

# QUAND, OÙ ET COMME JE VEUX RAPPORT DE GESTION 2016



**LA POSTE** 

## Groupe

### Domaines d'activité

**Marché de la communication:** lettres, journaux, petites marchandises, envois publicitaires, solutions d'externalisation des processus commerciaux et prestations innovantes de gestion des documents en Suisse et à l'étranger

**Marché de la logistique:** envoi de colis, services de distribution express et le jour même, solutions d'e-commerce et prestations logistiques en Suisse et à destination de l'étranger

**Marché des services financiers:** paiements, épargne, placements, prévoyance et financement en Suisse; trafic des paiements à l'international

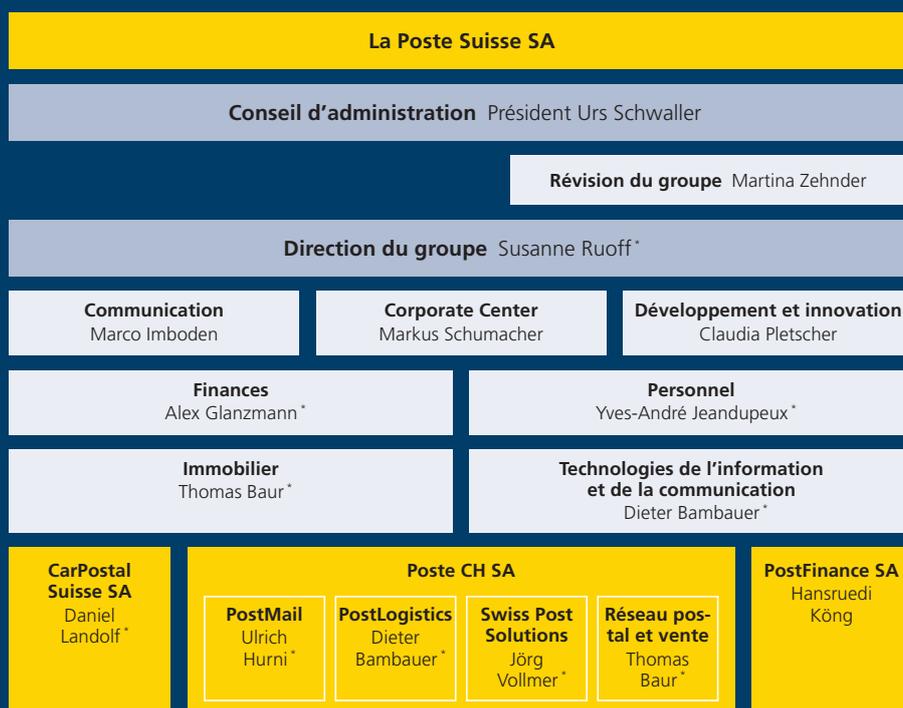
**Marché du transport de voyageurs:** lignes régionales, urbaines et dans les agglomérations, gestion de systèmes et solutions de mobilité en Suisse ainsi que, ponctuellement, à l'étranger

### Nos résultats en 2016

Indicateur		2016	Objectifs stratégiques
Produits d'exploitation	Millions CHF	8 188	–
Résultat d'exploitation (EBIT)	Millions CHF	704	700–900
Bénéfice consolidé	Millions CHF	558	–
Fonds propres	Millions CHF	4 881	–
Degré d'autofinancement des investissements	%	100	100
Lettres adressées	Quantité en millions	2 089	–
Colis	Quantité en millions	122	–
Ø Patrimoine des clients de PostFinance	Milliards CHF	119	–
Voyageurs de CarPostal (Suisse)	Quantité en millions	152	–
Satisfaction de la clientèle	Indice (0 à 100)	80	≥ 78
Effectif	Postes à plein temps	43 485	–
Engagement du personnel	Indice (0 à 100)	82	> 80
Amélioration de l'efficacité en matière de CO <sub>2</sub> depuis 2010	%	16	10 <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Valeur cible 2016

### Organigramme au 31.12.2016



\* Membre de la Direction du groupe

## Marché de la communication

**PostMail** propose à ses clients privés et commerciaux des produits d'excellente qualité et des solutions sur mesure pour les lettres, les journaux et les envois de petites marchandises et de publicités, du dépôt à la distribution. Des prestations numériques complètent son offre.

Indicateur		2016
Produits d'exploitation	Millions CHF	2 906
Résultat d'exploitation	Millions CHF	317
Lettres adressées	En millions	2 089
Envois non adressés	En millions	1 915
Journaux	En millions	1 149
Effectif	Postes à plein temps	16 241

**Swiss Post Solutions** est un important fournisseur de solutions d'externalisation de processus commerciaux et de prestations innovantes en matière de gestion des documents.

Produits d'exploitation	Millions CHF	558
Résultat d'exploitation	Millions CHF	20
Domaine d'activité	Nombre de pays	16
Effectif	Postes à plein temps	6 803

**Réseau postal et vente** exploite le réseau de services postaux le plus dense d'Europe. De multiples points d'accès lui permettent de se positionner au plus près de la clientèle au quotidien. Les PME ont à leur disposition des conseillers spécialisés ainsi qu'un grand nombre de prestations et de points clientèle commerciale.

Produits d'exploitation	Millions CHF	1 196
Résultat d'exploitation	Millions CHF	- 193
Versements	En millions	165
Effectif	Postes à plein temps	6 006

## Marché de la logistique

**PostLogistics** propose des solutions de logistique pour les envois de colis à destination de l'étranger ainsi que des services de coursier, d'envoi express et de livraison le jour même. Spécialiste du transport et de la logistique de stockage, elle fournit aussi aux particuliers des services destinés à simplifier la réception des colis. Son offre intègre par ailleurs un ensemble complet de solutions d'e-commerce.

Indicateur		2016
Produits d'exploitation	Millions CHF	1 572
Résultat d'exploitation	Millions CHF	117
Colis	En millions	122
Envois express	En millions	2
Effectif	Postes à plein temps	5 151

## Marché des services financiers

**PostFinance** est le partenaire idéal pour tous les clients gérant eux-mêmes leurs finances: que ce soit en matière de paiements, d'épargne, de placements, de prévoyance ou de financement, elle propose des produits simples et clairs, à des conditions avantageuses.

Indicateur		2016
Produits d'exploitation	Millions CHF	2 155
Résultat d'exploitation	Millions CHF	542
Comptes clients	Quantité en millions	4,85
Apports d'argent frais	Millions CHF	4 479
Ø Patrimoine des clients	Milliards CHF	119
Effectif	Postes à plein temps	3 614

## Marché du transport de voyageurs

**CarPostal** est la principale entreprise de transport par car du secteur des transports publics en Suisse. Dotée d'un parc de véhicules modernes, elle transporte chaque année des millions de voyageurs. Sur le marché du transport régional de voyageurs, l'entreprise est de plus en plus présente dans les villes et les agglomérations.

Indicateur		2016
Produits d'exploitation	Millions CHF	923
Résultat d'exploitation	Millions CHF	36
Voyageurs Suisse	En millions	152
Prestation annuelle Suisse	Millions de km	153
Véhicules	Quantité	2 242
Effectif	Postes à plein temps	3 210

# SIMPLICITÉ ET SYSTÈME – LA POSTE.

Nous relient le monde physique et numérique et définissons de nouveaux standards par nos produits et solutions. Nous facilitons les opérations de nos clients dans un environnement complexe et leur permettons de gagner en liberté.



8188 millions

de francs. Les **produits d'exploitation** accusent une légère baisse par rapport à 2015.



558 millions

Le **bénéfice consolidé** est en baisse par rapport à l'exercice précédent.



80 points

La **satisfaction de la clientèle** reste élevée.



16%

Telle est l'augmentation de l'**efficacité en matière de CO<sub>2</sub>** affichée par la Poste fin 2016 par rapport à 2010.



