croissance économique et écologie s'alimentent de manière vertueuse. Elle recouvre approvisionnement durable, écoconception, écologie industrielle et territoriale, économie de la fonctionnalité, consommation raisonnée des ressources, allongement de la durée d'usage et réemploi, valorisation des déchets pour récupérer de la matière et de l'énergie. Elle converge également avec l'émergence d'une économie plus efficiente, collaborative, qui valorise le réusage et l'optimisation de l'usage des biens : développement du partage d'équipements domestiques et de moyens de transport, commerce d'occasion, de réparation.

Scénario de référence

En 2030, les systèmes de production auront été repensés de manière globale, refondés sur des « boucles » locales et soutenables, de production et de consommation, les citoyens maîtriseront mieux leur consommation, composée de produits de meilleure qualité.

Réduisant à la fois la consommation totale des ressources naturelles, la pollution des sols et eaux et le gaspillage à toutes les étapes de la chaîne de valeur, ce nouveau modèle mettra fin à un modèle d'hyperconsommation ainsi qu'aux risques de pénurie et de blocage des systèmes industriels.

À l'échelle de l'Europe, si elle était généralisée, l'économie circulaire pourrait rapporter annuellement de 340 à 640 milliards de dollars en économies nettes de matériaux, selon la Fondation Ellen Macarthur, et entraîner une croissance de 11 % du PIB tout en assurant une meilleure répartition des richesses. Le seul secteur du recyclage pourrait générer 11 000 emplois d'ici à 2030 selon l'Ademe.

Vision La Poste 2030

Dans ce contexte, La Poste cherche à réduire les gaspillages et à recycler ses déchets et souhaite jouer un rôle moteur dans la transformation des systèmes de production et favoriser les « boucles » locales de recyclage.

Ambitions

Pour servir cette vision, Le Groupe La Poste a défini trois niveaux d'intensité croissante en termes d'ambitions (voir page 51) :

- 100 % de conformité : **La Poste applique la réglementation en matière de déchets et d'approvisionnement ;**
- Être exemplaire : **La Poste est exemplaire dans l'intégration de l'économie circulaire dans ses process et propose des offres 100 % réutilisables ;**
- Entraîner le changement : **La Poste, facilitateur d'une transition de l'économie linéaire vers l'économie circulaire.**

Le Groupe La Poste s'engage sur l'ensemble des volets de l'économie circulaire, à la fois dans ses process et dans le développement de nouvelles offres de services.

Objectifs clés et domaines d'action prioritaires

Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2017	
Adaptation de l'offre	Développer une offre favorisant le recyclage en France	CA Recygo : 14,8 millions d'euros	↗

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

7.2.1 Être exemplaire dans les activités du Groupe

L'intégration des principes de l'économie circulaire dans les activités du Groupe se fait à tous les niveaux : lors de l'approvisionnement en matières et équipements, lors de l'utilisation de ces ressources, lorsqu'une seconde vie leur est donnée, et enfin lorsque les déchets sont valorisés. Ici sont présentées les réalisations sur les ressources à plus fort enjeu pour le Groupe.

7.2.1.1 Intégrer des critères d'économie circulaire dans l'approvisionnement en matières et équipements

7.2.1.1.1 Approvisionnement responsable en papier

Le papier est la ressource à plus fort enjeu pour Le Groupe La Poste. La maturité de sa politique papier responsable est reconnue : en 2017, La Poste a obtenu le score de 75/100 au baromètre PAP50, qui évalue les politiques papier des plus grandes organisations privées et publiques. La Poste est classée première dans sa catégorie (secteur Poste/Télécoms). L'un des enjeux clés de cette politique papier porte sur la qualité de l'approvisionnement, afin de porter le choix du Groupe La Poste sur des approvisionnements en papier qui ne contribuent pas à la déforestation. En 2017, 87 % des approvisionnements en papier sont du papier dit « responsable » (+3 points par rapport à 2016). 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.

Part du papier responsable – Le Groupe La Poste

G4-EN1

	2016	2017
Papier issu de forêts gérées durablement	61,6 %	59,1 %
Papier écolabellisé	22,4 %	22,6 %
Papier recyclé	6,2 %	5,4 %
Papier non responsable	9,8 %	12,9 %

Au-delà de l'origine du papier en lui-même, des exigences sont apportées sur des ressources connexes : l'encre, les colles, les vernis etc. Ainsi, la détention du label Imprim'Vert ou la signature de la charte Print Environnement sont systématiquement exigées pour l'impression des supports publicitaires, promotionnels et institutionnels.

7.2.1.1.2 Approvisionnement responsable

pour les colis postaux

En 2017, une actualisation de l'ACV des emballages colis a montré que le taux de matière recyclée dans les emballages colis commercialisés par La Poste est à ce jour de 20 %. La quantité de matières premières utilisées diminue régulièrement : entre 2012 et 2017, la matière utilisée pour le colis format « L » a diminué d'environ 5 % (soit une baisse de 16 grammes sur cette référence). Suite à cette ACV, des pistes d'optimisation ont été identifiées et la faisabilité de leur mise en œuvre doit être testée en 2018.

7.2.1.1.3 Approvisionnement responsable

pour les autres matériaux

Une politique de choix des matériaux est en cours de réflexion au sein de la foncière Poste Immo. Elle sera lancée en 2018 et permettra de privilégier dans les cahiers des charges et appels d'offres l'utilisation de matériaux prenant en compte les problématiques du carbone et de l'économie circulaire.

7.2.1.2 Mieux utiliser les ressources

7.2.1.2.1 Consommation responsable de papier

En 2017, la consommation de papier du Groupe a diminué de 4 % et s'élève à 20896 tonnes. De nombreux leviers sont utilisés afin d'ajuster au mieux les consommations en fonction des usages. Notamment, les documents à fort volume de papier (rapports, études) sont de plus en plus dématérialisés. Le parc d'imprimantes individuelles est rationalisé, et l'ensemble des imprimantes est paramétré par défaut en recto verso. L'écoconception des supports commandés à des prestataires imprimeurs permet d'optimiser les consommations en favorisant l'utilisation de papier à faible grammage ainsi que de formats standards.

Le Groupe La Poste accompagne également ses clients dans cette démarche d'optimisation. Ainsi, Médiapost aide ses clients à sélectionner les zones de communication les plus pertinentes ainsi que le nombre de supports à communiquer : diffusion des imprimés publicitaires dans les quartiers les plus réceptifs aux offres du client tout en calculant au plus juste le nombre d'imprimés nécessaires. De son côté, Docapost, pionnier dans l'impression continue couleur, a intégré dans son parc d'imprimantes industrielles des machines permettant d'imprimer en couleur sur bobine blanche. Cette technologie permet de réduire les gâches et également les impacts environnementaux de la logistique amont et aval du préimprimé.

7.2.1.2.2 Lutter contre le gaspillage alimentaire dans les restaurants d'entreprise

Engagé dans une démarche de réduction du gaspillage alimentaire, La Poste travaille en étroite collaboration avec Elior Entreprises, prestataire



de restauration collective en charge de l'exploitation de 72 des 126 restaurants du Groupe – les autres restaurants étant gérés par des associations prestataires de restauration.

En 2017, une phase pilote a été mise en place dans six restaurants avec pour objectifs : l'identification des sources de gaspillage alimentaire tout au long du circuit du produit dans les restaurants, l'évaluation des points de gaspillage incompressibles, des sources réductibles et la quantification des déchets générés dans différents points (back-office, plonge, invendus, etc.). Suite à cette expérimentation, La Poste a identifié que les invendus représentent un poste de gaspillage important et que les stocks, bien gérés, ne génèrent pas de perte significative. Cette phase pilote permettra de proposer en 2018 un plan d'amélioration par la mise en place d'actions préventives et correctives et de rédiger un guide de bonnes pratiques à diffuser.

En parallèle, La Poste souhaite poursuivre cette campagne de pesée sur d'autres restaurants afin de valider l'efficacité des actions proposées.

Le Groupe La Poste a également exigé un reporting détaillé des indicateurs des performances extra-financières à son prestataire incluant les actions de sensibilisation des convives sur les sujets RSE. En 2017, s'est notamment déroulée une campagne de sensibilisation sur la thématique des déchets à l'occasion de la Semaine européenne de la réduction des déchets.

Campagne de sensibilisation sur la thématique des déchets : du 20 au 24 novembre 2017

- 65 restaurants
- 1 600 flyers
- 5 700 livrets conseils
- 5 ateliers « Confiture responsable » animés par 3 start-up

7.2.1.2.3 Augmentation de la durée de vie des équipements

Les équipements électriques et électroniques gérés en parc à La Poste font l'objet de réparations et de remise en service, soit à l'endroit où ils étaient utilisés, soit à un autre endroit au sein de l'entreprise. En 2017, environ 3 000 appareils ont été réparés et remis en service par la direction du support et de la maintenance. Cette gestion, ainsi que la maintenance logicielle, la sécurité et les écogestes des utilisateurs, permettent d'augmenter la durée de vie moyenne des équipements

au sein du Groupe. Ainsi par exemple, l'âge moyen de sortie de parc des ordinateurs est de 6,5 ans ; celui des imprimantes laser est de près de 7 ans. L'ensemble des facteurs est équipé d'un smartphone appelé Facteo, ce qui représentait en 2017 un parc de 90 000 appareils. En 2017, 10% du parc Facteo ont fait l'objet d'un SAV (4% sous garantie, 6% hors garantie). Lorsqu'ils sont sous période de garantie (vingt-quatre mois), ces téléphones sont systématiquement réparés et redéployés. 4 500 des téléphones en SAV hors garantie ont pu être réparés et remis en circuit auprès d'un facteur. Ce processus permet de répondre au besoin des établissements postaux, aussi bien sur l'aspect développement durable que sur l'optimisation des stocks et contribue à maîtriser le budget porté par ces établissements. L'avantage est donc écologique (réemploi interne) mais aussi économique car une réparation représente un tiers du budget par rapport à une nouvelle commande et ne nécessite pas la réinstallation des applicatifs ou de la personnalisation du matériel. Il est à noter que ce matériel est grand public et devient obsolète au regard des usages des facteurs au bout de trois ans (en lien avec l'usure de la batterie, de la mémoire, ou de l'évolution de la technologie). La durée de vie des Facteo est de trois ans, soit dix-huit mois de plus que la durée d'usage en moyenne d'un particulier ⁽¹⁾.

7.2.1.3 Donner une seconde vie aux équipements

7.2.1.3.1 Donner une seconde vie aux véhicules postaux

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. Chaque année, Véhiposte commercialise ainsi de 8 000 à 10 000 véhicules d'occasion.

7.2.1.3.2 Réemploi des vêtements professionnels

En partenariat avec la SNCF, la mairie de Paris, le ministère de l'Intérieur, le ministère de la Défense et Orée, Le Groupe La Poste teste la mise en place de FRIVEP, filière de recyclage/réemploi des vêtements professionnels. Les objectifs poursuivis sont de mettre en œuvre des solutions techniques efficaces et mutualisées pour que les donneurs d'ordres puissent traiter leurs gisements en s'assurant de la traçabilité, de la sécurisation tout au long du processus, et de la qualité des débouchés pour les matières premières secondaires dont pourront bénéficier les industriels du secteur. Ce test, auquel La Poste participe à travers une collecte expérimentale menée en 2017 avec la direction Services-Courrier-Colis Meuse Champagne-Ardenne, permettra

(1) Enquête Kantar TNS réalisée auprès de 1 505 personnes équipées d'un téléphone portable et âgées de 16 ans et plus, interrogées en ligne du 4 au 9 août 2017.

de valider la faisabilité technico-financière de la mise en œuvre d'une filière nationale de réemploi et de recyclage, créatrice d'emplois sur le territoire français.

7.2.1.3.3 Donner une seconde vie aux mobiliers

La Poste intègre de plus en plus des démarches de réemploi de ses mobiliers lors de déménagement ou de transformation 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. Dans le cadre de la création du nouveau siège du Groupe La Poste, le déménagement des équipes présentes sur le bâtiment Vaugirard, dans le XV^e arrondissement de Paris, a permis de mettre en place une opération de don de grande envergure. 4 036 tables, bureaux, assises et autres meubles ont été donnés gratuitement, soit 190 tonnes d'équipements qui ont trouvé une nouvelle vie. 63% des ressources ont été réemployées sur l'intégralité du tonnage traité lors de ce déménagement. Les dons ont bénéficié à de nombreux repreneurs internes et externes : 28 entités du Groupe La Poste comme des plates-formes Courrier ou des sites de la filiale Médiapost, ainsi que 41 acteurs de l'économie sociale et solidaire comme la Croix-Rouge, l'Armée du Salut, des régies de quartier, etc.

7.2.1.3.4 Lever les freins du réemploi des équipements électriques et électroniques

En 2017, le Groupe a réalisé un recensement des initiatives existantes dans ses différentes entités pour le réemploi et la réutilisation des équipements électriques et électroniques (EEE), en vue de définir un plan d'action pour la mise en place de programmes systématiques. En 2017, 17 000 Facteo sont sortis du parc postal. 7 000 sont partis en réemploi, après effacement de données et via une revalorisation financière. Les smartphones non réparables ou obsolètes pour les usages des facteurs sont confiés à une structure spécialisée pour leur fin de vie. Une opération d'effacement des données est effectuée, avec délivrance d'un certificat d'effacement de donnée, pour sécuriser juridiquement leur sortie du parc.

7.2.1.4 Valoriser les déchets pour recycler de la matière

7.2.1.4.1 Concentrer les déchets pour une optimisation de leur gestion

Partout sur le territoire, La Poste 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.

7.2.1.4.2 Déployer partout le recyclage des matières valorisables

Le Groupe La Poste met en place progressivement et optimise sur ses sites le recyclage des matières valorisables, en premier lieu celles concernées par l'obligation dite « 5 flux » : papier, métal, plastique, verre et bois.

Par exemple, la branche Services-Courrier-Colis, qui représente le plus grand nombre de sites postaux, s'est notamment fixé l'objectif qu'à 2020 tous les papiers et les plastiques soient recyclés. En 2017, ont été collectées et valorisées sur ce périmètre 15 600 tonnes de papiers de bureau, 332 tonnes de cartons et plastiques. 80% environ des papiers et cartons usagés sont collectés et envoyés au recyclage via l'offre Recygo et la filiale d'insertion Nouvelle Attitude.

Le recyclage matière concerne les consommables du quotidien, mais également les équipements sur des opérations de renouvellement au fil de l'eau ou ponctuelles. Par exemple, le Groupe systématise le recyclage des mobiliers professionnels en travaillant avec l'éco-organisme de cette filière, Valdelia. Ainsi, dans l'opération de déménagement du siège Vaugirard évoqué plus haut (cf. paragraphe 7.2.1.3.3), tous les équipements n'ayant pu trouver une seconde vie en tant que telle ont été envoyés au sein de filières de recyclage via Valdelia (110 tonnes).

7.2.1.4.3 Focus sur les déchets d'équipement électriques et électroniques

Le Groupe a structuré la chaîne de traitement des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) pour collecter les équipements usagés en vue d'une revalorisation, principalement sous forme de recyclage matière. 95% des DEEE émis par La Poste en 2017 ont été valorisés, ce taux en hausse de 6 points par rapport à l'exercice précédent est lié, notamment, à l'introduction d'un nouveau partenaire de l'ESS. Tous les équipements collectés en Île-de-France sont confiés aux entreprises de l'économie sociale et solidaire (du secteur protégé/adapté – EA et Esat). Lorsqu'ils ne sont pas réparables, les smartphones des facteurs sont envoyés au recyclage matière, certificat de destruction et de recyclage à l'appui. Cela a représenté 10 000 Facteo en 2017.

Cette démarche concerne également les consommables liés aux équipements électriques et électroniques. Ainsi, au Réseau La Poste, les cartouches d'imprimantes usagées sont recyclées et réutilisées, grâce à un partenariat inédit et innovant avec la société Lexmark, permettant à la fois la collecte dans les petits sites et dans les grands sites, en urbain comme en rural. Ainsi, en 2017, sur 38 000 cartouches retournées à Lexmark, 48% ont été réutilisées, après avoir été nettoyées, réencrées, testées. Les 52%



restants ont été recyclés selon la politique Lexmark de zéro incinération et zéro mise en décharge. Le total des matériaux revalorisés en 2017 dans le cadre de ce programme s'élève à 25 tonnes, soit l'équivalent de 121 tonnes de CO₂ évitées.

7.2.1.4.4 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 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 tous types de travaux et quelle que soit la taille du chantier :

- un taux de valorisation du tonnage total de déchets inertes de 75% en 2017, puis de 85% à partir de 2020 ;
- un taux de valorisation matière du tonnage total de déchets non dangereux non inertes de 70% en 2017, puis de 80% en 2020.

En 2016, un « kit gestion des déchets de chantier » a été élaboré et mis à disposition des collaborateurs. Il comporte sept documents, accessibles en ligne sur l'intranet de Poste Immo. Les Achats ont rédigé un avenant aux contrats-cadres de maîtrise d'œuvre et des entreprises de travaux pour inclure les prescriptions relatives aux déchets de chantier. La mission « Chantiers pilotes » lancée en 2016, afin d'observer l'application du kit sur dix chantiers différents, s'est poursuivie en 2017. L'objectif de cette mission est de tirer les enseignements de cette première mise en application avec tous les différents acteurs et sur un panel varié de typologies de chantier (chantiers de réhabilitation légère, chantiers de réhabilitation lourde, etc.). Cette phase pilote terminée début 2018 permettra d'adapter ce kit en tenant compte des enseignements tirés.

7.2.2 La Poste, facilitateur d'une transition de l'économie linéaire vers l'économie circulaire

7.2.2.1 Être exemplaire en développant des offres de réemploi et de recyclage

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. Au-delà des papiers usagés, les offres

sont étendues aux autres déchets recyclables de bureau : emballages carton, bouteilles, canettes, gobelets, cartouches, capsules de café, etc. Avec cette offre, La Poste fournit des solutions adaptées aux entreprises qui se voient imposer par la loi de transition énergétique de trier et de collecter leurs déchets de bureau.

La contrainte s'applique à partir de janvier 2017 aux entreprises de plus de 50 salariés et depuis 2018 à celles de plus de 20 salariés. Au total, 5 « flux » sont concernés : papier/carton, verre, bois, métal et plastique.

7.2.2.1.1 Le papier et les déchets de bureaux

La Poste, à travers son offre Recygo, a développé depuis plusieurs années un modèle innovant basé sur une économie circulaire et solidaire : les papiers et cartons de bureau usagés sont collectés par les facteurs, puis triés par Nouvelle Attitude, une entreprise d'insertion filiale de La Poste, et par des partenaires de l'économie sociale et solidaire. Les matières sont ensuite revendues en France pour être recyclées.

À ce jour, plus de 7 100 entreprises, ainsi qu'une partie des sites internes de La Poste, ont choisi l'offre Recygo de collecte des papiers de bureau, soit un volume de plus de 7 400 tonnes de papier, carton, collectées par les facteurs. La Poste s'est engagée à faire recycler tous les papiers collectés et à le faire effectuer en France. En 2017, Recygo compte 120 000 utilisateurs.

En 2017, l'unité d'affaires recyclage et réemploi a également réalisé une première mission de conseil auprès d'une administration publique. Analyses documentaire et réglementaire, quantification des déchets générés et audits de sites ont permis de proposer au client un plan d'action pour optimiser sa gestion des déchets et pouvoir lancer un appel d'offres au plus près de ses besoins.

La Poste a lancé en 2017 avec plusieurs enseignes de parfumeries un test de solution de collecte de publicité sur le lieu de vente (PLV) qui peut être proposée à tous les fabricants et producteurs de PLV.

Enfin, une offre de collecte de cartouches d'impression pour réemploi ou recyclage est également proposée par La Poste depuis octobre 2017 dans le cadre de la gamme Recygo.

En 2017, Le Groupe La Poste a décidé de s'associer au groupe Suez reconnu pour son expertise dans la collecte et le recyclage de tous types de déchets, ainsi que pour son savoir-faire dans les filières aval de valorisation. Cette association donne naissance à une société commune qui dynamisera la collecte et la valorisation des déchets de bureau en France métropolitaine. Cette société offrira une solution unique (Recygo), accessible aux clients, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité, et leur permettra de se mettre en conformité avec le décret « 5 flux ».

Cette offre inclura sur demande le désarchivage ainsi que la destruction des papiers confidentiels grâce à des conteneurs sécurisés. Les activités de cette société commune débiteront au printemps 2018.

7.2.2.1.2 Les capsules usagées

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 kits de communication expliquant le recyclage, des sacs de recyclage et des 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 à la collecte de capsules usagées depuis des points d'apports volontaires pour les particuliers. En 2017, plus de 3300 entreprises ont été collectées permettant de recycler plus de 250 tonnes de capsules.

7.2.2.1.3 Le cas des piles : des évolutions nécessaires pour faciliter leur collecte

En 2016, Le Groupe La Poste a testé la collecte de piles auprès de 45 000 particuliers équipés d'une boîte à lettres normalisée sur les communes de L'Union, de Saint-Jean (Haute-Garonne) et du Grand Rodez (Aveyron). Si, logistiquement, le processus de collecte est défini, 2 difficultés sont apparues pendant le test. La première porte sur le besoin de largement communiquer pour déclencher chez les particuliers le geste de dépôt de leurs piles dans leur boîte aux lettres. La deuxième a porté sur la réglementation en cours : le non-apport par le particulier lui-même jusqu'au site de stockage place les sites postaux dans la rubrique 2718 du Code de l'environnement. Celle-ci impose la déclaration du site de stockage au régime des installations classées pour la protection de l'environnement, impliquant alors 23 points de contrôle de conformité, dont certains concernant un dispositif de sécurité incendie bien plus contraignant que le dispositif en place dans les bâtiments postaux. La généralisation a donc été différée.

7.2.2.2 La Poste, membre fondateur de l'Institut national de l'économie circulaire (INEC)

La Poste est l'un des huit membres fondateurs de l'Institut national de l'économie circulaire, lancé en 2013. La principale mission de l'Institut est de porter une vision de l'économie circulaire et de jouer un rôle fédérateur, en réunissant les acteurs pour échanger,

faire avancer la connaissance, les concepts et la mise en œuvre. Après une phase de développement rapide, marquée par le déploiement d'initiatives variées, l'INEC se positionne clairement pour devenir un partenaire bien identifié par les pouvoirs publics et les autres parties prenantes. Pour cela, l'INEC a défini sa feuille de route autour de quatre piliers visant à l'installer comme un lieu de réflexion, de rencontre, d'influence et de formation. En 2017, des travaux ont été lancés par l'INEC et l'association EpE (Entreprises pour l'Environnement) – dont Le Groupe La Poste est également membre – afin de définir pour les entreprises des indicateurs pertinents et opérationnels sur l'économie circulaire. En 2017, l'INEC a fait des propositions pour la feuille de route française sur l'économie circulaire.

7.2.2.3 Participer à changer les comportements de consommation

L'offre Chronofresh de Chronopost peut être un vecteur de développement des circuits courts et faciliter l'émergence de nouveaux acteurs économiques dans le secteur de l'alimentaire notamment dans le domaine du transport de produits frais.

Courant 2017, La Poste a étudié la possibilité de coupler des offres logistiques au service des producteurs locaux vers les consommateurs avec l'agriculture urbaine.

Des pilotes pourraient être testés en 2018.

- Contribuer au développement de l'agriculture urbaine : voir paragraphe 5.4.3.3.2.
- Sensibiliser les citoyens à une agriculture durable : le partenariat Fermes d'Avenir (voir paragraphe 5.4.3.3.2).



