



RAPPORT D'ACTIVITÉ INTÉGRÉ 2022

 SOMMAIRE

P. 06
CONTRIBUER
AUX BIENS
COMMUNS

P. 22
CONSOLIDER
LES ATOUTS
DU GROUPE

P. 48
AGIR EN LEADER
DE LA PROXIMITÉ
ENGAGÉE

P. 62
CRÉER
UNE VALEUR
DURABLE
POUR TOUS

 PROFIL

Après avoir fait le choix stratégique de diversifier ses activités, le groupe La Poste se place aujourd'hui plus que jamais dans une poursuite de sa transformation. Nouveaux services de proximité, offres responsables de bancassurance, solutions digitales de confiance, services en santé, investissements dans la décarbonation des transports, dans la modernisation de son réseau... Dans tous ses métiers, les initiatives se multiplient. Le moteur de cette évolution : sa détermination à accompagner chacun à travers les transitions écologique, numérique, territoriale et démographique qui s'amplifient. Désormais entreprise à mission, La Poste place ces transitions au cœur de sa stratégie et fait de l'engagement sociétal la pierre angulaire de son modèle, celle sur laquelle elle bâtit l'avenir du groupe. Leader de la proximité engagée, elle agit au quotidien pour rester demain une entreprise pionnière, utile et pérenne, capable d'entraîner avec elle tous les acteurs de son écosystème. Avec en 2022 de nombreuses avancées et actions concrètes portées par tous les collaborateurs.

À propos de ce rapport

Ce premier rapport d'activité intégré s'inspire du cadre de référence de la Value Reporting Foundation. Son élaboration a été pilotée conjointement par la direction de la communication du groupe, la direction de l'engagement sociétal et la direction de la communication financière. Ses contenus ont été coconstruits grâce à l'apport des directions de la stratégie, des ressources humaines et des directions de la communication des branches et des filiales du groupe La Poste.

INTERVIEW

PHILIPPE WAHL
Président-directeur général
du groupe La Poste



Après la crise sanitaire, l'année 2022 a été marquée par de nombreux bouleversements. Comment le groupe La Poste fait-il face à ces chocs ?

L'année 2022 a effectivement vu le monde basculer dans une ère d'incertitudes. La guerre en Ukraine a généré, au-delà des drames humains et de l'inquiétude générale, une crise macroéconomique qui se traduit par un ralentissement de la croissance et une forte hausse de l'inflation, notamment au travers des prix de l'énergie. C'est un nouveau choc pour le groupe La Poste, après celui de la crise sanitaire : la montée des prix de l'énergie et de l'électricité a produit des coûts supplémentaires qui viennent s'ajouter à la perte de chiffre d'affaires liée au recul constant du courrier dans les usages de nos millions de clients qui lui préfèrent les échanges numériques. Au regard de l'effondrement des volumes traités, l'organisation industrielle du courrier de La Poste en J+1 était trop coûteuse et trop émettrice de CO₂. C'était l'enjeu de la refonte de la gamme courrier annoncée en 2022 et effective depuis le 1^{er} janvier 2023. En dépit de ce contexte, le groupe fait face, grâce à l'engagement sans faille des postières et des postiers.

« En 2022, le groupe La Poste a affiché une résistance aux chocs et une capacité de rebond qui confortent notre confiance dans l'avenir. »

La Poste, entreprise 100% publique, continue d'assurer ses quatre missions de service public et démontre sa volonté d'être au service de tous et utile à chacun. Le chiffre d'affaires 2022 atteint 35,4 milliards d'euros, contre 34,6 milliards d'euros en 2021, et le résultat net part du groupe s'établit à 1250 millions d'euros⁽¹⁾, démontrant une fois encore la solidité de notre modèle multiactivité.

Dans cet environnement, comment poursuivez-vous la stratégie de transformation engagée par le groupe ces dernières années ?

Nous accélérons le développement de nos moteurs de croissance. Je pense notamment au colis et à l'express, qui, comme en 2021, représentent plus de la moitié du chiffre d'affaires du groupe La Poste. C'est le fruit de notre stratégie d'investissements. Le choix de la diversification doit permettre d'assurer la pérennité de l'entreprise. Aujourd'hui, le groupe est numéro un en Europe du colis livré par route, devant Amazon et les trois géants de la logistique mondiale. Autre moteur de croissance : la bancassurance. 2022 constitue une étape décisive pour notre groupe dans ce domaine : avec le succès de son OPA sur CNP Assurances, La Banque Postale peut désormais rivaliser avec ses concurrents et, surtout, cette étape a finalisé la constitution du grand pôle financier public autour de notre actionnaire majoritaire, la Caisse des Dépôts. En 2021, La Poste est devenue la première entreprise publique à adopter la qualité de société à mission. Cette démarche d'engagement va de pair avec le développement de l'entreprise. Lorsque le groupe porte l'ambition d'être numéro un de la livraison verte en France et en Europe et d'être le leader de la finance à impact avec La Banque Postale, il réaffirme la volonté de poursuivre l'engagement sociétal qui est dans son ADN, autant qu'il formule une ambition de croissance durable.

La Poste a placé les « liens essentiels » au cœur de sa raison d'être. Comment prenez-vous soin du lien social, fragilisé par les différentes crises ?

Dans notre stratégie, il y a la volonté d'être un groupe engagé au service de tous. Notre entreprise est la seule en Europe ayant quatre missions de service public, missions qui sont légitimées par la Commission européenne. Le groupe est en première ligne pour

(1) Hors impacts sur le résultat net part du groupe des dépréciations d'actifs liés aux activités courrier, Mediapost, DPD Russie et impact net d'autres effets comptables ; et reprise des impôts différés liée à la perspective d'entrée de CNP Assurances dans le périmètre d'intégration fiscale du groupe.

« L'engagement du groupe pour la planète, son engagement social et sociétal pour le bien vieillir, son engagement pour l'inclusion numérique forgent son avenir et celui du pays. »

assurer la cohésion des territoires et entretenir ce lien social et humain qui est fragilisé. Pour préserver la présence postale territoriale et l'avenir de son réseau de 62 000 factrices et facteurs, La Poste s'attache à développer ses services de proximité humaine, à domicile. Leurs nouvelles missions autour de « l'aller vers » – la visite aux personnes âgées, la livraison de repas ou de médicaments – jouent un rôle fondamental dans la cohésion territoriale et la solidarité humaine. En 2022, les nouveaux services de proximité représentent un chiffre d'affaires de plus de 700 millions d'euros.

Comment accompagnez-vous les grandes transitions de notre époque comme le numérique ?

Le groupe travaille à transposer dans le monde d'aujourd'hui et de demain, où le numérique est omniprésent, son rôle de tiers de confiance. Digiposte est déjà le premier coffre-fort numérique en France avec 9,4 millions de comptes. L'Identité Numérique La Poste, seule certifiée par l'ANSSI à ce jour, permet maintenant un accès sécurisé au compte personnel de formation. Enfin, le projet de cloud souverain, lancé fin 2022 par Docaposte avec la Caisse des Dépôts, Dassault Systèmes et Bouygues Telecom, marque une avancée décisive pour le groupe La Poste et pour la sécurité de la vie numérique des Européens. Mais plus il y a de numérique, plus il y a de risque d'exclusion numérique. C'est notre responsabilité de postières et de postiers de répondre à ce défi de l'exclusion numérique, et nous avons accompagné près de 474 000 personnes en 2022.

Comment agissez-vous pour renforcer les impacts positifs du groupe sur l'environnement ?

La priorité écologique n'est pas une nouveauté, elle est centrale pour le groupe La Poste depuis des décennies. Le groupe figure aujourd'hui parmi les leaders en la matière, tant dans la logistique que dans les services financiers. Les principales activités du groupe que sont La Poste, La Banque Postale et Geopost s'inscrivent dans une trajectoire zéro émission nette à 2040, leurs trajectoires de réduction des émissions carbone sont certifiées ou en instance de certification par l'initiative internationale Science-Based Targets (SBTi). La Banque Postale a été la première à annoncer sortir du financement des énergies fossiles en 2030; elle commence à être suivie par d'autres banques. CNP Assurances s'engage sur la neutralité carbone de son portefeuille d'investissement. Cette priorité écologique est encore plus stratégique au moment où le coût de l'énergie flambe. Le groupe La Poste joue ainsi un rôle moteur dans la décarbonation de l'économie, pour les clients, pour les territoires et pour la société.



Quel regard portez-vous sur l'avenir du groupe La Poste ?

En 2022, le groupe a affiché une résistance aux chocs et une capacité de rebond qui confortent notre confiance dans l'avenir. Cette confiance repose sur l'engagement des postières et des postiers, sur le soutien de nos actionnaires, la Caisse des Dépôts et l'État, et sur la qualité de notre plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ». L'engagement du groupe pour la décarbonation de la planète, son engagement social et sociétal pour le bien vieillir, son engagement pour l'inclusion numérique participent à son avenir et celui du pays. À travers ses missions de service public, le groupe La Poste est là pour des millions de Français, avec une attention particulière pour les plus fragiles. Sa détermination à poursuivre sa route de développement et à assurer pleinement son rôle d'entreprise à mission est entière.



CONTRIBUER AUX BIENS COMMUNS

À l'heure où les transitions écologique et énergétique, numérique, démographique et sociale, territoriale s'amplifient, le groupe La Poste place sa responsabilité sociale et environnementale au cœur de son développement et de la réalisation de ses missions de service public. Il l'a inscrite dans sa raison d'être, dans ses engagements d'entreprise à mission, dans son plan stratégique et dans tout ce qui fonde son identité depuis 600 ans. Et c'est avec l'ensemble de ses parties prenantes qu'il prépare et construit son avenir.

- P. 08. La Poste accompagne les mutations sociétales
- P. 10. Au cœur d'un monde en transition
- P. 12. Des engagements forts au service de toute la société
- P. 14. Un plan stratégique à 2030
- P. 16. Trois dynamiques au service de notre performance
- P. 18. L'engagement sociétal au cœur de nos 7 priorités stratégiques
- P. 20. En interaction avec toutes nos parties prenantes



La Poste accompagne les mutations sociétales

Depuis sa création au 15^e siècle, La Poste a accompagné des mutations de toutes natures, qu'elles soient sociales, économiques

ou encore technologiques. À chaque époque, elle a su s'adapter pour assurer la pérennité de ses activités, au service de tous.

CONTRIBUER...

... AU DÉVELOPPEMENT DES ÉCHANGES ÉCRITS, FINANCIERS ET COMMERCIAUX

Depuis la création de « La Poste aux chevaux » par Louis XI en 1477, La Poste permet aux populations de **RÉALISER DES ÉCHANGES DE TOUS TYPES.** Après avoir longtemps transporté exclusivement le courrier, elle a pris en charge les télégrammes et plus tard les messages électroniques grâce à son webmail laposte.net ou les SMS via La Poste Mobile. Du mandat postal créé en 1817 au compte-chèques postal et à la banque en ligne, La Poste a aussi accompagné le développement des flux et échanges monétaires. Même capacité d'adaptation au service du commerce, en acheminant le courrier des petites épiceries ou des premières entreprises de la révolution industrielle, jusqu'aux colis des acteurs de l'e-commerce.

ACCOMPAGNER...

... L'ÉVOLUTION DES LIEUX DE VIE ET DE TRAVAIL

Alors que la population française a été multipliée par près de cinq depuis la création de La Poste, cette population s'est au fil du temps largement concentrée dans les villes et les agglomérations. Dès le 18^e siècle, La Poste a ainsi créé un service de trois distributions quotidiennes de courrier à domicile à Paris : c'est la naissance du facteur. Aujourd'hui, La Poste continue à **ASSURER LE SERVICE UNIVERSEL POSTAL ET SA MISSION D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE,** incarnant la présence postale partout en France.

LUTTER...

... CONTRE DES INÉGALITÉS QUI SE CREUSENT

Importantes au 19^e siècle, les inégalités de patrimoine ont ensuite décru au 20^e siècle avec l'émergence de la classe moyenne, avant d'augmenter à nouveau. Dans un contexte de fractures sociales, La Poste agit en garantissant le versement des prestations sociales, en assurant **SA MISSION D'ACCESSIBILITÉ ET D'INCLUSION BANCAIRE,** en favorisant l'emploi des jeunes et des seniors ou en déployant des dispositifs de mécénat sociétal en faveur de l'égalité des chances comme L'Envol, créé par La Banque Postale. Depuis une vingtaine d'années, elle se mobilise au service de l'inclusion numérique des plus fragiles.

PARTICIPER...

... À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Face aux enjeux énergétiques et climatiques, La Poste s'est engagée très tôt pour diminuer son impact sur l'environnement. Depuis 2016, tous les bâtiments gérés par La Poste Immobilier sont ainsi alimentés en électricité d'origine renouvelable. D'ici à 2025, ce sera le cas pour l'ensemble des sites du groupe. Ces dernières années, celui-ci a fortement réduit l'usage de l'avion pour acheminer le courrier et les colis. Il privilégie aujourd'hui la route en s'appuyant sur l'une des premières flottes de véhicules électriques en Europe. Il investit massivement pour assurer de plus en plus de **LIVRAISONS À FAIBLE ÉMISSION DE CARBONE.**

MAINTENIR...

... LE CAP DE L'INTÉRÊT GÉNÉRAL

Le groupe La Poste est guidé par l'intérêt général comme il l'a été tout au long de son histoire. Alors que le monde se digitalise, entraînant une chute des volumes du courrier, le groupe poursuit la diversification de ses activités dans l'e-commerce, la logistique urbaine décarbonée ou encore le numérique. Face au vieillissement de la population et la priorisation des enjeux de santé, le groupe capitalise sur ses expertises et son lien de proximité pour proposer des nouveaux services autour du bien vieillir et de la santé à domicile ; et se développer dans la digitalisation des parcours de santé. Aujourd'hui, les citoyens estiment que les entreprises doivent avoir un impact positif sur la société. La Poste est la première entreprise publique à avoir défini sa raison d'être et à devenir **ENTREPRISE À MISSION.**

DEPUIS 600 ANS



Au cœur d'un monde en transition

La Poste a identifié 4 transitions sociétales majeures pour les 10 ans à venir, qui voient leurs impacts amplifiés par les crises sanitaires, climatiques et la guerre en Ukraine. Souvent liées entre

elles, ces transitions représentent un ensemble de défis et d'opportunités que le groupe s'attache à relever à travers son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ».

DÉFIS

TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET ÉNERGÉTIQUE

L'urgence climatique et la crise énergétique mondiale accentuent la nécessité d'aller plus vite sur la transition écologique et énergétique. Une prise de conscience collective s'affirme, qui génère de nouvelles exigences et de nouveaux besoins des consommateurs.