61 265

**collaborateurs et collaboratrices.** L'effectif est en léger recul par rapport à l'exercice précédent.



82 points

L'indice de l'**engagement du personnel** témoigne de la motivation et du dévouement des collaborateurs.



## 14 Le réseau postal du futur

La Poste entend déployer un réseau qui convient à tous. Outre de nouveaux points d'accès, elle développe avec plus de souplesse son offre de services.



## 23 Gérer individuellement ses envois

Grâce à «Mes envois», les clients peuvent décider quand et où la Poste devra distribuer leurs colis.



## 35

### Paiement mobile grâce à TWINT

TWINT permet d'envoyer et de recevoir de l'argent, d'enregistrer et de faire valoir des cartes client, des coupons et des cartes de fidélité ou encore d'effectuer des dons.



## 39 Prestataire de mobilité global

CarPostal poursuit le développement de prestations de gestion de systèmes et accroît ainsi la gamme de produits tout le long de la chaîne de mobilité.

### Sommaire

**Préface** 2

**Partout et à toute heure** 5

**Entretien**  
avec Urs Schwaller et  
Susanne Ruoff 6

**Stratégie** 9

**Points d'accès** 13

**Evolution de l'activité** 17  
Groupe 18  
Marché de la communication  
et marché de la logistique 22  
Marché des services financiers 34  
Marché du transport de  
voyageurs 38

**Durabilité et engagement** 43

**Personnel** 49

**Gouvernance d'entreprise** 53

**Chiffres clés** 61

Le présent rapport de gestion est complété par un **rapport financier** séparé (rapport annuel, gouvernance d'entreprise et comptes annuels), par des **données chiffrées détaillées** et par un **rapport GRI**. Vous trouverez les sources des informations fournies en page 60.



” —  
 La Poste s’investit  
 pour assurer la qualité  
 élevée du service  
 universel postal.

### Mesdames, Messieurs,

Durant l’exercice sous revue, la Poste a continué de s’investir pour assurer la qualité élevée du service universel postal. Afin de pouvoir répondre à cette exigence à l’avenir également, la Poste vit résolument avec son temps. Les conditions-cadres évoluent à une vitesse fulgurante. Nos clients sont de plus en plus nombreux à avoir recours à nos services partout et à toute heure: en sortant du bureau, dans le train ou en vacances – à des lieues de leur domicile. A la Poste, nous avons pris toute la mesure de ce besoin croissant de mobilité et de flexibilité. Notre objectif suprême étant de rester proche de notre clientèle, nous avons à cœur de lui proposer les services qu’il lui faut là où il le faut.

Jeunes et moins jeunes, adeptes du numérique ou d’un mode de vie plus traditionnel, nos clients sont tous en quête de solutions conviviales, faciles à comprendre et rapides d’accès, disponibles en continu. Il faut que les services proposés soient clairs et puissent être utilisés sur un mode intuitif, surtout quand ils associent univers physique et numérique. Dans un environnement toujours plus complexe, nous voulons simplifier la vie de notre clientèle avec des solutions innovantes et fonctionnelles. Les technologies offrent certes une foule de possibilités, mais nous n’exploitons que celles qui apportent une valeur ajoutée à la population de notre pays. C’est là notre vision – mais aussi ce qui nous motive à continuer de développer et d’optimiser nos prestations et le réseau postal.

D’importants enjeux d’ordre structurel ont marqué l’année sous revue. Avec un bénéfice consolidé de 558 millions de francs et un résultat d’exploitation (EBIT) de 704 millions, la Poste a enregistré un résultat en baisse par rapport à 2015.

Les activités liées aux lettres, aux journaux et aux envois publicitaires ont constitué un pilier important de la Poste également en 2016. Néanmoins, les clients remplacent de plus en plus les produits postaux classiques par des offres numériques, ce qui a un impact toujours plus grand sur notre activité clé et sur le réseau postal. C’est pourquoi la Poste entend mettre en place d’ici à 2020 un réseau de filiales moderne, proposant une vaste offre de points d’accès physiques et numériques. Les activités en ligne sont certes en plein essor sur le marché de la logistique.

Cependant, la concurrence est rude, notamment parce que le marché est pris d'assaut par un nombre accru de nouveaux concurrents, dont certains ne sont pas du secteur. PostFinance fait face à des défis sans cesse plus nombreux du fait de la transformation numérique dans le secteur bancaire et de la faiblesse persistante des taux d'intérêt. De plus, n'ayant pas le droit d'octroyer des crédits, PostFinance aura plus de difficultés, dans ce contexte de taux d'intérêt négatifs, à placer de manière rentable les fonds que ses clients lui confient.

L'environnement est et reste compliqué pour la Poste sur tous les marchés. L'entreprise a donc besoin de conditions-cadres appropriées pour continuer à financer par ses propres moyens le service universel postal et assurer la qualité élevée de celui-ci.

Au nom du Conseil d'administration et de la Direction du groupe, nous remercions de tout cœur les collaborateurs et les cadres de la Poste pour les bons résultats opérationnels obtenus. Leur engagement nous est précieux. Notre personnel demeure la clé de la réussite de la Poste. Nous tenons aussi à remercier notre clientèle de sa confiance. Pour continuer de la mériter, nous aurons à cœur de lui offrir de nouvelles solutions et prestations séduisantes, sans jamais cesser de miser sur la qualité.



**Urs Schwaller**  
Président du Conseil  
d'administration



**Susanne Ruoff**  
Directrice générale

” —

Nous avons à cœur de proposer à notre clientèle les services qu'il lui faut là où il le faut.

” —

Avec la transformation  
du réseau, la Poste se  
donne les moyens  
d’être à la fois proche  
de sa clientèle et en  
bonne santé financière.

**Urs Schwaller**  
Président du Conseil d’administration

**PARTOUT ET  
À TOUTE HEURE:  
QUAND, OÙ ET  
COMME JE VEUX**



Brochure enrichie de  
contenus numérisés

**LA POSTE** 

## Chère lectrice, cher lecteur,

De quels services postaux le client d'aujourd'hui a-t-il besoin? Quelles sont ses habitudes? Qu'attend-il de nous? Pour répondre à ces questions, nous menons un dialogue soutenu avec nos clients et nos partenaires, notre objectif étant de développer le réseau postal de sorte que tous en profitent: partout et à toute heure.

Aujourd'hui, la présence physique de la Poste sur tout le territoire est complétée et enrichie de divers points d'accès aux prestations postales: automates My Post 24, points de dépôt et de retrait dans les stations-service et dans les gares, applications innovantes, etc. En proposant à nos clients des offres toujours plus personnalisées, nous répondons à leurs nouveaux souhaits et habitudes. Ainsi, les colis et lettres recommandées peuvent aujourd'hui être retirés ou distribués 7j/7; le facteur colis reprend les envois en retour à domicile ou à une autre adresse; avec nos services financiers, les clients effectuent leurs opérations financières de manière mobile et à tout moment, sur leur PC ou via la PostFinance App, ou règlent leurs achats sans numéraire, avec le porte-monnaie numérique TWINT installé sur leur smartphone; enfin, CarPostal a conçu des solutions pour toute la chaîne de mobilité: du car postal au PubliBike, en passant par l'auto-partage. A l'avenir aussi, le succès passera par cette combinaison de services traditionnels et innovants, de solutions en ligne et de contacts personnalisés.

Nous sommes fiers de fournir à la population en Suisse les prestations du service universel postal à un niveau élevé de qualité. Nous continuerons de remplir cette mission, en prenant en considération les nouveaux besoins des clients. Nous veillerons à mettre à la disposition de ceux-ci de nombreux points d'accès physiques, qu'il s'agisse de filiales en exploitation propre ou de filiales en partenariat (agences postales). Avec notre modèle d'agence, nous soutenons par ailleurs l'infrastructure dans les régions rurales, par exemple en offrant à une petite épicerie une source de revenu complémentaire. Il existe actuellement quelque 3800 points d'accès en Suisse – offices de poste, agences, services à domicile, points service tels que points de dépôt et de retrait ou encore points clientèle commerciale. A l'avenir, nous en compterons plus de 4000. Les solutions classiques et nouvelles se compléteront de sorte que nous proposons le service universel le meilleur, adapté à tous les besoins, toutes les régions et toutes les générations, au niveau de qualité et de fiabilité qui est le nôtre – en nous appuyant sur une infrastructure économiquement viable à moyen et à long terme et en proposant un service plus convivial que jamais.