Annexe chapitre 7 : indicateurs environnementaux

Indicateurs environnementaux - Classement par domaine

GRI	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017	Variation 2017 par rapport à 2016
BÂTIMENTS							
Parc immobilier détenu en propre ou géré directement par le Groupe							
	Nombre de bâtiments	LGLP	nombre	12475	12363	12219	-1 %
	Surface des bâtiments	LGLP	millions de m ²	9,97	10,06	10,20	1 %
	dont nombre de bâtiments certifiés (HQE, BREEAM, LEED, BDM, BBC, BEPOS) (hors promotion et co-promotion)	LGLP	nombre	7	8	9	13 %
	dont surface des bâtiments certifiés (HQE, BREEAM, LEAD, BDM, BBC, BEPOS) (hors promotion et co-promotion)	LGLP	m ²	138 120	150 620	155 632	3 %
G4-EN3	Consommation énergétique : bâtiments	LGLP	GWh	1349	1378	1328	-4 %
G4-EN3	dont électricité	LGLP	GWh	724	753	719	-5 %
G4-EN3	part de l'électricité d'origine renouvelable dans la consommation totale d'électricité	LGLP	%	1	62	80	-
G3-EN15	Émissions directes de gaz à effet de serre liées à l'énergie consommée dans les bâtiments (Scope 1)	LGLP	tonnes équ. CO ₂	125 614	119 661	122 227	2 %
GE-EN16	Émissions indirectes de gaz à effet de serre liées à l'énergie consommée dans les bâtiments (Scope 2)	LGLP	tonnes équ. CO ₂	94 562	66 573	57 767	-13 %

GRI	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017	Variation 2017 par rapport à 2016
TRANSPORTS							
Flotte détenue ou gérée directement par le Groupe, hors véhicules de fonction							
	Nombre total de véhicules ¹	LGLP	nombre	106 305	93 736	87 534	-7 %
	dont véhicules électriques	LGLP	nombre	34 134	38 921	37 954	-2 %
	dont véhicules légers	LGLP	nombre	69 556	56 331	50 700	-10 %
	Dont part des véhicules légers répondant à la norme Euro 5	LGLP	%	61	82	69	-
	Dont part des véhicules légers répondant à la norme Euro 6	LGLP	%	0	3	16	-
	Dont part des véhicules légers électriques	LGLP	%	8	12	14	-
	Dont part des véhicules à motorisation alternative (hybrides, GNV... hors électriques)	LGLP	%	0	0,1	0,2	-
	dont Vélo à Assistance Electrique		nombre	21 062	24 604	22 962	-7 %
	Total des kilomètres parcourus par la flotte de véhicules	LGLP	km	1 042 046 866	1 318 528 101	1 002 794 794	-24 %
G4-EN3	Consommation énergétique : transport	LGLP	GWh	1 064	1 041	1 023	-2 %
G4-EN3	dont Essence	LGLP	GWh	27	22	15	-33 %
G4-EN3	dont Diesel/Gazole	LGLP	GWh	1 037	1 019	1 008	-1 %
G4-EN3	dont GNV	LGLP	GWh	0,14	0,21	0,86	310 %
G4-EN3	dont GPL		GWh	0,04	-	-	-
G4-EN15	Émissions de gaz à effet de serre liées à l'utilisation de la flotte (Scope 1)	LGLP	tonnes éq. CO ₂	276 696	270 521	266 573	-1 %
G4-EN21	Émissions de polluants atmosphériques locaux	Flotte gérée par Véhiposte					
	Part des kilomètres parcourus par la flotte gérée par Véhiposte	Flotte gérée par Véhiposte	%	77	58	71	-
G4-EN21	Émissions de monoxyde de carbone (CO)	Flotte gérée par Véhiposte	tonnes	490	447	412	-8 %
G4-EN21	Émissions d'hydrocarbure (HC)	Flotte gérée par Véhiposte	tonnes	52	52	64	22 %
G4-EN21	Émissions d'oxydes d'azote (Nox)	Flotte gérée par Véhiposte	tonnes	174	153	134	-12 %
G4-EN21	Émissions de particules (PM)	Flotte gérée par Véhiposte	tonnes	9	4	4	-12 %



GRI	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017	Variation 2017 par rapport à 2016
-----	------------	-----------	-------	------	------	------	--

SOUS-TRAITANTS

Périmètre : bâtiments des sous-traitants

G4-EN4	Consommation énergétique : bâtiments	Sous-traitants LGLP	GWh	6,43	5,99	5,57	-7%
G4-EN17	Émissions indirectes de gaz à effet de serre liées à la consommation énergétique des bâtiments des sous-traitants (Scope 3)	Sous-traitants LGLP	tonnes éq. CO ₂	2397	2147	1723	-20%

Périmètre : transport sous-traité

	Total des kilomètres parcourus par les sous-traitants : route	Sous-traitants LGLP	km	1655542506	1840057352	1903854639	3%
	Total des kilomètres parcourus par les sous-traitants : train et bateau	Sous-traitants LGLP	km	903969	883232	828800	-6%
	Total des tonnes.kilomètres transportées par les sous-traitants : avion	Sous-traitants LGLP	tonnes.km	285259907	284360622	310458588	9%
G4-EN4	Consommation énergétique : transport	Sous-traitants LGLP	GWh	3440	3843	3957	3%
G4-EN17	Émissions indirecte de gaz à effet de serre liées au transport sous-traité (Scope 3)	Sous-traitants LGLP	tonnes éq. CO ₂	1050044	1145806	1198742	5%

CERTIFICATIONS

	ISO 14001						
	taux de couverture des collaborateurs	LGLP	%	9%	10%	12%	-
	taux de couverture du chiffre d'affaire	LGLP	%	25%	27%	30%	-
	ISO 50001 (périmètre : consommations et factures énergétiques directes, hors sous-traitants)						
	taux de couverture des consommations énergétiques	LGLP	%	0	15%	13%	-

DÉPLACEMENTS DES COLLABORATEURS

	Déplacements professionnels en train ou en avion	LGLP	km	123071601	154803357	150756586	-3%
G4-EN17	Émissions de GES liées aux déplacements professionnels en train ou en avion	LGLP	tonnes éq. CO ₂	9366	9836	13029	32%

GRI	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017	Variation 2017 par rapport à 2016
ECONOMIE CIRCULAIRE							
	Consommation totale de papier de bureau	LGLP	tonnes	22 061	21 656	20 896	-4 %
	part du papier issu de forêt gérées durablement	LGLP	%	68	61	59	-
	part du papier écolabellisé	LGLP	%	19	23	23	-
	part du papier recyclé	LGLP	%	6	6	5	-
	part de papier non responsable	LGLP	%	7	10	13	-
	Taux de valorisation des DEEE émis par La Poste	La Poste	%	85 %	89 %	96 %	7 %

GAZ À EFFET DE SERRE							
	Total des émissions de gaz à effet de serre	LGLP	tonnes éq. CO ₂	1 685 504	1 729 769	1 850 611	7 %
G4-EN15	dont émissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1)	LGLP	tonnes éq. CO ₂	402 310	390 182	388 800	-0 %
G4-EN16	dont émissions indirectes de gaz à effet de serre liées à l'énergie (Scope 2)	LGLP	tonnes éq. CO ₂	94 562	66 573	56 376	-15 %
G4-EN17	dont émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 3)	LGLP	tonnes éq. CO ₂	1 061 807	1 157 789	1 200 465	4 %
G4-EN17	dont émissions de gaz à effet de serre extrapolées (Scope 3)	LGLP	tonnes éq. CO ₂	127 442	115 225	204 970	78 %
G4-EN31	Total des émissions de gaz à effet de serre compensées	LGLP	millions de tonnes éq. CO ₂	1,468	1,487	1,460	-2 %

1 : inclus les véhicules 2 roues (y.c vélo et vélo à assistance électrique), les véhicules 3 roues (Staby), les quads et les véhicules 4 roues (voitures, utilitaires et camions)



Classement selon la GRI

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
ENVIRONNEMENT						
G4-EN1	Entreprises ayant choisi l'offre Recygo	LGLP	Nombre	3764	5500	7100
G4-EN1	Chiffre d'affaires Recygo	LGLP	Millions d'euros	3	8	15
G4-EN1	Collecte de papier par les facteurs Offre Recygo	LGLP	Tonnes	5255	5611	7400
G4-EN1	Chiffre d'affaires Écomobilité Bemobi	LGLP	Millions d'euros	–	4	3,1
G4-EN1	Chiffre d'affaires Action habitat	LGLP	Millions d'euros	–	0,5	0,5
G4-EN1	Papier responsable	LGLP	Tonnes	20412	19543	18192
G4-EN1		LGLP	% du total	92,5	90,2	87,0
G4-EN1	Papier issu de forêt gérées durablement	LGLP	% du total	68,1	61,6	59,1
G4-EN1	Papier recyclé	LGLP	% du total	5,6	6,2	5,4
G4-EN1	Papier non responsable	LGLP	% du total	7,5	9,8	12,9
G4-EN1	Papier ecolabellisé	LGLP	% du total	18,8	22,4	22,6
G4-EN1	Déchets d'équipement électriques et électroniques valorisés lors de leur traitement	La Poste	%	85	89	96
G4-EN3	Consommation énergétique : total	La Poste	GWh	2679	2053	2567
G4-EN3	Consommation énergétique : total	La Poste	% de la consommation du Groupe	43	33	34
G4-EN3	Consommation énergétique : bâtiments	La Poste	GWh	993	984	954
G4-EN3	Consommation énergétique : transport	La Poste	GWh	1686	1069	1613
G4-EN3	Consommation énergétique : total	LGLP	GWh	6180	6664	7529
G4-EN3	Consommation énergétique : scope 1	La Poste	GWh	1263	1088	1160
G4-EN4	Consommation énergétique : scope 2	La Poste	GWh	516	534	503
G4-EN3	Taux de couverture des bâtiments en énergie renouvelable	Poste Immo	% [31/12]	66	100	100
G4-EN4	Consommation énergétique : scope 3	La Poste	GWh	901	431	904
G4-9	Relais Pickup	Europe dont France	Nombre	22100	29000	3200
		France	–	7700	8000	7900

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
G4-EN5	Efficacité des transports routiers	LGLP	Kg de CO ₂ e/km courrier	0,1	–	–
G4-EN5			Kg de CO ₂ e/km colis	1,6	–	–
G4-EN6	Parc immobilier patrimonial	LGLP	%	26	40	38
G4-EN6	Parc immobilier	LGLP	Nombre d'immeubles	12 475	12 363	12 219
G4-EN6		LGLP	Surfaces en m ²	10,0	10,1	10,2
G4-EN6		Géré par la filiale Poste Immo	Nombre d'immeubles	11 362	11 023	10 629
G4-EN6		Géré par la filiale Poste Immo	Surfaces en m ²	6,5	6,4	6,2
G4-EN6	Bâtiments concernés par les baux verts	Sites patrimoniaux Poste Immo	Nombre	36	39	100
G4-EN6	Baux verts	Sites patrimoniaux Poste Immo	Nombre	186	205	195
G4-EN8	Consommation d'eau	LGLP	En dam ³	1 693	1 758	1 792
G4-EN	Émissions GES : total	La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	663 549	612 932	614 586
G4-EN	Émissions GES : total	LGLP	Tonnes équivalent CO ₂	1 685 504	1 729 769	1 850 611
G4-EN15	Émissions GES : scope 1	La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	271 186	251 079	246 708
G4-EN15	Émissions GES : scope 1	LGLP	Tonnes équivalent CO ₂	402 310	390 183	388 800
G4-EN16	Émissions GES : scope 2	La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	40 629	15 304	6 767
G4-EN16	Émissions GES : scope 2	LGLP	Tonnes équivalent CO ₂	94 562	66 573	56 376
G4-EN17	Émissions GES : scope 3	La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	351 734	346 549	361 110
G4-EN17	Émissions GES : scope 3	LGLP	Tonnes équivalent CO ₂	–	127 3013	1 405 435
G4-EN	Émissions GES : bâtiments	LGLP	Tonnes équivalent CO ₂	222 573	188 381	180 326
G4-EN			% du total	–	11	10



GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
G4-EN7	Émissions GES : non imputées	LGLP	Tonnes équivalent CO ₂	–	115 225	204 970
			% du total	–	7	11
G4-EN	Émissions GES : transport	LGLP	Tonnes équivalent CO ₂	–	–	1 465 315
G4-EN			% du total	–	82	79
G4-EN 15 G4-EN17	Émissions GES : routier	LGLP	% du total	71,7	70	67
G4-EN7	Émissions GES : aérien	LGLP	% du total	14	12	13
G4-EN7	Émissions GES : gaz	LGLP	% du total	6,8	5,9	5,6
G4-EN6	Émissions GES : électricité	LGLP	% du total	5,8	3,6	2,8
G4-EN6	Émissions GES : chauffage urbain	LGLP	% du total	0,4	0,3	0,3
G4-EN5	Émissions GES : fuel	LGLP	% du total	1,3	1,0	0,9
G4-EN7	Émissions GES : ferré et maritime	LGLP	% du total	0,2	0,2	0,1
G4-EN7	Émissions liées aux déplacements professionnels en train ou en avion	LGLP	Tonnes équivalent CO ₂	9 366	9 836	13 029
G4-EN21	Émissions de monoxyde de carbone	La Poste	Tonnes	489,59	446,73	411,93
G4-EN21	Émissions d'hydrocarbures	La Poste	Tonnes	52,38	52,22	63,83
G4-EN21	Émissions d'oxydes d'azote	La Poste	Tonnes	173,99	153,32	134,33
G4-EN21	Émissions de particules	La Poste	Tonnes	6,81	4,69	3,97
G4-EN27	Km parcourus chaque année par les postiers	LGLP	Milliards de kms	1,042	1,319	1,002
G4-EN30	Deux-roues motorisés thermiques	LGLP	Nombre	7 123	4 163	1 716
G4-EN30	Véhicules légers thermiques (flotte propre, de service)	LGLP	Nombre	69 556	56 331	50 700
G4-EN30	Poids lourds	LGLP	Nombre	297	1 163	4 589
G4-EN30	Vélos à assistance électrique	LGLP	Nombre	21 062	24 604	22 962
G4-EN30	Trois-roues électriques, Staby®	LGLP	Nombre	418	3 094	5 225
G4-EN30	Quadricycles électriques	LGLP	Nombre	525	1 501	1 200
G4-EN30	Véhicules électriques légers	LGLP	Nombre	5 576	6 842	7 197
G4-EN30	Chariots électriques	LGLP	Nombre	1 000	865	950
G4-EN19	Distribution en mode à faibles émissions	La Poste	%	46	53	–
G4-EN19	Distribution en mode pied/vélo	La Poste	%	36	–	–

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
G4-EN19	Taux moyen d'émissions de GES du parc de véhicules	Parc géré par Véhiposte	GeqCO ₂ /100 km	111,39	102	99,30
G4-EN30	Employés formés à l'écoconduite depuis 2007	LGLP	Nombre	87 900	91 702	88 262
G4-EN30	Plans de déplacements entreprise	LGLP	Nombre	60	60	50
G4-EN19	Liaison en vrac Colis	La Poste	%	79	82	78
G4-EN19	AFAQ 26000 : sites/effectifs	LGLP	Nombre	29/75 000	35/100 000	-
G4-EN31	Métropoles françaises desservies par des dispositifs à faibles émissions de GES	LGLP	Nombre	1	7	12
G4-EN31	Installations photovoltaïques	LGLP	Nombre (parc immobilier Poste Immo)	45	45	46
G4-EN31	Panneaux photovoltaïques	LGLP	M ² (parc immobilier Poste Immo)	44 000	44 000	48 700
G4-EN31	Production annuelle des installations photovoltaïques	LGLP	GWh	5	5	6,2



8.

La politique sociale, levier d'une transformation réussie

La Poste a bâti le volet social du plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » présenté en 2014, afin de poursuivre un développement responsable dans un environnement en forte évolution, et de faire de chaque postier l'acteur et le bénéficiaire de la transformation du Groupe La Poste. La politique d'emploi responsable de la Poste est portée au plus haut niveau de l'entreprise par son président, convaincu que la réussite dans un monde en mutation réside dans les forces humaines de l'entreprise qui doit se transformer et former les postiers.

Le président du Groupe La Poste porte ainsi la vision d'une entreprise apprenante qui envisage la transformation comme une opportunité de dynamiser ses métiers et ses marchés et qui place ses collaborateurs au cœur de cette transformation. En ce sens, la formation des femmes et des hommes est un investissement stratégique au service à la fois des postiers et de l'entreprise.

Dans ce cadre, la politique de progrès social de La Poste comprend comme axes majeurs, la formation, l'évolution professionnelle, le développement managérial, la transformation de la filière RH, la santé et la qualité de vie au travail.

L'année 2017 a été particulièrement dynamique en termes de dialogue social avec 12 nouveaux accords et avenants signés au niveau national à La Poste et plus de 1 000 accords locaux.

Page 132 8.1 Le Groupe La Poste engagé pour les droits humains

Page 133 8.2 Le développement du capital humain

Page 145 8.3 Un dialogue social de qualité pour accompagner la transformation du Groupe

Page 148 Annexe chapitre 8 : indicateurs RH

Objectifs clés

Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2017	
Relations et qualité de vie au travail	Baisse régulière du taux de fréquence et du taux de gravité des accidents du travail	Baisse du taux de fréquence des accidents du travail (2,18 %) à 26,51 en 2017. Légère hausse du taux de gravité	✗
Développement du capital humain	80 % des collaborateurs de La Poste bénéficient d'une formation chaque année et 100 % sur deux ans	En 2017, 84 % des collaborateurs ont bénéficié d'une formation et plus de 90 % sur les deux années 2016-2017	*
	100 heures de formation par postier sur cinq ans à partir de 2015	Le maintien de l'effort d'investissement dans la formation s'est traduit par 19 heures de formation en moyenne par postier formé en 2017	➔
	10 000 parcours professionnels accompagnés par an	Avec plus de 28 000 collaborateurs ayant démarré un parcours qualifiant fin 2017, dont près de 10 000 parcours entamés en 2017, La Poste est légèrement en avance sur les objectifs fixés pour 2020	➔

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

8.1 Le Groupe La Poste engagé pour les droits humains

8.1.1 L'engagement

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.

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. Dans ce cadre-là, La Poste s'engage notamment à assurer à ses collaborateurs de bonnes conditions de travail, la liberté d'association, le respect de l'égalité hommes-femmes.

Le Groupe est signataire du Pacte mondial des Nations unies depuis 2003. Cet engagement est renouvelé chaque année. Les 10 principes du Pacte mondial sont inspirés de la Déclaration universelle des droits de l'homme, de la Déclaration relative aux principes et droits fondamentaux au travail de l'Organisation internationale du travail, de la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement, et de la Convention de l'ONU contre la corruption. En renouvelant chaque année cette signature, le Groupe s'engage notamment à respecter le droit international relatif aux droits de l'homme, à veiller à ne pas se rendre

complice de violations des droits de l'homme, à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective, à contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire, à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants, à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.

Dans le cadre des activités du Groupe à l'étranger, en 2017, GeoPost a signé avec l'UNI Global Union un accord qui confirme son engagement pour la défense des droits de l'homme et des droits des représentants du personnel, notamment dans le cadre des conventions de l'OIT.

8.1.2 Renforcer l'expertise du Groupe en matière de respect et de promotion des droits de l'homme

Le Groupe La Poste cherche à renforcer son expertise en matière de respect et de promotion des droits de l'homme. Pour cela, il participe à des échanges de pratiques et à l'élaboration d'outils pour les entreprises. La Poste a poursuivi l'animation du groupe de travail sur les droits de l'homme, que lui a confiée le Collège des directeurs du développement durable (C3D), qui réunit près de 100 directeurs du développement durable d'entreprises publiques et privées et de nombreux experts du domaine. Le groupe de travail a poursuivi sa présentation des actions engagées en faveur des droits humains dans le cadre des accords internationaux et le partage de bonnes pratiques.

Le groupe de travail et le conseil d'administration du C3D ont validé le guide et la démarche qu'il propose aux entreprises en faveur de la défense des droits



humains et des attentes des parties prenantes vis-à-vis des entreprises. Un répertoire des meilleurs outils et pratiques a également été élaboré. Ce répertoire et le guide ont été rendus disponibles en open source dès fin 2017.

Le Groupe La Poste a également continué ses travaux au sein du groupe de travail sur les droits humains mis en place par le Pacte mondial France en 2016, de manière à poursuivre le partage de bonnes pratiques en la matière avec les 2 000 entreprises adhérentes.

8.2 Le développement du capital humain

8.2.1 Une politique d'emploi responsable

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 et de recrutement deux grandes thématiques :

- favoriser les meilleures conditions de travail en privilégiant les effectifs en contrats permanents. La candidature de toute personne ayant exercé une fonction à La Poste est examinée de manière prioritaire lors du recrutement en CDI sur la même fonction. En 2017, 3 086 collaborateurs ayant préalablement exercé en CDD ont été embauchés en CDI, 1 524 en 2016 ;
- promouvoir une politique de recrutement résolument ouverte à la diversité, respectueuse de l'égalité des chances et porteuse des engagements du Groupe en la matière.

En 2017, dans le total des recrutements en CDI :

- la proportion de femmes a été de 44,4 % ;
- la proportion des personnes âgées de 45 ans et plus, de 9,54 %.

La politique d'emploi responsable de La Poste se traduit notamment par un taux de 92,9 % d'effectifs en contrats permanents et un faible taux de turnover (4,9 % en 2017, contre 3,5 % en 2016). La Poste se donne les moyens de proposer à chaque postière et à chaque postier des perspectives durables au sein de l'entreprise, excluant tout dispositif collectif de départ contraint. Le développement de La Poste et des services qu'elle propose à ses clients repose en premier lieu sur l'engagement et le travail au quotidien des postiers. La qualité de l'organisation et des conditions de travail

dans ce contexte fait l'objet d'une attention constante, comme le développement de marges d'autonomie, de l'expression et l'écoute des collaborateurs et, plus globalement, du dialogue social sur ces questions. Les engagements concrets en faveur de l'amélioration des conditions de travail pris dans l'accord de 2015 « Un avenir pour chaque postier » confirment la politique active de La Poste sur ce sujet.

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

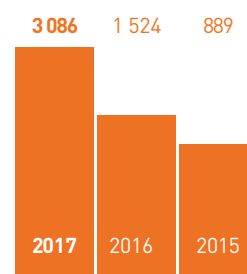
G4-10

	2017	2016	2015
En personnes physiques au 31 décembre ⁽¹⁾	245 774	250 124	253 464
• Dont contrats à durée déterminée	19 102	19 435	16 080
• Femmes	51,1 %	50,7 %	50,7 %
• Hommes	48,9 %	49,3 %	49,3 %

(1) Inclut La Poste maison mère et toutes les filiales situées en France.

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

G4-10



Le Groupe La Poste favorise l'emploi à temps plein avec un taux supérieur qui est, depuis plusieurs années, supérieur à 86 % (87 % en 2017). En vue de contribuer à la recherche d'un équilibre entre vie professionnelle et vie familiale, La Poste s'est toutefois engagée à faciliter le temps partiel choisi à travers différentes modalités. Certains temps partiels sont de droit, par exemple le congé parental, d'autres sont soumis à autorisation du responsable hiérarchique. Par ailleurs, dans le cadre de l'engagement pris dans l'accord « Un avenir pour chaque postier », tout collaborateur peut pour des raisons personnelles faire une demande d'un temps partiel à 50 % auprès de son responsable

hiérarchique. Enfin, afin de prendre en compte les difficultés liées à l'âge rencontrées par certains postiers seniors, La Poste met en œuvre un dispositif spécifique de temps partiel aménagé. L'organisation du travail dans les sociétés du Groupe La Poste en France

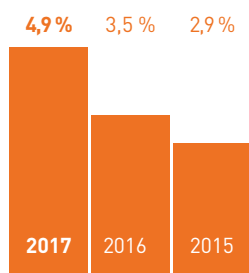
(qui représentent 86,38 % des effectifs du Groupe et 75,6 % du chiffre d'affaires consolidé) est basée sur une moyenne hebdomadaire de 35 heures en travail de jour et de 32 heures en travail de nuit. Le travail de nuit ne concerne ni La Banque Postale ni Mediapost.