CHIFFRES CLÉS

+2,7 °C

Réchauffement d'ici à 2100 en l'état actuel des engagements pris par les États⁽¹⁾

Jusqu'à 1 million

d'espèces menacées d'extinction, dont de nombreuses au cours des prochaines décennies⁽²⁾

(1) Source : ONU.
(2) Source : IPBES – Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques.

ATOUTS

- 1^{er} opérateur postal au monde à être neutre en carbone grâce au programme de compensation de ses émissions résiduelles⁽⁹⁾
 - Des trajectoires carbone certifiées ou en instance de certification SBTi pour les principales activités du groupe (La Poste, La Banque Postale, Geopost)
 - Le groupe La Poste dispose de l'une des premières flottes européennes de véhicules électriques (40% de son parc de véhicules)
 - Un positionnement parmi les acteurs de 1^{er} rang au niveau mondial, tous secteurs confondus, en termes d'engagements environnementaux, sociaux et de gouvernance selon les principales agences de notations extra-financières
- (9) Plus d'informations sur www.lapostegroupe.com.

AMBITIONS

- Atteindre le zéro émission nette de GES⁽¹¹⁾ en 2040 (définie par la SBTi)⁽¹²⁾
- Accélérer dans la préservation des ressources et la régénération du vivant, via le déploiement d'une politique biodiversité forte
- S'engager à ne pas financer le secteur des énergies fossiles (charbon, pétrole et gaz) à l'horizon 2030⁽¹³⁾

(11) Gaz à effet de serre.
(12) Science-Based Targets initiative.
(13) À l'exception des acteurs qui disposeraient d'ici à 2030 d'un plan de transition scientifiquement validé et prévoyant une sortie de ce secteur d'ici à 2040.

TRANSITION NUMÉRIQUE

Accélérée par la crise sanitaire, la transformation numérique se concrétise par une bascule des usages : digitalisation des parcours clients, dématérialisation des démarches administratives, normalisation du télétravail, progression de l'e-commerce. Avec à la clé de nouveaux enjeux : protection des données, cybersécurité, transparence, sobriété, inclusion des seniors et des populations fragiles.

1/2

1 entreprise sur 2 victime d'une cyberattaque en 2022⁽³⁾

Près de 13 millions

de Français sont en risque d'illlectronisme⁽⁴⁾

(3) Source : Baromètre du Cesin (Club des experts de la sécurité de l'information et du numérique).
(4) Source : Insee.

- Docaposte : premier opérateur français de signature électronique, leader sur les services de vote et d'archivage électronique
- La Poste, acteur engagé de l'inclusion numérique avec le déploiement de 94 postiers conseillers numériques d'ici à 2023 et la mise en place de 77 espaces « L'Étape Numérique » dans des bureaux de poste
- 474 000 personnes accompagnées, formées ou équipées dans l'usage du numérique par La Poste et ses partenaires en 2022

- Devenir l'offre de référence de cloud de confiance sur le marché européen, avec le lancement de Numspot en 2023
- Favoriser l'inclusion numérique en visant 1 million de personnes en situation d'illlectronisme accompagnées chaque année à l'horizon 2030

TRANSITION DÉMOGRAPHIQUE ET SOCIALE

Le vieillissement de la population française provoque une augmentation du coût de la dépendance et des dépenses de santé. Cette transition démographique implique de renforcer les services autour du bien vieillir à domicile et d'accompagner le développement des soins à domicile.

1/3

de la population aura plus de 60 ans en 2030⁽⁵⁾

85 %

des Français interrogés souhaitent vieillir à domicile⁽⁶⁾

(5) Étude Xerfi 2022.
(6) Source : Ifop 2019.

- Positionnement sur l'ensemble du parcours patient, de la prévention jusqu'à l'accompagnement des patients chroniques à domicile (Asten Santé, DiaDom...)
- Acquisition d'happytal, spécialiste de la digitalisation du parcours hospitalier
- 1^{er} prêteur bancaire des hôpitaux publics avec 25% de parts de marché
- En lien avec les départements et les acteurs de santé en territoire, contribution à la détection, l'évaluation et l'accompagnement des fragilités liées à l'âge ou à la maladie

- Renforcer l'offre proposée aux établissements et aux professionnels de santé autour du parcours patient et des services numériques
- Développer « l'aller vers » et accompagner le bien vieillir et le maintien à domicile sur tout le territoire (portage de repas, de médicaments...)

TRANSITION TERRITORIALE

La crise sanitaire a fait apparaître de nouvelles dynamiques urbaines, accélérées entre autres par le télétravail. Si ce nomadisme numérique bénéficie aux villes moyennes, il engendre également des inégalités, renforçant les fractures territoriales.

81 %

de la population française vit en espace urbain en 2021⁽⁷⁾

x2

Augmentation du nombre de tiers-lieux entre 2018 et 2022. 75% sont dédiés au coworking⁽⁸⁾

(7) Source : Statista.
(8) Source : France Tiers-Lieux, 2022.

- Un maillage territorial unique adapté aux évolutions des usages – 35 600 points d'accès aux services de La Poste en France
- Contribution au maintien de la cohésion territoriale en appui des politiques publiques et des priorités de la Caisse des Dépôts
- Développement sur le marché du coworking avec le rachat de Multiburo
- 1^{er} prêteur bancaire des collectivités avec 25% de parts de marché⁽¹⁰⁾

(10) Source : Finance Active au 31 décembre 2021.

- Multiplier les formats de présence physique dans les territoires avec 40 000 points d'accès à un service postal en 2025
- Devenir un acteur européen de premier plan sur le marché du coworking et des centres d'affaires avec un maillage de plus de 100 sites à l'horizon 2027

Des engagements forts au service de toute la société

▲
UNE RAISON D'ÊTRE

« AU SERVICE DE TOUS, UTILE À CHACUN, LA POSTE, ENTREPRISE DE PROXIMITÉ HUMAINE ET TERRITORIALE, DÉVELOPPE LES ÉCHANGES ET TISSE DES LIENS ESSENTIELS EN CONTRIBUANT AUX BIENS COMMUNS DE LA SOCIÉTÉ TOUT ENTIÈRE. »

Coconstruite avec les postiers et les parties prenantes du groupe, la raison d'être de La Poste exprime le sens fondamental de ses activités au service de la société. Intemporelle, elle s'inscrit dans le prolongement de ses missions de service public et de son histoire, tout en établissant un pont avec le monde de demain.

▲
LES ENGAGEMENTS D'ENTREPRISE À MISSION

En 2021, La Poste est devenue la première entreprise publique française à adopter la qualité d'entreprise à mission, témoignant de sa détermination à être responsable et utile pour la société tout entière. Elle s'est dotée d'un comité de mission dédié : composé de personnalités qualifiées externes et de membres du conseil d'administration, il s'assure de la mise en œuvre des engagements sociétaux pris par La Poste en tant qu'entreprise à mission.

CONTRIBUER
au développement
et à la cohésion des territoires

FAVORISER
l'inclusion sociale

PROMOUVOIR
un numérique éthique,
inclusif et frugal

ŒUVRER
à l'accélération de la transition
écologique pour tous

► Pour en savoir +, consultez le rapport 2022 du comité de mission de La Poste.



Pour accompagner les grandes transitions - écologique et énergétique, numérique, démographique et sociale, territoriale - qui transforment nos sociétés, La Poste prend

des engagements forts. Elle conforte ainsi son positionnement d'entreprise à impact positif, conciliant performance économique et intérêt général.

▲
4 MISSIONS DE SERVICE PUBLIC

« Nos missions de service public sont inscrites dans la loi et leurs conditions de réalisation sont au cœur du contrat d'entreprise entre La Poste et l'État. Nos engagements en tant que société à mission relèvent quant à eux d'une démarche volontaire et autonome de l'entreprise. Ces deux logiques différentes s'enrichissent et contribuent conjointement à l'intérêt général. »



NICOLAS ROUTIER
Directeur général adjoint,
en charge du service public
et de la régulation

Le service universel postal

La Poste assure la levée et la distribution du courrier 6 jours sur 7 au domicile des Français, sur tout le territoire, à des prix encadrés et maîtrisés. Respectant les principes d'égalité, de continuité et d'adaptabilité, ce service concourt à la cohésion sociale et au développement équilibré des territoires.

L'aménagement du territoire

La Poste s'est engagée à maintenir au moins 17 000 points de contact afin d'assurer une présence postale sur l'ensemble du territoire. Premier réseau de proximité humaine en France, le réseau La Poste permet ainsi à 97 % de la population de résider à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture d'un point de contact.

Le transport et la distribution de la presse

Partout en France, et 6 jours sur 7, La Poste distribue près de 7 000 publications à des tarifs abordables. Une mission essentielle au pluralisme démocratique, qui garantit à tous les citoyens un accès égal à l'information.

L'accessibilité bancaire

La Banque Postale garantit un accès universel à des services bancaires gratuits, simples et indispensables pour des personnes exclues du système bancaire traditionnel et qui ont des besoins spécifiques. Le Livret A de La Banque Postale est l'instrument de cette accessibilité bancaire. Toute personne qui en fait la demande peut ouvrir un Livret A à partir de 1,50 euro et effectuer gratuitement des retraits ou des dépôts.

Un plan stratégique à 2030



UNE AMBITION...

ÊTRE LA PREMIÈRE PLATEFORME EUROPÉENNE DU LIEN ET DES ÉCHANGES, HUMAINE ET DIGITALE, VERTE ET CITOYENNE, AU SERVICE DE NOS CLIENTS DANS LEURS PROJETS ET DE LA SOCIÉTÉ TOUT ENTIÈRE DANS SES TRANSFORMATIONS.

... ANIMÉE PAR 3 DYNAMIQUES...

- CONFORTER** le socle des activités historiques du groupe

- ACCÉLÉRER** le développement de ses moteurs de croissance actuels

- CONSTRUIRE** la croissance de demain

> P. 16

Au cours de son histoire, La Poste n'a cessé de se renouveler pour s'adapter et servir l'intérêt général. Elle a su construire un modèle multiactivité robuste et démontrer une forte capacité d'innovation et de diversification, au service d'une croissance rentable.

Avec son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », elle se donne les moyens de poursuivre cette transformation en accompagnant les grandes transitions – écologique et énergétique, numérique, démographique et sociale, territoriale – de notre temps.

... ET 7 PRIORITÉS...

- Client
- Présence
- Numérique
- Vert
- Citoyen
- International
- Pacte social et culture managériale

> P. 18

... AU SERVICE D'UN OBJECTIF STRATÉGIQUE...

ÊTRE UNE ENTREPRISE EN CROISSANCE RENTABLE, QUI A RÉUSSI SA TRANSFORMATION VERS UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PÉRENNE.

UN MODÈLE MULTIMÉTRIER ROBUSTE

Services-Courrier-Colis



Geopost



La Banque Postale



Grand Public et Numérique



> P. 24

Trois dynamiques au service de notre performance

« Réussir la transformation de La Poste, c'est atteindre, en 2025, un modèle économique autoporteur pour le groupe et pour chacune de ses activités. C'est ainsi que nous pourrons financer la poursuite de notre croissance et de notre diversification, au service de tous. »



YVES BRASSART
Directeur général adjoint du groupe La Poste, en charge des finances et du développement



3 DYNAMIQUES

LES DYNAMIQUES

CONFORTER LE SOCLE DES ACTIVITÉS HISTORIQUES DU GROUPE



Courrier



Réseau



Missions de service public

ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT DE SES MOTEURS DE CROISSANCE ACTUELS



Colis



Services à l'e-commerce



Bancassurance

CONSTRUIRE LA CROISSANCE DE DEMAIN



Services digitaux de confiance



Services de proximité humaine

LE CONTEXTE

- Poursuite de la chute du volume du courrier (de 18 milliards en 2008 à moins de 7 milliards en 2022)
- Baisse de la fréquentation en bureau de poste de plus de 50 % entre 2014 et 2022

- 13% du commerce total en Europe est capté par l'e-commerce⁽¹⁾
- 146,9 milliards d'euros (périmètre France) de chiffre d'affaires réalisé par le secteur de l'e-commerce en 2022⁽²⁾
- La Banque Postale, 11^e banque de la zone euro⁽³⁾

⁽¹⁾(2) Source : Fevad.
⁽³⁾ Sur la base des données publiées en 2021 issues d'un panel de 23 banques européennes.

- Besoin de sécurité et de confiance dans les échanges numériques
- Un système de santé confronté au vieillissement de la population

LES ENJEUX

- Être au rendez-vous de nos engagements de société à mission et de nos quatre missions de service public
- Sécuriser le financement de nos missions de service public

- Capter la croissance du colis
- Développer l'offre de services e-commerce (création de sites marchands, solutions de paiement, fidélisation de clients...)
- Transformer le modèle de bancassureur de La Banque Postale par la culture de l'impact

- Viser le leadership européen des services numériques de confiance au bénéfice de la souveraineté numérique en capitalisant sur le rôle de tiers de confiance de La Poste
- Répondre aux enjeux de santé de demain grâce à l'infrastructure territoriale, physique, humaine et digitale du groupe La Poste

LE PLAN D'ACTION

- Lancement le 1^{er} janvier 2023 d'une **nouvelle gamme courrier**
- Investissement de **800 millions d'euros d'ici à 2025 dans la modernisation du réseau** de distribution omnicanale, l'élargissement de la présence territoriale

- **2nd plan d'investissement de 450 millions d'euros sur 2023-2026** pour être en mesure de livrer plus de 1 milliard de Colissimo par an avant 2030
- **Renforcer l'offre de services e-commerce** en s'appuyant sur les acquisitions d'eShopWorld (ESW), Scalefast ou Pourdebon.com
- **Devenir la référence de la livraison durable** en assurant une livraison 100 % propre (zéro et faibles émissions) dans 350 villes en Europe à l'horizon 2025
- 3 leviers majeurs pour La Banque Postale :
 - **consolider le socle de la banque de détail**;
 - **accélérer la diversification** en s'appuyant sur CNP Assurances et la nouvelle Banque de Financement et d'Investissement citoyenne (BFI);
 - **développer un modèle innovant**, partenarial et international, au Brésil et en Italie notamment

L'engagement sociétal au cœur de nos 7 priorités stratégiques

Pour mettre en œuvre son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », le groupe a défini 7 priorités. Considérant sa performance économique et sa

démarche d'engagement sociétal comme indissociables, il déploie en synergie ses priorités et ses engagements sociétaux d'entreprise à mission.