**Susanne Ruoff**  
Directrice générale



” —

Les solutions de la Poste sont pratiques et conviviales, parfaitement adaptées à mes contraintes professionnelles.

→ Page 8

# Quand, où et comme je veux



” —

Toute une variété de services en ligne, mobiles et numériques:  
les solutions de la Poste correspondent à mon mode de vie.

→ Page 12



” —

Saisir sa destination, acheter le billet, et c'est parti!  
Simple et rapide via une application.

→ Page 16

Cette brochure a été  
**enrichie de contenus  
numérisés**, qui appa-  
raissent dès que le  
symbole prévu à cet  
effet est scanné avec  
la **Post-App**.



Ce symbole indique  
la présence de con-  
tenus numérisés.



Ouvrir la Post-App  
et sélectionner la  
fonction «scanner  
des codes/images».



Scanner l'image  
au-dessus du  
symbole.



Découvrir  
des contenus  
multimédias.

## Partout et à toute heure: la Poste construit le réseau du futur.

---

### De nouvelles attentes

Les personnes sont plus mobiles, aussi bien dans leur travail que dans leurs loisirs. La Poste le ressent elle aussi: la demande en matière de prestations postales électroniques, accessibles 24 heures sur 24, va croissant. La Poste réagit à cette tendance en développant le réseau postal existant.

---

### Un réseau dense

La Poste est présente dans toute la Suisse. A la fin 2016, elle exploitait quelque 1320 offices de poste, 850 agences postales, 1320 services à domicile et 310 points service, tels que les points de dépôt et de retrait ou les automates My Post 24. Elle dispose ainsi du réseau de prestations postales le plus dense d'Europe.

---

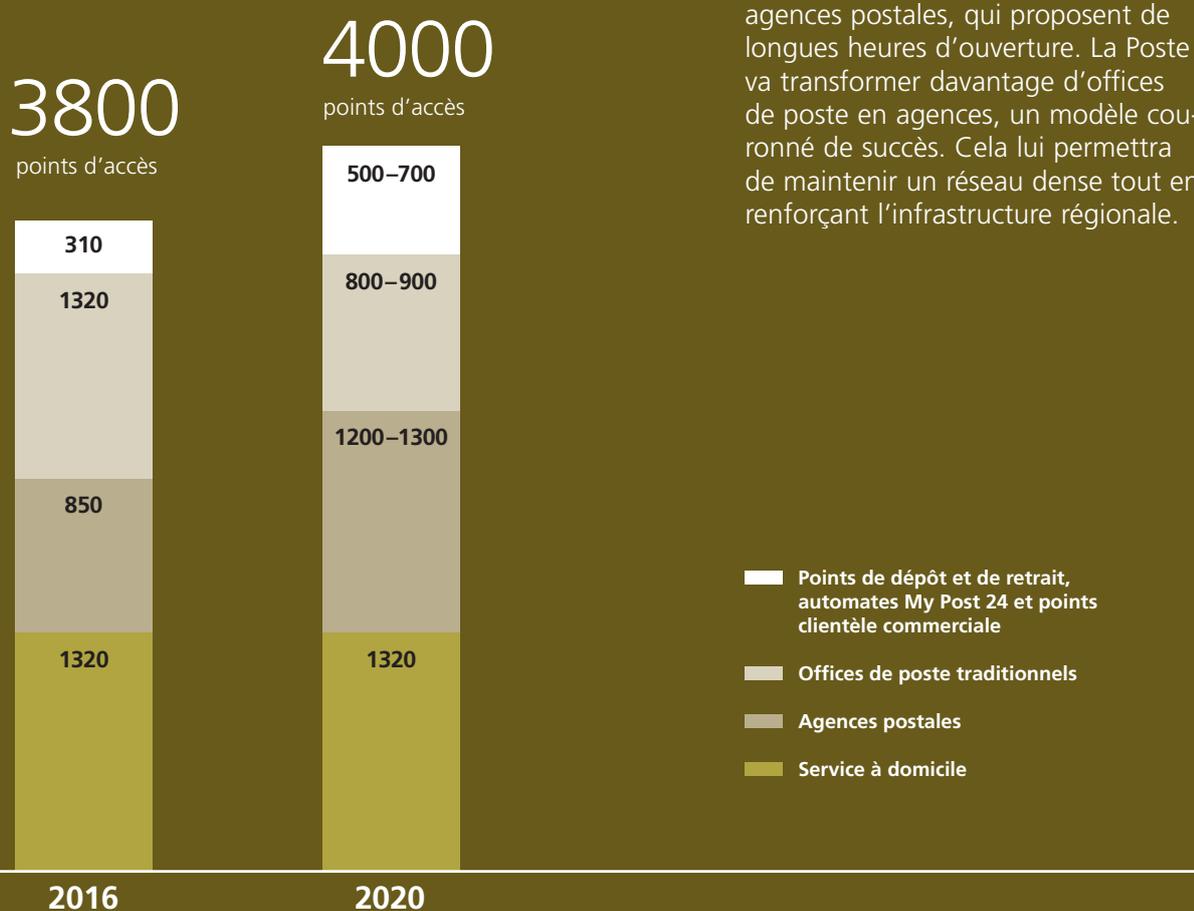
Un million de clients ont  
chaque jour des contacts  
avec la Poste.

D'ici 2020, la Poste aura étendu le réseau à quelque 4000 points d'accès.

## Le développement du réseau postal

## De 3800 à 4000

La Poste va étendre le nombre de ses points d'accès de 3800 à la fin 2016 à au moins 4000 d'ici 2020. Pour ce faire, elle mise notamment sur les agences postales, qui proposent de longues heures d'ouverture. La Poste va transformer davantage d'offices de poste en agences, un modèle couronné de succès. Cela lui permettra de maintenir un réseau dense tout en renforçant l'infrastructure régionale.



## Une proximité physique, virtuelle ou mobile

Grâce à ses prestations et à ses points d'accès multiples, la Poste est là partout et à tout moment pour ses clients. Elle propose un service jour et nuit.

### Points d'accès

### Prestations postales



#### Filiales

Durant les heures d'ouverture habituelles, vous pouvez utiliser toutes les prestations postales dans les filiales en exploitation propre (offices de poste): dépôt de lettres et de colis, retrait d'envois, achat de timbres-poste, versements en espèces ou au moyen de la PostFinance Card.



#### Filiales en partenariat

Dans les filiales en partenariat (agences postales), vous pouvez combiner vos opérations postales avec vos achats quotidiens: dépôt de lettres et de colis, retrait d'envois, achat de timbres-poste, retrait d'espèces au moyen de la PostFinance Card. Les versements sans numéraire sont possibles avec la PostFinance Card ou avec la carte Maestro. Ces filiales sont exploitées par des partenaires de la Poste, généralement des détaillants.



#### Service à domicile

Dans les régions rurales notamment, vous pouvez réaliser les principales opérations postales directement sur le pas de votre porte. Lors de leur tournée, les facteurs prennent en charge les lettres et les colis et vendent des timbres-poste. Sur préavis, il est possible d'effectuer des versements et de retirer des espèces.



#### Boîtes aux lettres privées

Avec pick@home, la Poste prend en charge vos colis à domicile ou au bureau. Vous pouvez commander en ligne ce service de prise en charge.



#### Points de dépôt/retrait

Si vous êtes rarement chez vous, vous pouvez retirer vos colis là où vous le souhaitez: dans une filiale ou à l'un des nombreux points de dépôt et de retrait dans les gares et les stations-service.