Tableau de synthèse sur l'organisation du travail

Indicateurs	Le Groupe La Poste ⁽¹⁾	
	2017	2016
Part des effectifs à temps partiel parmi l'effectif au 31/12 en personnes physiques (hors CDD)	12,42 %	12,64 %
Part de l'effectif occupant des emplois avec des horaires de nuit parmi l'effectif au 31/12 en personnes physiques (hors CDD)	2,70 %	2,75 %
Nombre de journées d'absence pour maladie (en jours calendaires)	5 485 496	5 596 496
Nombre d'heures supplémentaires	3 398 932	2 987 861

(1) Inclut La Poste maison mère et les filiales du Groupe en France, hors filiales situées à l'étranger.

Taux de turnover de La Poste



Signataire de la charte de la diversité depuis 2016, La Poste donne, dès l'étape du recrutement, toutes ses chances à chaque candidat, en le sélectionnant sur ses seules compétences, qualifications, expériences et motivations. Elle favorise la diversité dans ses recrutements en utilisant plusieurs moyens (recrutement dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville, contrats de professionnalisation, contrats d'apprentissage, méthode de recrutement par simulation). Enfin, La Poste exerce sa politique de recrutement dans le respect de l'engagement pris dans son sixième accord, signé en mai 2015, en faveur des personnes en situation de handicap. La Poste a recruté en CDI 93 personnes en situation de handicap en 2017 (et 45 en 2016). La politique de recrutement dynamique de La Poste soutient par ailleurs activement l'insertion des jeunes dans l'emploi et favorise l'inclusion sociale.

8.2.1.1 Une politique active en matière d'alternance

La Poste s'est résolument engagée depuis de nombreuses années dans une politique de formation et d'insertion des jeunes dans l'emploi à travers le développement de l'alternance (contrats d'apprentissage et de professionnalisation qui permettent d'acquérir des diplômes ou des titres professionnels, du CAP jusqu'au master). Elle leur donne ainsi la possibilité d'obtenir un diplôme et une première expérience professionnelle qui contribueront à leur employabilité.

La Poste s'est engagée à recruter 12 000 jeunes en contrat d'alternance sur la période 2016-2018, au titre de l'accord majoritaire signé le 3 octobre 2016 sur l'insertion des jeunes et l'emploi des seniors. Cet engagement reconduit celui qui prévalait sur la période 2013-2015 avec le précédent accord, engagement qui avait été dépassé (13 788). Sur l'année 2017, 7 033 jeunes ont bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation (5 736 en 2016).

Pour élargir encore son approche, La Poste est partenaire depuis 2016 de la Fondation innovations pour les apprentissages (Fipa). L'objectif est de favoriser toutes les formes d'apprentissage en alternance, en lien avec d'autres entreprises, et d'innover notamment autour de quatre thématiques : l'apprentissage et les contrats de professionnalisation, les dispositifs d'insertion alternée, les dispositifs d'orientation



et le dispositif de formation professionnelle continue en parcours de formation en alternance pour des salariés vers de nouveaux métiers.

8.2.1.2 Engagement en faveur des quartiers

Le partenariat du Groupe auprès de l'association Nos quartiers ont des talents permet aux cadres de l'entreprise d'accompagner vers l'emploi des jeunes diplômés et de valoriser La Poste par des participations aux *afterworks*, et des témoignages auprès des nouvelles entreprises adhérentes.

8.2.2. L'accompagnement responsable de la transformation sociale

8.2.2.1 Concertation et dispositif d'alerte

Instituée en 2013, la méthode de conduite du changement de La Poste accompagne tous les projets importants modifiant l'organisation et le fonctionnement des services et donne lieu à 1 000 accords locaux tous les ans.

Afin de construire un projet partagé, la méthode de transformation de La Poste repose sur un dialogue social intense, de la négociation à l'information en passant par la concertation. Ainsi, les 46 accords nationaux signés depuis 2012 sont le fruit d'un dialogue social fécond avec toutes les organisations syndicales représentatives et démontrent la volonté partagée d'accompagner la transformation de l'entreprise au bénéfice de tous les collaborateurs.

Pour garantir le bon respect de ces principes, La Poste a institué un dispositif d'alerte sociale qui permet, depuis 2013, 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 ses engagements de dialogue social, de conduite du changement et de respect des accords signés.

Du lancement d'un projet au bilan de son déploiement, cette méthode intègre un certain nombre d'étapes pour assurer le partage du sens et la concertation sociale autour des projets, l'information continue des postiers sur leur avancement, l'écoute individuelle des collaborateurs sur leurs préoccupations, au plan professionnel, en matière de conditions de travail, d'équilibre vie professionnelle-vie privée.

8.2.2.2 Accompagner le rôle RH des managers

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 2017, 554 nouveaux managers de La Poste ont été formés à leur rôle RH. 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.

8.2.2.3 Privilégier le dialogue dans la gestion et les relations RH de proximité

Un dispositif de gestion et de relations RH de proximité, porté par près de 1 000 responsables RH de proximité, a été déployé dans tous les territoires et dans chacune des branches de La Poste.

La gestion RH de proximité est 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, davantage orientée vers les personnes, se traduit concrètement par la mise à disposition des collaborateurs d'interlocuteurs RH généralistes, capables d'aborder, en premier niveau, tous les aspects de la vie professionnelle, dans le respect de la confidentialité et de la liberté d'expression des personnes.

8.2.3 Améliorer la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail de chacun

La Poste a une politique active en matière de vie au travail qui inclut la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail (QVT) et engage l'organisation de l'entreprise et son management. Cet engagement s'est traduit par la signature de l'accord « Un avenir pour chaque postier », en février 2015, 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 individuel (dont le développement et l'évolution professionnels,

- la conduite du changement et les actions favorisant la conciliation vie privée-vie professionnelle) ;
- la santé et la sécurité des personnes au travail.

8.2.3.1 Des programmes et accords pour encadrer l'amélioration de la qualité de vie au travail

La Poste a défini le programme « Bien dans son travail » afin de renouveler ses politiques en matière de santé et de qualité de vie au travail. Il vise à promouvoir la santé des postiers dans son ensemble : politiques de prévention, soutien accru aux postiers confrontés aux incivilités, promotion de l'expression de tous dans les équipes, adaptation des parcours professionnels aux capacités de chacun et suivi particulier aux collaborateurs en situation d'absence. En 2017, les actions prioritaires de ce programme ont porté sur la prévention de l'inaptitude et de l'accidentologie, le lancement d'une nouvelle démarche d'accompagnement des postiers en absence longue (APALA : Avant/Pendant/Après L'Absence) et l'intégration des nouveaux arrivants.

La Poste a signé, le 7 février 2017, un accord majeur portant sur l'amélioration des conditions de travail des facteurs, de leurs encadrants, et sur l'accompagnement de la transformation des métiers de la distribution. Par cet accord, l'entreprise apporte des mesures concrètes : une charge de travail plus équilibrée, des équipements et locaux améliorés, des organisations de travail repensées et un accompagnement managérial pour garantir la santé et qualité de vie au travail. La première priorité de l'accord porte sur l'organisation et les conditions de travail avec le renforcement des moyens de remplacement permanents et la maîtrise des horaires journaliers des facteurs. Afin d'améliorer l'environnement de travail, il prévoit un investissement de 6 millions d'euros sur des opérations de rénovation des locaux professionnels et de 9 millions d'euros sur des actions de qualité de vie au travail. Cet accord se traduit également par divers engagements en termes de recrutements et de promotions avec 3 000 recrutements de facteurs en CDI en 2017, la promotion de 31 000 facteurs et 2000 encadrants sur la durée de l'accord.

Cet accord complète les accords importants déjà signés concernant d'autres métiers : accord sur les chargés de clientèle du Réseau de mars 2016, accord sur le management commercial de juillet 2015, accord sur les métiers et parcours professionnels des conseillers bancaires de mars 2016, accord sur les métiers bancaires des centres financiers de décembre 2015. De plus, un accord sur les conditions d'exercice des métiers de conseil bancaire incluant la mise en place des nouvelles directions régionales du Réseau a été signé le 11 septembre 2017.

8.2.3.2 Réalisations 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 :

- un accès à la formation considérablement renforcé depuis 2013 ;
- le développement du télétravail : à fin 2017, plus de 1 900 collaborateurs bénéficient du dispositif de télétravail, ce qui représente une hausse de 15,6 % en comparaison avec fin 2016 ;
- la mise en place de plus de 1 000 responsables RH de proximité ;
- un dispositif de temps partiel aménagé senior ;
- l'octroi de jours de repos supplémentaires pour les postiers seniors occupant des fonctions exposées à des facteurs de pénibilité.

Par ailleurs, des espaces de discussion sur le travail ont été expérimentés dans 40 sites de La Poste avec un projet de déploiement à plus grande échelle en 2018. Ils visent à permettre un échange entre l'équipe et son encadrant sur les conditions de réalisation du travail de chacun.

La Poste a finalisé en 2017 la mise en œuvre des mesures relatives au droit à la déconnexion, dont le principe était prévu par l'accord de juillet 2015. Tout en tenant compte de l'organisation de l'entreprise, qui fonctionne 24 heures sur 24, ce droit est organisé à partir d'un temps de déconnexion de référence défini pour chacun et de nouveaux usages de la messagerie professionnelle. En 2017, une fenêtre de déconnexion sur l'ensemble des messageries des postiers utilisateurs du mail dans leur travail a été mise en place qui les invite à différer l'envoi des mails en dehors des heures de travail. Les actions de communication auprès des managers et de tous les postiers concernés se sont poursuivies. En 2017, La Poste a également finalisé la première phase de son programme (Boloco) d'amélioration des locaux professionnels qui permet de garantir à tous les postiers un cadre adéquat de vie professionnelle, une bonne qualité de vie au travail et des équipements adaptés pour les espaces collectifs. Depuis son lancement en 2016, ce programme s'est traduit par 3 430 opérations qui ont amélioré les conditions de travail dans 2 550 sites de La Poste.

8.2.3.3 Réalisations en matière de prévention des risques professionnels et des accidents du travail

8.2.3.3.1 Prévention des accidents du travail et des troubles musculo-squelettiques

En matière de prévention des accidents du 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 managers et des agents à la réduction des risques de manutention et aux postures professionnelles et à la prévention des incivilités et agressions externes. En 2017 ont été déployés trois nouveaux programmes de formation en matière de prévention pour la filière prévention, les directeurs d'établissement et les présidents de CHSCT ;
- poursuite de dispositifs d'habilitation pour tous les collaborateurs exerçant une activité de conduite.

8.2.3.3.2 Prévention des risques psychosociaux et équilibre vie privée-vie professionnelle

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'action ;
- 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 ;
- un dispositif d'écoute et d'accompagnement psychologique par téléphone, déployé sur tout le territoire avec un numéro accessible à tous collaborateurs ;
- en 2017, 1 709 managers ont été formés dans le cadre de l'Institut du management sur la qualité de vie au travail et l'écoute et l'accompagnement des personnes en situation difficile.

8.2.3.3.3 Suivi médical

La Poste dispose de ses propres services de santé pour assurer la surveillance en santé au travail des postiers. L'animation des équipes médicales a été renforcée.

La Poste s'appuie, pour le déploiement de ses politiques, sur ses services de santé au travail et les assistants sociaux. À fin 2017, elle comptait 139 médecins du travail, 148 infirmiers en santé au travail, 109 assistants en service santé au travail et 283 assistants sociaux.

Tableau de synthèse sur la santé et la sécurité

Indicateurs	Le Groupe La Poste ^[4]		
	2017	2016	2015
Nombre de journées d'absence pour accidents du travail et de trajet ou maladies professionnelles ^[1]	795 800	782 689	773 969
Accidents du travail avec arrêt :			
Taux de fréquence ^[2]	24,71	27,47	ND
Taux de gravité ^[3]	1,50	1,44	1,36

[1] Cet indicateur est calculé sur la base de l'effectif en personnes physiques (hors CDD). Les jours d'absence sont comptabilisés en jours calendaires.

[2] Nombre d'accidents du travail avec arrêt (hors trajets domicile-travail) par millions d'heures travaillées. Les heures travaillées sont calculées sur la base des effectifs moyens que multiplie le nombre d'heures de travail annuel. Nouvelle méthode de calcul du taux de fréquence (à partir de 2017) qui est calculé au 31 décembre, avec un mois de consolidation, et prenant en compte tous les contrats (hors stagiaires). La donnée définitive 2016 a été définie selon cette nouvelle méthode.

[3] Nombre de jours d'arrêt pour accident du travail (hors trajets domicile-travail) par milliers d'heures travaillées. Les jours perdus pour accident du travail sont comptabilisés en jours calendaires. Le nombre d'accidents du travail avec arrêt ainsi que le nombre de jours d'arrêt occasionnés sont extraits des systèmes de gestion RH en date du 31 décembre.

[4] Inclut La Poste maison mère et les filiales du Groupe en France, hors filiales à l'étranger.

Au sein de La Poste, grâce aux mesures engagées, notamment le programme « Bien dans son travail », le taux de fréquence des accidents du travail a baissé de 2,18 %, pour s'établir à 26,51 en 2017 (versus 27,10 en 2016).

8.2.4 Soutenir l'évolution professionnelle, la formation et la 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 développement du capital humain.

8.2.4.1 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, dans toute la diversité de leurs projets (mobilité interne, géographique ou fonctionnelle, mobilité vers les fonctions publiques et l'économie sociale et solidaire, création d'entreprise) ;
- de fidéliser les collaborateurs de La Poste 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 la mise en place d'une gestion des ressources humaines par les compétences.

Dans le cadre de son évolution professionnelle, chaque collaborateur bénéficie d'un entretien professionnel tous les ans avec son manager direct afin d'échanger sur le développement de ses compétences et son projet professionnel.

8.2.4.2 Accompagner les mobilités internes

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

- son observatoire des métiers et des compétences a, depuis sa création en 2015, établi un référentiel commun aux 156 métiers du Groupe et aux 27 filières professionnelles, permettant, de façon prospective, la construction des parcours professionnels ;
- elle permet aux 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 accessible

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. La bourse d'emplois a connu un développement significatif ces trois dernières années. Après un doublement du volume d'activité en 2016, les offres ont augmenté de 40 % et les candidatures de 20 % en 2017. Les 12 espaces mobilité Groupe (EMG), installés à Paris et en région entre 2015 et 2016, contribuent à l'évolution professionnelle des postiers sur tout le territoire. Ils animent le réseau de conseillers en évolution professionnelle dont la généralisation dans l'ensemble des services de La Poste depuis 2015 a permis de densifier et de professionnaliser le réseau avec 260 conseillers à fin 2017 ;

- elle poursuit le développement de parcours professionnels croisés entre ses branches et ses domaines professionnels. Ainsi, en 2017, 10 % des collaborateurs ont évolué professionnellement dans le Groupe, en France ⁽¹⁾.

8.2.4.3 Favoriser les mobilités externes

Les mobilités externes offertes par La Poste participent au développement de son capital humain et accompagnent la transformation du Groupe. La Poste favorise ces mobilités choisies, qui sont de trois ordres :

- la mobilité vers les fonctions publiques. En 2017, La Poste a accompagné 191 mobilités de collaborateurs vers les fonctions publiques ;
- la création d'entreprise. En 2017, 131 collaborateurs porteurs d'un projet de création ou de reprise d'activité ont fait aboutir leur projet ;
- la mobilité vers l'économie sociale et solidaire. En 2017, 117 collaborateurs porteurs d'un projet d'évolution vers l'ESS ont fait aboutir leur projet.

Ces trois dispositifs de mobilité sont décrits dans le détail en page 245 du document de référence du Groupe La Poste.

8.2.4.4 La formation au service de l'évolution professionnelle

Pilier de l'évolution professionnelle, la formation est plus que jamais perçue comme un investissement pour l'avenir afin de faire La Poste de demain avec les postières et les postiers d'aujourd'hui. Elle répond prioritairement à deux enjeux :

- anticiper et répondre aux besoins de développement, d'évolution, d'émergence de compétences attendus par l'entreprise et par les collaborateurs ;

(1) Évolutions fonctionnelles et/ou géographiques, soit d'une branche à l'autre, soit au sein d'une branche, soit de la maison mère vers une filiale. N'inclut pas les évolutions des filiales vers la maison mère.



- développer la visibilité et l'accessibilité d'une offre de formation unifiée pour l'ensemble des postiers notamment autour d'une offre transverse de formation.

Ainsi, de grands programmes de formation se poursuivent :

- un programme de 50 000 parcours qualifiants avec certification interne entre 2015 et 2020, pour développer les compétences clés et favoriser les projets professionnels des postiers ; 28 000 avaient été engagés à fin 2017 (versus 12 600 à fin 2016) ;
- un programme de formation au numérique avec une offre « Tous numériques ! » lancée en 2015 pour permettre à tous les postiers de renforcer leurs compétences numériques en fonction de leurs besoins. Cette formation a été suivie, en cumulé, par près de 100 000 postiers à fin 2017 (versus 60 000 à fin 2016) ;
- un programme de formation individuelle avec une offre de formation en libre-service ouverte à tous les postiers du Groupe lancée en 2017. Elle propose des formations permettant aux postiers de développer à leur rythme de nouvelles compétences et de nouveaux savoirs, notamment dans les domaines du numérique et de la bureautique : maîtrise des logiciels Excel ou PowerPoint, connaissance des impacts du numérique dans notre société, découverte du *big data* ou de l'économie participative. Cette plate-forme s'adresse à tous les postiers du Groupe, quels que soient leur branche, leur métier ou leur niveau.
- une offre commune de développement des compétences managériales, portée par l'Institut du management du Groupe. Cette offre comprend, à fin

2017, 20 programmes de formations en présentiel, un parcours pour les nouveaux managers, 50 formations en ligne et en libre-service, un cycle de 20 conférences et une offre sur le management à l'ère du digital. Les inscriptions à ces programmes sont accessibles à tous les managers du Groupe via un portail dédié. Les 6 sites aménagés en région permettent aussi une facilité d'accès pour les postiers sur tout le territoire. À fin 2017, 10 730 managers ont participé à l'un des programmes de l'Institut du management.

Autant d'occasions qui confirment comment La Poste, « entreprise apprenante », accompagne concrètement chaque postier dans son développement professionnel et le rend acteur de son évolution.

En 2017, pour la cinquième année consécutive, le taux d'accès à la formation a été important avec plus de 8 collaborateurs sur 10 ayant bénéficié d'au moins une formation et 9 collaborateurs sur 10 ayant été formés sur deux ans. Les objectifs, issus de l'accord « Un avenir pour chaque postier » de février 2015, restent de 80 % des collaborateurs formés chaque année, de 100 % des collaborateurs formés sur deux ans, avec une durée moyenne de 100 heures de formation pour chaque collaborateur sur cinq ans, et de 50 000 parcours qualifiants au sein de son métier ou vers un nouveau métier. Cette politique dynamique et ambitieuse doit permettre à chacun de développer les compétences nécessaires à l'accomplissement de sa mission et de son projet professionnel tout en contribuant à la transformation du Groupe.

Tableau de synthèse sur la formation

Indicateurs	La Poste ⁽³⁾		
	2017	2016	2015
Nombre total d'heures de formation ⁽¹⁾	4 808 464	5 164 677	4 776 017
Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation dans l'année ⁽²⁾	84 %	76 %	81 %
Dépenses de formation en pourcentage de la masse salariale	3,84 %	4,02 %	3,92 %

(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, 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 de plus de six mois.

(3) Inclut La Poste maison mère.

8.2.4.5 La politique de promotion à La Poste

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,

la reconnaissance du potentiel professionnel et la reconnaissance de l'expérience professionnelle.

En 2017, 18 968 collaborateurs ont bénéficié d'un de ces trois dispositifs de promotion, soit un taux de promotion de 9,65 %.

8.2.5 Lutter contre les discriminations, promouvoir la diversité, l'égalité des chances et l'inclusion

La Poste mène une politique active de promotion de la diversité et de l'égalité des chances. Cette politique est affirmée au plus haut niveau de l'entreprise et est notamment déployée à travers un réseau de référents diversité dans les structures territoriales. Signataire de la charte de la diversité depuis 2006, elle dispose d'un code de déontologie et d'un règlement intérieur de l'entreprise qui précisent les engagements en matière de lutte contre les discriminations. La Poste s'engage à lutter contre toute forme de discrimination sur la base de 23 critères de discrimination ⁽¹⁾.

Le Groupe s'est doté d'une charte de recrutement en 2010 à travers laquelle il 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. Il favorise la diversité dans ses recrutements en utilisant plusieurs moyens (recrutements dans les quartiers prioritaires de la ville, contrats de professionnalisation, contrats d'apprentissage, méthode de recrutement par simulation).

Par ailleurs, La Poste conduit tous les ans des actions de sensibilisation à la diversité en direction de ses collaborateurs via des campagnes de communication nationales et locales. De novembre 2017 à fin juin 2018, le Groupe a déployé une campagne d'affichage « Tous différents, tous performants ». Le but : sensibiliser les postiers sur le respect de la diversité, de l'égalité des chances et sur la prise en compte du handicap. Cinq affiches en réalité augmentée mettent en scène le sexisme, l'égalité professionnelle, les aidants familiaux, la lutte contre la discrimination et le maintien dans l'emploi. Nouveauté en 2017, la campagne se numérise. L'application smartphone Diversity scan La Poste, permet de voir s'animer une affiche avec une saynète ludique de deux minutes illustrant chaque thème. L'objectif est d'amener les collaborateurs à échanger sur ces sujets et à défier les préjugés et les stéréotypes.

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

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'inaptitude.

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. Cet accord est prolongé d'un an jusqu'au 31 décembre 2018. Un réseau national de référents handicap permet d'appuyer la mise en œuvre de cette politique.

En matière d'emploi, priorité est donnée au maintien dans l'emploi des personnels en situation de handicap, grâce à l'aménagement des postes de travail. En 2017, près de 60 % du budget de l'accord handicap a été consacré à ces mesures. Des commissions de retour et de maintien dans l'emploi ont été mises en place dans toute l'entreprise. Elles facilitent la recherche de solutions de maintien dans l'emploi pour les personnes en situation de handicap ou d'inaptitude grâce à une action conjointe de tous les acteurs de ces politiques sur chaque situation individuelle. Avec 6,42 %, La Poste a dépassé en 2017 le taux d'emploi légal de 6 % des bénéficiaires de l'obligation d'emploi (BOE) (5,84 % en 2016). L'entreprise compte aujourd'hui plus de 12 800 collaborateurs avec une reconnaissance du handicap. Avec 529 recrutements effectués en 2015-2017 en CDI, en alternance et en CDD d'une durée de six mois et plus, elle est allée au-delà de son engagement de recruter 350 personnes en situation de handicap sur cette période.

Des dispositions spécifiques ont été mises en place pour une bonne conciliation vie personnelle-vie professionnelle des postiers en situation de handicap. Le dispositif de temps partiel aménagé senior comporte des dispositions plus favorables pour les personnes BOE, en termes de conditions d'âge et de temps libéré. Enfin, des jours supplémentaires d'autorisation exceptionnelle d'absence ont été créés pour les postiers qui doivent réaliser des démarches liées au handicap. L'accessibilité numérique des supports de communication et des applications est développée. La Poste soutient les entreprises du secteur adapté et protégé auprès duquel elle a réalisé 16,8 millions d'euros d'achats en 2017. Son engagement de plus de 35,5 millions d'euros hors taxe de prestations réalisées en trois ans est dépassé avec plus de 46,4 millions d'euros d'achats.

Le Groupe participe également à divers événements autour du handicap et de la lutte contre les discriminations pour sensibiliser les collaborateurs, notamment la Semaine pour l'emploi des personnes handicapées (SEPH).