CLIENT

Servir les clients au plus haut niveau de qualité, innover pour rester leur intermédiaire privilégié, développer la relation client responsable et conquérir de nouvelles clientèles (professionnels, jeunes...).

EN ACTION ▶ 800 M€ seront investis d'ici à 2025 dans la modernisation du réseau de distribution omnicanale du groupe : 500 M€ pour rénover l'ensemble des bureaux de poste d'ici à 2027 et 300 M€ pour renforcer l'écosystème digital.



NUMÉRIQUE

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

EN ACTION ▶ 1,7 million d'Identités Numériques La Poste créées à fin 2022 (x 3 en 1 an), développement de nouveaux usages comme le retrait de colis en bureau de poste possible avec L'Identité Numérique La Poste.



PRÉSENCE

S'affirmer toujours plus présent, grâce à la puissance combinée de ses réseaux physiques, numériques et humains, pour servir le développement.

EN ACTION ▶ 35 600 points d'accès aux services de La Poste en 2022 (contre 32 400 en 2020), accueillant les clients sur l'ensemble du territoire.



VERT

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

EN ACTION ▶ 600 M€ investis dans le transport bas carbone dont 200 M€ pour doubler le nombre de véhicules électriques et 400 M€ pour convertir la flotte de transport de moyenne et longue distance vers les énergies bas carbone.

4 ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX



▶ CONTRIBUER au développement et à la cohésion des territoires

10,9 Mds€

consacrés au financement des PME/ETI.

▶ FAVORISER l'inclusion sociale

3,1 millions

de clients de La Banque Postale accompagnés en situation de vulnérabilité financière.

▶ PROMOUVOIR un numérique éthique, inclusif et frugal

474 000

personnes en situation d'illectronisme accompagnées, formées ou équipées par La Poste et ses partenaires en 2022.

▶ CEUVRER à l'accélération de la transition écologique pour tous

-6%

de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) pour les activités colis (Geopost et la branche Services-Courrier-Colis) par rapport à 2021.



CITOYEN

S'affirmer dans sa nouvelle qualité de société à mission. Donner les preuves de sa responsabilité citoyenne, sociale et sociétale.

EN ACTION ▶ Le groupe La Poste a lancé avec succès sa première émission obligataire durable (Sustainable Bond) pour un total de 1,2 milliard d'euros. Les fonds levés serviront à financer des projets dans les domaines verts et sociaux. Le groupe avait déjà levé 500 millions d'euros en 2019 pour financer des projets verts (Green Bond).



INTERNATIONAL

Dépasser les frontières géographiques en captant la croissance internationale.

EN ACTION ▶ Le groupe La Poste, présent dans plus de 60 pays, réalise 44% de son chiffre d'affaires à l'international (41% en 2021).



PACTE SOCIAL ET CULTURE MANAGÉRIALE

Renforcer la fierté et l'engagement des postiers, déployer l'accord social 2021-2023 « La Poste, engagée avec les postiers » et mettre en œuvre une organisation agile.

EN ACTION ▶ 86,9% des collaborateurs du groupe La Poste ont suivi au moins une formation en 2022 (périmètre Europe).

En interaction avec toutes nos parties prenantes

UN OUTIL DE RÉFÉRENCE

UNE LARGE CONSULTATION

LA MATRICE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ (2022)

UNE MÉTHODOLOGIE ROBUSTE

Pour minimiser ses impacts et maintenir une création de valeur durable, le groupe La Poste identifie et priorise les principaux enjeux ESG – environnementaux, sociaux, sociétaux et de gouvernance – partagés avec ses parties prenantes. Pour y parvenir, il s'appuie sur un outil de référence : la matrice de double matérialité. Prenant la forme concrète et visuelle d'une matrice de points, cette cartographie classe les enjeux de l'entreprise selon leur importance (cruciaux, majeurs, importants, secondaires...) et leur nature (sujet social, sociétal, environnement, gouvernance...). Elle résulte d'une méthodologie robuste :

- prise en compte de l'ensemble des activités du groupe;
- sélection de 25 enjeux sur la base d'un benchmark sectoriel international;
- prise en compte des impacts de l'entreprise sur son écosystème et des impacts de l'écosystème sur l'entreprise (double matérialité);
- analyse des impacts négatifs et positifs ainsi que des risques et opportunités;
- méthodologie basée sur les référentiels internationaux (ODD, GRI, TCFD...);
- anticipation des attendus réglementaires en lien avec la directive CSRD ⁽¹⁾.

(1) La méthodologie intègre les recommandations contenues dans les projets de normes ESRS (European Sustainability Reporting Standards) publiés par l'Efrag en lien avec la directive CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) de l'Union européenne.

UNE VISION CLAIRE ET PARTAGÉE DES PRIORITÉS

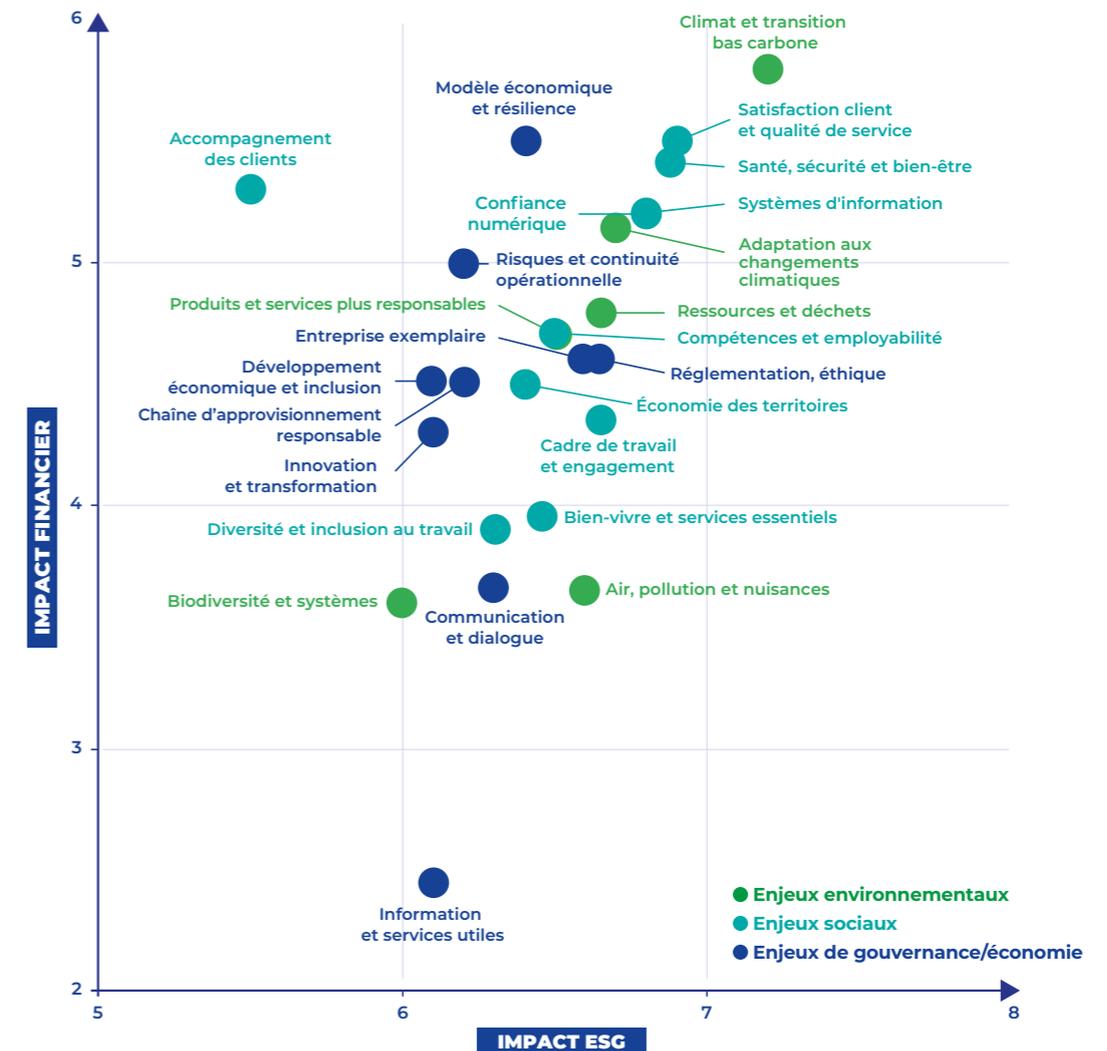
La matrice intègre plus de 5 000 contributions de toutes les parties prenantes du groupe :

- collaborateurs et syndicats;
- clients (consommateurs, clients professionnels et associations, entreprises et collectivités locales);
- fournisseurs et sous-traitants;
- élus, régulateurs, agences de notation et certificateurs;
- actionnaires, membres du comité exécutif, membres du comité de mission.

Cette matrice fait ressortir en particulier trois enjeux majeurs : « climat et transition bas carbone », « satisfaction client et qualité de service » et « santé, sécurité et bien-être ». Ces trois enjeux sont en forte résonance avec la stratégie du groupe et les quatre axes de son engagement sociétal.

Par ses multiples métiers et son envergure, le groupe La Poste est en prise avec un écosystème riche et complexe de parties prenantes. Il entretient avec elles un dialogue continu, à travers des interactions quotidiennes, des dispositifs d'écoute

et de mesure de leur perception et de larges consultations périodiques. Intégrant leurs attentes au cœur de ses orientations stratégiques, il a, en 2022, construit avec elles une cartographie partagée des enjeux actuels et à venir.



CONSOLIDER LES ATOUTS DU GROUPE

Pour atteindre ses ambitions stratégiques à l'horizon 2030, le groupe La Poste a continué en 2022 à renforcer ses principaux atouts : un modèle multiactivité avec quatre branches en synergie, un vaste écosystème d'innovation, des collaborateurs engagés au cœur de ses attentions, ainsi qu'une gouvernance solide et ouverte. Dans un environnement complexe, il a par ailleurs étendu son dispositif de maîtrise des risques.

P. 24. 4 branches en synergie, moteurs de la transformation du groupe

P. 34. Un vaste écosystème d'innovation pour créer les solutions de demain

P. 36. Les collaborateurs au cœur des attentions du groupe

P. 42. Une gouvernance solide et ouverte

P. 46. Une démarche robuste de maîtrise des risques



4 branches en synergie, moteurs de la transformation du groupe

CHIFFRES CLÉS

AMBITION 2030

DÈS DEMAIN

P. 26



SERVICES-COURRIER-COLIS

62 000 facteurs sillonnent les routes de France, 6 jours sur 7, pour aller à la rencontre des Français et leur apporter bien plus que du courrier, de la presse et des colis : des services utiles et une proximité humaine.

10 201 M€

de chiffre d'affaires en 2022.

453 millions

de Colissimo distribués en France et dans le monde en 2022.

Devenir le premier opérateur de services humains de proximité et des services à l'e-commerce centré sur la satisfaction et l'expérience client :

- développer un courrier plus fiable, plus digital, plus vert et plus rentable;
- doubler les volumes de Colissimo;
- devenir leader des services de silver économie et de santé autour du domicile;
- changer de dimension dans les services liés à la transition écologique et ceux liés à la connaissance et au développement des territoires.

Devenir leader de la transition écologique avec des livraisons bas carbone, poursuivre la modernisation de son outil industriel, développer la livraison en J+1 des colis et l'interactivité avec le client.

P. 28



GEOPOST

Spécialiste de la livraison de colis de moins de 30 kg, présent dans 49 pays, Geopost fait du groupe La Poste le numéro un du colis en Europe (en chiffre d'affaires) et incarne la branche postale à la conquête du monde.

15 573 M€

de chiffre d'affaires en 2022 (dont 2 510 M€ pour Asendia).

2,1 milliards

de colis distribués par Geopost dans le monde en 2022.

Devenir la référence internationale en matière de livraison durable et le catalyseur de l'accélération de l'e-commerce via trois leviers :

- renforcer sa position en BtoB et expansion du transfrontalier intra-Union européenne;
- accélérer sur le XtoC⁽¹⁾, l'alimentaire, la santé, la logistique urbaine;
- développer des marchés et des flux internationaux, ainsi que des segments de marché innovants de l'e-commerce.

(1) Accompagnement de l'expansion de la livraison aux particuliers.

D'ici à 2025, livrer 350 villes européennes de plus de 50 000 habitants, soit 25 % de la population européenne, avec des modes de livraison à faibles émissions.

P. 30



LA BANQUE POSTALE

Citoyenne, ambitieuse et diversifiée, en France et à l'international, La Banque Postale, entreprise à mission, est un bancassureur qui accompagne 20 millions de clients, avec une gamme complète accessible à tous.

8 320 M€

de produit net bancaire en 2022.

19,4 %

du produit net bancaire réalisés à l'international.

Devenir le bancassureur préféré des Français, qu'ils soient clients, citoyens ou collaborateurs :

- réaffirmer son ambition citoyenne au service d'une transition juste en développant des offres à impact;
- se hisser aux meilleurs standards de l'expérience client, en intégrant le top 3 des banques françaises en termes de satisfaction client;
- placer l'expérience et l'engagement collaborateur au cœur du projet stratégique.

Réaliser 20% du produit net bancaire hors de France en 2025.

P. 32



GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE

Créée en 2021, la branche Grand Public et Numérique réunit 45 682 collaborateurs issus du réseau La Poste, des entités numériques du groupe (dont la filiale Docaposte) et des activités grand public de la branche Services-Courrier-Colis. La branche ambitionne de devenir « La » vitrine de La Poste pour le grand public, en alliant proximité humaine et numérique.

6 576 M€

de chiffre d'affaires en 2022.

800 M€

investis d'ici à 2025 dans la modernisation du réseau de distribution omnicanale.

Faire de La Poste la première plateforme de services humaine et digitale en France, en relevant trois défis :

- le défi de l'expérience client, avec une attention réciproque pour les clients et pour les postiers;
- le défi du modèle économique, en faisant notamment du numérique et des services de proximité de puissants relais de croissance;
- le défi de la présence, en développant un modèle partenarial physique et numérique plus ouvert.

Entre 2022 et 2025, passer de 35 600 à 40 000 points d'accès aux services de La Poste, pour offrir aux clients un maillage territorial plus dense, plus accessible et plus adapté à leurs modes de vie.