#### Automates My Post 24

24

Avec les automates My Post 24, vous pouvez retirer et expédier des colis et des lettres recommandées 24 heures sur 24.



#### Boîtes aux lettres publiques

24

Vous pouvez déposer vos envois préaffranchis à tout moment dans l'une des quelque 15 000 boîtes aux lettres installées en Suisse. Pas de timbre sous la main? Vous pouvez télécharger un timbre-poste SMS sur votre smartphone 24 heures sur 24.



#### Site Internet de la Poste

24

De nombreuses prestations sont disponibles sur le site Internet de la Poste. Un seul login vous permet par exemple d'aiguiller les envois, de créer des procurations uniques ou de communiquer un changement d'adresse. Vous pouvez aussi utiliser vos prestations préférées de façon mobile, avec la Post-App.



#### Service à la clientèle

Le Service à la clientèle est à votre disposition par téléphone ou par courrier pour toutes vos questions concernant les prestations de la Poste.



#### Points clientèle commerciale

Les clients commerciaux peuvent déposer leurs envois à des points spécialement conçus pour eux. Dans tous les centres courrier et colis, ils bénéficient de points de dépôt directement reliés à l'infrastructure de traitement du courrier et des colis.

## Points d'accès

## Services financiers

	<b>Filiales PostFinance</b>		Vous souhaitez un conseil financier personnalisé? Dans 43 filiales et 57 lieux de conseil externe, nos spécialistes répondent à vos questions sur les paiements, l'épargne, les placements, la prévoyance ou le financement.
	<b>Postomat</b>		La PostFinance Card vous permet de retirer des francs suisses ou des euros à tous les Postomat de Suisse et d'utiliser d'autres prestations liées à votre compte postal.
	<b>E-finance</b>		Que ce soit sur le site Internet ou sur l'application, e-finance vous permet de gérer simplement vos comptes de n'importe quel endroit ainsi que d'effectuer des paiements par simple clic.
	<b>E-trading</b>		Que ce soit avec un ordinateur, une tablette ou un smartphone, grâce à e-trading, vous gérez vos titres de manière autonome, où que vous soyez et en tout temps.
	<b>PostFinance App</b>		Vérifier le solde et les mouvements sur le compte, virer de l'argent, recharger un crédit prepaid ou numériser et valider des factures: avec la PostFinance App, vous avez accès à votre compte à tout instant et partout.
	<b>TWINT</b>		Avec TWINT, vous payez vos achats avec votre smartphone. TWINT est rapide, agréable et fonctionne sans espèces. Pour payer avec votre appareil mobile, il vous suffit d'installer l'application.

## Points d'accès

## Prestations de mobilité

	<b>Application CarPostal</b>		Consulter les horaires de porte à porte, acheter en ligne des billets de différentes communautés tarifaires, être informé en temps réel de perturbations ou de déviations – l'application CarPostal propose de nombreuses fonctions pratiques.
	<b>Arrêts CarPostal</b>		Vous habitez à la campagne ou en agglomération? CarPostal, qui dessert 11 773 arrêts, vous conduit en toute sécurité et ponctualité en ville puis vous ramène chez vous.
	<b>Stations PubliBike</b>		Prendre les transports publics et parcourir à vélo la dernière étape. Les villes et communes sont de plus en plus nombreuses à proposer à tout moment la location de vélos et vélos électriques à de nombreuses stations.



**Expédier et recevoir mes envois simplement –  
quand, où et comme je veux**

”

Les solutions de la Poste sont pratiques et conviviales, parfaitement adaptées à mes contraintes professionnelles.

— **Fabio Segat**  
Juriste

**Ce qui me plaît:**

La Poste me propose des solutions commodes, accessibles 24 heures sur 24, ce qui me simplifie la vie: par exemple, avec le service SMS, je sais quand je vais recevoir mon nouveau passeport envoyé en recommandé. Je peux aussi choisir de me faire livrer un colis le soir, ou directement à la gare où je prends mon train.

**Ce que j'aimerais:**

Ce serait vraiment bien de pouvoir intervenir sur la réception d'un colis ou d'un recommandé à plus court terme encore. J'aimerais aussi savoir plus rapidement quels sont les nouveaux services proposés.

## Vous décidez où, quand et comment vous voulez expédier ou recevoir vos envois.

Vous n'êtes pas chez vous lorsque le facteur passe? Vous souhaitez retirer votre colis en vous rendant à votre travail? Ou bien combiner votre déplacement à la poste avec des achats en ville? Les personnes sont plus mobiles, aussi bien dans leur travail que dans leurs loisirs. En proposant les bons produits et prestations au bon moment, la Poste veut être là où sont ses clients et faire le lien avec leur vie au quotidien.

La Poste d'aujourd'hui propose de nombreuses possibilités de réception et de dépôt ainsi que des nouvelles prestations afin que ses clients puissent recevoir et retourner des envois le plus simplement possible.

### 24 heures sur 24

Points service de la Poste



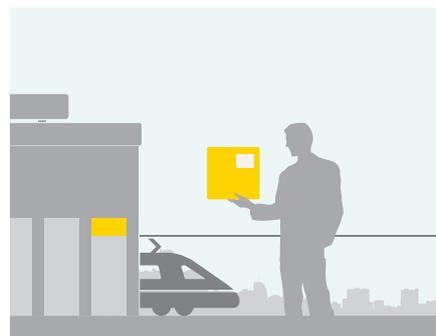
Retirer et déposer des colis et lettres recommandées 24 heures sur 24, à près de 80 automates My Post 24. De plus, la Poste vide régulièrement les quelque 15 000 boîtes aux lettres jaunes réparties sur tout le territoire.



**Tellement souple: je peux retirer mes envois quand je veux.**

### En déplacement

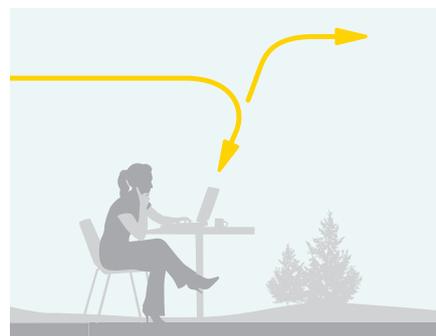
Points de dépôt et de retrait alternatifs



Quand et où vous le souhaitez: à la poste, dans les gares CFF ou dans des stations-service, vous pouvez expédier et recevoir vos colis dans de nombreux sites grâce au service PickPost.

### En ligne

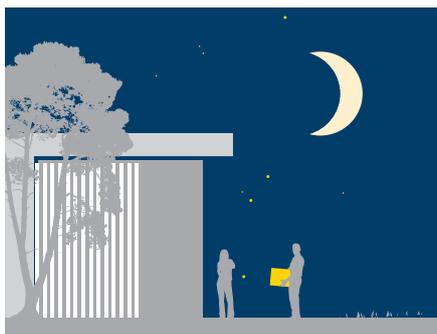
Mes envois



Avec le service en ligne «Mes envois», la Poste vous informe des envois entrants. En amont de la distribution, vous pouvez choisir quand et où vous voulez recevoir vos colis.

## Pendant le temps libre

Distribution le soir, le samedi et le dimanche



Distribuer les envois lorsque le destinataire est chez lui, le soir ou en fin de semaine. Ces prestations complémentaires de la Poste permettent aux boutiques en ligne de proposer une réelle valeur ajoutée à leurs clients.

## Pratique, depuis chez soi

pick@home



Le facteur prend en charge les colis en retour chez vous ou à toute autre adresse, selon vos souhaits. Si vous n'êtes pas chez vous, vous pouvez gérer vos ordres de prise en charge avec la Post-App.



Tellement pratique: mes colis sont pris en charge chez moi.