(1) Le référentiel « Risques discrimination » de La Poste liste les 23 critères issus de textes internationaux, européens ou français : sexe, origine, état de grossesse, situation de famille, apparence physique, nom, lieu de résidence, état de santé, handicap, caractéristiques génétiques, mœurs, orientation sexuelle, identité de genre, âge, opinions politiques, activités syndicales ou mutualistes, appartenance ou non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation ou une prétendue race, convictions religieuses, perte d'autonomie, particulière vulnérabilité résultant de la situation économique, apparente ou connue de son auteur (précarité sociale), capacité à s'exprimer dans une langue autre que le français.



8.2.5.2 Égalité femmes-hommes

8.2.5.2.1 Bilan de l'accord égalité femmes-hommes

La Poste a signé un troisième accord sur l'égalité professionnelle en juillet 2015 qui fixe de nouveaux engagements pour la période 2015-2018. Cet accord vise à favoriser la mixité des recrutements et de l'emploi, à garantir une évolution professionnelle équivalente entre les femmes et les hommes, des niveaux de rémunération et des évolutions de carrière équivalents, l'égal accès à la formation, à développer la conciliation vie professionnelle-vie personnelle, à apporter une attention particulière à la parentalité ainsi qu'aux violences familiales et au travail et à sensibiliser et à communiquer sur ces sujets auprès des collaborateurs.

Par ailleurs, La Poste, est également signataire :

- du Pacte mondial des Nations unies et de l'engagement des présidents-directeurs généraux pour l'égalité femmes-hommes dans le monde ;
- de la charte de la parentalité ;
- d'une convention cadre pour la féminisation des instances de gouvernance, signée en 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 2017 un taux de 52,4 % de femmes dans l'entreprise, de 49,5 % de femmes dans l'ensemble de l'encadrement et de 32,5 % parmi les cadres dirigeants.

Le Groupe La Poste ⁽²⁾

Indicateur	2017	2016	2015
Femmes	51,1 %	50,7 %	50,7 %
Hommes	48,9 %	49,3 %	49,3 %

Le Groupe La Poste ⁽²⁾

Indicateur	2017	2016	2015
Part des femmes au sein du comité du management ⁽¹⁾	30,1 %	30,1 %	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.

(2) Inclut La Poste maison mère et les filiales du Groupe en France, hors filiales à l'étranger.

La Poste

Écart de rémunération
entre les femmes
et les hommes

	2017	2016	2015
Fonctionnaires	-3,1 %	-3,3 %	-3,33 %
Salariés	0,2 %	-0,32 %	-0,64 %

La Poste vise à assurer, pour un même travail ou pour un travail de valeur égale, l'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes. À La Poste en 2017, grâce aux mesures mises en place pour favoriser l'égalité femmes-hommes, l'écart salarial est désormais résiduel.

8.2.5.2.2 La prise en compte de la parentalité

G4-LA3

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 (La Poste maintient le salaire tant pendant le congé de maternité, que pendant le congé de paternité). 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 6 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.

8.2.5.3 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. En 2017, dans le total des recrutements en CDI, la proportion des personnes âgées de 45 ans et plus est de 9,54 %, en ligne avec l'accord sur l'insertion des jeunes et l'emploi des seniors signé en octobre 2016. Celui-ci prévoit une attention spéciale aux échanges entre générations et vise à toujours mieux insérer les jeunes dans l'entreprise, à recruter et à maintenir les seniors dans l'emploi et à transmettre les savoirs et compétences. En 2017, 987 des 3 000 contrats d'avenir voulus par l'accord ont été transformés en CDI.

8.2.6 Politique de rémunération globale

La politique salariale du Groupe La Poste est encadrée par les règles applicables au statut de fonctionnaire d'une part et par la convention d'entreprise et la négociation salariale annuelle pour le personnel salarié d'autre part. Cette politique salariale assure que tous les salariés du Groupe La Poste sont rémunérés par un salaire décent et évolutif avec notamment une évolution annuelle négociée ainsi qu'une certaine progression à l'ancienneté reconnaissant l'évolution des compétences dans une fonction. La politique salariale est complétée d'un ensemble de dispositifs très divers détaillés en page 252 du document de référence :

- **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 2017, il s'est élevé à La Poste à 119,8 millions d'euros ;
- **le plan-épargne Groupe (PEG) et le plan d'épargne retraite collectif (Perco)** : abondés par La Poste. Au 31 décembre 2017, Le Groupe La Poste compte 129 096 porteurs de parts aux dispositifs d'épargne salariale Groupe, soit une progression de 13,4 % entre 2016 et 2017. Au niveau de La Poste maison mère, le nombre de porteurs de parts est de 120 899, pour un encours total de 736,1 millions d'euros au 31 décembre 2017. Au niveau des filiales, le nombre de porteurs de parts est de 8 197, pour un encours total de 30,5 millions d'euros au 31 décembre 2017 ;
- **les régimes 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 ;
- **un régime obligatoire de prévoyance complémentaire et de prise en charge des frais de santé** : est en place depuis l'année 2007 pour les personnels salariés.

Tableau de synthèse sur les rémunérations

Indicateurs	Le Groupe La Poste ⁽³⁾		
	2017	2016	2015
Rémunération brute annuelle en moyenne ⁽¹⁾	30 877 €	30 395 €	29 956 €
Évolution N/N-1	+ 1,6 %	+ 1,5 %	ND
Montant versé au titre de l'intéressement sur les résultats de l'exercice	119,8 M€	101,1 M€	103,1 M€
Nombre de collaborateurs détenant un PEG et/ou un Perco ⁽²⁾	135 737	123 887	86 630
Abondement net versé par l'entreprise	29,7 M€	27,1 M€	22,5 M€
Part de l'investissement socialement responsable dans les encours de l'épargne salariale (PEG/Perco)	44,68 %	48,32 %	36,6 %

(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 adhèrent au plan d'épargne Groupe (PEG) et au plan d'épargne pour la retraite collectif du Groupe (Perco). La Banque Postale possède ses propres plans d'épargne salariaux (PEG et Perco).

(3) Inclut La Poste maison mère et les filiales du Groupe en France, hors filiales à l'étranger.

8.2.7 Les activités sociales de La Poste

8.2.7.1 La concertation au cœur de la gestion des activités sociales

La gestion des activités sociales, basée sur le principe de co-construction, est prise en charge par le Conseil d'orientation et de gestion des activités sociales de La Poste (Cogas). Cette instance est composée de vingt-quatre 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). Le Cogas est présidé par le DRH du Groupe La Poste. Il s'appuie, pour la préparation de ses décisions et le déploiement des offres, sur les travaux de la direction nationale des activités sociales (DNAS) épaulée par un réseau de neuf établissements sur le territoire. Vingt-huit commissions territoriales de pilotage et de concertation des activités sociales réparties sur le territoire (métropole, Corse et outre-mer) se réunissent régulièrement pour enrichir le dialogue local et national.



En 2017, une quarantaine de commissions nationales thématiques se sont tenues, illustrant une dynamique puissante de co-construction pour proposer aux postiers des offres toujours plus adaptées à leurs attentes.

8.2.7.2 Bilan des activités sociales en 2017

Les activités sociales sont proposées à tous les personnels actifs de La Poste ⁽¹⁾. Certaines prestations sont aussi ouvertes aux retraités. L'offre d'activités sociales représente un budget total de 205,6 millions d'euros en 2017 et couvre principalement quatre secteurs :

- l'offre de restauration, composée de restauration collective et de titres-restaurants (moyenne de 101 410 bénéficiaires par jour et 49,6 % du budget total en 2017) ;

- les activités culturelles et de loisirs (20,1 % du budget total en 2017) ;
- l'aide à l'enfance et à la jeunesse (6 % du budget total en 2017). Elle se matérialise par des aides pour la garde d'enfants, pour les séjours en centres de vacances et pour le soutien scolaire ;
- les actions d'entraide et de solidarité (6 % du budget total 2017), constituées d'aides aux familles d'enfants handicapés, aux grands malades, aux personnels victimes d'addiction, aux donneurs de sang, aux secouristes, aux personnes en situation de handicap.

Par ailleurs, La Poste a développé des prestations individuelles d'action sociale relevant de sa politique d'entreprise, telles que des chèques-vacances (36 770 demandes), des allocations de scolarité et des Cesu préfinancés.

Répartition des dépenses en matière d'activités sociales

(en millions d'euros)	2017	en %	2016
Restauration et secteur économique	101,9	49,6 %	96,6
Dont titre-restaurant	42,8	21 %	39,4
Activités culturelles et de loisirs	37,8	18,4 %	41,9
Enfance	41,3	20,1 %	41,0
Prévoyance et solidarité	12,3	6,0 %	13,3
Gestion et frais de structure	12,2	5,9 %	13,1
Total	205,6	100,0 %	205,9
Montant moyen ⁽¹⁾	1 091		1 058

(1) En euros, par ETP en moyenne, périmètre La Poste.

8.2.7.2.1 Mieux informer les postiers sur les prestations auxquelles ils ont accès

En 2017, l'accent a été mis sur l'information de proximité afin de toucher les populations pour lesquelles le vecteur principal d'accès à l'information sociale – le Portail Malin – est connu par 90 % ⁽²⁾ des postiers et fait l'objet de près de 4 millions de connexions annuelles. Afin de toucher une population élargie de postiers, des investissements ont été consentis pour réinstaller systématiquement un affichage de proximité dans les établissements de La Poste. Des films ont également été mis à la disposition de la filière RH et des managers pour une diffusion vers leurs équipes (portant sur les prestations, les associations, le Portail Malin).

Les RH de proximité sont aussi destinataires d'une lettre sur les actualités « activités sociales » de leurs régions. Des rencontres régulières avec les ambassadeurs de la DNAS au plus près des collaborateurs sont fréquemment organisées sous des formes très diverses.

8.2.7.2.2 L'accompagnement des aidants familiaux

À fin 2017, Le Groupe La Poste comptait plus de 504 postiers titulaires du certificat d'aidant familial dans ses effectifs.

En 2016, La Poste a mis en place une offre de soutien en direction des postiers aidants familiaux avec la création d'un guichet téléphonique d'accueil dédié pour les accompagner et les conseiller de façon plus personnalisée et leur proposer l'offre qui leur

(1) Personnels actifs permanents et en CDD de plus de trois mois.

(2) Enquête réalisée par l'institut OpinionWay en novembre 2016 sur un échantillon représentatif de 1 500 postiers actifs.

est réservée : Cesu aidant et aide à domicile pour l'aidé sont mis en place dès juillet 2016 pour les détenteurs du certificat d'aidant. Ceux-ci bénéficient aussi depuis juillet 2017 d'une aide au répit et d'une participation financière à une formation « Gestes et postures », à l'acquisition d'une tablette Ardoiz ainsi qu'à la mise en place du service « Veiller sur mes parents ». L'offre « Aide au répit » consiste en une prise en charge d'une partie des coûts d'un séjour de l'aidant familial avec ou sans la personne aidée d'une durée de 12 jours au maximum par an dans un centre de vacances adapté ou une résidence spécialisée.

La formation « Gestes et posture » développée avec l'Union nationale des associations de secouristes et sauveteurs de La Poste (Unass), propose de former l'aidant à la manipulation de la personne aidée dans des conditions qui ne mettent pas sa santé en danger. Le guide des aidants a été mis à jour en collaboration avec la DRH Groupe et un film d'animation présentant le guichet des aidants et l'offre aidant a été produit et mis en ligne sur le Portail Malin.

La Poste a été primée par PostEurop en 2017, pour ses initiatives en faveur de ses collaborateurs aidants familiaux.

8.2.7.2.3 Évolution des conditions d'attribution des titres-restaurants

En 2016, la gamme des titres-restaurants était passée de 2 à 3 valeurs différentes. Fin 2017, les conditions d'attribution des titres-restaurants ont été élargies. L'accès au titre-restaurant a permis à 92 000 postiers d'en bénéficier en 2017.

Ces évolutions participent à améliorer la qualité de vie au travail, en permettant à des postiers plus nombreux de se nourrir mieux pendant la pause déjeuner.

8.2.7.2.4 L'aide aux devoirs

Dans une optique de conciliation de la vie professionnelle et privée, une aide aux devoirs sans frais pour les postiers est à la disposition de leurs familles depuis le 1^{er} décembre 2016. Ainsi, en 2017, plus de 9 486 enfants de postiers ont bénéficié de l'aide de professeurs agréés, soit par Internet, soit par téléphone, pour les accompagner dans leurs devoirs de manière personnalisée et pédagogique.

8.2.7.2.5 Les opérations de convivialité

Convaincues que la fierté d'appartenance à l'entreprise constitue un levier important de réussite collective, les activités sociales de La Poste contribuent à mettre en relation des collaborateurs d'horizons professionnels différents lors d'événements ouverts aux familles. Ainsi, 12 000 postiers et leurs familles ont eu accès pendant une journée à un parc de loisir à un tarif extrêmement avantageux avec des temps organisés et conviviaux de rencontre. Une opportunité de côtoyer ses collègues autrement mais aussi de découvrir

les activités sociales et les associations postales présentes sur le site pour l'occasion. Une forme de « brassage » social, animé partout sur le territoire, qui favorise la cohésion, la transversalité et le sentiment d'appartenance.

8.2.8 Logement des postiers

La politique de logement des postiers est un élément important de la politique sociale du Groupe La Poste est le premier employeur participant à l'effort de construction (Action Logement – ex-1 % logement). Elle mène une politique active, négociée depuis 2006 dans le cadre d'accords successifs signés avec l'ensemble des organisations syndicales. Cette politique s'appuie sur l'offre de services proposée par Action Logement mais également sur des moyens additionnels et sur un parc historique de logements sociaux. Ceux-ci sont principalement réservés auprès des structures HLM du groupe Poste Habitat, structure qui représente plus de 15 000 logements sociaux occupés à plus de 50 % par des postiers, actifs ou retraités.

Les offres de logements (hébergement temporaire, locatif social, accès au parc intermédiaire, accession à la propriété) et des services associés (conseil, cautionnement, crédit immobilier, prêt travaux, aide financière) permettent à La Poste de proposer des solutions adaptées aux besoins des postiers à chaque étape de leur parcours résidentiel, de leur évolution professionnelle ou de leur vie personnelle. Cette politique a permis en 2017 d'accompagner plus de 10 480 postiers dont 2 182 pour un accès à un logement locatif social. En 2017, un quatrième accord sur la politique du logement a été signé pour la période 2017-2019 afin de faciliter l'accès au logement d'un plus grand nombre de postiers. Ce nouvel accord unanime reconduit les services et prestations logement. Il prévoit aussi des aides dédiées à l'accompagnement de la mobilité des postiers, un effort particulier pour le logement des collaborateurs des Dom notamment à l'approche de la retraite et la reconduction du soutien pour les postiers en situation temporaire difficile.



8.3 Un dialogue social de qualité pour accompagner la transformation du Groupe

Le Groupe La Poste est convaincu qu'un dialogue social constant et de qualité est une condition de sa compétitivité d'entreprise. Il entretient un dialogue particulièrement soutenu avec l'ensemble des instances représentatives du personnel depuis plusieurs années dans le cadre de l'accompagnement social de sa transformation, au niveau national et local.

8.3.1 Une représentation homogène des collaborateurs de La Poste

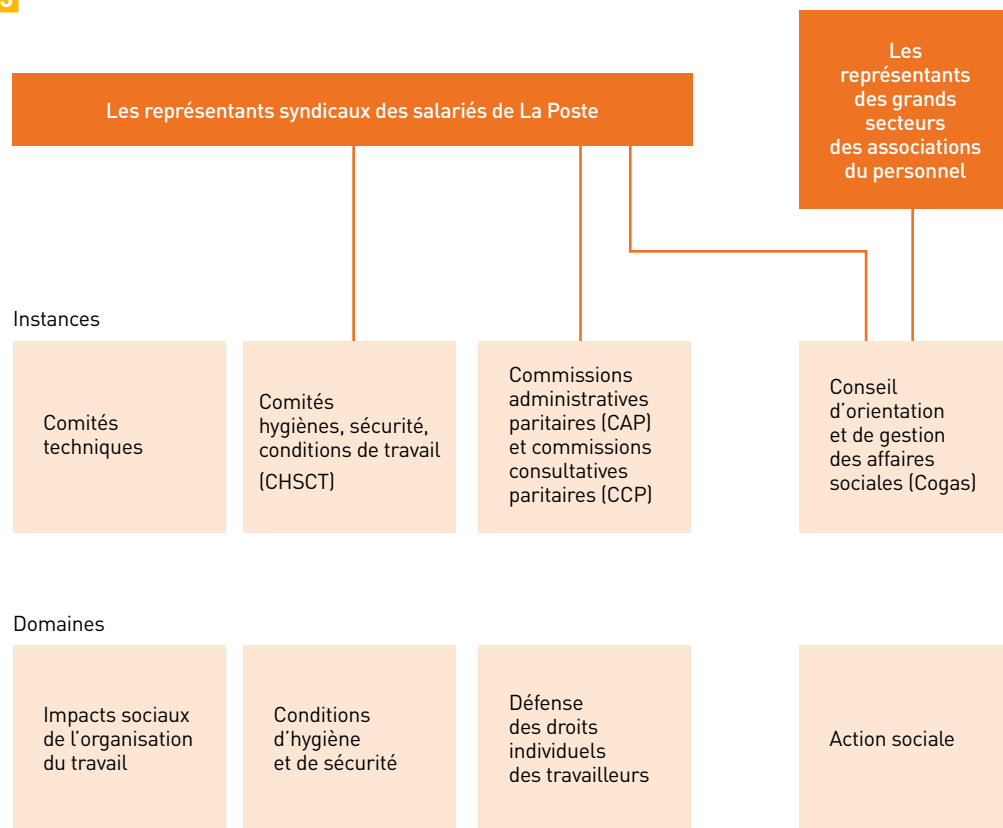
Les IRP de La Poste sont largement empreintes du droit de la fonction publique, à l'exception des CHSCT, qui ont été mis en place à La Poste le 15 novembre 2011 et qui répondent, dans une très large mesure, aux règles du Code du travail.

La transformation de La Poste d'établissement public à caractère industriel et commercial en société anonyme en 2010 n'a pas modifié la nature des IRP (hormis pour les CHSCT mis en place fin 2011). En effet, en matière de représentation du personnel, la cohabitation de plusieurs catégories de personnel (fonctionnaires, agents contractuels de droit public et salariés) implique de garantir des règles de représentation et de dialogue social homogènes de ces collaborateurs dans l'entreprise.

100 % des personnels du Groupe sont représentés dans les comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).

Institutions représentatives du personnel à La Poste (IRP)

G4-LA5



Outre les IRP, La Poste dispose de plusieurs instances d'information, de concertation et de négociation :

Les commissions de dialogue social de La Poste (CDSP) composées de représentants des organisations syndicales représentatives au niveau national ou local (branche et niveau opérationnel déconcentré). Ce sont des instances dans lesquelles la direction partage l'information et/ou engage une concertation sur différents projets et dossiers et au sein desquelles sont négociés et conclus des accords collectifs.

Le comité de dialogue social stratégique Groupe (CDSG), créé par l'accord du 21 juin 2017, qui concerne La Poste et toutes les filiales du Groupe ayant leur siège social en France. Cette nouvelle instance vise à offrir aux organisations syndicales une meilleure information sur la situation économique, sociale et financière ainsi que sur la stratégie du Groupe. Les syndicats peuvent inscrire des points à l'ordre du jour et demander des expertises sur les comptes du Groupe.

8.3.2 Les élections professionnelles

Les élections professionnelles ont lieu tous les quatre ans : les dernières se sont tenues du 1^{er} au 4 décembre 2014. Les résultats sont décrits dans le détail en page 255 du document de référence 2017 du Groupe La Poste.

Le nombre de jours perdus pour fait de grève est en baisse en 2017.

Indicateur	Le Groupe La Poste ⁽²⁾		
	2017	2016	2015
Nombre de jours perdus pour fait de grève ⁽¹⁾	115 003	200 775	125 002

(1) Nombre de jours d'arrêt de travail du fait de grèves nationales ou locales issu du système de paie (indicateur restreint aux jours de grève non payés).

(2) Inclut La Poste maison mère et les filiales du Groupe en France, hors filiales à l'étranger.

8.3.3 Négociations et accords

Fruits du dialogue soutenu et de qualité que le Groupe entretient avec les instances représentatives de son personnel, 12 accords nationaux ont été signés en 2017, chiffre le plus élevé depuis cinq ans. À noter en particulier l'accord dans la distribution (n° 1 ci-dessous) et l'accord créant une instance stratégique de Groupe (n° 5 ci-dessous).

8.3.3.1 Accords et avenants nationaux signés en 2017 à La Poste

Après la signature de cinq accords et avenants en 2016, l'année 2017 a ainsi été marquée par la conclusion des accords suivants :

1. L'accord sur l'amélioration des conditions de travail et sur l'évolution des métiers de la distribution et des services des factrices/facteurs et de leurs encadrantes/encadrants de proximité (signé le 7 février par la CFDT, FO, la CFTC et la CGC).
2. L'accord relatif aux mesures salariales pour l'année 2017 (signé le 30 mars par la CFDT et la liste commune CFTC-CGC-UNSA).
3. L'accord logement pour 2017-2019 (signé le 30 mai par la CGT, la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA puis par SUD le 19 juillet 2017).
4. L'accord sur la création de la fonction de chargé de clientèle remplaçant et la responsabilisation du management sur l'activité de remplacement en bureau (signé le 20 juin par la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA).
5. L'accord relatif à la création du comité de dialogue social stratégique groupe (signé le 21 juin par la CGT, la CFDT, FO, la CFTC et la CGC).
6. L'accord sur l'avenir des métiers supports 2017-2020 (signé le 19 juillet par la CFDT et la liste commune CFTC-CGC-UNSA).
7. L'avenant à l'accord du 7 juillet 2011 instituant un régime de garanties collectives « remboursement de frais de santé » au profit des fonctionnaires et contractuels de droit public de La Poste (signé le 26 juillet par la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA puis par SUD le 17 octobre).
8. L'avenant à l'accord du 19 mai 2006 instituant deux régimes de garanties collectives obligatoires « incapacité – invalidité-décès » et « remboursement de frais de santé » au profit des salariés de droit privé de La Poste régis par la convention commune du 4 novembre 1991 (signé le 26 juillet par la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA puis par SUD le 17 octobre).



9. L'accord sur les conditions d'exercice des métiers de conseil bancaire (signé le 11 septembre par la CGT, la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA).
10. L'accord relatif aux primes colis (signé le 11 octobre par la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA).
11. L'accord portant transfert pour partie de la rémunération indemnitaire vers la rémunération indiciaire des fonctionnaires ou vers le salaire de base des salariés de classes I à III (signé le 7 novembre par la CGT, la CFDT, FO et la liste commune CFTC-CGC-UNSA).
12. L'avenant de prolongation de l'accord en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap à La Poste 2015-2017 (signé le 13 décembre 2017 par la CFDT, FO, la CFTC et la CGC).

Tableau de synthèse des accords signés en 2017

	La Poste	La Banque Postale	Docapost	GeoPost	Mediapost	La Poste Silver	Poste Immo	Viapost
Nombre total d'accords sociaux signés (y compris avenants)	12	41	18	8	13	14	5	23

8.3.3.2 Suivi des engagements pris dans les accords en vigueur en 2016

L'ensemble des accords précités font l'objet d'une commission de suivi qui se réunit au moins une fois

par an. Elle donne lieu notamment à une présentation de la mise en œuvre des dispositions conventionnelles aux organisations syndicales signataires.