L'avenir de la proximité

SERVICES-COURRIER-COLIS



« Si la branche Services-Courrier-Colis a déjà réduit de 27,1% ses émissions de CO₂ entre 2013 et 2022, et de 12,7% entre 2021 et 2022, nous voulons aller beaucoup plus loin pour atteindre zéro émission nette d'ici à 2040. Avec la fin du transport aérien pour la livraison du courrier en métropole en 2023 ou le doublement⁽¹⁾ de notre flotte de véhicules électriques, qui est déjà la plus grande d'Europe, nous engageons des actions de rupture qui changent vraiment la donne. »

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

(1) Doublement de la flotte de véhicules électriques entre 2022 et 2025.



Pour **conforter l'avenir de ses métiers historiques liés au courrier**, la branche Services-Courrier-Colis a tout d'abord fait évoluer sa gamme courrier en recentrant ses solutions autour du délai J+3. Elle répond ainsi aux nouvelles attentes des clients, qui privilégient aujourd'hui les moyens numériques pour leurs envois urgents. Tout en apportant de nouveaux services innovants comme une technologie embarquée de smart data pour la traçabilité des envois les plus importants, elle crée les conditions de la pérennisation du service universel postal face à la chute des volumes de courrier.

Pour **donner toute leur puissance aux services de l'e-commerce**, la branche Services-Courrier-Colis a mis en place un plan de décarbonation ambitieux de 600 M€. La flotte électrique dédiée aux livraisons du premier et du dernier kilomètre passera ainsi de 7 000 à 15 000 véhicules utilitaires électriques et de 300 à 1 000 vélos-cargos entre 2022 et 2025. Pour les transports de moyenne et longue distance, la branche accélère sur le déploiement de poids lourds à énergie bas carbone qui réaliseront 50% des kilomètres parcourus dès 2030 (vs 2022). En 2022, elle a par ailleurs lancé Log'issimo, sa gamme de services logistiques de proximité clé en main dédiés aux entreprises et aux collectivités. En s'appuyant sur son réseau national de 120 plateformes logistiques, elle assure des livraisons rapides et optimisées grâce à des flux mutualisés. À noter : la centrale d'achat public UGAP a choisi Log'issimo pour l'accompagner dans le développement de son activité commerciale en ligne et son organisation logistique.

Pour **changer de dimension sur les nouveaux services de proximité**, la branche Services-Courrier-Colis a continué à renforcer son écosystème dans le domaine de la santé : en 2022, elle a par exemple fait l'acquisition d'happytal, avec pour ambition de devenir le partenaire de référence du soin et de l'autonomie en France.

CHIFFRES CLÉS

709 M€
de chiffre d'affaires sur les nouveaux services de proximité en 2022 (dont 51 M€ pilotés par la BGNP).

1er
partenaire des pharmacies pour les livraisons de médicaments à domicile (avec 3 000 pharmacies affiliées).

x 2
Augmentation du nombre de véhicules utilitaires électriques au sein de la flotte du groupe entre 2022 et 2025.

3 800
nouveaux postiers recrutés au sein de la branche Services-Courrier-Colis en 2022, dont 3 200 facteurs.

357 g de CO₂
par colis : c'est l'impact brut avant compensation carbone de chaque Colissimo, soit le meilleur score du marché.

PORTRAIT EXPRESS



Signe distinctif :
premier réseau de proximité humaine en France.

Ambition :
devenir le premier opérateur de services humains de proximité et des services à l'e-commerce.

Effectif :
106 863 collaborateurs.

Chiffre d'affaires :
22,9% du chiffre d'affaires du groupe.



Le colis partout dans le monde

GEOPOST



« En 2022, nous avons poursuivi notre stratégie de diversification en accélérant sur les marchés à fort potentiel comme l'alimentaire et la santé, grâce au renforcement de nos solutions de livraison sous température contrôlée. En parallèle, nous sommes fiers de porter une ambition de zéro émission nette à 2040, validée par l'initiative Science-Based Targets et inscrite au cœur de notre stratégie : devenir la référence internationale en matière de livraison durable. »

Yves Delmas, directeur général adjoint du groupe La Poste et administrateur directeur général de Geopost

PORTRAIT EXPRESS



Signe distinctif :
numéro un du colis en Europe en chiffre d'affaires. 8,3 millions de colis livrés chaque jour dans le monde.

Ambition :
devenir la référence internationale en matière de livraison durable et le catalyseur de l'accélération de l'e-commerce.

Effectif :
56 628 collaborateurs dans 49 pays.

Chiffre d'affaires :
43,7 % du chiffre d'affaires du groupe.

Malgré un environnement de marché instable, Geopost a réalisé en 2022 une performance solide et est aujourd'hui en ordre de marche sur les trois priorités de son plan stratégique « Together & Beyond ».

Sur sa première priorité, **développer son cœur de métier en Europe**, Geopost a pu constater en 2022 un rééquilibrage entre les segments BtoB et BtoC. La livraison aux particuliers, dopée par la crise sanitaire et les confinements, a été moins forte en 2022 et les activités BtoB ont retrouvé un rythme de croissance. En 2022, 43 % des volumes proviennent du segment BtoB, contre 42 % en 2021.

Geopost a par ailleurs continué à **accélérer ses relais de croissance**, avec par exemple l'acquisition de Pourdebon.com, dans le secteur de la livraison alimentaire, et celle de Cool Runnings, société basée aux Pays-Bas et spécialisée dans le transport en température contrôlée, notamment des produits alimentaires et surgelés. Il a aussi marqué des points dans le secteur de la santé, avec un investissement de 20 millions d'euros dans Chronopost Healthcare. Enfin, Geopost a poursuivi son développement dans les nouveaux services urbains en finalisant l'acquisition de CitySprint, premier réseau de livraison le jour même au Royaume-Uni. En France, la branche a renforcé son partenariat avec C-Logistics, filiale logistique de Cdiscount.

Pour **conquérir de nouveaux marchés internationaux**, Geopost a porté à 28 % sa participation dans Aramex, un réseau international de livraison de colis au Moyen-Orient, en Afrique et en Océanie.

Début 2023, **Geopost a franchi une nouvelle étape majeure** pour devenir la référence internationale en matière de livraison durable : l'initiative Science-Based Targets a en effet approuvé sa trajectoire de décarbonation, avec un objectif ambitieux de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre de 43 % d'ici à 2030 et de 90 % d'ici à 2040 (scopes 1, 2 et 3), par rapport au niveau de référence de 2020. Geopost compensera les 10 % d'émissions résiduelles grâce à des projets de compensation à partir de 2040 et vise ainsi un objectif de zéro émission nette d'ici à 2040.

CHIFFRES CLÉS

71 000
points de retrait et 12 000 consignes Pickup dans 30 pays.

15 000
véhicules de livraison à faibles émissions, 6 700 points de recharge pour véhicules électriques et 250 dépôts urbains d'ici à 2025.

+ de 30 kg
C'est le poids des colis volumineux pris en charge par C Chez Vous, un acteur spécialisé dont Geopost est désormais actionnaire majoritaire.

+ 30 %
d'augmentation des ventes de Biocair, filiale de Geopost spécialiste de la logistique pharmaceutique, biotechnologique et des sciences de la vie.

+ 24,4 %
de croissance en volume de la solution de contrôle de température de Geopost pour l'industrie alimentaire en 2022.



Banque citoyenne du groupe

LA BANQUE POSTALE



« Nous poursuivons la transformation de notre modèle en proposant à nos clients des offres plus responsables, en agissant en faveur de leur pouvoir d'achat et en consolidant nos engagements en faveur de la transition juste. Nous sommes l'une des rares banques mondiales à avoir obtenu la notation A décernée par le CDP et avec des trajectoires de décarbonation validées par la SBTi. Innovant et singulier, notre groupe de bancassurance se développe pour répondre aux attentes de ses clients et de la société. »

Philippe Heim, directeur général adjoint du groupe La Poste et président du directoire de La Banque Postale



La Banque Postale a finalisé en 2022 son rapprochement avec CNP Assurances grâce au succès de son offre publique d'achat simplifiée, une avancée majeure pour renforcer son modèle de bancassureur international, et l'aboutissement de la constitution du grand pôle financier public autour de la Caisse des Dépôts.

Pour réaffirmer son ambition citoyenne au service d'une transition juste,

La Banque Postale est devenue entreprise à mission. Elle a inscrit 3 objectifs sociaux et environnementaux ambitieux au cœur de ses statuts. Pour s'assurer de leur réalisation, le comité de mission de la Banque a choisi de suivre 14 indicateurs prioritaires. Chaque indicateur a son périmètre et son plan d'action pour atteindre sa valeur cible, validés par le comité exécutif de la Banque. La réalisation des objectifs fait, par ailleurs, l'objet d'une vérification par un organisme tiers indépendant (OTI).

Pour se hisser aux meilleurs standards de l'expérience client,

elle continue de développer des offres innovantes, responsables et inclusives pour accompagner ses 20 millions de clients à l'instar du Pass Jeune et du Prêt Avance Rénovation. Pour répondre aux besoins des entreprises et des investisseurs institutionnels, elle a lancé sa banque de financement et d'investissement (BFI), un moteur de croissance et de diversification pour le groupe et un pilier du grand pôle financier public.

Pour placer l'expérience collaborateur au cœur de son projet stratégique,

La Banque Postale a déployé une nouvelle marque employeur autour d'une promesse phare : « Vous allez vous étonner de tout ce que l'on peut réussir ensemble ». Un levier incitant les candidats potentiels à découvrir la banque, en phase avec l'objectif de recruter chaque année plus de 1000 personnes sur des métiers très diversifiés. Un parcours d'intégration harmonisé, plus riche et suscitant davantage d'interactions a aussi été mis en place pour les nouveaux collaborateurs. Dans une logique de symétrie des attentions, la Banque développe les nouveaux usages de travail, des parcours de carrière privilégiés et des actions concrètes favorisant leur engagement en faveur de la transition juste.

CHIFFRES CLÉS

+ de 850 projets du secteur public local à fort impact environnemental déjà financés par des prêts verts de La Banque Postale, pour un montant de 1,6 Md€ en 2022 (contre 775 M€ en 2021).

5 C'est le nombre de sociétés dans lesquelles CNP Assurances est devenu actionnaire à 100% au Brésil, poursuivant son développement international.

47% des prêts personnels accordés en 2022 sont à impact.

1^{re} banque à avoir obtenu la certification pour un service client 100% localisé en France.

PORTRAIT EXPRESS



Signe distinctif : une banque citoyenne, au service de la transition juste, leader de la finance durable.

Ambition : devenir le bancassureur préféré des Français, qu'ils soient clients, citoyens ou collaborateurs.

Effectif : 21 676 collaborateurs.

Chiffre d'affaires : 23,4% du chiffre d'affaires du groupe.



La puissance omnicanale d'un distributeur physique et numérique

GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE



« D'un montant inédit de 800 M€, le plan d'investissement dans notre réseau multiactivité à priorité bancaire marque une nouvelle étape dans notre stratégie de développement. Il témoigne de la profonde évolution du groupe au service de notre ambition : créer un puissant distributeur omnicanal au service des particuliers, des professionnels et des petites collectivités et porter la qualité de service délivrée à nos clients au niveau des meilleurs standards du marché. »

Nathalie Collin, directrice générale adjointe du groupe La Poste, en charge de la branche Grand Public et Numérique

PORTRAIT EXPRESS



Signe distinctif : la plus jeune des branches du groupe, créée en 2021 dans le cadre du plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous ».

Ambition : faire de La Poste la première plateforme de services, humaine et digitale en France.

Effectif : 45 682 collaborateurs.

Chiffre d'affaires : 9,4 % du chiffre d'affaires du groupe.

Combinant la puissance du numérique avec la proximité du réseau des bureaux de poste, la branche Grand Public et Numérique a mis en œuvre en 2022 des initiatives transformatrices pour relever les trois grands défis de son projet stratégique.

Pour **améliorer l'expérience client** et porter la qualité de service aux meilleurs standards du marché, elle a déployé un vaste plan de rénovation et de modernisation des bureaux de poste. Elle s'est engagée à recruter 2 400 collaborateurs d'ici à 2024, partout en France, pour renforcer l'accueil, l'accompagnement et le conseil auprès des clients. Elle a également développé une palette de nouveaux services numériques et « phygitaux » qui simplifient la vie des clients, en proposant par exemple la signature électronique. Parce que l'expérience vécue par les clients est étroitement liée à la qualité de leur relation avec les postiers, la branche accompagne chaque collaborateur dans l'évolution de son métier et ambitionne de lui offrir un environnement de travail relationnel, organisationnel et matériel de qualité.

Autre défi stratégique : **renforcer le modèle économique** en faisant du numérique un puissant relais de croissance. En 2022, Docaposte, filiale numérique du groupe, a racheté les activités de signature électronique et de coffre-fort numérique d'Idemia. Docaposte devient ainsi le leader français de la signature électronique et enrichit sa gamme de solutions de confiance. Cette opération marque également une nouvelle étape du déploiement européen des activités de Docaposte : cette solution de stockage numérique pour les marchés réglementés proposée dans huit pays (Espagne, France, Roumanie, Danemark, Allemagne, Bulgarie, Portugal et Suisse) est en cours de déploiement aux Pays-Bas et en Grèce.

Pour **asseoir sa présence** en construisant la première plateforme physique et digitale de services, la branche s'est fixée pour objectif de passer de 35 600 à 40 000 points de service d'ici à 2025 en nouant de nouveaux partenariats (réseau des buralistes, grande distribution...). En 2022, plus de 1 500 facteurs-guichetiers contribuent à honorer ses engagements de présence postale sur tout le territoire.

CHIFFRES CLÉS

2,1 millions de clients La Poste Mobile fin 2022.

402 bureaux de poste labellisés France services (dont 90 en 2022) proposant un accompagnement sur 80 démarches administratives en ligne.

77 espaces « L'Étape Numérique » déployés en partenariat avec la Banque des Territoires fin 2022, pour lutter contre l'exclusion numérique.

1 acquisition stratégique pour Docaposte, acteur référent de la confiance et de la sécurité numérique : la start-up BoomkR proposant une offre de cybersauvegarde sans équivalent.

9,4 millions de coffres-forts numériques Digiposte et 1,7 million d'Identités Numériques La Poste fin 2022.

Un vaste écosystème d'innovation pour créer les solutions de demain

Le groupe La Poste fait de l'innovation un levier central pour construire son avenir. C'est en innovant qu'il atteindra ses ambitions stratégiques et assurera sa pérennité. C'est en innovant qu'il entend apporter des solutions transformantes aux grands défis sociétaux de notre époque. Pour cela, le groupe s'appuie sur un vaste écosystème afin de développer des partenariats, d'accompagner des start-up et ainsi de créer les nouveaux usages et services de demain.



28 000

petits colis légers triés chaque jour par 19 robots autonomes innovants sur la plateforme Colissimo Île-de-France Nord.