## Sur place

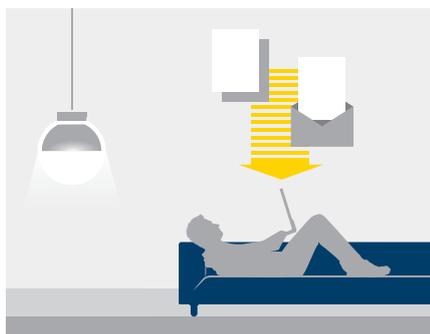
Filiales et service à domicile



La Poste propose une présence physique partout en Suisse, y compris en périphérie. Réalisez vos opérations postales dans quelque 1320 filiales en exploitation propre, 850 filiales en partenariat ou, dans 1320 localités, directement sur le pas de la porte.

## Services physiques ou numériques

E-Post Office



Choisissez le mode de réception de votre courrier qui vous convient: physique ou numérique. Gérez votre correspondance sur votre ordinateur ou votre téléphone mobile, archivez les documents ou réglez vos factures.



Tellement intelligente: la boîte aux lettres électronique est accessible partout et à tout moment.

**Gérer moi-même mes finances –  
quand, où et comme je veux**



” —

Toute une variété de services en ligne, mobiles et numériques: les solutions de la Poste correspondent à mon mode de vie.

— **Céline Debray**

Exploitante d'une librairie en ligne

**Ce qui me plaît:**

Etant une personne hyperconnectée, je profite abondamment de toutes les solutions numériques de la Poste. Qu'il s'agisse d'e-finance, que j'utilise pour mes paiements professionnels, de la PostFinance App, qui me permet de vite contrôler l'état de mon compte en tout lieu, ou de TWINT, avec laquelle je paie mon café au kiosque: c'est simple et efficace!

**Ce que j'aimerais:**

Je souhaiterais recevoir un e-mail du service à la clientèle le plus tôt possible, idéalement sous 24 heures. Et je serais ravie que, dans sa tournée, le facteur puisse tenir compte des heures d'ouverture de mon commerce.

## Vous décidez où, quand et comment vous gérez vos finances.

Vous souhaitez ouvrir un nouveau compte ou placer à intervalles réguliers un certain montant? Vous savez déjà ce que vous souhaitez et voulez gérer votre argent en ligne, de façon simple. Où et comme vous voulez: tôt le matin dans le train ou tard le soir à la maison.

PostFinance vous propose un ensemble de produits et services de paiement, d'épargne, de placement, de prévoyance et de financement qui simplifient la gestion quotidienne de vos finances. Ses atouts sont des produits clairs et compréhensibles proposés à des conditions attrayantes ainsi qu'un contact aisé. Nous vous soutenons dans un esprit équitable et partenarial, parlons le même langage que vous et comprenons vos besoins.

### A la maison et en déplacement

E-finance



Avec e-finance, vous gérez vos comptes et vos dépôts de fonds en ligne et effectuez toutes vos opérations financières efficacement, en toute sécurité, quels que soient le lieu et le moment.

 **Tellement clair: je peux configurer mon e-finance comme je veux.**

### Autonome

E-trading

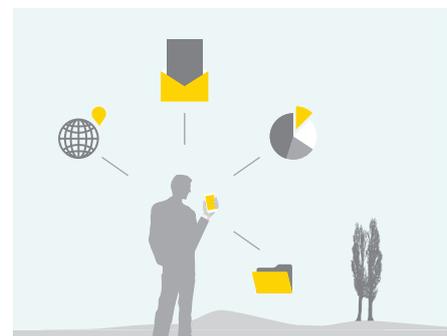


Achat et vente d'actions, d'obligations, de dérivés ou de fonds: e-trading convient à tous ceux qui veulent négocier des titres en ligne, de leur propre chef. Il peut être lancé via la PostFinance App.

 **Tellement global: je peux négocier sur les principales places boursières.**

### Mobile et simple

PostFinance App



Consultation du solde et des mouvements de son compte, virement de petits montants, rechargement d'un crédit prepaid, recherche d'un site, convertisseur de devises, cours boursiers: avec la PostFinance App, votre compte est toujours avec vous.

 **Tellement fonctionnelle: avec la PostFinance App, j'analyse à tout moment la situation de mes finances.**

## Sans espèces

TWINT



Fini les espèces et les cartes grâce à TWINT, le porte-monnaie numérique sur votre smartphone. Il suffit d'installer l'application, de s'inscrire et de charger gratuitement de l'argent pour ensuite régler avec son téléphone.



**Tellement avantageux: je ne paie aucun frais annuel pour TWINT.**

## Sans contact

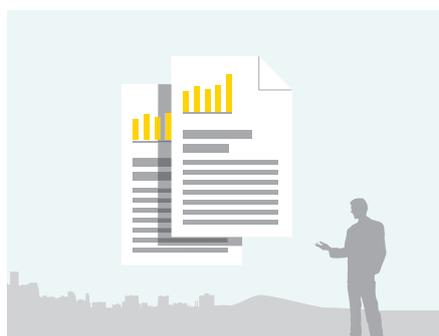
PostFinance Card



Régler ses achats sans espèces, faire le plein de carburant, payer sur Internet, c'est possible avec la PostFinance Card! Et même sans NIP jusqu'à 40 francs.

## Adaptée

Offre de fonds



Vous trouverez chez PostFinance le ou les fonds adaptés pour votre stratégie. PostFinance se charge de la présélection.

## Dans le monde entier

Moyens de paiement en voyage



Quelle que soit votre destination, grâce au mix approprié de moyens de paiement en voyage, vous avez de l'argent en tout temps, aux quatre coins du monde.



**Me déplacer simplement –  
quand, où et comme je veux**

” —

Saisir sa destination,  
acheter le billet, et c’est  
parti! Simple et rapide  
via une application.

— **Ueli Nutt**  
Retraité

**Ce qui me plaît:**

Que je sois en ville ou à la montagne, j’aime prendre le car postal. Avec l’application CarPostal, c’est hyper simple de consulter des liaisons et d’acheter un billet. Et avec le WiFi gratuit, je suis comblé. L’offre est vraiment bien: à peine est-on descendu du car postal que l’on peut directement enfourcher un vélo pour la dernière étape. Mais, cela, c’est plutôt pour les jeunes.

**Ce que j’aimerais:**

Ce serait formidable si les arrêts étaient dotés d’affichages numériques. Cela permettrait de savoir si l’on peut avoir la correspondance prévue.

## Se rendre rapidement d'un point A vers un point B, quels que soient le temps, le lieu et le moyen de transport.

CarPostal est unique. La vue d'un bus jaune évoque immanquablement CarPostal, et ce pour une bonne raison: les villes et les agglomérations évoluent ensemble, les besoins des individus ne cessent de changer, ceux-ci veulent se rendre de plus en plus vite et simplement d'un point A vers un point B. Tenant compte de cette nouvelle donne, CarPostal a diversifié son offre: du transport de voyageurs à l'auto-partage en passant par des solutions de billetterie mobile également proposées à d'autres entreprises, celle-ci comprend des solutions pour tous les besoins en mobilité et pour toute la chaîne de mobilité.

### Fiable

Ligne à courses régulières



Chaque jour, 417 000 voyageurs attendent à l'un des 11 773 arrêts CarPostal et empruntent les 882 lignes qui leur permettent d'être à l'heure à leur travail.

### En un tournemain

Application CarPostal



Dans plusieurs communautés tarifaires, deux clics suffisent pour prendre un billet: avec l'application CarPostal, vous avez accès à toutes les liaisons et aux billets de quatorze communautés tarifaires. Et vous achetez des billets en un tournemain.

### Connecté

WiFi dans les cars postaux



Pour les joueurs, les touristes et les pendulaires: durant leur déplacement, les voyageurs surfent gratuitement sur Internet dans près de 1600 cars postaux – pour un trajet encore plus rapide et plus agréable.