Annexe chapitre 8 : indicateurs RH

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
PROFIL						
G4-6	Répartition de l'effectif du Groupe par continent	France	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	90,7	88,8	86,4
		Autres pays de l'Europe de l'Ouest	idem	6,2	7,0	7,2
		Pays de l'Europe de l'Est et Russie		1,7	2,7	4,1
		Autres pays		1,4	1,5	2,3
G4-9	Effectif	La Poste	Moyen en équivalents temps plein	204 421	197 397	191 898
		LGLP	Moyen en équivalents temps plein	253 158	251 249	253 219
			Total en personnes physiques au 31 décembre	253 464	250 124	245 774
G4-10	Effectif employé hors France	LGLP	En équivalents temps plein	23 670	28 186	34 484
G4-10	Effectif du Groupe en France	LGLP	Personnes physiques	253 464	250 124	245 774
		La Poste	idem	224 045	220 572	214 697
		LBP		4 059	4 218	4 650
		Sofipost		18 826	18 732	
		Mediapost		–	11 572	11 736
		Docapost		–	4 568	4 425
		Viapost		–	2 581	2 481
		La Poste Silver		–	–	1 041
		GeoPost		5 875	5 942	6 111
		Poste Immo		624	624	602
		Autre		35	47	31
G4-10	Nombre de collaborateurs en CDD	Le Groupe La Poste	Personnes physiques (France)	16 080	19 435	19 102
G4-10	Femmes	Le Groupe La Poste	% de l'effectif total (France)	50,7	50,7	51,1
G4-10	Hommes	Le Groupe La Poste	% de l'effectif total (France)	49,3	49,3	48,9
G4-10	Évolution de l'effectif	La Poste	%	-4	-2	0
		LGLP	%	-1,8	-1	0



8. La politique sociale, levier d'une transformation réussie

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
G4-10	Répartition des effectifs par branche	Services-Courrier-Colis	% de l'effectif (équivalents temps plein en moyenne)	56,2	55,1	54,1
		Le Réseau La Poste	idem	21,9	21,1	19,9
		GeoPost		11,0	13,0	15,4
		La Banque Postale		7,4	7,2	6,9
		Groupe		1,0	1,1	1,0
		Poste Immo		0,4	0,4	0,4
		Numérique		2,1	2,1	2,2
G4-10	Répartition des effectifs permanents selon l'âge (Groupe en France)	24 ans et moins	Nombre	4 194	3 976	4 766
		25-29 ans	Nombre	12 109	11 412	11 712
		30-39 ans	Nombre	45 442	43 472	42 796
		40-49 ans	Nombre	65 697	63 623	62 329
		50-54 ans	Nombre	47 314	44 363	40 830
		55-59 ans	Nombre	46 980	46 358	46 068
		60 ans et plus	Nombre	15 648	17 485	18 171
G4-10	Taux de collaborateurs âgés de 50 ans et plus	LGLP	% (hors contrat CDD)	–	46,9	46,3
G4-10	Nouveaux collaborateurs recrutés	LGLP	Nombre	10 531	12 967	–
G4-10	Collaborateurs engagés en CDI	LGLP (France)	Nombre	8 056	10 220	14 658
G4-10	Collaborateurs engagés en CDI ayant préalablement travaillé en CDD	La Poste	Nombre	889	1 524	3 086
G4-10	Femmes engagées en CDI	La Poste	%	45,3	44,8	44,4
G4-10	Collaborateurs âgés de 45 ans et plus engagés en CDI	La Poste	%	7,6	8,3	9,5
G4-10	Jeunes ayant bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation	La Poste	Nombre	4 481	5 736	7 033
		LGLP (France)	Nombre	4 897	6 161	7 238
G4-10	Responsables RH de proximité	La Poste	Nombre	1 100	1 000	1 000
G4-10	Part de l'effectif à temps partiel	LGLP (France)	% de l'effectif au 31/12 en personnes physiques hors CDD	12,97	12,64	12,4
G4-10	Part de l'effectif occupant des emplois à horaires de nuit	LGLP (France)	% de l'effectif au 31/12 en personnes physiques hors CDD	2,81	2,75	2,7

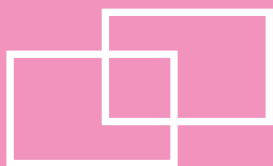
GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
RÉMUNÉRATIONS ET AVANTAGES						
G4-51	Rémunération annuelle brute moyenne	LGLP (France)	Euros	29 956	30 395	30 877
G4-51	Intéressement	LGLP (France)	Millions d'euros	103,1	101,1	119,8
G4-54	Ratio du salaire moyen par rapport au salaire du président	La Poste	Ratio	15,3	14,8	14,6
G4-LA1	Taux de turnover	La Poste	%	2,99	3,50	4,90
G4-LA1	Collaborateurs du Groupe détenant un PEG ou un Perco	Le Groupe La Poste (France)	Nombre	83 630	123 887	135 737
G4-LA2	Collaborateurs du Groupe détenant un PEG ou un Perco Groupe	Le Groupe La Poste (France)	Nombre	76 764	113 815	129 096
G4-LA2	Montant total PEG et Perco Groupe	La Poste	Millions d'euros	601	666	736
G4-LA2	Montant total PEG et Perco Groupe	Filiales	Millions d'euros		27	31
G4-LA2	Collaborateurs détenant un PEG ou un Perco Groupe	La Poste	Nombre	67 644	105 180	120 899
G4-LA2	Collaborateurs détenant un PEG ou un Perco Groupe	Filiales	Nombre		8 635	8 197
G4-LA2	Abondement net versé par l'entreprise	LGLP (France)	Millions d'euros	22,5	27,1	30
G4-LA2	Part de l'investissement socialement responsable dans les encours de l'épargne salariale	LGLP (France)	%	37	48	45
G4-LA2	Répartition des dépenses en matière d'activités sociales	LGLP	Millions d'euros	209,2	205,9	205,6
G4-LA2	Restauration et secteur économique	LGLP	Millions d'euros	96,8	96,6	101,9
G4-LA2	Activités sportives et culturelles	LGLP	Millions d'euros	43,6	41,9	37,8
G4-LA2	Enfance	LGLP	Millions d'euros	40,6	41,0	41,3
G4-LA2	Prévoyance et solidarité	LGLP	Millions d'euros	15,4	13,3	12,3
G4-LA2	Montant moyen par collaborateur	LGLP	Euros	1 033	1 058	1 091



8. La politique sociale, levier d'une transformation réussie

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
CONDITIONS DE TRAVAIL						
G4-LA5	Collaborateurs représentés dans les instances de représentation collective CHSCT	LGLP	%	91	100	100
G4-LA6	Jours d'absence pour accidents du travail et de trajet ou maladies professionnelles	LGLP (France)	Nombre en jours calendaires	773 969	782 689	795 800
G4-LA6	Taux de fréquence des accidents du travail	LGLP (France)	Nombre d'accidents du travail avec arrêt par millions d'heures travaillées	24,71	27,47	27,55
G4-LA6	Taux de gravité des accidents	Le Groupe La Poste (France)	Nombre de jours d'arrêt pour accident du travail par milliers d'heures travaillées	1,36	1,44	1,50
G4-LA6	Absentéisme pour maladie	LGLP (France)	%	6,30	6,59	6,59
G4-LA6	Jours d'absence pour maladie	LGLP (France)	Nombre en jours calendaires	5 504 479	5 596 496	5 485 496
G4-LA6	Collaborateurs en télétravail	La Poste	Nombre (données arrondies)	1 400	1 600	1 900
G4-LA8	Personnes en situation de handicap recrutées	La Poste	Nombre	147	163	219
G4-LA8	Personnes en situation de handicap recrutées CDI	La Poste	Nombre	60	45	93
G4-LA8	Bénéficiaires de l'obligation d'emploi	La Poste	Taux	5,1	5,8	6,4
G4-LA8	Taux de BOE	La Banque Postale	%	3,0	3,2	3,03
G4-LA8	Collaborateurs avec une reconnaissance du handicap	La Poste	Nombre	9 463	10 269	10 900
G4-LA8	Collaborateurs ayant bénéficié d'un examen médical au cours des deux dernières années	La Poste	%	90	81	81
G4-LA13	Heures supplémentaires	LGLP (France)	Nombre	2 946 817	2 987 861	3 398 932
FORMATION ET ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE						
G4-LA9	Dépenses de formation	La Poste	% de la masse salariale	3,92	4,02	3,84
G4-LA9	Collaborateurs ayant reçu au moins une formation	Le Groupe La Poste (France)	Nombre	173 632	161 550	176 793
G4-LA9	Collaborateurs ayant suivi au moins une formation dans l'année	La Poste	%	81	76	84
G4-LA9	Heures de formation	Le Groupe La Poste (France)	Nombre	4 777 133	5 432 771	4 808 464

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
G4-LA9	Heures de formation par personne formée	La Poste	Nombre	27,5	33,6	19
G4-LA9	Jours de formation	LGLP (France)	Nombre	682 448	776 110	686 923
G4-LA10	Managers ayant suivi une formation à leur rôle RH	La Poste	Nombre	3 380	1 314	1 709
G4-LA10	Collaborateurs ayant reçu une formation au numérique	La Poste	Nombre		60 000	100 000
G4-LA11	Collaborateurs ayant évolué vers les fonctions publiques	La Poste	Nombre	222	198	191
G4-LA11	Collaborateurs qui ont pu créer ou racheter leur entreprise	La Poste	Nombre	175	298	131
G4-LA11	Collaborateurs ayant évolué vers l'ESS	La Poste	Nombre	70	75	117
G4-LA11	Collaborateurs ayant débuté un parcours qualifiant	La Poste	Nombre	6 600	12 600	10 000
G4-LA11	Collaborateurs promus	La Poste	Nombre	11 017	12 866	18 968
G4-LA11		Le Groupe La Poste (France)	Nombre	12 613	14 783	20 987
G4-LA11	Taux de promotion	Le Groupe La Poste	%	5,3	6,4	9,7
G4-LA12	Femmes cadres dirigeantes	LGLP	%	30	31,7	32,5
G4-LA12	Femmes membres du comité exécutif	Le Groupe La Poste	%	30	30	20
G4-LA12	Promotions obtenues par des femmes	La Poste	%	54	54,3	54
G4-LA12	Écart de rémunération entre les hommes et les femmes	Le Groupe La Poste (France)	%	-5,6	-5,4	-5,1
DROITS HUMAINS						
G4-HR3	Plaintes traitées par la médiatrice vie au travail	LGLP	Nombre	195	180	230
DIALOGUE SOCIAL						
G4-26	Taux de participation aux élections des représentants du personnel	LGLP	%	75,6	75,6	75,6
				(CT National)	(CT National)	(CT National)
G4-26	Nombre d'accords nationaux signés	LGLP (France)	Nombre	92	109	134



9. L'engagement au service du client

Le Groupe La Poste a la volonté de simplifier la vie des clients. Depuis le milieu de l'année 2016, la relation client a fait l'objet d'une réflexion approfondie afin de faire évoluer ses contours, son pilotage et de mesurer la valeur créée pour les parties prenantes et la société.

Pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et à l'évolution des modes de consommation, le Groupe s'attache à concevoir une offre de services responsable dans le choix des produits utilisés.

Le Groupe La Poste veille à l'accessibilité à tous des produits et services (de la conception à la distribution du service ainsi que l'accès au service client), en s'attachant à leur utilité et à une tarification et une qualité de service compétitives. Pour cela, il renforce la qualité de la relation entre les collaborateurs et les clients/consommateurs.

Le Groupe souhaite évoluer vers un service client facilement accessible à tous, permettant une réponse rapide aux éventuels dysfonctionnements et permettant une fidélisation du client. L'année 2017 a été marquée par la décision de déconcentration de la prise en charge du client.

Enfin, Le Groupe La Poste travaille activement à la mise en place d'un dispositif de mesure de la satisfaction client pertinent, simple et permettant l'amélioration continue. Ce point a fait l'objet de travaux importants avec le comité qualité et développement durable en 2017.

Page 154 9.1 Une offre responsable

Page 156 9.2 Sensibiliser et accompagner les clients pour une consommation responsable

Page 159 9.3 Progresser dans l'accessibilité à l'offre

Page 164 9.4 Renforcer la satisfaction des clients

Page 167 Annexe chapitre 9 : indicateurs d'engagement au service du client

Constat et vision 2030

Le Groupe La Poste souhaite faire vivre la proximité au quotidien. Les postiers sont en lien avec tous les publics partout sur le territoire, pour leur apporter proximité humaine, support et conseil et leur rendre accessible l'offre responsable de toutes les branches du Groupe, mais aussi les services de ses partenaires.

Objectifs clés		
Domaine d'action	Objectifs pour 2020	Avancement au 31/12/2017
Offre responsable	Développer la part de l'offre responsable sous pilotage RSE	Compensation des émissions de gaz à effet de serre des offres courrier, colis, express et numériques effective depuis 2012 ↗
	Proposer « d'investir responsable »	En 2017, les encours ISR représentent 50 % des encours totaux sous gestion ↗

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

9.1 Une offre responsable

G4-EN7

Pour le développement des produits et services, 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. 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.

La démarche d'écোসocioconception du Groupe La Poste s'appuie essentiellement sur trois volets :

- l'intégration de critères RSE dans la démarche de conception, de réalisation et de commercialisation pour les offres courrier, colis, express et numérique ;
- l'intégration des critères ESG dans les produits et services bancaires ;
- l'information et la protection du consommateur et de ses données.

9.1.1 Protection de l'environnement, de la santé et de la sécurité des clients et consommateurs

Les timbres « Marianne » et les beaux timbres sont fabriqués à base de papier issu de forêts gérées durablement et d'encre végétales. Les produits Prêt-à-Poster sont labellisés NF Environnement. Entièrement recyclables, les emballages Colissimo

utilisent jusqu'à 85 % de carton recyclé, des encres végétales et des colles à base d'eau et d'amidon de maïs. Les produits de La Poste, comme les Prêt-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.

En 2017, le Groupe a mis en place les moyens lui permettant de répondre au règlement général sur la protection des données (RGPD, voir page 89).

9.1.2 Intégrer l'écোসocioconception dans les services courrier, colis, express et numérique

9.1.2.1 Critères environnementaux et sociaux de conception de l'offre

Après huit ans de travaux menés en collaboration avec les directions marketing, 2016 a été marquée par la conduite d'une évaluation externe du niveau de maturité de la démarche. Dans ce cadre, La Poste a sollicité l'Afnor pour élaborer un référentiel exigeant, de mesure du niveau de maturité de la prise en compte de la RSE dans les process de conception, de réalisation et de commercialisation des offres des branches Services-Courrier-Colis et Numérique.



Ce référentiel est structuré autour de 4 critères et de 25 sous-critères, avec une logique de notation calée sur une approche d'amélioration continue. L'audit pilote conduit en 2016 avait notamment démontré que la politique RSE des 2 branches est bien définie et bien engagée et qu'elle impacte positivement la performance RSE des offres.

En 2017, la branche Services-Courrier-Colis a poursuivi ses travaux dans ce sens avec l'actualisation de l'analyse de cycle de vie de l'emballage Colissimo, lui permettant de connaître plus précisément les critères à travailler pour réduire l'empreinte environnementale de cette offre. Dans le même esprit, un bilan du déploiement de l'offre de collecte et reprise en boîte à lettres a été réalisé qui met notamment en évidence sa contribution à l'optimisation de l'empreinte environnementale.

Aujourd'hui le taux de matière recyclée dans les emballages est de 20%. La quantité de matières premières utilisées diminue régulièrement : entre 2012 et 2017, la matière utilisée pour le colis format « L » a diminué d'environ 5% (soit une baisse de 16 grammes sur cette référence).

Dans cette même logique, Docapost a réalisé les analyses de cycle de vie de ses trois grandes typologies d'offres : « dématérialisation », « back-office et paiements », « tertiaire et éditique », qui, en lien avec les analyses d'impact environnemental de ses sites, ont permis de mettre en place des mesures de réduction de leur empreinte environnementale.

Après Pickup Services et Predict, GeoPost a poursuivi le développement de services de livraison améliorée et a lancé en 2017 « Precise » au Royaume-Uni.

Avec ce nouveau service, les clients peuvent sélectionner eux-mêmes la date et l'heure de leur livraison et avec l'option « go green » les destinataires peuvent choisir un créneau pendant lequel le chauffeur est déjà à proximité de l'adresse de livraison. Chacune de ces offres propose aux clients d'aller un peu plus loin dans la prise en compte des impacts environnementaux de leurs choix de consommation. Les premières analyses montrent que dans les semaines qui ont suivi le lancement du service, le taux de réussite des livraisons à la première tentative a déjà augmenté de 3%. GeoPost a réalisé en 2017 une étude de la contribution de Predict et de Pickup à la réduction des émissions atmosphériques.

À noter également le lancement de « Seur Now » en Espagne, une offre de livraison urgente (en moins de deux heures) réalisée avec des véhicules à faibles émissions.

9.1.3 Intégrer les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance dans les produits bancaires

9.1.3.1 Démarche d'écোসocioconception des produits bancaires

Depuis juin 2009, La Banque Postale veille à ce que les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) soient systématiquement pris en compte dans la conception de son offre de produits et services. Elle s'est donc dotée d'une check-list ESG : un outil déclinant 19 critères ESG (éthique du conseil, transparence, simplicité, clarté, lutte contre le changement climatique, lutte contre l'évasion fiscale, etc.). Suite à la mise en place de l'outil, les responsables produits ont ainsi été formés à son utilisation et sont donc sensibilisés aux principaux enjeux RSE.

La check-list ESG est présente dans chaque dossier produit revu en comité d'examen des nouveaux produits (CEP). En 2017, La Banque Postale a tenu 31 CEP.

Ainsi, tous les nouveaux produits proposés par La Banque Postale passent au crible de critères extra-financiers couvrant la conception, la distribution et l'accompagnement des clients.

9.1.3.2 Développement de l'investissement socialement responsable

La Banque Postale Asset Management (LBPAM) a fait de l'investissement socialement responsable (ISR) un de ses moteurs de développement. Suite à la fusion avec Fédéris Gestion d'Actifs en 2016, LBPAM a renforcé sa « philosophie ISR » désormais définie autour de quatre axes : le soutien à la transition énergétique et écologique, le développement des territoires, la gestion durable des ressources, la gouvernance responsable.

À la suite du lancement en 2016 du label ISR par le gouvernement français, LBPAM a présenté la candidature de l'ensemble de ses fonds ISR retail. En 2017, 11 fonds LBP ont obtenu le label ISR.

La prise en compte des critères ESG peut avoir un impact différent sur les décisions d'investissement et sur la composition des fonds, en fonction des classes d'actifs, des attentes des clients ou encore de la stratégie retenue. Afin de distinguer ces différents cas de figure, les encours ISR sont répartis en trois catégories établies par Novethic (centre de recherche sur l'ISR et filiale de la Caisse des dépôts) : ISR de conviction, ISR à impact significatif, ISR à impact modéré.

Encours ISR (en milliards d'euros)

Catégorie et approche	2015	2016	2017
ISR de conviction Approches de sélection <i>best-in-class</i> , écartant plus de 50 % de l'univers d'investissement Approches de sélection <i>best-in-universe</i> , qui excluent plus de 25 % des titres	1,78	2,20	3,09
ISR à impact significatif Actifs gérés selon une approche de valorisation financière ou de sélection <i>best-in-class</i> , qui écartent entre 25 % et 50 % de l'univers d'investissement	0,90	1,01	0,99
ISR à impact modéré Encours auxquels on applique des contraintes ESG et pour lesquels moins de 25 % des titres sont écartés sur des critères ESG	95,35	93,98	105,06
Total	98,03	97,18	109,14

Les encours ISR totaux ont augmenté de 12% au cours de l'année 2017 pour atteindre 109,1 milliards d'euros à fin 2017, soit 50% des encours sous gestion. Les encours ISR de conviction sont ceux qui ont le plus progressé, passant de 2,2 milliards d'euros à fin 2016 à 3,1 milliards d'euros à fin 2017, soit une hausse de 41%.

G4-PR4

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.

9.1.4 Intégrer les critères de l'écoconception dans les services numériques

La démarche d'intégration des critères d'écocioconception dans les services numériques est décrite au paragraphe « Une démarche d'écoconception logicielle pour améliorer l'efficacité des applications informatiques » du chapitre 6, page 95.

9.2 Sensibiliser et accompagner les clients pour une consommation responsable

G4-PR3

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 modes de consommation.

9.2.1 Améliorer la connaissance clients des impacts environnementaux

Validé par Bureau Veritas en 2011 et en 2013, un écocalculeur 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://www.colissimo.fr/particuliers/recevoir_un_colis/livraison_neutre_CO2/.

Le site Internet de La Banque Postale propose également des conseils pratiques, pour réduire sa facture énergétique et adopter des gestes pour protéger l'environnement.

9.2.2 Neutralité carbone des offres courrier, colis, express et numérique du Groupe La Poste

Pour proposer à ses clients des transports et des services numériques contribuant à la limitation du dérèglement climatique, Le Groupe La Poste compense, en achetant des crédits sur le marché volontaire, les émissions de gaz à effet de serre (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 sa 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. Le Groupe La Poste a fait l'acquisition de crédits carbone tous reconnus par les standards les plus exigeants (Gold Standard, VCS et UNFCCC) qui lui ont permis de compenser, en 2017, 1 460 000 de t eq CO₂ émises par les branches concernées du Groupe. L'achat de crédits carbone du Groupe La Poste représente près de 9 % 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.

9.2.2.1 Les projets de compensation carbone soutenus

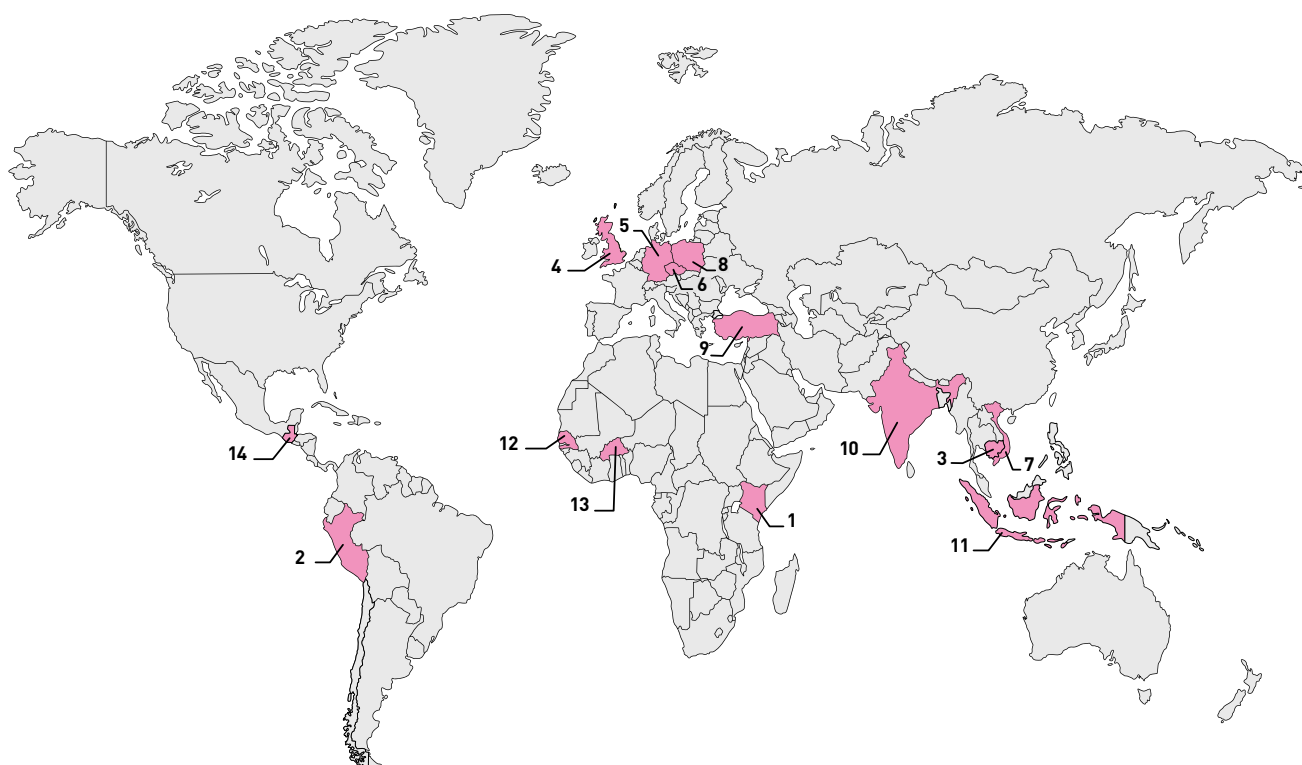
La Poste participe au fonds Livelihoods, créé en 2011 à l'initiative de Danone, et depuis rejoint par plusieurs grandes entreprises. Livelihoods est un fonds d'investissement dédié à la compensation carbone au service des communautés rurales des pays en développement. Le fonds soutient et organise des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

- des projets de **restauration de la mangrove** en **Indonésie (11)**, en **Inde (10)** et au **Sénégal (12)** ;
- des projets de **protection de la forêt** par la distribution de fours améliorés au **Burkina Faso (13)** et au **Kenya (1)** ;
- le **développement de l'agroforesterie** au **Guatemala (14)**.