Innover pour La Poste, cela signifie proposer régulièrement des produits et services répondant aux nouveaux besoins de ses clients. Solution de transport de produits médicaux sous température dirigée, score écologique pour calculer l'empreinte environnementale de ses expéditions, plateforme de 10 services digitaux extra-bancaires gratuits pour les jeunes clients de La Banque Postale... Tous les métiers sont concernés.

D'autres innovations ciblent quant à elles les processus et les outils internes du groupe, pour améliorer la qualité du service rendu, l'efficacité opérationnelle et les performances environnementales du groupe. En 2022, il a par exemple testé des robots autonomes pour le tri des petits colis et a commencé à déployer le tout premier poids lourd électrique en conditions réelles.

Un réseau de partenariats stratégiques

Universités, instituts de recherche, collectivités, entreprises... Parce que l'innovation est souvent une question d'intelligence collective, le groupe La Poste cultive des partenariats avec des acteurs variés. En 2022, Docaposte s'est associé à



« IMPULSER 2030! »

C'est le nom du programme d'intrapreneuriat, lancé par le groupe en 2021, afin de développer des offres innovantes, d'étoffer les compétences entrepreneuriales des collaborateurs et d'accélérer les projets business prometteurs. Déjà plus de 180 collaborateurs y ont participé depuis le lancement.



la Banque des Territoires, à Dassault Systèmes et à Bouygues Telecom pour lancer en 2023 Numspot, une offre de référence du cloud de confiance sur le marché européen. Depuis plusieurs années, le groupe accompagne par ailleurs le développement des start-up. Avec son programme d'open innovation French IoT, qui s'appuie sur plus de 100 partenaires en territoires, il a ainsi accéléré la croissance d'environ 300 start-up dans les services numériques à impact depuis sa création en 2016. La Banque Postale, avec son incubateur platform58, accompagne et héberge déjà plus de 40 start-up dans les domaines de la finance, de l'assurance, de la cybersécurité, de l'intelligence artificielle et de la data. Plusieurs fonds de venture capital investissant dans des start-up d'avenir ont par ailleurs été mis en place : La Poste Ventures, lancé en 2021 et doté à terme de 50 millions d'euros, a réalisé 5 premiers investissements en 2022; 115K, lancé par La Banque Postale en 2022 et doté à terme de 150 millions d'euros, a déjà investi dans 6 start-up; Open CNP, le fonds de CNP Assurances, est quant à lui doté de 100 millions d'euros pour construire la finance et l'assurance de demain.

300

start-up ont vu leur développement accéléré grâce au programme French IoT depuis 2016.



Les collaborateurs au cœur des attentions du groupe

1.
**DONNER LES MÊMES
CHANCES À TOUS**
P. 36
2.
**DONNER À CHACUN
LES MOYENS
DE RÉUSSIR**
P. 38
3.
**DONNER À CHACUN
L'ENVIE DE S'ENGAGER**
P. 40



« Les postières et les postiers sont au cœur de l'évolution du groupe La Poste. Nous les accompagnons dans cette transformation et poursuivons nos actions en faveur d'un emploi de qualité. Nous menons également une politique sociale favorisant l'inclusion pour que l'engagement et l'égalité des chances continuent à être des réalités concrètes au sein du groupe. »

Valérie Decaux, directrice générale adjointe,
en charge des ressources humaines

DONNER LES MÊMES CHANCES À TOUS

Agir en employeur responsable est fondamental pour le groupe La Poste : c'est la condition pour réussir sa transformation, portée par ses 238 000 collaborateurs. Premier employeur après l'État français, le groupe privilégie un emploi de qualité et mène une politique sociale volontariste.



Sarah, community manager en alternance

« Je suis en master en stratégie d'influence et communication à l'Isseg et, dans le cadre de mon alternance, je contribue à l'animation des comptes Twitter et Instagram du groupe. C'est une très bonne expérience pour plein de raisons ! D'abord, il y a beaucoup de personnes qui sont là pour nous conseiller avec bienveillance, sur des questions liées aux ressources humaines ou à nos missions. Ensuite, La Poste rémunère ses alternants à leur juste valeur. Et puis grâce à la pédagogie de mon tuteur, aux nouveaux logiciels que j'ai découverts et à l'autonomie qu'on m'accorde, j'ai beaucoup gagné en compétences. »



Sébastien, facteur

« Avec un bras inerte depuis un accident à ma naissance, La Poste m'a donné ma chance en m'embauchant d'abord en CDD, puis en intérim et enfin en CDI, après avoir fait mes preuves. Je me débrouille très bien à vélo et j'ai ma technique pour distribuer le courrier aussi bien que n'importe qui. J'aime me sentir utile et prendre le temps de développer la relation avec les clients, surtout quand ce sont des gens seuls. Mon handicap ne pose pas de problème à mes encadrants, mes collègues ou aux clients. »



Caroline, data analyst

« Je suis aujourd'hui data analyst au sein du groupe La Poste. J'ai eu la chance de pouvoir suivre un parcours de formation pour faire une reconversion professionnelle avec l'école de codage informatique Simplon et de passer de la communication à l'analyse de données. Les métiers de l'IA et de la data sont des métiers d'avenir et le fait d'être dans une grande entreprise qui investit dans l'accompagnement des personnels a facilité mon parcours. »

+ de 50 000

postiers ont bénéficié du parcours de formation personnalisé Cap Compétences Numériques depuis 2021.

2.



12%

des postiers bénéficient d'une évolution professionnelle chaque année.

86,9%

des collaborateurs du groupe ont suivi au moins une formation (périmètre Europe).

200 millions

d'euros alloués à la formation des postiers par an entre 2021 et 2023.



DONNER À CHACUN LES MOYENS DE RÉUSSIR

En tant qu'employeur, le groupe La Poste porte une responsabilité majeure, celle de donner à chacun des 238 000 collaborateurs la possibilité d'être acteur de la transformation du groupe en envisageant sereinement son avenir dans un emploi de qualité. Dans un environnement où les attentes des clients, les technologies et les métiers évoluent rapidement, cela exige des capacités d'écoute, d'anticipation et d'accompagnement que le groupe s'est attaché à renforcer en 2022.

Anticiper l'évolution des métiers et des compétences de demain

Comme elle s'y était engagée dans l'accord social « La Poste, engagée avec les postiers », La Poste a renforcé le rôle de l'Observatoire des métiers et des compétences pour mieux anticiper leurs évolutions dans tous ses champs d'activité. Réunissant les directions des ressources humaines du groupe et des branches ainsi que des représentants des organisations syndicales, il permet de mener des réflexions prospectives communes, de partager informations et bonnes pratiques et de mieux faire connaître aux postiers les opportunités d'évolution et les passerelles entre métiers.

Former pour réussir les priorités stratégiques du groupe La Poste

Pour accompagner la mise en œuvre de son plan stratégique, La Poste a engagé un effort de formation massif en investissant 200 millions d'euros par an entre 2021 et 2023. En phase avec ses ambitions et pour renforcer l'employabilité de ses collaborateurs, elle a placé quatre champs de compétence au cœur de son programme de

formation : la culture client, la culture managériale, la responsabilité sociétale et environnementale et le numérique. Dans ce dernier domaine, le groupe a innové en créant en 2022 son École de la data et de l'IA. La Poste a par ailleurs obtenu en 2022 la certification Qualiopi pour l'ensemble de ses organismes de formation, attestant de la qualité de son processus de développement des compétences.

Faciliter et accélérer les mobilités internes

Plus de 20 000 postiers changent déjà de métier chaque année au sein du groupe. La Poste a déployé en 2022 une vingtaine de parcours spécifiques d'évolution professionnelle vers des métiers très diversifiés. 569 postiers ont bénéficié de ces parcours en 2022 leur permettant ainsi un changement de carrière. Elle a également déployé des salons virtuels de l'emploi dans toutes les régions afin de toucher le plus grand nombre de collaborateurs intéressés.

13 000

collaborateurs ont bénéficié d'un accompagnement individuel par les acteurs des ressources humaines dédiés à l'évolution professionnelle.



8,77%

Taux de bénéficiaires de l'obligation d'emploi (BOE) en 2022.

**94/100**

Index égalité femmes-hommes à La Poste.

**+ de 2300**

C'est le nombre de collaborateurs de plus de 50 ans que La Poste recrute chaque année.

3.**3 500**

nouveaux alternants accueillis au sein du groupe en 2022.



DONNER À CHACUN L'ENVIE DE S'ENGAGER

Par leurs expertises, leur capacité d'innovation et leur énergie, les collaborateurs du groupe La Poste jouent un rôle crucial dans sa transformation. Le groupe s'attache à respecter l'équilibre entre la vie personnelle et la vie professionnelle des collaborateurs et agit en faveur de l'insertion, de l'inclusion et de la diversité.

Accompagner le parcours des jeunes comme des seniors

En cohérence avec ses valeurs d'employeur responsable, le groupe La Poste se mobilise de longue date en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes. En 2022, il a par exemple noué un partenariat avec la Fondation Innovations Pour les Apprentissages, un collectif de 17 entreprises internationales développant des projets concrets pour valoriser l'apprentissage. Le groupe La Poste a par ailleurs signé en 2022 « l'Acte d'engagement sur la place des plus de 50 ans en entreprise », incluant 10 engagements clés sur la formation, le maintien dans l'emploi ou le bien-être au travail de ces collaborateurs.

Poursuivre la politique volontariste pour des postiers bien dans leur travail

Pour protéger la santé et la sécurité de ses collaborateurs, le groupe La Poste se mobilise sur la prévention des risques. Par exemple, en 2022, des actions de promotion des bons gestes sont déployées pour éviter le risque de troubles musculo-squelettiques, le bon état des vélos et des scooters électriques des facteurs est régulièrement vérifié pour réduire le risque d'accident. La prévention des risques psychosociaux se renforce par le développement des actions en faveur de la qualité de vie au travail.

Et pour favoriser un bon équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle, une politique active d'accompagnement est proposée aux collaborateurs aidants, récompensée par deux prix en 2022 (Trophées de la parentalité et Grand Prix Diversité & Inclusion).

Offrir les mêmes chances à tous

Comptant déjà 52,4% de femmes dans son encadrement, La Poste a signé avec les organisations syndicales un nouvel accord triennal pour renforcer l'égalité professionnelle. Parmi de nombreuses initiatives, il prévoit de former l'ensemble des managers et la filière des ressources humaines à l'égalité professionnelle, à la lutte contre le sexisme et les stéréotypes de genre. Premier employeur de personnes en situation de handicap en France, le groupe a par ailleurs signé un nouvel Accord Handicap sur la durée 2022-2025.

52,4%

C'est la part des femmes dans l'encadrement.



Une gouvernance solide et ouverte

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration de La Poste définit la politique générale du groupe. Ses principales attributions sont la définition des orientations stratégiques du groupe, l'arrêté des comptes annuels et semestriels, l'autorisation des opérations de croissance externe et de cession, des programmes d'investissements majeurs, des conditions de l'intéressement du personnel. Il s'assure de la résilience optimale du groupe au regard du contexte économique et de son utilité au quotidien.

48%

de femmes membres du conseil d'administration.

57 ans et 3 mois

d'âge moyen.

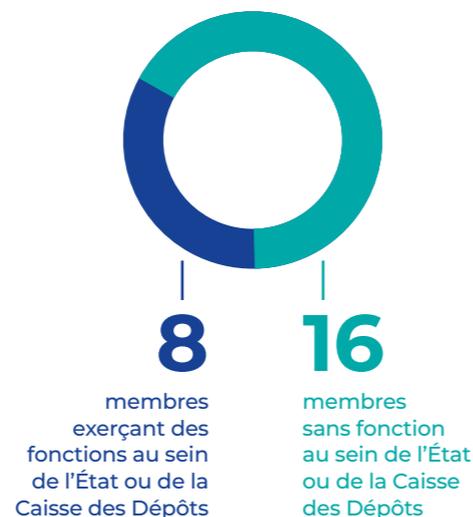
Des profils diversifiés, garants d'une forte ouverture

Présidé par Philippe Wahl, président-directeur général du groupe, le conseil d'administration est en 2022 composé ⁽¹⁾ de 24 membres :

- 11 administrateurs désignés par l'assemblée générale sur proposition de la Caisse des Dépôts (CDC);
- 1 administrateur représentant de l'État;
- 2 administrateurs désignés par l'assemblée générale sur proposition de l'État;
- 7 administrateurs représentants des salariés;
- 3 censeurs représentants des usagers ainsi que des communes et leurs groupements.

La diversité des profils, des expériences et des compétences des administrateurs est un atout clé pour répondre aux multiples enjeux liés aux grandes transitions sociétales et pour mettre en œuvre les nombreuses ambitions du groupe, inscrites dans sa raison d'être et dans son plan stratégique. Majoritaires, les personnalités sans fonction au sein de l'État ou de la Caisse des Dépôts assurent une ouverture des échanges et des approches.

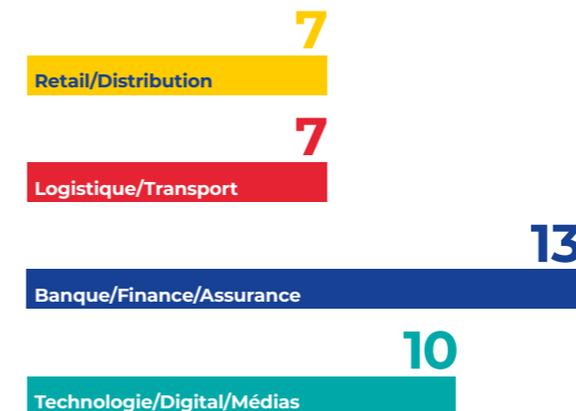
⁽¹⁾ La composition du conseil d'administration est régie par la loi relative à l'organisation du service de La Poste et à France Télécom.



Des expertises stratégiques en phase avec les enjeux du groupe

En mai 2022, 21 membres du conseil d'administration ont réalisé une autoévaluation de leurs champs d'expertises stratégiques.

EXPERTISES SECTORIELLES



EXPERTISES FONCTIONNELLES SUR LES PRINCIPAUX RISQUES ET OPPORTUNITÉS ESG ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Environnementaux, sociaux et de gouvernance.