**Tellement agréable: j'achète un billet sans faire la queue.**

## Pratique et sain

PubliBike



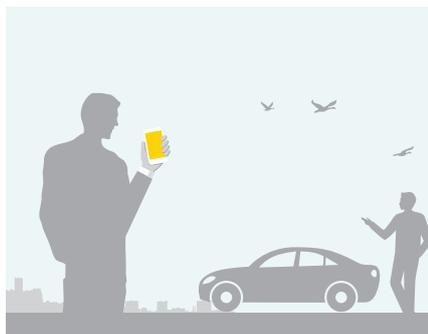
Descendre du train, enfourcher un vélo jusqu'au bureau: au nombre de 118, les stations PubliBike ont été installées dans de nombreuses villes et communes de Suisse, et le réseau ne cesse de s'agrandir.



**Tellement bienvenu: je peux faire du vélo même loin de chez moi.**

## Ensemble

PubliRide



Faire du covoiturage plutôt qu'être seul au volant: avec PubliRide de CarPostal, vous ne voyagez plus seul et contribuez en plus à réduire le trafic. Pour cela, il vous suffit de réserver ou de proposer une place en covoiturage.

## Simple et rapide

Billetterie mobile



Vous voulez votre billet sur votre téléphone mobile plutôt que de chercher un automate? Aucun problème. Avec le service de billet SMS de CarPostal, vous commandez votre billet simplement par SMS et le recevez immédiatement.



**Tellement rapide: en un rien de temps, le billet est sur mon téléphone mobile.**

## Tournée vers l'avenir

Navette autonome



Bienvenue dans le futur! En collaboration avec des partenaires, CarPostal teste une navette autonome dans la ville de Sion. Sans nuisances sonores ni environnementales. En toute sécurité.



**Tellement sûr: sur le site de l'entreprise, bientôt, je me rendrai du bureau à l'atelier de production en navette.**

La Poste Suisse SA  
Wankdorffallee 4  
Case postale  
3030 Berne  
Suisse

Téléphone +41 58 338 11 11  
[www.poste.ch](http://www.poste.ch)  
[rapportdegestion.poste.ch/annexe2016](http://rapportdegestion.poste.ch/annexe2016)



” —

Avec ses services physiques, virtuels et mobiles, la Poste est proche de sa clientèle.

**Susanne Ruoff**  
Directrice générale



” —

D'ici 2020, il y aura en Suisse plus de 4000 sites fournissant des prestations postales.

---

**Entretien**

avec **Urs Schwaller**, président du Conseil d'administration et **Susanne Ruoff**, directrice générale

---

**Urs Schwaller, vous souvenez-vous de la dernière fois où vous avez réglé une facture au guichet avec un bulletin de versement?**

Je paie la plupart de mes factures en ligne depuis des années. Je ne suis en cela pas différent de la grande majorité de nos clients. Nos habitudes ont changé et nous disposons d'une foule de nouveaux moyens technologiques. Nous sommes tous plus mobiles et voulons donc pouvoir accéder aux services partout et à toute heure, quand bon nous semble. C'est pourquoi la Poste doit être – et rester – au plus près de sa clientèle.

**En quoi la Poste s'est-elle adaptée à l'évolution des besoins et des habitudes de ses clients?**

Susanne Ruoff: Aujourd'hui, les services postaux sont opérationnels sept jour sur sept et, de plus en plus, 24 heures sur 24, notamment grâce au nombre croissant d'automates My Post 24 et au réseau de points de dépôt et de retrait couvrant tout le territoire, y compris les stations-service et les gares. Avec notre service pick@home, le facteur prend en charge les colis à domicile ou à toute autre adresse indiquée par le client. Le timbre-poste SMS, la gestion des lettres recommandées et des colis ainsi

” —

Nous misons sur la coexistence des points d'accès habituels et nouveaux, dont la complémentarité a fait ses preuves.

que PostCard Creator témoignent également de cette volonté d'adaptation. Le trafic des paiements a suivi la même évolution: PostFinance propose déjà un vaste éventail de solutions permettant aux clients de s'occuper de leurs finances à toute heure.

**Les besoins et comportements des consommateurs n'ont pas fini de changer. Quelles en seront les conséquences pour le réseau postal?**

Urs Schwaller: Ce qui compte, ce n'est pas la forme d'exploitation mais l'accessibilité de nos services. L'office de poste traditionnel nous permet de moins en moins de répondre aux besoins du client d'aujourd'hui. La baisse drastique des volumes d'opérations effectuées au guichet – qu'il s'agisse des dépôts de lettres et de colis ou des versements – illustre parfaitement ce constat. C'est pourquoi, à l'automne 2016, nous avons présenté au public et aux décideurs politiques le réseau postal du futur tel que nous l'envisageons ainsi que la façon dont nous entendons procéder. Dans le cadre du développement du réseau postal, nous tenons compte des besoins des différentes générations, régions et cultures. Nous misons aussi sur la coexistence des points d'accès habituels et nouveaux, dont la complémentarité a fait ses preuves. L'agence postale occupe d'ailleurs une place de choix: l'évolution sur les dix dernières années montre qu'il s'agit d'une solution pratique, de plus en plus appréciée par la clientèle.

**Dans ce contexte, qu'en est-il du service universel?**

Urs Schwaller: Nous voulons assurer le maintien durable d'un réseau de points d'accès dense et commode pour le client, mais qui reste financièrement soutenable. D'ici 2020, il y aura en Suisse plus de 4000 sites fournissant des prestations postales. Actuellement, ils sont au nombre de 3800.

La Poste s'est toujours engagée pour un service public fort, et elle entend bien continuer à le faire. Avec la transformation du réseau, la Poste se donne les moyens d'être à la fois proche de sa clientèle et en bonne santé financière.

**A cet égard, quelle importance revêtent les bénéfices pour la Poste?**

Urs Schwaller: La Poste doit réaliser de solides bénéfices. On oublie souvent qu'elle assure son développement par ses propres

moyens, sans dépendre des financements de la Confédération. Il faut absolument qu'elle en soit encore capable à l'avenir. Nous améliorons constamment nos infrastructures et nos prestations en y investissant chaque année 400 à 500 millions de francs. Conscients de l'importante responsabilité qui est la nôtre, nous voulons offrir à la Suisse un service universel postal de la meilleure qualité, durablement. A cet effet, nous avons besoin de conditions-cadres qui nous permettent de nous développer.



” —

Ce qui compte, ce n'est pas la forme d'exploitation mais l'accessibilité de nos services.

” —

## La Poste détient aussi un véritable savoir-faire en matière de traitement confidentiel des données sensibles.

### Il y a encore beaucoup de clients qui préfèrent le contact humain. Comment la Poste entend-elle tenir compte de ce besoin?

Susanne Ruoff: En continuant de proposer des services assurés par du personnel. C'est bien dans cette optique que nous développons le réseau d'agences, lesquelles offrent de nombreuses prestations postales et pratiquent des horaires d'ouverture étendus. De plus, la collaboration avec un partenaire local permet de conforter les infrastructures des quartiers et villages. Nous voulons augmenter le nombre de filiales en partenariat à 1200 ou 1300 d'ici 2020 et créer 200 à 400 points service complémentaires tels que des points de dépôt et de retrait ou des automates My Post 24.

### La population suisse effectuant volontiers ses achats sur Internet, les volumes de colis ne cessent de croître. La Poste a-t-elle mis en place des solutions appropriées pour les destinataires et les expéditeurs?

Susanne Ruoff: Il est vrai que les achats en ligne sont une aubaine pour la Poste. Depuis 2013, les volumes de colis ont augmenté de 10,7% et, en 2016, nous en avons traité 122 millions, un record! Nous avons donc développé de nouvelles prestations pour diversifier et simplifier les modalités de réception des colis. Par exemple, nous avons créé 310 points service supplémentaires et introduit la prestation «Mes envois», qui permet aux destinataires d'aiguiller les colis expédiés avant leur arrivée, même quand ils leur sont adressés sans qu'ils le sachent. Quant aux expéditeurs, nous les aidons à être encore plus performants dans leurs activités, y compris avec des services tels que la distribution le dimanche ou le jour même. D'une manière générale, nous avons à cœur d'accompagner les entreprises suisses dans leurs démarches de vente en ligne, en Suisse et à l'étranger, avec des prestations sur mesure.