9.2.2.1.1 Les projets soutenus par la branche Services-Courrier-Colis et la branche Numérique

Projets de lutte contre la déforestation au Kenya (1)

(installation de filtres permettant de purifier l'eau sans la faire bouillir au bois de chauffe, et mise en place de techniques alternatives au brûlis), au **Pérou (2)** (gestion durable des forêts), au **Cambodge (3)** (distribution de foyers améliorés en substitution des poêles traditionnels pour éviter la déforestation) et au **Vietnam (7)** (production d'énergie locale et renouvelable grâce au biogaz produit à partir de la fermentation de déjections animales dans des biodigesteurs).



9.2.2.1.2 Les projets soutenus par GeoPost

Projets de collecte de gaz au Royaume-Uni (4), en **Allemagne (5)** (amélioration du mix énergétique local par la capture de méthane et revitalisation de sites miniers abandonnés) et en **République tchèque (6)** (collecte de gaz sur des sites d'enfouissement de déchets). **Récupération des déchets issus de centrales à charbon** (cendres) en **Pologne (8)**, qui sont ensuite utilisés pour la fabrication de matériaux destinés à des travaux d'infrastructure (routes). **Éolien en Turquie (9)** et en **Inde (10)**, avec 150 turbines éoliennes pour une production totale d'électricité d'environ 530 000 MWh/an.

Un nouveau projet de compensation au Brésil

En 2017, GeoPost a consulté ses collaborateurs afin de choisir un nouveau projet de compensation. Avec 59% des votes c'est le projet de l'usine de fabrication de bonbons brésilienne Dori qui a été choisi. Dori a intégralement remplacé les carburants fossiles par des copeaux de bois et des coques de cacahuètes, sources d'énergie renouvelable. Le soutien financier apporté en échange des réductions d'émissions carbone a en effet permis à Dori de s'équiper en chaudière biomasse, énergie issue des matières organiques. Les bénéfices de cette nouvelle réduction de CO₂ sont nombreux. Un programme de reforestation a ainsi été lancé avec 25 000 arbres indigènes plantés. L'eau utilisée pour la production de bonbons est également désormais traitée et réutilisée pour l'arrosage des plantations.

9.2.2.2 Rendre visible l'offre compensée

Depuis 2012, un marquage a été mis gratuitement à disposition des clients courrier, colis et numérique, afin de leur permettre d'exprimer leur engagement pour l'environnement en affichant la neutralité carbone de leurs envois.



La branche Numérique garantit la neutralité carbone de l'intégralité de ses activités. Ce marquage se retrouve notamment sur les plis qu'elle imprime pour ses clients. En 2017, le Groupe a valorisé les atouts RSE de Colissimo en mettant en valeur cinq avantages client : prestation réalisée avec la première flotte de véhicules électriques au monde, écoconduite des postiers, emballage écoconçu, prestation 100% neutre en CO₂, écomparateur.

9.2.3 Orienter l'épargne vers des placements plus responsables ou solidaires

9.2.3.1 Des offres favorisant la transition énergétique

Fin 2015, à l'occasion de la COP21 à Paris, La Banque Postale a lancé une offre de prêts adaptée aux attentes des particuliers comme des personnes morales et des acteurs du secteur public local, désireux de s'engager en faveur de la transition énergétique. En 2016 et 2017, cette offre est devenue pérenne. Ainsi, pour accompagner les particuliers dans leur engagement envers la transition énergétique, La Banque Postale propose une gamme verte qui se compose du prêt à taux zéro (Éco PTZ), d'un prêt travaux « vert » favorisant la rénovation énergétique de son logement, de prêts « verts » pour l'achat de véhicules électriques ou hybrides (voitures mais aussi, vélos, deux-roues, voire trottinettes électriques) et d'une assurance dédiée. Pour encourager ses clients particuliers à passer à l'acte écologique, La Banque Postale s'engage en proposant ces offres à une tarification avantageuse.

En matière d'épargne, La Banque Postale met également à disposition une solution en faveur de la transition énergétique avec le fonds ISR thématique « LBPAM Responsable Actions Environnement ». Ce fonds est investi spécifiquement dans des entreprises européennes du secteur de l'environnement agissant en faveur du développement durable et de la transition énergétique. Il a par ailleurs obtenu le label gouvernemental TEEC (transition énergétique et écologique pour le climat) en janvier 2017 et le label ISR public en septembre 2017.

S'agissant des collectivités locales et des hôpitaux publics, La Banque Postale est restée en 2017 le premier prêteur du marché avec 6,5 milliards d'euros octroyés. À ce titre, bon nombre de projets financés touchent à des sujets de transition énergétique dont les entités du secteur public portent la responsabilité : construction neuve, rénovation de bâtiments publics, travaux de réhabilitation sur les parcs de logements sociaux, transports propres, etc.

Pour les entreprises, la Banque dispose de solutions de financements en crédit-bail de flottes de voitures propres et intervient par ailleurs comme financeur de nombreuses sociétés de projets spécialisées sur les énergies renouvelables (photovoltaïque, éolien, etc.). La création en 2017 d'une équipe dédiée au financement des ENR au sein de l'activité de financement et d'investissement a permis de structurer les efforts de la Banque en ce sens. En deux ans, plus d'un milliard d'euros ont été décaissés pour financer ces projets favorisant la transition énergétique.



9.2.3.2 Des offres pour une finance solidaire

La Banque Postale propose également à ses clients des offres leur permettant de s'investir dans la finance solidaire. Le service « Intérêts solidaires » permet de reverser tout ou partie des intérêts d'un livret d'épargne (livret A, livret développement durable ou livret d'épargne populaire) à l'une des 11 associations membres du club de « L'Initiative contre l'exclusion bancaire » dont la Banque est membre fondateur. 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 propose également aux particuliers de concilier placement financier et engagement citoyen avec 3 fonds solidaires de la gamme ISR Investir autrement. Ceux-ci permettent de soutenir grâce à son épargne des organismes ayant une forte utilité sociale. LBPAM Responsable Actions Solidaire et Décisiel Responsable Actions 70 Solidaire (fonds d'épargne salariale) ont une partie de leur encours (5% à 10%) investie directement aux capitaux d'organismes agissant en faveur de l'insertion, par l'emploi ou par le logement. Quant au fonds Libertés & Solidarité, la moitié des revenus générés est reversée sous forme de don à la Fédération internationale des ligues des droits de l'homme, une ONG internationale de défense des droits humains qui regroupe 184 organisations dans 112 pays. Ces 3 fonds sont labellisés par l'association Finansol, témoignant de leur transparence et de leur caractère réellement solidaire.

La Banque Postale soutient également les associations Solidarité Sida et Unicef en proposant à ses clients des cartes de paiement affinitaires et BPE, banque privée de La Banque Postale, soutient l'Institut Pasteur à travers l'offre BPE Altruus.

9.2.4 Une politique de crédit responsable

La Banque Postale favorise l'accès au crédit pour les clients disposant d'un budget modeste, tout en étant extrêmement vigilante sur la solvabilité de ses emprunteurs. En effet, elle propose une offre de crédits responsables, assortie d'un suivi et d'un accompagnement visant à protéger le client. Elle accorde ainsi, sur ce mode de fonctionnement qui lui est propre, crédits immobiliers et crédits à la consommation, amortissables ou renouvelables. La Banque Postale permet aux moins de 36 ans de bénéficier d'une offre de prêt immobilier sans nécessairement avoir recours à un apport personnel. Tout en étant extrêmement exigeant sur la solvabilité des demandeurs de prêts, elle a également élargi l'accès au crédit au travers d'une offre de prêts d'accession sociale à la propriété (PAS). Cette offre, mise en place fin

2012, pour répondre aux besoins de ses clients, a permis d'accompagner plus de 100 000 clients de La Banque Postale à l'accession sociale à la propriété. La Banque Postale a mis en marché, en 2017, 2,2 milliards d'euros de prêts à l'accession sociale. À fin 2017, La Banque Postale compte 227 partenaires, dont une grande majorité de bailleurs sociaux. En matière de crédit immobilier, dans 22,2% des dossiers, les ménages emprunteurs ont des revenus mensuels inférieurs à 2 SMIC nets en 2017, ce qui représente plus de 18 000 personnes à revenus très modestes accompagnées dans leur projet d'acquisition de résidence principale.

En matière de crédit à la consommation, La Banque Postale Financement propose des crédits avec une tarification parmi les plus basses du marché sur des durées et avec des montants de financement accessibles : prêts personnels (auto, travaux, projets), rachats de crédit, offres jeunes et offre dédiée aux intérimaires. Avec le prêt personnel étudiant, apprenti, le prêt permis à 1 euro, La Banque Postale répond aux besoins spécifiques des jeunes.

Le prêt personnel intérimaires permet à La Banque Postale Financement de remplir son rôle de banque citoyenne en proposant une offre de financement à destination d'une clientèle bien souvent exclue par les autres organismes. Voir aussi paragraphe 9.3.3.1.3 (Promouvoir le microcrédit).

9.3 Progresser dans l'accessibilité à l'offre

G4-S02

En application de la loi relative aux activités postales, La Poste s'est vue 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.

9.3.1 Faciliter l'accessibilité par le multicanal

Le Groupe La Poste a vocation à être 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.

9.3.1.1 Accessibilité des établissements postaux recevant du public

Selon la loi de 2005 pour l'adaptation de la société aux personnes handicapées, complétée de différentes réglementations en 2014 et 2015, 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.

À fin 2017, sur les 10379 ERP du Groupe, 52% sont accessibles au sens des réglementations de 2014. 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.

Ainsi la foncière Poste Immo a développé une véritable expertise avec 6000 Ad'AP et 5000 attestations de conformité déposés, dont ceux du Groupe La Poste. Elle développe également des prestations externes de mise en accessibilité pour des collectivités. Par ailleurs, le Réseau La Poste expérimente depuis 2014 un service d'interprétariat en langue des signes française (LSF) pour accompagner les personnes sourdes en bureau de poste. En 2017, ce service a été délivré à minima une fois par semaine sur l'ensemble du territoire.

La start-up I Wheel Share partenaire du Groupe La Poste présentait en juin 2017, à Lyon Montchat, son application mobile qui s'adresse aux personnes en situation de handicap. Cette application permet de noter la facilité d'accès du site visité et de l'illustrer en laissant un texte et des photos. Les clients du bureau ainsi interpellés ont pu réaliser la présence des dispositifs d'accessibilité du bureau. Cet événement a été aussi l'occasion de sensibiliser les postiers aux problèmes d'accessibilité.

9.3.1.2 Les automates

À la fin de l'année 2017, 98,5% des guichets automatiques bancaires (GAB) situés en façade d'un bureau de poste sont soit directement accessibles aux PMR, soit situés à proximité immédiate d'un autre GAB accessible aux PMR sur un 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 à fin 2017 de 81%. Concernant les GAB situés à l'intérieur des bureaux, ils sont tous accessibles.

L'ensemble des automates d'affranchissement est accessible aux personnes souffrant de déficience visuelle dont 7341 aux non-voyants, tandis qu'un service adapté est proposé aux personnes sourdes et malentendantes.

9.3.1.3 L'Internet, le numérique et les supports d'information

La création de supports de communication accessibles est devenue courante pour les postiers des filières communication. Ainsi, les sites du Groupe La Poste sont accessibles aux personnes malvoyantes et respectent 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 (voir page 92).

Dans le cadre de sa démarche de communication responsable (voir page 27), le Groupe s'est doté d'un référentiel de communication accessible qui permet à la filière interne de la communication de concevoir des supports accessibles aux personnes handicapées, en conformité avec la réglementation.

9.3.1.4 Faciliter la relation pour 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 des clients et aux réclamations déposées sur la page Facebook du Groupe et via le compte Twitter @lilaposte.

La Banque Postale propose depuis janvier 2017, en collaboration avec le prestataire DEAFI, à ses clients sourds et malentendants l'accès à un conseiller maîtrisant la langue des signes française (LSF), à l'image du service rendu par le 3631 depuis 2013. Le service est accessible à travers une relation vidéo ou tchat via l'« Espace sourds et malentendants » du site www.labanquepostale.fr. Le service a rencontré un fort succès dès sa mise en service avec une moyenne mensuelle de près de 500 contacts.



Le centre d'appel 3631 du Réseau La Poste renouvelle le label Responsabilité sociale

Le label Responsabilité sociale a été reconduit pour le centre de relation clients du Réseau La Poste (CRC Réseau) en novembre 2017.

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 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.

Obtenu en 2015 pour une durée de deux ans, la reconduction de ce label atteste du haut niveau atteint par le CRC Réseau dans son fonctionnement sur la plupart de ses sujets. Il a été acquis à l'issue d'une réelle démarche de co-construction avec les collaborateurs. Ce label vient compléter la certification NF345.

9.3.2 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 les services de La Poste.

9.3.2.1 Accompagner à l'accès et à l'utilisation des services de La Poste

Le 11 janvier 2017, le contrat de présence postale territoriale 2017-2019 a été signé par l'État, l'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité et La Poste. À ce titre, plus de 4 millions d'euros de ressources ont permis de poursuivre plus de 150 partenariats existants permettant d'accompagner les clients les plus fragiles et également de mettre en place des ateliers bancaires et budgétaires.

De nouveaux partenariats ont été conclus, notamment en Guyane pour le Haut Maroni et le Haut Oyapock et à Mayotte avec l'Association réunionnaise d'éducation populaire (Arep). 12 sessions de formations ont été dispensées aux partenaires avant intervention dans les bureaux de poste, par l'École de la banque et du réseau (EBR).

Par ailleurs, pour faciliter la communication et la compréhension des clients étrangers ne maîtrisant pas le français, le Réseau La Poste et La Banque Postale

ont lancé une expérimentation dans 10 bureaux en métropole d'intégration d'un traducteur (anglais, arabe et mandarin) sous forme de questionnaire dans l'outil numérique Smarteo à destination des collaborateurs.

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. Les programmes développés par l'ensemble des partenaires du Tank sont promus auprès des personnes contactant l'Appui.

La Banque a revu en 2016 son dispositif de relation avec les clients sous protection (majeurs et mineurs protégés), pour mieux les servir, ainsi que leurs représentants légaux. À fin 2017, elle dispose de 5 agences « majeurs protégés » qui comptent plus de 150 collaborateurs spécifiquement formés pour assurer la gestion des opérations liées aux comptes des personnes protégées et répondre aux demandes des représentants légaux, mais aussi des conseillers de La Banque Postale.

9.3.2.2 L'accueil des migrants

Afin de fluidifier la mission d'accessibilité bancaire qui permet l'ouverture d'un livret A à toute personne qui en fait la demande dont les demandeurs d'asile, la liste des bureaux référents migrants et la liste des bureaux référents CRA (centre de rétention administratif) ont été actualisées, soit 146 bureaux concernés par les dispositifs d'accueil. Ces bureaux sont plus aguerris pour l'ouverture des livrets A aux demandeurs d'asile (bureaux référents migrants) et ont des relations spécifiques avec les médiateurs des centres de rétention administratif de l'OFII (Office français de l'immigration et de l'intégration).

9.3.3 L'inclusion bancaire et financière

La Banque Postale est la seule banque à s'être vue reconnaître la mission d'accessibilité bancaire par la loi de modernisation de l'économie de 2008. Accueillir avec considération toute personne, quelle que soit sa condition, et lui proposer des solutions appropriées en matière de bancarisation : tel est son engagement. La Banque Postale doit également prévenir le surendettement et promouvoir le microcrédit. Dans le nouveau contrat de service public pour 2018-2022 de La Poste, La Banque Postale confirme son engagement pour développer des produits bancaires citoyens en soutenant le développement de la société numérique et des services de proximité. Elle y confirme son engagement à mettre en œuvre des actions

d'information et de sensibilisation en direction des personnes en situation de fragilité financière en leur proposant les produits et les services les plus adaptés, notamment en matière d'accès à des moyens de paiement modernes et peu coûteux. La Banque Postale prend aussi l'engagement de faciliter l'accession sociale à la propriété, par des prêts adaptés aux moyens des personnes modestes. Ce contrat distingue ainsi les missions des engagements citoyens.

9.3.3.1 Accessibilité bancaire : une mission de service public confiée à La Banque Postale

9.3.3.1.1 Le Livret A

La Banque Postale a vu sa mission d'accessibilité bancaire au titre du Livret A reconnue et définie par la loi et confirmée en juillet 2016. Une large consultation par le Comité consultatif des services financiers (CCSF) a précisé, au sujet de la mission particulière confiée à LBP pour 2015-2020 au travers du livret A, que « *cette mission constitue en effet une réponse équilibrée à des exigences d'usage spécifiques et concrètes exprimées par des populations très spécifiques, en situation parfois d'extrême précarité qui ne sont pas couvertes par les autres dispositifs d'accessibilité* ».

Ses engagements :

- 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, etc.) ;
- 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).

Elle est la seule à proposer le paiement des factures en espèces aux guichets des bureaux de poste.

À fin 2017, 50,5% des livrets A de La Banque Postale détenus par des personnes physiques, soit plus de 7,8 millions de comptes, ont un encours inférieur à 150 euros.

9.3.3.2 Favoriser l'accès de tous aux produits et services financiers

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. En partenariat avec les acteurs du logement social, La Banque Postale, acteur majeur des prêts d'accession sociale à la propriété (PAS), a financé plus de 100 000 ménages pour un montant global de près de 10 milliards d'euros. Depuis fin 2012, elle est particulièrement attentive au respect des critères d'octroi de prêts afin de préserver l'intérêt de ses clients et d'éviter les cas de surendettement. 22,2% des emprunteurs en crédit immobilier ont un revenu inférieur à 2 SMIC par mois en 2017. En 2017, La Banque Postale a lancé un plan d'inclusion bancaire par le numérique (voir page 94).

9.3.3.1.3 Promouvoir le microcrédit

Depuis février 2014, pour les « refus crédit à la consommation », les clients en situation d'exclusion bancaire du fait de leur faible solvabilité se voient présenter le dispositif de microcrédit accompagné et sont orientés soit vers la plate-forme Crédit municipal de Paris, partenaire de La Banque Postale (pour les clients Île-de-France), soit vers le site Internet www.france-microcredit.org pour tous les autres clients afin d'identifier le partenaire le plus proche de leur lieu de résidence pour un financement microcrédit.

En effet, depuis 2007, La Banque Postale propose une offre de microcrédit personnel en partenariat avec des associations locales, chargées de l'accompagnement social des personnes porteuses de projets souvent en situation d'exclusion bancaire du fait de leur faible solvabilité (exemples d'associations partenaires : Secours catholique, UdaF, Croix-Rouge française, Les Restaurants du Cœur, etc.). En 2017, on dénombre ainsi 146 partenariats actifs présents dans 70 départements. En 2017, 2 114 microcrédits personnels ont été décaissés (5% en un an). Cette légère baisse est liée à une réorganisation des missions des collaborateurs et du centre national des crédits de la Banque, du fait d'une transition vers une nouvelle forme d'engagement de La Banque Postale pour le microcrédit personnel. En mars 2017, La Banque Postale a signé un accord avec l'institution de microfinance Créa-Sol, par lequel elle confie entièrement à cet acteur de l'économie sociale et solidaire la distribution du « microcrédit personnel soutenu par le mécénat de La Banque Postale » permettant ainsi pour les bénéficiaires l'accès à de nouveaux moyens technologiques et la garantie de délais de réponses plus conformes à leurs attentes urgentes.

Au total, depuis 2007, La Banque Postale a décaissé 12 404 microcrédits personnels pour un montant global



de 29,7 millions d'euros, soit une part de marché maintenue sur 2017 à 10% d'après les données provisoires de la Caisse des dépôts et consignations. Depuis 2014, La Banque Postale expérimente la distribution d'un microcrédit habitat finançant des travaux d'économie d'énergie ou d'aménagement du logement pour cause de handicap ou de dépendance. Depuis le second semestre 2017, l'éco-prêt à taux zéro « Habiter mieux » de La Banque Postale est distribué par les opérateurs de la rénovation énergétique, et notamment Soliha, principal partenaire de la banque sur cette opération. Il finance les travaux d'économie d'énergie ou l'aménagement du logement. Ce prêt sans intérêt s'adresse aux clients à budget contraint, éligibles au programme « Habiter mieux » de l'Anah. Depuis août 2013, La Banque Postale a reçu l'agrément du Fonds de cohésion sociale pour financer, via le microcrédit personnel, des projets dits « précarité énergétique ». D'un montant maximal de 10 000 euros sur une durée maximale de 72 mois, ce microcrédit personnel est destiné 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. En 2017, 52 acteurs associatifs œuvrent aux côtés de la Banque pour développer ce type de financement au travers de conventions de partenariat, couvrant 33 départements. La Banque Postale a été particulièrement active pour proposer plus largement une offre de financement pour rénover des logements en précarité énergétique. La Banque Postale en a financé 30 entre 2015 et 2017.

9.3.3.2 « L'Appui de La Banque Postale », pour 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 (1,2% au 30 novembre 2017, contre 1% fin 2016), pour un encours de crédits gérés dépassant 53 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.

Tous les comptes de La Banque Postale font l'objet d'un suivi attentif afin de contribuer à la prévention du surendettement.

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), La Banque Postale a créé, en novembre 2013, « l'Appui de La Banque Postale », 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 nouveau 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 nouvelle plate-forme évaluent, après étude du budget, le « reste pour vivre » du client, afin de détecter l'existence de droits non ouverts ou encore d'identifier les cas de malendettement ou de surendettement. Les chargés de clientèle de l'Appui sont alors en mesure de proposer, le cas échéant, une mise en relation avec des partenaires, associations ou acteurs sociaux volontaires (CCAS, Union départementale des associations familiales (UDAF), Fonds d'action sociale du travail temporaire (FASTT), Fondation agir contre l'exclusion (Face), etc.) pour favoriser l'accès aux droits ou à des tarifs solidaires ; et pour les situations de malendettement avec des établissements de crédits spécialisés en restructuration ou rachat de crédits, tels que La Banque Postale Financement, ou en cas de surendettement avec la Cresus. Ce sont plus de 100 000 clients, à fin décembre 2017, qui ont pu être accompagnés, dont plus de 40 000 ayant bénéficié de l'accompagnement complet de l'Appui depuis le lancement du service.

9.3.3.3 Éducation financière et pédagogie bancaire

L'engagement de La Banque Postale en matière d'accompagnement des clients en situation de fragilité financière passe par la mise en place de plusieurs actions de pédagogie bancaire.

La Banque Postale propose, depuis 2012, en partenariat avec, notamment, le réseau des missions locales, des ateliers d'éducation budgétaire à destination de jeunes. Assurés par des collaborateurs du Groupe La Poste volontaires, ces ateliers portent sur la bonne gestion d'un budget, l'utilisation d'un compte bancaire, le bon usage du crédit et de l'épargne. En ajoutant les bénévoles qui ont poursuivi leur engagement des années précédentes, ce sont aujourd'hui plus de 250 collaborateurs de La Banque et du Réseau

qui sont actifs dans le programme de bénévolat de compétences. En 2017, près de 80 nouveaux collaborateurs volontaires ont ainsi pu bénéficier d'une session de formation à Paris, Lyon, Bordeaux ou Nantes incluant l'acquisition du diplôme d'Ambassadeurs du jeu Dilemme créé par l'association Crésus. Chaque collaborateur déploie en moyenne une session par mois auprès d'une dizaine de jeunes en mission locale. La Banque Postale soutient également l'association l'Institut pour l'éducation financière du public (IEFP), agréée par le ministère de l'Éducation nationale, cette association d'intérêt général, plus connue sous le nom de la « Finance pour tous », qui a été créée pour aider les citoyens à acquérir les connaissances de base en matière financière. Objectif : que chacun comprenne les enjeux économiques du monde dans lequel il vit et prenne les décisions qui le concernent en toute connaissance de cause. Depuis 2014, La Banque Postale est membre du conseil d'administration de cette association et diffuse auprès de ses conseillers des documents éducatifs et pédagogiques sur la bonne gestion de son budget. L'équipe de la Finance pour tous compte également désormais un collaborateur de la Banque en mécénat de compétences.