5 COMITÉS SPÉCIALISÉS

Pour l'exercice de ses missions, le conseil d'administration s'est doté de cinq comités spécialisés chargés d'examiner et de préparer en amont certains dossiers, avant leur présentation en séance plénière

Comité d'audit

Président : Charles Sarrazin (État)
5 membres
7 réunions
90 % de participation

Comité des nominations, des rémunérations et de la gouvernance

Président : Philippe Lemoine (CDC)
4 membres
2 réunions
88 % de participation

Comité de la stratégie et des investissements

Présidente : Françoise Malrieu (CDC)
9 membres
9 réunions
84 % de participation

Comité qualité et développement durable

Présidente : Marie-Pierre de Bailliencourt (CDC)
7 membres
4 réunions
96 % de participation

Comité des missions de service public

Président : Franck Gervais (État)
7 membres
3 réunions
100% de participation

LE COMITÉ DE MISSION

Le comité de mission est chargé de suivre l'exécution des engagements formulés par La Poste au titre de sa qualité d'entreprise à mission. Il est composé de 17 membres. Neuf d'entre eux sont des personnalités qualifiées extérieures, indépendantes de la gouvernance de La Poste, apportant des points de vue ouverts et diversifiés. Natalie Rastoin a été nommée en 2022 présidente du comité de mission en remplacement de Philippe Wahl. Les huit autres membres siègent quant à eux au conseil d'administration de La Poste, assurant cohérence, fluidité des informations et interactions entre les deux organes.

LES MEMBRES

8 membres issus du conseil d'administration

Philippe Wahl, PDG du groupe La Poste
Catherine Mayenobe, directrice générale adjointe, directrice des opérations et du pilotage de la transformation opérationnelle, groupe CDC
Franck Gervais, représentant de l'État, DG du groupe Pierre & Vacances – Center Parcs
Stéphane Chevet, représentant du personnel, parrainé par la CFDT
Franck Haspot, représentant du personnel, parrainé par la CGT
Gil Avérous, maire de Châteauroux
Guyllaine Brohan, présidente du conseil d'administration de Familles Rurales
Patrick Molinoz, vice-président de la région Bourgogne-Franche-Comté

9 personnalités extérieures qualifiées

Natalie Rastoin, présidente et fondatrice de Polytane
Laetitia Puyfaucher, fondatrice du groupe Pelham Media Ltd
Nathalie Balla, administratrice de sociétés
Christian Gollier, directeur général, Toulouse School of Economics
Jacques Levy, géographe
Géraud Guibert, président de La Fabrique écologique
Claudia Senik, professeure d'économie
Marie Trelu-Kane, présidente d'Unis-Cité
Fatima Riahi, fondatrice et directrice des Jardins de la Montagne Verte

PRINCIPALES AVANCÉES EN 2022

IDENTIFICATION ET VALIDATION DES INDICATEURS DE SUIVI DES ENGAGEMENTS

pris par La Poste en tant qu'entreprise à mission (voir indicateurs p. 74).

DÉSIGNATION DE KPMG COMME ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

chargé de vérifier la réalisation de ces engagements.

REVUE DE LA FEUILLE DE ROUTE BIODIVERSITÉ DU GROUPE

La biodiversité est le troisième volet de la politique environnementale du groupe (avec l'énergie/le climat, les ressources/les déchets), suite à l'impulsion du comité de mission en 2021.

LANCEMENT DE DIFFÉRENTES ÉTUDES,

notamment une évaluation de l'impact des transformations du groupe La Poste sur le bien-être de la population française.

VALIDATION de la réalisation des engagements et des objectifs 2022.



PHILIPPE WAHL
Président-directeur général du groupe La Poste



PHILIPPE BAJOU
Directeur général adjoint, secrétaire général du groupe La Poste, président de La Poste Immobilier



YVES BRASSART
Directeur général adjoint, en charge des finances et du développement



NATHALIE COLLIN
Directrice générale adjointe, en charge de la branche Grand Public et Numérique



VALÉRIE DECAUX
Directrice générale adjointe, en charge des ressources humaines



YVES DELMAS
Directeur général adjoint, administrateur directeur général de Geopost



PHILIPPE DORGE
Directeur général adjoint, en charge de la branche Services-Courrier-Colis



PHILIPPE HEIM
Directeur général adjoint, président du directoire de La Banque Postale



NICOLAS ROUTIER
Directeur général adjoint, en charge du service public et de la régulation

LE COMITÉ EXÉCUTIF

Le comité exécutif est l'instance d'échange stratégique et de concertation sur tous les sujets transverses du groupe. Ses membres partagent une vision commune de ses responsabilités d'entreprise à mission. Ils examinent les projets de décision majeurs et assurent le suivi des objectifs et résultats opérationnels. La composition du comité reflète l'envergure d'un groupe multimétier à même de se transformer en développant de nouvelles activités utiles et performantes.

Une démarche robuste de maîtrise des risques

Avec la croissance du groupe à l'international, le développement de ses activités numériques comme l'e-santé ou le rapprochement de La Banque Postale avec CNP Assurances, le groupe La Poste est aujourd'hui exposé à des risques beaucoup plus nombreux et diversifiés. Face à ces enjeux, il a transformé sa démarche de maîtrise des risques et renforcé la gouvernance et l'organisation associées.

Évaluer et anticiper les risques actuels et à venir

Chaque année, le groupe La Poste met à jour deux cartographies couvrant l'ensemble de ses branches, filiales et domaines fonctionnels, l'une portant sur ses risques stratégiques et prioritaires, l'autre ciblant ses risques opérationnels et de non-conformité. Les risques environnementaux, sociaux, sociétaux et de gouvernance sont nativement intégrés dans ces travaux de cartographie des risques. Parmi les facteurs de risque les plus critiques en 2022 figuraient notamment la cybersécurité ou les conséquences de l'inflation sur les activités logistiques et Services-Courrier-Colis. Les travaux de cartographie, de contrôle permanent et de gestion des incidents permettent ainsi de dresser le profil de risque du groupe La Poste et de l'actualiser régulièrement.

Définir le niveau de risque assumé pour sécuriser le développement et la transformation du groupe

Pour renforcer le pilotage de ses risques, le groupe a travaillé en 2022 à établir un « cadre d'appétence aux risques » : il y définit avec précision les risques qu'il accepte de prendre en cohérence avec les ambitions de son plan stratégique. Objectif : pouvoir innover et explorer de nouvelles activités afin d'accompagner les grandes transitions du monde, tout en agissant dans un cadre maîtrisé.

Maîtriser les risques grâce à une organisation efficiente

La Poste a mis en place un dispositif de contrôle interne et de gestion des risques structuré à tous les échelons du groupe et autour de trois lignes de maîtrise (voir ci-contre).

La deuxième ligne de maîtrise s'est renforcée en 2022 notamment grâce à :

- l'extension des missions de la direction des risques du groupe avec **l'élargissement du périmètre des risques évalués et des contrôles permanents déployés;**
- **la montée en puissance de la direction de la conformité du groupe** (créée en 2021), qui veille à la mise en conformité réglementaire du groupe sur ses domaines de compétence (la déontologie, la lutte anticorruption, la lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme, la protection des données personnelles, le respect des embargos et des sanctions internationales, le respect du droit de la concurrence, le devoir de vigilance);
- **la création en 2022 de la direction de la prévention et de la lutte contre la fraude** du groupe, qui coordonne et organise le dispositif de lutte contre la fraude au niveau du groupe.

Dispositif de contrôle interne et de gestion des risques

Le dispositif de contrôle interne et de gestion des risques déployé par le groupe La Poste couvre l'ensemble de ses branches, filiales et activités. Il vise à assurer la maîtrise de quatre objectifs majeurs :

- respect de son objet social, de sa qualité de société à mission, de ses missions et de l'atteinte de ses ambitions stratégiques;
- conformité aux lois et réglementations en vigueur;
- sauvegarde de ses actifs;
- optimisation des opérations.

TOUS ACTEURS...

... DE LA GESTION DES RISQUES

Si les types de risques encourus sont souvent spécifiques à chaque activité du groupe, la prise de conscience de leur existence et la capacité à les signaler et à les maîtriser doivent être collectives. Le groupe La Poste a donc déployé un plan d'action visant à diffuser une culture des risques à tous les niveaux et en continu. Celui-ci comprend notamment un nouveau référentiel des risques du groupe, un programme de formations et des campagnes de communication autour des comportements et des réflexes à adopter au quotidien.



« En deux ans, l'ampleur des risques auxquels nos activités sont exposées a littéralement changé d'échelle. Pour conserver la pleine maîtrise de ces risques tout en continuant à innover et à nous transformer, nous avons mis en place un dispositif extrêmement robuste, depuis la détection très amont des risques jusqu'à la résolution proactive d'éventuels incidents. Et ceci sur l'ensemble du groupe. »

PHILIPPE BAJOU
Directeur général adjoint, secrétaire général du groupe La Poste



AGIR EN LEADER DE LA PROXIMITÉ ENGAGÉE

Nouvelles offres, nouvelles acquisitions sur des marchés d'avenir, nouveaux partenariats créateurs de valeur... L'année 2022 a été marquée par de multiples réalisations dans tous les métiers du groupe La Poste. À l'écoute des nouveaux usages et attentes de ses clients, il a accéléré la transformation digitale de ses activités, en laissant toujours la première place à l'humain. Partout en France, le groupe a apporté des réponses concrètes face à l'urgence climatique et aux fractures sociales.

P. 50. Au service de nos clients dans leurs projets
P. 54. Humaine et digitale
P. 58. Verte et citoyenne





Au service de nos clients dans leurs projets

Être au service de nos clients dans leurs projets, c'est être attentif à leurs nouveaux usages et besoins qui évoluent très vite. C'est apporter des solutions qui accompagnent les nouvelles manières de travailler, le développement de l'épargne responsable ou celui de l'e-commerce. C'est être un partenaire des entreprises en soutenant leur développement en France et à l'international.

200 M€

INVESTIS D'ICI À 2026 PAR LA POSTE IMMOBILIER

pour compléter le parc immobilier de logistique urbaine du groupe La Poste en France, en coconstruction avec les territoires et en visant une logistique urbaine vertueuse.



N° 1

en France : c'est la position de Docaposte sur le marché de la signature électronique, à la suite du rachat des activités de signature électronique et de coffre-fort numérique d'Idemia, leader de l'identité augmentée. Docaposte enrichit ainsi sa gamme de solutions de confiance avec une nouvelle brique technologique de stockage numérique pour les marchés réglementés, tout en engageant son développement en Europe.



500 M€

C'est la dotation du fonds d'investissement lancé par La Poste Immobilier, notamment avec la Banque des Territoires. Il permettra de financer des équipements immobiliers logistiques favorisant la livraison en mode doux dans les zones à faibles émissions de 22 métropoles françaises.


LA POSTE
IMMOBILIER

20 M€

investis dans le transport de produits médicaux sous température dirigée. La proportion de médicaments thermosensibles étant en forte augmentation, l'industrie pharmaceutique et la biologie médicale voient leurs besoins s'accroître en matière de transport sous température dirigée. Pour les accompagner, Chronopost Healthcare investit pour garantir à ses clients le maintien de l'intégrité de leurs produits pendant le transport.

Au service de nos clients dans leurs projets



LOG'ISSIMO, une logistique de proximité responsable

Log'issimo est une nouvelle offre de services de logistique de proximité proposée par La Poste Solutions Business aux petites et aux grandes entreprises, ainsi qu'aux acteurs publics. S'appuyant sur un réseau de 120 plateformes logistiques, ces services mutualisent les livraisons pour agir en faveur de la qualité de l'air et réduire leur impact carbone.



E-COMMERCE INTERNATIONAL : une nouvelle acquisition à forte valeur ajoutée

Leader mondial de l'e-commerce transfrontalier en vente directe, eShopWorld (ESW) accompagne les marques de bout en bout, depuis la génération de la demande et la sécurisation des données jusqu'au service client. En 2022, ESW a acquis la plateforme Scalefast, fournisseur de solutions e-commerce globales : son expertise en analyse de données et en commercialisation rapide facilitera notamment la mise en place de magasins localisés clés en main, de boutiques éphémères digitales et de campagnes de marque très ciblées.



Une acquisition structurante sur le marché dynamique du COWORKING

Déjà actionnaire majoritaire de Startway, La Poste Immobilier a fait l'acquisition de Multiburo, autre acteur majeur du coworking avec 23 sites en France, 5 en Belgique et 1 en Suisse. La foncière du groupe franchit ainsi une nouvelle étape pour atteindre son objectif stratégique : devenir un acteur européen de premier plan sur le marché du coworking et des centres d'affaires, en développant d'ici à 2027 un maillage de plus de 100 sites adossés à une offre de services innovants.



La Banque Postale structure son pôle dédié à LA CLIENTÈLE PATRIMONIALE

En 2022, La Banque Postale a intensifié la diversification de ses activités en accélérant le développement de sa banque privée. Louvre Banque Privée (ex-BPE) a en effet annoncé son objectif d'ouvrir 100 nouveaux espaces au sein des bureaux de poste partout en France en recrutant 250 personnes d'ici à 2025. Ses clients et les clients patrimoniaux de La Banque Postale seront réunis au sein d'un nouveau pôle privé auquel elle apportera ses expertises.



Humaine et digitale

Être humaine et digitale, c'est accélérer la transformation digitale dans tous nos métiers, en laissant toujours la première place à l'humain. C'est apporter des services numériques de confiance qui simplifient la vie, tout en consolidant notre présence au cœur des territoires. C'est soutenir et impulser l'innovation digitale, tout en développant des solutions de proximité pour tous, notamment les personnes isolées.

1,7 million

D'IDENTITÉS NUMÉRIQUES LA POSTE CRÉÉES FIN 2022

Assurant un accès sécurisé à plus de 1400 services publics, L'Identité Numérique La Poste est désormais requise pour confirmer l'achat d'une formation sur la plateforme Mon Compte Formation via le service FranceConnect+. Cette authentification renforcée permet de lutter contre les risques d'usurpation d'identité. Depuis cette année, elle permet également de retirer ses colis en bureau de poste sans présenter de pièce d'identité.



3 millions

de repas livrés à domicile à plus de 8 000 seniors en 2022.

4 ans

C'est la durée de la nouvelle convention partenariale signée par La Poste et l'organisation professionnelle des 23 500 buralistes français qui peuvent désormais proposer des services postaux essentiels.



54%

DE FEMMES

parmi les 50 premiers apprenants de l'École de la data et de l'IA de La Poste créée en juin 2022.



Humaine et digitale



La Poste du Louvre, symbole d'une POSTE HUMAINE ET DIGITALE

Au cœur de La Poste du Louvre intégralement rénovée par La Poste Immobilier avec des usages diversifiés, le bureau de poste se présente comme une véritable vitrine d'innovation : proposant une expérience de réalité augmentée, il intègre aussi un personnage d'accueil interactif en français et en anglais ou une borne permettant de créer un avatar pour personnaliser ses timbres et ses cartes postales. Un espace de logistique urbaine en sous-sol permet la livraison en mode doux au cœur de Paris.