### Dans le commerce de détail traditionnel, c'est le paiement mobile qui est au cœur de l'actualité. Comment la Poste se positionne-t-elle dans ce domaine?

Susanne Ruoff: Le paiement mobile doit être simple et fonctionnel, mais, pour pouvoir supplanter le règlement en espèces,

il doit aussi offrir d'autres avantages à la clientèle. C'est justement le cas de TWINT, qui est bien plus qu'une solution de paiement. Elle permet notamment aux entreprises d'orchestrer des actions de marketing sur mobile et de doper leurs ventes avec des coupons promotionnels alléchants ou des cartes de fidélité numériques.

### TWINT ouvre donc aussi de nouveaux horizons aux clients commerciaux pour le marketing direct. Ne fait-elle pas ainsi concurrence à la lettre?

Susanne Ruoff: L'impact du support papier reste incontestable. Une brochure laissée sur la table de cuisine est souvent feuilletée à plusieurs reprises. La publicité numérique est quant à elle facile à supprimer, et à oublier. Les possibilités offertes par TWINT complètent de manière optimale les prestations de la Poste et s'inscrivent dans sa stratégie de mise en synergie des services physiques et numériques. C'est là une bonne façon de répondre aux besoins de tous nos clients. Reste un défi majeur: trouver le bon équilibre entre services traditionnels et solutions nouvelles.

### Songez-vous à d'autres prestations ou domaines d'activité que vous pourriez développer?

Susanne Ruoff: Nous voulons transposer nos compétences de base dans l'univers numérique, ce qui nous amène à explorer la thématique de la «smart mobility». Par exemple, nous testons de nouveaux modes de distribution, avec des robots ou des drones, ainsi que des solutions de logistique automatisées. Nous réfléchissons également au colis intelligent, qui trouve automatiquement son chemin car il sait où le client souhaite le recevoir. La Poste détient aussi un

véritable savoir-faire en matière de traitement confidentiel des données sensibles. Elle accompagne déjà les entreprises dans la transformation numérique de leurs processus commerciaux et les délègue notamment de tout le travail de gestion des documents, en enregistrant et en enrichissant les informations qui y figurent pour les intégrer à leurs systèmes de traitement de données. En parallèle, nous aidons aussi les entreprises à automatiser leurs processus commerciaux.

### Vous venez d'évoquer la transformation numérique: qu'en est-il au sein de la Poste?

Urs Schwaller: La transformation numérique de nos activités se situe à trois niveaux. Tout d'abord, nous confortons notre cœur de métier en le complétant par de nouveaux services numériques, tels que «Mes envois», où nous laissons le client intervenir dans le processus de distribution en nous indiquant quand et où il souhaite réceptionner son envoi. Avec des plateformes consacrées à la cybersanté et au vote électronique, la Poste exploite le numérique pour offrir à ses clients de nouvelles possibilités. Elle joue ainsi son rôle de partenaire de confiance, tout en élargissant sa sphère d'activités. A l'avenir, les votations et élections pourront se faire par voie électronique. Ici, la solution numérique vient donc relayer les opérations physiques qui disparaissent. Dernier point, et pas des moindres, nous dématérialisons aussi nos propres processus, tant au niveau de l'exploitation des grands centres de tri que des approvisionnements, ou encore de l'unité Personnel, avec notamment la gestion des recrutements et des départs.

” —

Reste un défi majeur: trouver le bon équilibre entre services traditionnels et solutions nouvelles.

# STRATÉGIE

La Poste a à cœur d'assurer un service universel de qualité, de pratiquer une gestion responsable, de réagir rapidement aux évolutions du marché et de répondre précisément aux besoins de la clientèle, tout en réalisant les objectifs financiers fixés par son propriétaire par le maintien de positions stables sur le marché. Elle entend ainsi créer de la valeur ajoutée pour la Suisse, la clientèle, le personnel et la Confédération. Considérant qu'il est la clé de sa réussite, la Poste attend beaucoup de son personnel et veille à l'encourager en conséquence.

Nous apportons une valeur ajoutée à:

## Notre propriétaire



### Finances

Résultat d'exploitation annuel (EBIT) de 700 à 900 millions de francs pour la période stratégique 2014–2016

## La Suisse



### Service universel

Mandat légal (cadre réglementaire) rempli à un niveau de qualité élevé dans un souci constant des besoins des clients



### Position sur le marché

Positions de pointe sur le marché suisse et sur celui du commerce électronique



### Développement durable

Amélioration de 10% de l'efficacité en matière de CO<sub>2</sub> d'ici la fin 2016 par rapport à 2010

## Notre clientèle



### Satisfaction de la clientèle

Au moins 78 points (échelle de 0 à 100)

## Notre personnel



### Engagement du personnel

Au moins 80 points (échelle de 0 à 100)

Stratégie

## Une plus-value pour tous

Gardant une longueur d'avance dans son cœur de métier, la Poste pose de nouveaux jalons avec ses produits et solutions. Elle s'attache ainsi à se démarquer de la concurrence, tout en remplissant son mandat de service universel.

Nous confortons notre cœur de métier et développons de nouvelles solutions système.

i

### **Vision de la Poste: Simplicité et système – La Poste.**

Nous relient le monde physique et numérique et définissons de nouveaux standards par nos produits et solutions. Nous facilitons les opérations de nos clients dans un environnement complexe et leur permettons de gagner en liberté.

Pour répondre aux besoins de la clientèle, relever les défis de son environnement de marché et satisfaire aux exigences du Conseil fédéral, la Poste définit des objectifs stratégiques: elle entend créer de la valeur ajoutée pour la Suisse, la clientèle, le personnel et la Confédération en veillant à assurer un service universel de qualité, à pratiquer une gestion durable et à accroître la satisfaction de la clientèle ainsi que la motivation du personnel, tout en respectant les exigences financières.

#### **Cœur de métier**

Le modèle commercial de la Poste se fonde sur ses activités de base, qui constituent un socle solide et s'articulent autour des lettres, colis, journaux et revues, des services de paiement et du transport public de voyageurs. Pour protéger et développer son cœur de métier, la Poste veille à appliquer une base de coûts adaptée au marché, à occuper des positions fortes sur toute la chaîne de création de valeur et à adapter en permanence son offre de produits et de solutions. Justifiant ainsi de performances inégalées en matière de qualité et de rapport prix-prestations, elle est en mesure de conserver son leadership et de le conforter durablement, tout en continuant d'assurer un service universel d'un haut niveau de qualité.

#### **Axes de développement**

Outre la consolidation de ses activités de base, la Poste poursuit une stratégie de croissance sur ses différents marchés. Dans ce cadre, elle mobilise ses ressources de manière ciblée pour permettre à l'ensemble du groupe de progresser suivant les axes de développement fixés, à l'appui desquels elle déploie de nouveaux modèles d'affaires:

– E-commerce: la Poste associe services de communication, solutions de logistique et prestations financières en les intégrant dans des offres globales répondant aux besoins des cybercommerçants et de leurs clients. Numéro un en Suisse pour les solutions système, elle propose un ensemble complet de prestations couvrant toute la chaîne de création de valeur de l'e-commerce.

- Marketing de dialogue: avec la Poste, les clients commerciaux disposent d'un vaste éventail de produits et de services pour leurs envois publicitaires.
- Services bancaires en ligne et mobiles: le progrès technologique accélère le transfert des services de paiement vers les canaux numériques. PostFinance en profite pour conforter sa position de choix sur le marché des services bancaires en ligne et mobiles, où elle conserve son avance.
- E-Post: la Poste est engagée dans une démarche de développement des prestations postales hybrides et numériques. Elle met notamment en place des systèmes hybrides, comme E-Post Office, la boîte aux lettres intelligente sur Internet qui permet au destinataire de décider comment il recevra son courrier: sur papier ou par voie électronique.
- Gestion des documents: au plan national et international, la Poste se positionne comme spécialiste de la gestion des documents. Avec ses solutions système sectorielles, elle entend tirer profit de la croissance du marché. Assurant un traitement efficace des factures, courriers commerciaux et autres documents, elle se charge de leur gestion, de leur enregistrement dans les systèmes électroniques des clients et de leur archivage.
- Solutions de mobilité: avec des solutions de mobilité innovantes, dont le vélo en partage (PubliBike), la Poste entend devenir le principal fournisseur de systèmes de transport de personnes.