Afin de développer sa connaissance des besoins et des usages des clientèles en situation de fragilité financière, La Banque Postale a entrepris, depuis 2012, une démarche d'échange et de co-construction avec ses parties prenantes engagées dans la lutte contre l'exclusion bancaire. C'est ainsi que La Banque Postale participe activement aux réflexions des pouvoirs publics en matière d'inclusion bancaire. Elle a notamment été membre du groupe de travail en 2012, qui a permis d'aboutir à un plan d'actions de lutte contre l'exclusion bancaire, inscrit dans le plan pluriannuel de lutte contre la pauvreté et pour l'inclusion sociale, adopté en 2013. Convaincue que seule une coopération active et structurée permettra de répondre aux enjeux de l'exclusion bancaire et financière, 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, baptisé « L'Initiative contre l'exclusion bancaire », a pour ambition de :

- faire progresser la connaissance réciproque entre les populations en difficulté financière 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.

Ouvert, ce club accueille tous les autres acteurs

du monde social, associatif et bancaire, qui, se reconnaissant dans ses objectifs, souhaitent développer de nouvelles initiatives contre l'exclusion bancaire et financière. La Banque Postale soutient également l'Action tank entreprise et pauvreté, association loi 1901 à but non lucratif, 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. Les programmes Malin, Mobiliz et Optique Solidaire sont notamment promus par les chargés de clientèle de la plate-forme de l'Appui de La Banque Postale. En 2017, dans le cadre de l'Action tank entreprise et pauvreté, La Banque Postale, via sa filiale La Banque Postale IARD, continue de proposer l'assurance automobile dans le cadre d'une offre « Forfait mobilité » et a approfondi les réflexions pour construire une offre multirisque habitation adaptée aux clientèles fragiles.

9.4 Renforcer la satisfaction des clients

L'ambition de service du Groupe est fondée sur l'excellence de la relation de service. Elle est basée sur un principe clé : la symétrie des attentions. Le Groupe appréhende la relation client, de la conception de l'offre jusqu'au service après-vente et à la fidélisation.

9.4.1 La satisfaction du client au cœur des travaux du CQDD

À partir de 2016, le CQDD a fait du « client » le principe unificateur de ses travaux. Ainsi, les différents objets d'étude sont désormais abordés sous deux angles : les évolutions sociétales susceptibles de transformer la demande finale adressée à La Poste et les engagements de La Poste au regard d'exigences de qualité formulées par les clients.

En 2017, le CQDD a mené les travaux suivants :

- une analyse économique du coût de la non-qualité ;
- une analyse des causes des principaux dysfonctionnements faisant l'objet de réclamations, sans exclure les causes humaines ;
- une réflexion sur le « paradoxe » d'une entreprise qui mise sur la personnalisation, le contact humain, la relation de proximité et qui, dans le même temps, doit maintenir sa compétitivité basée sur la massification ;
- l'enrichissement du baromètre de la qualité avec nouveaux indicateurs de mesure de la qualité de l'expérience et de suivi de la satisfaction des attentes des clients.



Le comité qualité du Groupe s'est également réuni en 2017 afin de cadrer les travaux collectifs des branches nécessaires pour mettre en cohérence les programmes stratégiques d'amélioration de l'expérience client ; l'objectif poursuivi est d'offrir au client, quel que soit son usage des produits et services des différentes entités de La Poste, une réponse rapide et d'une seule voix. Convaincu que c'est en augmentant la capacité de chaque collaborateur à agir dans son activité quotidienne au service du client qu'il pourra révolutionner sa relation client, le Groupe a lancé en 2017 un programme dit de « frontalisation ». Il se concrétisera en 2018 par des projets pilotes interbranches focalisés sur la mise en œuvre d'une réponse en « boucle courte », fondée sur un principe de mise en capacité des équipes au contact du client (en face à face ou à distance) à apporter une réponse immédiate, unique et coordonnée, à une demande client, et ce, quelles que soient les entités concernées au sein du Groupe. Ainsi, une expérimentation est en cours depuis le début de l'année 2018 dans trois zones de marché de la région ouest où le client, quel que soit sa question ou le problème qu'il rencontre, peut s'adresser directement à son bureau de poste ou à un facteur qui le met en relation directe avec les services en charge du rétablissement du service en temps immédiat ou au plus tard dans les vingt-quatre heures. L'expérimentation consiste à donner au guichetier ou au facteur les moyens d'apporter au client des réponses immédiates avec les ressources locales. Elle se double, pour le conseiller bancaire, de la possibilité d'indemniser le client jusqu'à 50 euros. Des groupes de postiers ont été formés et travaillent à définir comment mettre en place cette réponse unique et immédiate. Le Groupe souhaite qu'une méthode puisse être ensuite définie et déployée partout.

9.4.2 La mesure de la satisfaction du client

Le Groupe La Poste a déployé de nombreux dispositifs de mesure de la satisfaction client (baromètres, mesures après événements, etc.) qui lui permettent d'intégrer le suivi de l'expérience client dans les dispositifs de pilotage à tous les niveaux de l'organisation, aussi bien stratégiques qu'opérationnels au plus près du client. Ainsi, les baromètres de satisfaction annuels et semestriels sont complétés par des enquêtes de satisfaction effectuées après événements (rendez-vous avec un conseiller bancaire ou un conseiller pro en bureau, contrat de réexpédition ou de poste restante, expédition de colis en boîte aux lettres, réalisation de la seconde présentation des courriers ou colis, livraison des colis par exemple). Ce dernier type d'enquêtes permet notamment de recueillir le taux de recommandation exprimé par le net promoter score (NPS), indice utilisé par tous

les grands groupes de service. Sur la base d'une question (Recommanderiez-vous ce service à votre entourage ? ») notée sur une échelle de 0 à 10, cet indice est obtenu en soustrayant le pourcentage de clients ayant répondu 0 à 6 (les détracteurs) au pourcentage de clients ayant répondu 9 ou 10 (les promoteurs). Cet indice varie donc de -100 à +100. Pour 2017, la branche Service-Courrier-Colis affiche un NPS service (qui prend l'ensemble des services faisant l'objet de cette mesure) à 35,5, exprimé par 560 000 clients répondants. Avec ce résultat obtenu en décembre 2017 versus 26 en décembre 2016, le Groupe enregistre une progression de 9 points. Il est à souligner que le NPS a été intégré comme mesure du suivi de la satisfaction client dans le nouveau contrat d'entreprise 2018-2022 entre le Groupe et l'État. Les résultats en termes de satisfaction s'appuient sur un très haut niveau de respect des engagements et de la promesse de service. À titre d'exemple, l'engagement sur le passage du facteur le lendemain au plus tard en cas de non-distribution de la tournée est de 95,97%. Le nouveau service d'expédition en boîte aux lettres enregistre lui aussi de très bons résultats avec un taux de respect de la promesse de 97% (stable par rapport à 2016). Concernant le traitement des réclamations clients par le courrier, un nouvel indicateur est suivi dans le contrat d'entreprise : le taux de réponse aux réclamations client en 5 jours. Cet indicateur se situe à 95,7% pour 2017. La satisfaction des internautes concernant le site laposte.fr est de 6,87/10 (moyenne des 12 mois en 2017 – 1 000 répondants par mois. Source : baromètre mensuel MetrixLab). Cette note a gagné 0,17 point en 2017 et 0,31 depuis 2015. En 2017, les clients du Réseau La Poste venant de vivre une expérience de consommation ou de conseil en bureau de poste déclarent toujours un haut niveau de satisfaction, stable par rapport aux années précédentes : 95% sont satisfaits de leur bureau (baromètre Ipsos). Élargie à l'ensemble de la clientèle du Réseau, la satisfaction s'établit à 88% des personnes ayant fréquenté un bureau au cours des six derniers mois (baromètre BVA). Cette excellente performance est soutenue par les qualités relationnelles et le professionnalisme dont font preuve les agents à l'égard des clients du Réseau La Poste. Dans le détail, la qualité du contact et l'écoute du personnel enregistrent respectivement 93% de clients satisfaits (des taux élevés qui se maintiennent chaque année). La compréhension du besoin et la qualité de proposition se situent en hausse à 95% (3 points) et 94% (3 points) de clients satisfaits. Les actions engagées depuis de nombreuses années autour des valeurs et des attitudes de service des postiers constituent les fondations de la relation client d'aujourd'hui. Stratégiques, les indicateurs de satisfaction des clients,

notamment ceux mesurés en sortie de bureau de poste, le NPS et le taux de recommandation sur les services au colis et courrier sont désormais inscrits dans la feuille de route du président.

Le taux de satisfaction globale à l'égard de la visite en bureau des clients en France du Groupe La Poste

G4-PR5

	2015	2016	2017
Satisfaction globale des Français fréquentant le réseau	96 %	94,9 %	95 %

Interrogés (par Ipsos) au plus près de leur expérience, juste après avoir effectué leurs opérations, les clients du Réseau manifestent un très fort taux de satisfaction une fois de plus en 2017.

Baromètre BVA : réalisé par téléphone au printemps 2017 auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatifs de la population nationale.

9.4.3 L'activité du médiateur du Groupe La Poste en 2017

Le médiateur du Groupe La Poste est un tiers impartial. Il est indépendant des branches et des filiales et nommé sur proposition du président du Groupe par une instance paritaire collégiale. La Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECM) – commission extérieure à La Poste – a procédé, en mai 2016, à l'inscription du médiateur du Groupe sur la liste des médiateurs prévue à l'article L. 615-1 du Code de la consommation et l'a notifié à la Commission européenne, en qualité de médiateur de la consommation du Groupe La Poste.

Le médiateur intervient à la demande des clients en matière de courrier, colis, services financiers et réseau des bureaux de poste, pour chercher une issue aux litiges non résolus entre La Poste et ses clients. Ces activités couvrent tous les services et produits de La Poste (Groupe, branches et filiales), y compris les nouveaux services.

En ce qui concerne les produits et services financiers, il agit en tant que médiateur de La Banque Postale.

Son activité est encadrée par les principes énoncés dans la charte du médiateur du Groupe La Poste, prise en application des dispositions de l'ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, du décret n° 2015-1382 relatif à la médiation des litiges de consommation, du décret n° 2015-1607, des titres III, VI, VII du Code monétaire et financier et de l'article 1-1-18 du Code des postes et des communications électroniques. Cette charte du médiateur constitue un élément central du dispositif de prévention des litiges, au même titre que

le code de conduite du Groupe, la cartographie des risques, le programme de formation, le processus d'alerte interne et les recommandations faites aux branches.

L'intégration des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance et la mesure de l'impact sociétal des produits et services de La Poste sont discutées par le médiateur avec les associations nationales de consommateurs.

En 2017, le médiateur du Groupe La Poste a reçu 15 050 demandes de médiation, qui se sont traduites par l'ouverture de 3 832 dossiers.

À l'issue d'un examen attentif, les dossiers recevables pour une médiation sont pris en charge par les services du médiateur. Les dossiers non recevables font l'objet d'un accusé de réception au client lui indiquant le service postal compétent pour y apporter le meilleur traitement. La proportion des dossiers recevables par rapport au total des dossiers ouverts est de 25 % en 2017. Elle enregistre une légère baisse puisqu'elle était de 29 % en 2016. 3 679 avis ont été émis en 2017.

Les avis émis ont été systématiquement suivis par les branches du Groupe La Poste concernées.



Annexe chapitre 9 : indicateurs d'engagement au service du client

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
ACCESSIBILITÉ						
G4-EC8	Distributeurs automatiques de billets (DAB) accessibles ou situés dans un bureau de poste qui possède au moins un DAB accessible en façade	LBP	Nombre	5 680	7 523	7 720
G4-EC8			%	89	99	99
G4-EC8	Accessibilité (L2014)	LGLP	%	35	53	52
G4-EC8	Accessibilité (L2014) Établissements recevant du public	LGLP	Nombre	4 000	5 989	5 397
G4-EC8	Automates d'affranchissement accessibles aux personnes souffrant de déficience visuelle	Le Réseau La Poste	Nombre	2 314	7 453	7 341
G4-S02	Microcrédits personnels	LBP	Millions d'euros (cumul)	19	24,4	29,7
G4-S02	Part du marché du microcrédit personnel	LBP	%	9,6	10,2	10,0
G4-S02	Partenariats microcrédits accompagnés	LBP	Nombre	132	–	146,0
G4-S02	Clients accompagnés par l'Appui	LBP	Nombre (en cumul)	16 200	70 000	100 000
G4-S01	Chiffre d'affaires Silver économie	La Poste	Millions d'euros	–	3,6	71,0
G4-S01	Services à la personne : offre Proxi chiffre d'affaires	LGLP	Millions d'euros	9	19,2	84
G4-S02	Livrets A détenus avec encours inférieur à 150 euros	LBP	%	54	51	51
SATISFACTION CLIENT						
G4-PR5	Satisfaction globale des Français fréquentant le réseau	La Poste	%	90	95	95
	Avis émis par le médiateur du Groupe	LGLP	Nombre	3 687	3 745	3 832

GRI-G4	Indicateur	Périmètre	Unité	2015	2016	2017
SOLIDARITÉ						
G4-EC7	Collaborateurs ayant consacré une partie de leur temps et savoir-faire à une cause éducative ou socio-économique	La Poste	Nombre	665	1 000	–
G4-EC7	Initiatives financées	La Fondation La Poste	Nombre	118	108	94
G4-EC1	Encours ISR	La Banque Postale	Milliards d’euros	98,0	97,2	109,1
G4-EC1	Encours ISR de conviction	La Banque Postale	Milliards d’euros	1,78	2,20	3,09
G4-EN31	Émissions compensées volontairement	Le Groupe La Poste	Tonnes équivalent CO ₂	1 467 791	1 486 746	1 460 000



10. Annexes

Page 170 10.1 Table de référencement GRI-G4
Page 186 10.2 Note méthodologique
Page 187 10.3 Glossaire

10.1 Table de référencement GRI-G4

Articles L. 225-102-1 et R. 225-105 du Code de commerce, COP du Pacte mondial et ODD

DR = Document de référence / RSE = Rapport RSE / LGLP = Le Groupe La Poste / LBP = La Banque Postale

/ LP = La Poste (maison mère) / NA = Non approprié / ND = Non disponible / NC = Non communiqué

GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 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	3-4		II.2.a			2.2 – 2.2a 3.1 – 3.1e
G4-2 – Description des impacts, risques et opportunités majeurs	LGLP	9-18 ; 36-48	1,3	II.2.a			2.1 – 2.2 3.1.a 5.1 – 6.1
2. Profil de l'organisation							
G4-3 – Nom de l'organisation	LGLP	10	1	II.2.a			
G4-4 – Principaux marques, produits et services	LGLP	18	1	I.1, II.2.a, II.3.b			
G4-5 – Siège social	LGLP	10	1	I.1, II.2.a, II.3.b	- - -		
G4-6 – Pays ou l'organisation opère	LGLP	13	1	I.1, II.2.a, II.3.b	- - -		
G4-7 – Nature du capital et forme juridique	LGLP	10	1	I.1, II.2.a, II.3.b	- - -		
G4-8 – Marchés desservis	LGLP	16	1	I.1, II.2.a, II.3.b	- - -		
G4-9 – Taille de l'organisation	LGLP	9-12	1	I.1, II.2.a, II.3.b	- - -		
G4-10 – Répartition des salariés	LP et LGLP	133 ; 148	8	II.A.1.a	6 à 8	8	
G4-11 – Salariés couverts par une convention collective	LGLP	146	8	II.A.1.d	6 à 8	8	
G4-12 – Décrire la chaîne d'approvisionnement de l'organisation.	LGLP	23	3,5,7	I, II.2.a, II.3.a	- - -	12	
G4-13 – Changements durant la période de reporting	LGLP	7-8	1	II.A.3.b	2		



GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
Engagements externes							
G4-14 – Principes de précaution	LGLP et LBP	47-48	3	I.2	1		
G4-15 – Chartes, principes et autres initiatives d'origine extérieure	LGLP	42, 137, 141	3,8	I.3	1 à 21		2.3 – 2.3c
G4-16 – Affiliation à des associations ou des organisations de défense des intérêts	LGLP	30	2	I.3	15 à 17		
3. Enjeux matériels identifiés et périmètre							
G4-17 – Entités incluses dans les états financiers consolidés	LGLP			I, II.2.a, II.3.a	---		
G4-18 – Procédure pour définir le contenu du rapport	LGLP	62	3		---		
G4-19 – Aspects matériels	LGLP	36-40	3	I.3, II	---		
G4-20 – Périmètre des enjeux matériels au sein de l'organisation	LGLP	48-62	3	I.1, I.3	---		8.4 – 8.4.a
G4-21 – Périmètre des enjeux matériels en dehors de l'organisation	LGLP		3	I.1, I.3	---		
G4-22 – Reformulation d'information	LGLP	184	Annexe 2		---		
G4-23 – Changements concernant le champ d'étude et le périmètre	LGLP	184	Annexe 2	I	---		
4. Implication des parties prenantes							
Dialogue avec les parties prenantes							
G4-24 – Liste des parties prenantes	LGLP	20	2	II.A.3.a	21	17	
G4-25 – Identification et sélection des parties prenantes	LGLP	21-32	2	II.A.3.a	21	17	
G4-26 – Implication des parties prenantes	LGLP	21-32	2	II.A.3.a	21	17	
G4-27 – Sujets soulevés via le dialogue avec les parties prenantes	LGLP	21-32	2	II.A.3.a	21	17	
5. Profil du rapport							
G4-28 – Période de reporting	LGLP	184	Annexe 2	---	---		
G4-29 – Rapport le plus récent	LGLP	184	Annexe 2	---	---		
G4-30 – Cycle du reporting	LGLP	184	Annexe 2	---	---		
G4-31 – Point de contact	LGLP	184	Annexe 2	---	---		

GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
Index du contenu du GRI							
G4-32 – Option de « conformité » choisie pour l'index GRI4	LGLP				---		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 102			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	36-40	3	I	1, 20	5,16	1.1 – 1.1a
G4-35 – Délégation de l'autorité pour la RSE	LGLP	59-61	4	---	---	5,16	
G4-36 – Responsables des thèmes environnementaux, sociaux et sociétaux	LGLP	48-62	4	---	---	5,16	1.1a
G4-37 – Processus de consultation entre les parties prenantes	LGLP	21-32	2	I.1, II.A.3.a	---	5,16	
G4-38 – Composition du conseil d'administration et des comités	LGLP	36-40	3	---	---	5,16	
G4-39 – Préciser participation du PDG à l'instance supérieure de gouvernance et ses fonctions	LGLP	37	3,4	---	---	5, 16	
G4-40 – Processus de nomination et de sélection pour l'instance supérieure de gouvernance et ses comités	LGLP	36-40	3	---	1, 20	5, 16	
G4-41 – Indiquer si les conflits d'intérêts sont divulgués aux parties prenantes	LGLP	36	3	I.1, II.A.3.a	1, 2, 20	5, 16	
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		60	4	I	---		
Compétences et évaluation de la performance de l'instance supérieure de gouvernance							
G4-43 – Développer et améliorer les connaissances collectives				II.A.1.e	---		
G4-44 – Évaluation du Conseil selon des critères de RSE	LGLP	39	3	II.A.1.a	1		



GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la gestion des risques							
G4-45 – Rôle de l'instance supérieure de gouvernance	LGLP	40-41	3	I	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	40-41	3	I	- - -		2.1 – 2.1a, b c
G4-47 – Fréquence de l'examen des impacts, risques et opportunités	LGLP	40-41	3	I	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			3	- - -	- - -		
Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'évaluation des performances économiques, environnementales et sociales							
G4-49 – Informer l'instance supérieure de gouvernance des réclamations majeures.			3	i	- - -		
G4-50 – Nature et nombre total de réclamations	LGLP	38 ; 46	3	- - -	- - -		
Rémunérations et incitations							
G4-51 – Politiques de rémunération pour le Conseil et les cadres dirigeants	LGLP	39	3	II.A.1.a	1, 20	5	1.2 – 1.2 a
G4-52 – Processus de détermination de la rémunération	LGLP	39	3	II.A.1.a	- - -	16	
G4-53 – Mode de sollicitation et de prise en compte des opinions des parties prenantes en matière de rémunération			2	- - -	- - -	16	
G4-54 – Ratio de la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée de l'organisation	LGLP	39	3	- - -	- - -	16	
G4-55 – Ratio du pourcentage d'augmentation de la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée de l'organisation				- - -	- - -	16	
7. Éthique et intégrité							
G4-56 – Code de conduite	LGLP	41-46	3	II.A.3.c	12	16	
G4-57 – Helplines et conseils pour les employés	LGLP	41-46	3	- - -	- - -		
G4-58 – Mécanismes d'alerte	LGLP	45	3	I.2	- - -		

GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI		Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
Éléments spécifiques d'information								
Description de l'approche managériale								
G4-DMA –	Éléments spécifiques d'information et ensemble des items ci-dessous	LGLP			I.1	- - -		
	Présence sur le marché			1	I.1			
	Pratiques d'achats			5	I.1			
	Environnement			3, 6, 7	I.1			
	Énergie			7	I.1			
	Biodiversité			5	I.1			
	Émissions			7	I.1			
	Effluents et déchets			7, 9	I.1			
	Produits et services			9	I.1			
	Transport			7, 9	I.1			
	Évaluation environnementale des fournisseurs			5	I.1			
	Pratiques en matière d'emploi et de travail décent			8	I.1			
	Relations employeurs-employés			8	I.1			
	Santé et sécurité au travail			8	I.1			
	Formation et éducation			8	I.1			
	Diversité et égalité des chances			8	I.1			
	Égalité de rémunération entre hommes et femmes			8	I.1			
	Évaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs			5, 7	I.1			
	Droits de l'homme			5, 8, 9	I.1			
	Non-discrimination			8	I.1			
	Liberté syndicale et droit de négociation			8	I.1			
	Interdiction du travail des enfants			8	I.1			



GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI		Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
G4-DMA –	Abolition du travail forcé et obligatoire			8	I.1			
	Évaluation du respect des droits de l’homme chez les fournisseurs			5	I.1			
	Communautés locales			9	I.1			
	Lutte contre la corruption			3	I.1			2.3 - 2.3.a, e, f, g
	Politiques publiques			2, 5, 8	I.1			
	Comportement anticoncurrentiel			3	I.1			
	Évaluation de l’impact des fournisseurs sur la société			5	I.1			
	Étiquetage des produits et services			9	I.1			
	Communication marketing liée aux produits			9	I.1			
	Vie privée des clients			6, 9	I.1			
	Conformité environnementale		DR	7, 9	I.1			
	Conformité liée aux produits		DR	9	I.1			
	Conformité sociétale		DR	9	I.1			
ÉCONOMIE								
Performance économique								
G4-EC1 – Valeur économique directe créée et distribuée		LGLP			I	15, 16	1, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 16	
G4-EC2 – Risques et opportunités liés au changement climatique		LGLP	101-115	7	II.A.2.a	15, 16	12, 13	5.1 – 5.1a, b, c 6.1a, b, c
G4-EC3 – Étendue de la couverture des régimes de retraites à prestations définies		LGLP	142	8	---	15, 16		
G4-EC4 – Subventions et aides publiques reçues		LGLP	15		---	15, 16		