CLOUD SOUVERAIN : une alliance inédite pour une nouvelle offre de référence

Numspot : c'est le nom d'un nouveau consortium industriel 100% français proposant une offre de référence en matière de cloud souverain⁽¹⁾. Cette alliance inédite réunit Docaposte, chef de file du projet, la Banque des Territoires, Dassault Systèmes et Bouygues Telecom. Numspot fournit une solution compétitive, fiable et sécurisée répondant aux besoins de secteurs réglementés ou stratégiques comme la finance, la santé et le secteur public.

(1) Solution cloud dans laquelle l'hébergement et le traitement des données sont physiquement réalisés dans les limites du territoire national, par une entité de droit français et en application des lois et des normes françaises.



MES MÉDICAMENTS CHEZ MOI, un service certifié par l'Agence du numérique en santé

La solution de livraison de médicaments à domicile de La Poste est désormais disponible sur Mon espace santé, le carnet de santé numérique personnel développé par l'Assurance Maladie.



1507

facteurs-guichetiers sur tout le territoire en 2022, avec pour objectif de passer à 2000 facteurs-guichetiers à fin 2023.

Acquisition de Pourdebon.com, acteur d'un E-COMMERCE ALIMENTAIRE PLUS RESPONSABLE

Geopost a fait l'acquisition de Pourdebon.com en 2022 ; une place de marché mettant en relation directe plus de 550 producteurs et artisans français avec les consommateurs. La plateforme donne accès à 17 000 produits frais et gère la commande de bout en bout, en proposant une livraison express, en frais et à domicile.



Des services digitaux pour ACCOMPAGNER LES PATIENTS avant, pendant et après une hospitalisation

En 2022, La Poste est devenue actionnaire majoritaire d'happytal. L'entreprise propose notamment des solutions logicielles permettant aux patients d'effectuer leur préadmission en ligne ou aux établissements de santé d'autoriser les demandes de prise en charge par les organismes complémentaires. Elle a aussi développé un service de conciergerie destiné aux patients, aux aidants et aux personnels de santé.



150 M€

C'est la dotation de 115K, le nouveau fonds de venture capital lancé par La Banque Postale pour renforcer son écosystème partenarial. Accompagnant la croissance de start-up de la finance, de l'assurance, de la cybersécurité, de l'intelligence artificielle et de la data, il a déjà investi dans plusieurs jeunes pousses comme Carbo, une application pour mesurer son empreinte carbone, ou Joe, une solution de paiement fractionné.



Verte et citoyenne

Être verte et citoyenne, c'est construire un modèle autour des enjeux environnementaux et sociétaux qui questionnent l'époque. Acteur majeur du transport et de la logistique, le groupe La Poste réduit son empreinte carbone pour répondre à l'urgence climatique. En tant qu'entreprise 100% publique, il agit de manière systémique pour lutter contre toutes les formes d'exclusion.



-14%

de consommation d'électricité et de gaz par le groupe La Poste entre octobre 2022 et janvier 2023. Le groupe a renforcé son plan de sobriété énergétique avec de nombreuses actions concrètes dans tous ses champs d'activité. Pour participer à l'effort de solidarité nationale, le groupe a aussi rejoint le dispositif citoyen ÉcoWatt, véritable « météo de l'électricité » permettant d'inciter les collaborateurs à adopter des écogestes quotidiens et à réduire leur consommation d'électricité.



-43%

C'est la réduction de ses émissions de gaz à effet de serre que Geopost s'est engagé à atteindre d'ici à 2030 par rapport à 2020, avec un objectif de zéro émission nette d'ici à 2040. Cette trajectoire a été approuvée par l'initiative Science-Based Targets.

4

PILERS COMPLÉMENTAIRES FIGURENT AU CŒUR DE LA POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES PUBLIÉE PAR LE GROUPE LA POSTE EN 2022.

Elle s'inscrit dans la continuité de la signature de la charte relation fournisseurs et achats responsables (RFAR). Avec 15 milliards d'euros d'achats en France et à l'international chaque année auprès de plus de 100 000 fournisseurs, le groupe a la capacité d'accompagner la transition environnementale et sociétale de ses partenaires, avec un réel effet d'entraînement et un impact positif significatif à la clé.



Verte et citoyenne



UN SCORE ÉCOLOGIQUE INNOVANT

pour calculer l'impact environnemental de ses colis

La Poste est le premier acteur du transport à avoir développé un outil permettant à ses clients de calculer l'impact écologique de leurs envois et réceptions de courriers et de colis. Concret, visuel et simple d'utilisation, il est accessible à tous sur le site laposte.fr. À chaque étape, des conseils sont fournis au client pour améliorer son score et réduire son empreinte environnementale.

Django, une nouvelle solution DE CRÉDIT À LA CONSOMMATION CITOYEN

Filiale à 100% de La Banque Postale Consumer Finance, Django met à disposition des commerçants des solutions de financement en plusieurs fois ou en paiement différé qu'ils proposent à leurs clients. Pour accompagner les clients finaux dans la gestion de leur budget, Django a noué un partenariat avec Crésus, première association de lutte contre le malendetté en France.



UNE LOGISTIQUE URBAINE

meilleure pour la planète

Partout en France, La Poste développe un réseau inédit d'espaces de logistique urbaine assurant des livraisons en vélos-cargos ou en véhicules utilitaires électriques, avec à la clé un impact carbone réduit. À Paris, plus de 40% des Colissimo sont déjà livrés à partir d'un des trois espaces de logistique urbaine franciliens. Avec une trentaine de sites actifs en France, La Poste fait des livraisons à faibles émissions une réalité.



Une action renforcée EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ

Après le climat et les ressources, La Poste a inscrit la biodiversité comme un nouveau pilier de sa stratégie environnementale et s'est dotée d'une feuille de route biodiversité pour 2022 et 2023. Parmi les avancées 2022, citons l'adhésion au programme « Entreprises engagées pour la nature », porté par l'Office français de la biodiversité et réunissant 175 entreprises.



CNP Assurances, acteur D'UNE ÉPARGNE RESPONSABLE

CNP Assurances continue à étoffer son portefeuille de solutions d'épargne responsable. En 2022, l'entreprise a lancé avec La Banque Postale le fonds « LBPAM Infrastructure Septembre 2030 », permettant à ses clients particuliers d'investir via leur assurance-vie dans des infrastructures variées, essentielles à la société et à l'économie. La nouvelle unité de comptes CNP Infrastructures durables créée avec le groupe Meridiam permet également de favoriser la transition écologique en s'assurant des rendements résilients et de long terme.



Développer la filière DES EMBALLAGES RÉUTILISABLES

Pour démocratiser l'usage des emballages réutilisables, le groupe a créé un processus dédié facilitant leur retour : une fois le colis reçu, il suffit au e-consommateur de déposer l'emballage vide dans une boîte aux lettres de rue pour que celui-ci soit réexpédié au fabricant, qui peut à nouveau l'utiliser. Le groupe a aussi créé le label Reposte, qu'il attribue à des emballages utilisables après avoir passé en revue 40 points de vérification techniques et écologiques. Il a également contribué à la mise en place d'une spécification Afnor sur les emballages réutilisables.

CRÉER UNE VALEUR DURABLE POUR TOUS

En 2022, malgré un contexte difficile, le modèle multimétier du groupe et sa diversification stratégique ont continué de porter leurs fruits. Le groupe est déterminé à avoir un impact positif sur le monde qui l'entoure. Ses engagements environnementaux, sociaux et sociétaux, réaffirmés en 2022, sont là pour en attester.

P. 64. Modèle d'affaires

P. 66. Performance financière

P. 70. Notations extra-financières

P. 71. Environnement

P. 72. Social

P. 74. Économique et sociétal

P. 76. Clients



Modèle d'affaires

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

LES MUTATIONS DE NOTRE SOCIÉTÉ

Transition numérique Transition écologique Transition territoriale Transition démographique

LES ÉVOLUTIONS

Retour de l'inflation (hausse des prix de l'énergie et des matières premières)

MACROÉCONOMIQUES

Hausse des taux d'intérêt

LES MUTATIONS STRUCTURELLES DE NOS MÉTIERS

Baisse des volumes du courrier

Baisse de la fréquentation des bureaux de poste

Croissance du colis

NOS RESSOURCES

Capital humain

- 238 033 collaborateurs, dont 22,7 % à l'international dont près de 10 000 dans les métiers de l'IT (data/IA)

Capital industriel et commercial

- Plus de 3 400 centres de traitement, plateformes de distribution et dépôts
- Près de 91 700 véhicules, dont 40 % de véhicules électriques ⁽¹⁾
- Plus de 11 000 bâtiments maillant le territoire national, alimentés à 90 % en électricité d'origine renouvelable
- Infrastructures numériques (hébergement, data lakes)
- La Banque Postale devient 11^e banque européenne ⁽²⁾

Capital sociétal et relationnel

- 35 600 points d'accès à un service postal en France
- Plus de 78 000 points relais en Europe
- Une politique d'achats responsable
- Identité numérique certifiée par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI)

Capital financier

- Actionnariat stable et de long terme (100 % capitaux publics)
- 17,6 Mds€ de capitaux propres

Capital intellectuel

- Image de confiance, proximité
- Portefeuille de marques
- Innovation (ex : 3 fonds de *Capital venture* : La Poste Ventures, T15K et Open CNP)

(1) Véhicules électriques : véhicules utilitaires légers, Staby, VAE, chariots, poids lourds.

(2) Source : Total des actifs 2021 publiés sur un panel de 23 banques de la zone Euro.

La Poste 2030, engagée pour vous

7 priorités au service d'un objectif : être une entreprise en croissance rentable, qui a réussi sa transformation vers un modèle économique pérenne.



Client

Servir nos clients au plus haut niveau de qualité, innover et conquérir de nouvelles clientèles (professionnels, jeunes...).



Présence

Être toujours plus proche de nos clients, grâce à la puissance combinée de nos réseaux physiques, numériques et humains.



Numérique

Accélérer notre transformation digitale, être un acteur reconnu des services de confiance numérique et contribuer à l'inclusion numérique.



Vert

S'engager en tant qu'entreprise leader de la transformation écologique pour la rendre accessible à tous et garder notre leadership dans la finance à impact.



Citoyen

En tant qu'entreprise à mission, placer la citoyenneté au cœur de nos engagements et donner les preuves de notre responsabilité vers une transition juste.



International

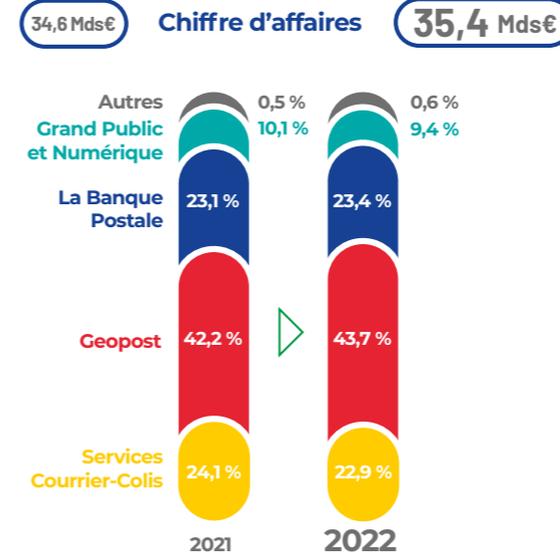
Poursuivre notre croissance à l'international pour capter la croissance et développer nos réseaux.



Pacte social et culture managériale

Renforcer la fierté et l'engagement des postiers et mettre en œuvre une organisation plus agile.

Un modèle multimétiers



44 % du chiffre d'affaires réalisés à l'international

4 missions de service public modernisées



Service universel postal ⁽³⁾



Transport et distribution de la presse



Aménagement du territoire



Accessibilité bancaire

(3) Avec notamment le lancement de la nouvelle gamme courrier depuis le 1^{er} janvier 2023.

NOTRE CRÉATION DE VALEUR

Pour la planète

- Trajectoires carbone des activités compatibles avec les Accords de Paris (1,5°C)
- Déploiement d'une logistique urbaine décarbonée
- Près de 107 000 tonnes de matières collectées pour recyclage et réemploi
- La Banque Postale : 1^{re} banque européenne disposant d'une trajectoire validée SBTi

Pour les territoires

- En France, 97 % de la population à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture d'un point de contact
- 4,4 Mds€ de production annuelle de crédits auprès des collectivités locales
- 406 000 emplois directs, indirects et induits dans les territoires

Pour nos clients

- Plus de 17 Mds d'objets livrés en 2022
- 750 M de visites par an sur www.laposte.fr, un des sites les plus visités en France
- 1,4 M de clients bénéficiaires de la mission d'accessibilité bancaire
- Suivi digital des colis et du courrier

Pour nos collaborateurs

- Index égalité femmes-hommes de 94/100
- Formation au numérique, IA, data
- Fort niveau d'engagement des postiers mesuré dans le baromètre annuel

Pour nos fournisseurs

- 80 % de TPE/PME/ETI parmi nos fournisseurs et sous-traitants

Pour nos actionnaires et investisseurs

- Liste A *Climate change* du CDP, Platinum selon EcoVadis et 1^{er} au classement monde de Moody's *ESG Solutions*
- Notation financière S&P Global A+, Fitch Ratings A+

NOTRE RAISON D'ÊTRE :

Au service de tous, utile à chacun, La Poste, entreprise de proximité humaine et territoriale, développe les échanges et tisse des liens essentiels en contribuant aux biens communs de la société tout entière.

LA QUALITÉ D'ENTREPRISE À MISSION est portée par deux entités du groupe :

- La Poste
- La Banque Postale.

Performance financière

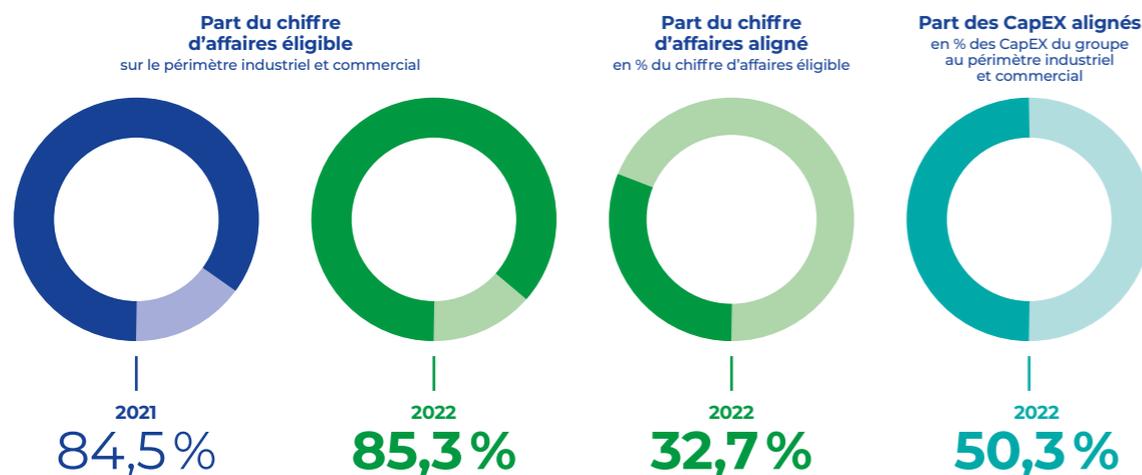
CHIFFRE D'AFFAIRES

Une croissance du chiffre d'affaires du groupe de 2,3% par rapport à 2021



ALIGNEMENT AVEC LA TAXONOMIE ENVIRONNEMENTALE EUROPÉENNE

Hors La Banque Postale.



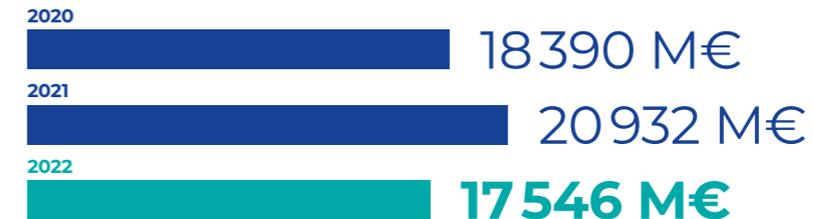
RÉSULTAT D'EXPLOITATION



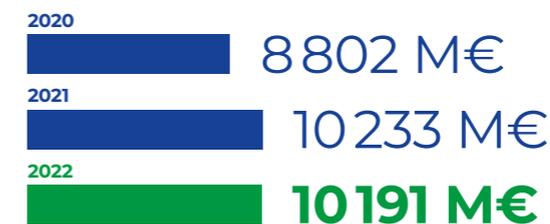
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE



CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE

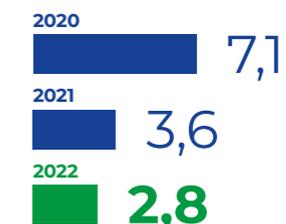


DETTE NETTE



Hors La Banque Postale, pour laquelle ce concept n'est pas pertinent.

DETTE NETTE/EBITDA AJUSTÉ (1)



(1) Définition présentée p. 143 du document d'enregistrement universel 2022 du groupe.

FREE CASH FLOW



INVESTISSEMENTS



Y compris la croissance externe, hors La Banque Postale.

Une activité et des résultats qui résistent dans un contexte très défavorable. Une diversification stratégique qui continue de porter ses fruits. Les volumes du courrier ont poursuivi leur baisse structurelle (-8% par rapport à 2021); le colis et l'express représentent plus de la moitié du chiffre d'affaires du groupe. La Poste a décidé d'investir 800 M€ d'ici à 2025 pour moderniser son réseau de distribution omnicanal; les services numériques de confiance continuent leur progression. La Banque Postale est devenue actionnaire à 100% de CNP Assurances et s'est donc renforcée en tant que bancassureur de premier plan.

CONTRIBUTION DES BRANCHES AU CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ	Services-Courrier-Colis	Geopost	La Banque Postale	Grand Public et Numérique	Autres secteurs et intercos
2022	10 201 M€	15 573 M€	8 320 M€	6 576 M€	-5 278 M€
Variation par rapport à 2021	-3,9%	+5,9%	+3,8%	-2,2%	-3,2%
dont part à l'international	10,5%	84,5%	19,4%	1,0%	-

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DU CHIFFRE D'AFFAIRES



RÉPARTITION DES COLLABORATEURS PAR BRANCHE		Total 238 033
Services-Courrier-Colis	44,9%	106 863
Geopost	23,8%	56 628
La Banque Postale	9,1%	21 676
Grand Public et Numérique	19,2%	45 682
Groupe	3,0%	7 184

UN GROUPE MULTIMÉTIER

35 392 M€
de chiffre d'affaires

SERVICES-COURRIER-COLIS	2020 retraité	2021	2022
Chiffre d'affaires	9 726 M€	10 620 M€	10 201 M€
Résultat d'exploitation	-1 034 M€	1 246 M€	-767 M€

GEOPOST	2020 retraité	2021	2022
Chiffre d'affaires	12 800 M€	14 701 M€	15 573 M€
Résultat d'exploitation	848 M€	1 057 M€	654 M€

LA BANQUE POSTALE	2020 retraité	2021	2022
Produit net bancaire	7 724 M€	8 017 M€	8 320 M€
Résultat d'exploitation	4 457 M€	1 642 M€	1 841 M€

GRAND PUBLIC ET NUMÉRIQUE	2020 retraité	2021	2022
Chiffre d'affaires	6 251 M€	6 723 M€	6 576 M€
Résultat d'exploitation	-244 M€	155 M€	199 M€

Notations extra-financières

MOODY'S ESG Solutions	2020	2021	2022
1^{ER} RANG mondial, tous secteurs confondus, pour la 3 ^e année consécutive	76/100 (déc. 2019)	77/100 (oct. 2021)	77/100 (maintenu depuis oct. 2021)
 DRIVING SUSTAINABLE ECONOMIES	2020	2021	2022
TOP 1% des entreprises pour leur action climat au niveau mondial	Liste A (déc. 2020)	Liste A (déc. 2021)	Liste A (déc. 2022)
ecovadis	2020	2021	2022
PLATINUM top 1% des fournisseurs	78/100 (déc. 2019)	75/100 (sept. 2021)	78/100 (oct. 2022)



Pour en savoir +,
scannez le QR code

Environnement

CLIMAT	2020	2021	2022
EMPREINTE CARBONE DU GROUPE En tonnes eq. CO ₂	2 381 561	2 681 992	2 392 988
Scope 1	383 059	441 506	432 360
Scope 2	62 316	63 415	49 908
Scope 3 ⁽¹⁾	1 936 185	2 177 071	1 910 720
Part des véhicules électriques dans le parc automobile de La Poste ⁽²⁾	27%	38%	40%
Émissions de GES économisées <small>(scopes 1, 2, 3 et sous-traitants) résultant de la baisse des émissions par colis. En tonnes eq. CO₂</small>	ND	ND	104 558
QUALITÉ DE L'AIR	2020	2021	2022
RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE POLLUANTS ATMOSPHÉRIQUES LOCAUX ⁽³⁾ <small>(année de référence 2015)</small>			
Oxyde d'azote	-55%	-58%	-62%
Particules fines	-52%	-49%	-49%
En 2022, le groupe La Poste a défini une trajectoire de réduction des émissions de polluants atmosphériques locaux à 2025 très ambitieuse. Sur la période 2021-2025, le groupe s'engage à réduire de 41% ses émissions de CO ₂ , de 60% de NOx, de 6% de PM 2,5 et à une stabilité des PM 10.			
RESSOURCES	2020	2021	2022
Consommation de matières économisée <small>via l'allongement de la durée de vie des équipements informatiques. En tonnes.</small>	ND	3 683	10 504
BIODIVERSITÉ			
En 2022, le groupe et ses entités ont choisi de déployer le Global Biodiversity Score (taux de présence de biodiversité au km ²) comme indicateur de mesure de la performance biodiversité. Sa mise en place sera effective en 2023 pour La Poste SA, La Banque Postale, La Banque Postale Asset Management, CNP Assurances et Louvre Banque Privée.			

ND : non disponible.

(1) Incluant une extrapolation (cf. section 4.4.2 du document d'enregistrement universel 2022 du groupe La Poste).

(2) La donnée 2020 excluait les vélos et les chariots.

(3) Périmètre : flotte interne de deux branches logistiques du groupe (branche Services-Courrier-Colis et Geopost) et flotte sous-traitante.

Social

EMPLOI	2021	2022
POLITIQUE DE RECRUTEMENT Nombre de recrutements en CDI <small>Périmètre groupe Europe.</small>	17 925	22 321
EMPLOI DES JEUNES Nombre de jeunes qui ont bénéficié d'un stage, d'une alternance ou d'une embauche (CDI et CDD) dans l'année <small>Périmètre groupe France.</small>	18 386	14 689
EMPLOI DES PERSONNES HANDICAPÉES Taux de BOE (bénéficiaires de l'obligation d'emploi) <small>Périmètre La Poste SA.</small>	8,66 %	8,77 %
EMPLOI DES SENIORS Part des 55 ans et plus dans l'effectif permanent <small>Périmètre groupe Europe.</small>	29,8 %	26,9 %
ÉGALITÉ DES GENRES	2021	2022
Part des femmes dans l'entreprise <small>Périmètre groupe Europe.</small>	47,4 %	47,3 %
Part des femmes dans l'encadrement <small>Périmètre La Poste SA.</small>	52,0 %	52,4 %

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES	2021	2022
Part des collaborateurs ayant suivi une formation sur l'année <small>Périmètre groupe Europe.</small>	92,3 %	86,9 %
MOBILITÉ PROFESSIONNELLE	2021	2022
Nombre de collaborateurs ayant évolué professionnellement <small>Périmètre groupe France.</small>	18 532	20 641
SANTÉ-SÉCURITÉ	2021	2022
Taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt <small>Périmètre groupe Europe.</small>	20,2 %	19,3 %
ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS	2021	2022
Taux de turnover <small>Périmètre groupe Europe.</small>	9,0 %	10,5 %

Économique et sociétal

446 350

emplois directs, indirects et induits du groupe La Poste

PRÉSENCE POSTALE	2020	2021	2022
Nombre de points d'accès à un service postal en France	32 400	35 313	35 600
Part des Français situés à moins de 5 km ou 20 minutes en voiture d'un point de contact La Poste	97,1%	97,1%	97,0%
FINANCEMENT DE L'ÉCONOMIE ET DE L'IMPACT	2020	2021	2022
Production annuelle de crédit auprès des collectivités locales <small>(dont prêts verts et sociaux)</small>	ND	5,2 Mds€	4,4 Mds€
Production annuelle de crédit auprès du logement social, de la santé, du milieu associatif et du tissu économique local <small>(dont prêts citoyens)</small>	ND	3,9 Mds€	4,9 Mds€
Achats réalisés auprès du secteur de l'insertion par l'activité économique (SIAE) et du secteur du travail protégé et adapté (STPA)	25,7 M€	29,7 M€	35,0 M€ ⁽¹⁾

ND : non disponible.

(1) Données estimées sur la base du 1^{er} semestre 2022.

SANTÉ ET AUTONOMIE	2020	2021	2022
Nombre de bénéficiaires des services d'accompagnement des publics âgés et fragiles du groupe La Poste	ND	217 531	230 263
LUTTE CONTRE LA FRACTURE NUMÉRIQUE	2020	2021	2022
Nombre de personnes accompagnées, formées et équipées dans l'usage du numérique	250 000	236 085	473 734
ACCOMPAGNEMENT DE LA DIGITALISATION DE LA SOCIÉTÉ	2020	2021	2022
Nombre de clients actifs Digiposte et Identité Numérique La Poste	4,6 M	6,5 M	9,6 M

Clients

SATISFACTION DES CLIENTS

55%

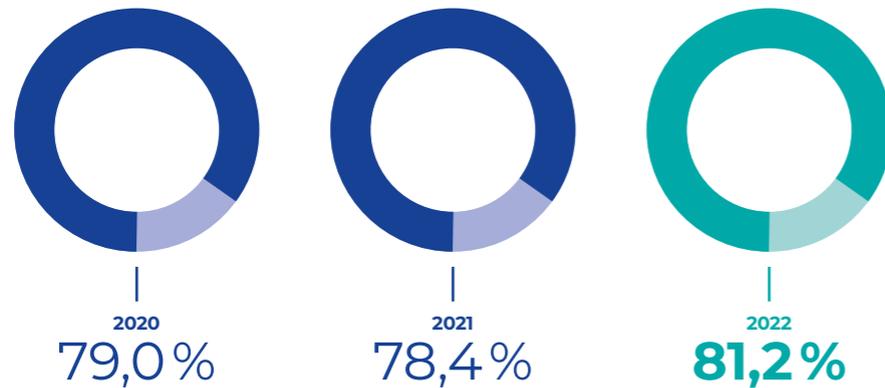
en 2022

Taux de clients très satisfaits à l'égard du service rendu dans l'espace commercial du bureau de poste (notes 9 et 10 sur une échelle de 0 à 10).

Chaque mois, ce sont entre 10 000 et 11 000 détenteurs d'un compte La Poste qui répondent à une enquête e-mail dans laquelle il leur est demandé dans quel bureau de poste ils sont venus au cours des dernières semaines, leur niveau de satisfaction globale à l'égard du service rendu dans l'espace commercial du bureau, leur niveau de recommandation, et quelques questions sont posées sur leur satisfaction quant au temps passé et aux postures relationnelles mises en œuvre par l'équipe du bureau.

TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS

Évolution du taux de traitement des réclamations en moins de 5 jours ouvrés



POUR RETROUVER
LES PUBLICATIONS INSTITUTIONNELLES
DU GROUPE LA POSTE, RENDEZ-VOUS SUR :
WWW.LAPOSTEGROUPE.COM



SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Conception et réalisation : HAVASPARIS

Crédits photo : Aire-Louis David; Guillaume Béguin; Stéphanie Gréaud; Patrice Maurein; Romuald Meigneux; Julien Millet; François Rouzioux; Franck Sonnet; Philippe Théry; LM Influence; Getty Images; Adobe Stock; médiathèque du groupe La Poste.

Toutes les photos représentant les activités et les effectifs du groupe La Poste mettent en scène des collaborateurs.

La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus aux personnes handicapées motrices, leur permettant de naviguer à travers ce PDF à l'aide de commandes clavier. Accessible aux personnes déficientes visuelles, il a été balisé de façon à être retranscrit vocalement par les lecteurs d'écran.

Impression Altavia



La Poste – SA au capital de 5 620 325 816 euros – 356 000 000 RCS Paris
Siège social : 9 rue du Colonel Pierre Avia – 75015 PARIS

DIRECTION DE LA COMMUNICATION GROUPE
9 rue du Colonel Pierre Avia – 75757 PARIS CEDEX 15
Tél. : +33 (0)1 55 44 00 00
www.lapostegroupe.com