GROUPES LA POSTE	RÉFÉRENCIATION GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
Impacts économiques indirects							
G4-EC7 – Investissements en infrastructure et d'appui	LGLP			II.A.3.a	15, 16	1, 4, 5, 11, 12, 13	
G4-EC8 – Impacts économiques indirects substantiels	LGLP			II.A.3.a	15, 16	1, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 16	
Pratiques d'achats							
G4-EC9 – Dépenses auprès des fournisseurs locaux	LGLP	64-70	5	II.A.3.a, II.A.3.b	15, 16	1, 8, 10, 12, 16	
ENVIRONNEMENT							
Matières							
G4-EN1 – Consommation de matières	LGLP	116-120	7	II.A.2.c.ii	11	12	
G4-EN2 – Pourcentage de matières consommées provenant de matières recyclées	NA	117-121	7	II.A.2.c.ii	11	12	
Énergie							
G4-EN3 – Consommation énergétique au sein de l'organisation (Scope 1)	LGLP	102 ; 123 ; 124	7	I.2.c.ii.3	11	7, 12, 13	11.2 - 1.3 - 11.3a - 11.4 - 11.5
G4-EN4 – Consommation énergétique en dehors de l'organisation	LGLP	125	7	I.2.c.ii.3	11	7, 12, 13	
G4-EN5 – Intensité énergétique	LGLP	110	7	- - -	11	7, 12, 13	
G4-EN6 – Réduction de la consommation énergétique	LGLP	101-114	7	II.A.2.c.ii	11	7, 11, 12, 13	
G4-EN7 – Réductions des besoins énergétiques des produits et services	LGLP	114	7	II.A.2.c.ii	10	9, 12	3.2 – 3.2a
Eau							
G4-EN8 – Volume total d'eau prélevé	LGLP	128	7	II.A.2.c.ii	11	6	
G4-EN9 – Sources d'approvisionnement en eau touchées par les prélèvements	NA			II.A.2.c.ii	11	6	
G4-EN10 – Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée	NA			II.A.2.c.ii	11	6	



GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
Biodiversité							
G4-EN11 – Emplacement et superficie des terrains détenus, protégés et riches en biodiversité	ND			II.A.2.e	10	6, 15	
G4-EN12 – Impacts substantiels sur la biodiversité	NA			II.A.2.e	9	6, 15	
G4-EN13 – Habitats protégés ou restaurés	NA			II.A.2.e	9	6, 15	
G4-EN14 – Nombre total d'espèces menacées figurant sur la liste rouge mondiale de l'UICN	NA			II.A.2.e	11	6, 15	
Émissions							
G4-EN15 – Émissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1)	LGLP	126 ; 128	7	II.A.2.d	11	3, 11, 12, 13, 15	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	126 ; 128	7	II.A.2.d	11	3, 11, 12, 13, 15	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	126 ; 128	7	II.A.2.d	11	3, 11, 12, 13, 15	8.9 – 8.9a 14.1
G4-EN18 – Intensité des émissions de gaz à effet de serre	LGLP	110	7	II.A.2.d	9, 11	3, 11, 12, 13, 15	12.2 – 12.3
G4-EN19 – Réduction des émissions de gaz à effet de serre	LGLP	101-114	7	II.A.2.d	11	3, 11, 12, 13, 15	3.1b – 3.3a – 12.1 – 12.1a – 14.3 – CC14.3a
G4-EN20 – Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone (SAO)	ND			II.A.2.b	11	3, 11, 12, 13, 15	
G4-EN21 – NOX, SOX, et autres émissions atmosphériques substantielles	LGLP	110 ; 124	7	II.A.2.b	11	3, 11, 12, 13, 15	

GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
Effluents et déchets							
G4-DMA – Approche managériale	LGLP		7	---	---		
G4-EN22 – Rejets d’eau, par type et par destination	NA			II.A.2.b	11	6, 14, 15	
G4-EN23 – Déchets, par type et par mode de traitement	ND			II.A.2.c.i	11	3, 6, 12, 15	
G4-EN24 – Déversements substantiels	NA			II.A.2.b	11	3, 6, 12, 15	
G4-EN25 – Déchets dangereux	NA			II.A.2.a, II.A.2.c.i	11	3, 6, 12, 15	
G4-EN26 – Identification des plans d’eau et de leur écosystème	NA			II.A.2.b	11	3, 6, 12, 15	
Produits et services							
G4-EN27 – Mesures d’atténuation des impacts environnementaux	LGLP	114 ; 95	9	II.A.3.c	11	12, 15	3.2 – 3.2a
G4-EN28 – Pourcentage de produits vendus et de leurs emballages recyclés	ND			II.A.2.c.i, II.A.2.c.ii	11	12, 15	
Conformité							
G4-EN29 – Amendes substantielles et nombre total de sanctions	LGLP			---	11		
Transport							
G4-EN30 – Impacts environnementaux du transport des produits	LGLP			II.A.2.a	11	11, 12, 13	
Généralités							
G4-EN31 – Dépenses et investissements de protection de l’environnement, par type	ND			II.A.2.a	11	11, 12, 13	
Évaluation environnementale des fournisseurs							
G4-EN32 – Nouveaux fournisseurs contrôlés à l’aide de critères environnementaux	ND			II.A.3.b	---	11, 12, 13	
G4-EN33 – Impacts sur l’environnement dans la chaîne d’approvisionnement	LGLP			II.A.3.b	---	11, 12, 13	
Mécanismes de règlement des griefs environnementaux							
G4-EN34 – Nombre de griefs concernant les impacts environnementaux	LGLP			---	---	3, 11, 12, 13	



GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
SOCIAL Pratiques en matière d'emploi et de travail décent							
Emploi							
G4-LA1 – Salariés embauchés et taux de rotation du personnel	LGLP	133-134	8	II.A.1.a, II.B.2.a	6 à 8	5, 8	
G4-LA2 – Avantages sociaux offerts aux salariés à temps plein	LGLP	142-144	8	- - -	6 à 8	5, 8	
G4-LA3 – Retour au travail et maintien en poste après congé parental	ND			II.A.1.f	6 à 8	5, 8	
Relations employeurs/employés – Approche managériale							
G4-LA4 – Délai minimal de préavis en cas de changement opérationnel	ND			II.A.1.d	6 à 8	5, 8	
Santé et sécurité au travail							
G4-LA5 – Pourcentage représenté dans des comités mixtes, direction-salariés d'hygiène et de sécurité au travail	LGLP	145	8	II.A.1.d	6 à 8	3, 8	
G4-LA6 – Accidents, maladies professionnelles, absentéisme, et décès liés au travail,	LGLP	137 ; 151	8	II.A.1.c; II.A.1.d	6 à 8	3, 8	
G4-LA7 – Salariés exposés directement et fréquemment à des maladies liées à leur activité	ND			II.A.1.b, II.A.1.c; II.A.1.d	6 à 8	3, 8	
G4-LA8 – Thèmes de santé et de sécurité couverts par des accords formels avec les syndicats	LGLP	134-136 ; 146	8	II.A.1.d	6 à 8	3, 8, 17	
Formation et éducation							
G4-LA9 – Nombre moyen d'heures de formation par an	LGLP	138 ; 139	8	II.A.1.e	6 à 8	4, 5, 8	
G4-LA10 – Programmes de développement des compétences et de formation	LGLP	138 ; 139	8	II.A.1.e	6 à 8	4, 5, 8	
G4-LA11 – Pourcentage de salariés bénéficiant d'entretiens d'évaluation et d'évolution de carrière périodique	ND			II.A.1.e	6 à 8	4, 5, 8	
Diversité et égalité des chances							
G4-DMA – Approche managériale	LGLP	140	8	- - -	- - -		
G4-LA12 – Composition des instances de gouvernance et critères de diversité	LGLP			II.A.1.f	6 à 8	5, 8, 16	

GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
Titres N° GRI							
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	142	8	II.A.1.a, II.A.1.f	6 à 8	5, 8, 10	
Évaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs							
G4-LA14 – Nouveaux fournisseurs évalués selon des critères de diversité	ND			II.A.3.b	- - -	5, 8, 16	
G4-LA15 – Impacts négatifs sur les pratiques en matière d'emploi dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	ND			II.A.3.b	- - -	5, 8, 16	
Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux pratiques en matière d'emploi							
G4-LA16 – Nombre de griefs concernant les pratiques en matière d'emploi déposés, examinés et réglés	ND			- - -	- - -	16	
DROITS DE L'HOMME							
Investissement							
G4-HR1 – Nombre d'accords d'investissement incluant des clauses relatives aux droits de l'homme ou ayant été soumis à un contrôle sur ce point	ND			II.B.1, II.B.2	3 à 5	16	
G4-HR2 – Nombre d'heures de formation des salariés sur les politiques et procédures relatives aux droits de l'homme	ND			II.A.1.e, II.B.1, II.B.2	3 à 5	16	
Non-discrimination							
G4-HR3 – Nombre d'incidents de discrimination et actions correctives mises en place	LGLP	152	8	II.A.1.f, II.B.2.a	3 à 5	16	
Liberté syndicale et droit de négociation							
G4-HR4 – Liberté d'association et à l'appartenance syndicale	ND			II.A.1.d, II.B.2.b	3 à 5	8, 16	
Interdiction du travail des enfants							
G4-HR5 – Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque d'incidents liés au travail des enfants et mesures prises	ND			II.A.3.a, II.A.3.b, II.B.2.a	3 à 5	8, 16	



GROUPE LA POSTE		RÉFÉRENCIEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change	
Abolition du travail forcé et obligatoire								
G4-HR6 – Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque d'incidents relatifs au travail forcé ou obligatoire et mesures prises	ND			II.A.3.a, II.A.3.b, II.B.2.a	3 à 5	8, 12, 16		
Pratiques en matière de sécurité								
G4-HR7 – Agents de sécurité formés en matière de droits de l'homme	ND			II.B.2.e	3 à 5	16		
Droits des peuples autochtones								
G4-HR8 – Nombre d'incidents de violations des droits des peuples autochtones et mesures prises	NA			II.A.3.a, II.B.2.e	3 à 5	16		
Évaluation								
G4-HR9 – Sites qui ont fait l'objet d'examens relatifs aux droits de l'homme ou d'évaluation des impacts	ND			II.B.2.e	3 à 5	16		
Évaluation du respect des droits de l'homme chez les fournisseurs								
G4-HR10 – Nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux droits de l'homme	ND			II.A.3.b, II.B.3.b	- - -	12, 16		
G4-HR11 – Impacts négatifs sur les droits de l'homme dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	ND			I.1, II.B.3.b	- - -	8, 12, 16		
Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux droits de l'homme								
G4-HR12 – Nombre de griefs concernant les impacts sur les droits de l'homme déposés, examinés et réglés	ND			I.1, II.B.3.b	3 à 5	8, 12, 16		
SOCIÉTÉ								
Communautés locales								
G4-S01 – Sites ayant mis en place une participation des communautés locales, des évaluations des impacts et des programmes de développement	LGLP	157-158 ; 159 ; 161	9	II.A.3.a	12 à 14	1, 2, 3, 4, 5, 8		
G4-S02 – Activités avec d'importantes conséquences sur les communautés locales	LGLP	153-166	9	II.A.3.a	12 à 14	1, 2, 3, 4, 5, 8		

GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCIEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
Lutte contre la corruption							
G4-S03 – Sites qui ont fait l’objet d’une évaluation des risques de corruption	ND			II.B.1	12 à 14	16	
G4-S04 – Communication et formation en matière de lutte contre la corruption	LGLP	44-46 ; 69	3	II.B.1	12 à 14	16	
G4-S05 – Cas avérés de corruption et mesures prises	LGLP			II.B.1	12 à 14	16	
Politiques publiques							
G4-S06 – Valeur financière des contributions politiques versées	NA			---	12 à 14	16	
Comportement anticoncurrentiel							
G4-S07 – Nombre d’actions en justice pour comportement anticoncurrentiel, pratiques antitrust et monopolistiques et leurs issues		44	3	---	12 à 14	16	
Conformité							
G4-S08 – Montant des amendes et nombre de sanctions pour non-respect des législations et réglementations	ND			---	12 à 14	16	
Évaluation des impacts des fournisseurs sur la société							
G4-S09 – Nouveaux fournisseurs contrôlés à l’aide de critères relatifs aux impacts sur la société	ND			II.A.3.b	---	8, 12	
G4-S010 – Impacts négatifs sur la société dans la chaîne d’approvisionnement et mesures prises	ND			II.A.3.b	---	8, 12	
Mécanismes de règlement des griefs relatifs à l’impact sur la société							
G4-S011 – Nombre de griefs concernant les impacts sur la société déposés, examinés et réglés	ND			---	---	16	



GROUPE LA POSTE	RÉFÉRENCEMENT GRI-4			TABLE DE CORRESPONDANCE			
Titres N° GRI	Périmètre	Pages du RRSE	Chapitre	R. 225-105	Pacte Mondial (critères concernés)	ODD	CDP 2017 Climate Change
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	ND			II.A.3.c	- - -	3	
G4-PR2 – Nombre d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits et des services	ND			II.A.3.c	- - -	3	
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			II.A.3.c	- - -	12	
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			II.A.3.c	- - -	12	
G4-PR5 – Résultats des enquêtes de satisfaction client	LGLP			- - -	- - -		
Communication, marketing							
G4-PR6 – Vente de produits interdits ou controversés	ND			II.A.3.c	- - -	12, 16	
G4-PR7 – Nombre d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires relatifs à la communication marketing	LGLP			II.A.3.c	- - -	16	
Vie privée des clients							
G4-PR8 – Nombre de plaintes pour atteinte à la vie privée et pour la perte de données des clients	LGLP			II.A.3.c	- - -	16	
G4-PR9 – Montant des amendes reçues pour non-respect des lois et réglementations concernant la mise à disposition et l'utilisation de produits et de services	ND			II.A.3.c	- - -	16	

Note méthodologique : périmètre et méthodologie de reporting

Références

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, 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 (rapport 2016) pour le calcul des émissions liées aux consommations d'électricité à l'étranger (moyenne des trois dernières années).

Cas particuliers :

- Facteurs d'émission de l'électricité d'origine renouvelable :

Les facteurs d'émission en équivalents CO₂ relatifs à la consommation d'électricité d'origine renouvelable sont fournis directement par les fournisseurs d'électricité. À défaut, le facteur appliqué correspond au facteur moyen d'émission du mix énergétique renouvelable du pays de la consommation.

Période de référence

La période de référence du reporting social 2017 est fondée sur une année calendaire (du 1^{er} janvier au 31 décembre 2017) 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 2016 à fin novembre de l'année 2017 à l'exception des consommations de papier et du nombre de véhicules [31 décembre 2017].

Périmètre de reporting

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. Depuis l'exercice 2015, le périmètre des indicateurs sociaux est élargi aux sociétés de messagerie express françaises (branche GeoPost, sociétés DPD France et Chronopost). Depuis 2016, le périmètre des indicateurs sociaux s'étend à toutes les filiales françaises du Groupe.

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 bâtiments. Depuis l'exercice 2016, ces indicateurs sont étendus à l'ensemble des sociétés du Groupe (dont les filiales internationales).

Les autres filiales du Groupe font l'objet de démarches d'harmonisation des indicateurs et des plannings de reporting extra-financier, ainsi que de projets d'informatisation, qui permettront d'élargir le périmètre de consolidation pour les exercices à venir.

Extrapolation des indicateurs

Afin de répondre au souci de cohérence du reporting avec le périmètre de consolidation des entités du Groupe, une extrapolation des sociétés non encore incluses dans le reporting est effectuée depuis l'exercice 2016 au niveau des données consolidées du Groupe. Les données 2015 ont fait l'objet d'une extrapolation à posteriori afin de permettre la comparaison sur le même périmètre. L'extrapolation des données est calculée soit à partir d'un ratio en émissions de GES par colis pour GeoPost, soit à défaut à partir d'un ratio : émissions en k eq CO₂ pour mille euros de chiffre d'affaires. Par convention, les données extrapolées sont imputées sur le type 3 dans le tableau des émissions du Groupe et sont non imputées dans le graphique des émissions totales.

Taux de couverture des indicateurs

Les taux de couverture des indicateurs, pour les différents périmètres de publication sont précisés ci-dessous. Les ratios sont effectués sur le périmètre des sociétés en intégration globale.

Périmètre des indicateurs	Indicateurs	Part du CA consolidé du Groupe	Part des effectifs du Groupe exprimés en équivalents temps plein
Périmètre d'engagement du Groupe (environnement)		44 %	79 %
La Poste	Indicateurs environnementaux	89 %	92 %
Le Groupe	Consommations énergétiques des bâtiments	100 %	100 %
	Émissions de GES liées aux transports et aux bâtiments		

Le périmètre des indicateurs sociaux est précisé dans le chapitre 17 du document de référence.

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.

Indicateurs environnementaux

Objectifs du Groupe concernant la baisse des émissions de GES

Le périmètre d'engagement correspond majoritairement aux émissions de GES des transports du courrier, du colis, du réseau, du corporate, des services financiers (par exception aux principes posés dans la note méthodologique), de l'activité numérique et des bâtiments gérés par la filiale Poste Immo. Il s'agit des émissions directes et émissions indirectes liées à la consommation d'électricité, vapeur, chaleur ou froid et des émissions incluant les sous-traitants de transport et les déplacements professionnels sous-traités des collaborateurs. Les transports pris en compte sont les transports routier, aérien, ferré et maritime.

Émissions de Gaz à effet de serre

Émissions de GES de types 1 et 2 au sens du « GHG Protocol » : émissions directes et émissions indirectes liées à la consommation d'électricité, vapeur, chaleur ou froid.

Émissions de GES de type 3 : incluant principalement les sous-traitants de transport et les déplacements professionnels sous-traités des collaborateurs. Les transports pris en compte sont les transports routiers, ferrés, aériens et maritimes. Pour les capacités aériennes louées à destination de l'étranger et des départements d'outre-mer, les distances prennent en compte les escales.

Les véhicules de fonction ou « d'entreprise » sont inclus à partir de l'exercice 2016.

Les déplacements professionnels effectués par les collaborateurs avec leur véhicule sont exclus du périmètre de l'indicateur.

Les données environnementales de GeoPost sur les consommations énergétiques des bâtiments et les émissions de GES liées aux transports et aux bâtiments sont calculées sur une période glissante (4^e trimestre 2015 – 3^e trimestre 2016).

Kilomètres parcourus

Il s'agit des kilomètres parcourus ou achetés routier, aérien, et ferroviaire de la flotte détenue ou opérée et des sous-traitants.

Consommation d'énergie des bâtiments

Les énergies prises en compte sont l'électricité, le gaz, le fioul, le bois, le chauffage urbain, le propane et le GPL.

Le reporting sur les consommations énergétiques des bâtiments est basé sur les montants facturés du 1^{er} décembre 2015 au 30 novembre 2016 ; les prix moyens utilisés pour convertir ces montants en kWh sont soit issus des bases statistiques ou calculés à partir d'échantillons représentatifs de factures. Pour certains bâtiments, les consommations ont été extrapolées sur la base des surfaces occupées.

Les consommations énergétiques des bâtiments cédés au cours de l'exercice ne sont pas prises en compte.

Les consommations d'électricité et les émissions de GES associées pour les véhicules électriques sont comptabilisées au niveau des bâtiments.

Déchets

Le périmètre correspond aux équipements informatiques, de sûreté et de télécommunications traités par la filière spécialisée ou, pour 4,33 tonnes, ayant fait l'objet de dons ou de ventes.

Depuis 2014, le taux de valorisation est extrapolé pour l'ensemble du périmètre à partir des résultats sur des matériels représentant 95,6 % du total des DEEE traités par la filière spécialisée.

Consommation de papier

Les produits (timbres, prêts à poster, autres emballages commercialisés), les cartons et les articles mixtes telles les enveloppes à bulles n'entrent pas dans le périmètre de l'indicateur.

Consommation d'eau

Une partie des consommations d'eau est estimée sur la base des dépenses facturées au cours de l'exercice et d'un prix moyen.

Indicateurs sociétaux

Achats

Les achats comprennent l'ensemble des biens et prestations achetés à l'extérieur (matériels, transport/logistique, informatique, frais généraux, etc.) donnant lieu à immobilisation ou comptabilisés sous forme de charges.

Les montants sont calculés en HTND pour La Poste, en HT pour les autres entités du Groupe.

Le périmètre d'engagement concerne La Poste et ses filiales Poste Immo et La Banque Postale.

L'impact territorial (données Groupe) présente les données de La Poste et ses filiales Poste Immo, La Banque Postale, Docapost et Mediapost.

10.2 Note méthodologique

Les indicateurs publiés dans le rapport RSE 2017 du Groupe La Poste sont les mêmes que ceux utilisés dans le document de référence 2017 du Groupe La Poste. La note méthodologique pour le calcul des indicateurs est présentée en pages 469 à 471 du document de référence 2017 du Groupe La Poste. Certains indicateurs présentés dans le rapport RSE sont vérifiés par un organisme tiers indépendant. Le rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées figurant dans le rapport de gestion est présenté en pages 472 à 474 du document de référence 2017 du Groupe La Poste.



10.3 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).

ACP : Agence ColiPoste.

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.

ANEM : Association nationale des élus de montagne.

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.

CAP : Commission administrative paritaire.

CAP : Certificat d'aptitude professionnelle.

CCP : Commission consultative paritaire.

CDDEEP : Club développement durable des établissements et entreprises publics.

CDPPT : Commission départementale de présence postale territoriale.

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).

Cnaf : Caisse nationale des allocations familiales

CNAMTS : Caisse nationale de l'assurance maladie des travailleurs salariés

CNAV : Caisse nationale de l'assurance vieillesse

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).

COP21 : 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.

DRSE : Direction RSE Groupe.

EA : entreprise adaptée.

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.

Esat : Établissement et service d'aide par le travail.

ESG : Environnementaux, sociaux et de gouvernance.

ESS : Économie sociale et solidaire.

ETC : Espace-temps communication.

E2C : École de la deuxième chance.

FNE : France nature environnement.

FNH : Fondation Nicolas Hulot.

FO : Force ouvrière.

Green IT : Green information technology ou green computing (en français : informatique écoresponsable) ou encore écoTIC (les écotechnologies de l'information et de la communication) 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.

IMS – Entreprendre pour la cité : Institut du mécénat de solidarité.

IPC : International post-corporation. Créée en 1989, IPC est une association coopérative d'opérateurs postaux d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie-Pacifique. Ses principales missions sont d'améliorer la qualité de service internationale, de réaliser des études et recherches dans le domaine postal et d'animer des forums d'échanges sur les questions postales.

ISR : Investissement socialement responsable.

Management responsable : 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) et dans la prise de décision toutes les facettes, 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.

Orée : Association multi-acteur, 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).

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.

PPC : Projet prioritaire commun.

PMR : Personne à mobilité réduite.

Postiers : Vise l'ensemble des employés du Groupe.

Produit : Article ou substance proposés à la vente ou faisant partie d'un service délivré par une organisation (ISO 26000).

RBR 2020 : Réglementation bâtiment responsable 2020.

RGPD : Règlement général sur la protection des données

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).

Service : Action d'une organisation visant à répondre à une demande ou à un besoin (ISO 26000).

Smart : Suivi de la marque et des transformations.

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).

Udaf : Union départementale des associations familiales.

UNSA : Union nationale des syndicats autonomes.

UPU : Union postale universelle.

WWF – World Wildlife Fund : Fondation pour la sauvegarde de l'environnement.

Conception et réalisation :  havas *Paris*

Conception-rédaction : Elsa Boniface

Crédits photo : Jérôme Abou, Jean Chiscano, Fatima Jellaoui, Sophie Loubaton / Capa pictures, Médiathèque Groupe La Poste.

Illustrations : Franck Weber/Broohaha



Direction de la Responsabilité sociale et environnementale
9, rue du Colonel-Pierre-Avia — 75757 Paris cedex 15
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