#### **Perspectives**

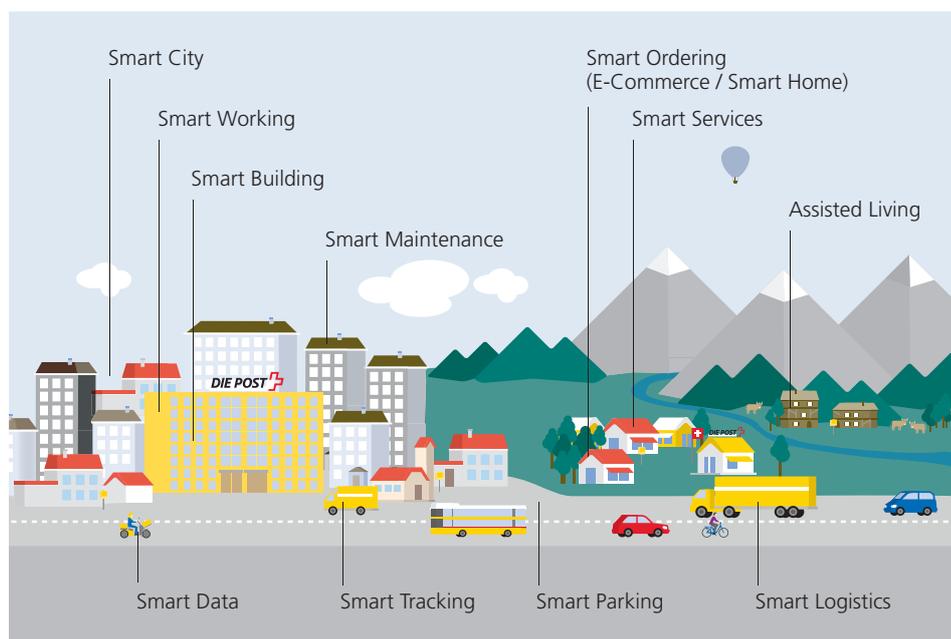
Fin 2016, la Poste a adopté la stratégie «Transformation – Poste 2020», fixant ses orientations et ses nouveaux axes de développement pour les quatre prochaines années.

→ Pour en savoir plus sur la stratégie, lire le rapport financier à partir de la page 16.

Axe de développement: les systèmes intelligents

## L'Internet des objets simplifie la vie quotidienne

Nous vivons dans un environnement de plus en plus intelligent, avec des objets connectés et des systèmes autonomes. Ces avancées technologiques recèlent un formidable potentiel, y compris pour la Poste et sa clientèle.



Un vélo volé signalant sa localisation à son propriétaire, un rayonnage toujours au fait de l'état des stocks, un car postal circulant sans conducteur dans une zone piétonnière: ces scénarios ne relèvent déjà plus de la science-fiction. Dotés de capteurs, les objets du quotidien sont reliés à Internet. Ils transmettent des données à des logiciels ultra-performants prenant des décisions autonomes (un peu plus avisés chaque fois grâce à leur capacité d'apprentissage) pour piloter d'autres objets, notamment des robots.

### Investir dans l'avenir

Moyennant des investissements substantiels, le développement de ces systèmes «intelligents» va bon train de par le monde – une évolution qui soulève des interrogations, mais qui ouvre surtout de nouveaux horizons, notamment dans la logistique des marchandises et le transport de voyageurs. Souhaitant contribuer activement à ces développements, la Poste s'engage dans la mise en place d'un réseau sans fil spécial pour l'Internet des objets. En mars 2016, elle a entrepris une série de tests avec pour ob-

jectif de connecter des «objets postaux» à Internet.

### De nouvelles prestations intelligentes

A l'avenir, les colis, les boîtes aux lettres et bien d'autres objets pourront être reliés à Internet via un réseau radio et en ne consommant qu'un minimum d'énergie grâce à de petits capteurs économes fonctionnant sans carte SIM. La Poste pourra ainsi proposer de nouvelles prestations «intelligentes» à sa clientèle.

Par exemple, un capteur joint à un envoi permettra de signaler une ouverture non autorisée du pli ou un dépassement de la température indiquée pour la conservation du médicament expédié. Un autre sera capable de reconnaître l'étape du processus pour une géolocalisation du problème. Grâce à de petits boutons intelligents, la clientèle pourra quant à elle déclencher des commandes directement à partir du rayonnage ou du casier de stockage, sans passer par un site de vente en ligne ou une application.



**Claudia Pletscher**  
Responsable Développement  
et innovation

### Claudia Pletscher, avec l'unité du groupe Développement et innovation vous faites «prendre leur envol» aux nouveautés. Qu'est-ce que cela signifie concrètement?

Nous apportons un savoir-faire et de nouveaux partenaires à la Poste; nous créons des connexions et des stimulations, en dynamisant les vieux schémas de pensée et en dépassant les évidences. Pour promouvoir le développement, nous lançons des projets inter-unités et des programmes axés sur le marché.

### Pourquoi la Poste s'intéresse-t-elle à des thèmes tels que l'Internet des objets et les technologies autonomes?

Les nouveaux développements s'accroissent, ils modifient sans cesse les attentes des clients et les activités de base de la Poste. Pour analyser en profondeur leur impact sur notre cœur de métier, nous avons défini des champs d'investigation spécifiques, le but étant d'identifier de nouveaux débouchés commerciaux.

### Quel rôle l'unité Développement et innovation joue-t-elle dans ce processus?

Nous aidons les unités d'affaires à mener à bien la transformation numérique. Les compétences clés de la Poste en matière de services physiques sont parfaitement exploitables dans l'univers numérique.

Axe de développement: les technologies autonomes

## Nouvelles technologies au service de la Poste de demain

Quel serait l'impact de robots de livraison autonomes sur son cœur de métier? En quoi des cars postaux sans conducteur et des drones modifieraient-ils les attentes de ses clients? La Poste s'intéresse de très près aux tendances technologiques du futur.

A Sion, un car postal autonome circule déjà avec précision et en toute sécurité dans les ruelles. Ailleurs, un robot de livraison autonome assurera peut être bientôt le portage de repas chauds aux personnes handicapées, ou un drone postal sera le moyen le plus sûr et le plus rapide de transporter un délicat tube d'échantillon sanguin d'un cabinet médical isolé jusqu'au laboratoire d'analyse.

«Les prévisions sont difficiles à établir, surtout quand elles concernent l'avenir» – une citation attribuée à l'écrivain Mark Twain, qui vaut aussi pour la Poste. Il n'en est pas moins vrai que le développement de systèmes de transport autonomes pour les personnes et les marchandises pourrait révolutionner les activités postales.

### L'innovation est inscrite dans les gènes de la Poste

C'est pourquoi l'entreprise accorde la plus grande attention à ces questions: «Acteur de poids sur le marché de la logistique, la Poste se doit de s'intéresser aux innovations et d'en être activement partie prenante», confirme Dieter Bambauer, responsable PostLogistics. La Poste entend donc contribuer aux recherches sur les drones et les robots de livraison en amont afin d'évaluer au plus vite l'intérêt qu'elle aurait à les intégrer à ses processus pour en accroître l'efficacité.

Au fil de son histoire, elle n'a cessé de se réinventer, comme l'illustrent les évolutions qui l'ont conduite de la diligence postale aux véhicules hybrides et électriques, en passant par les cars postaux alimentés au diesel. «L'innovation technologique fait partie de l'ADN de la Poste, qui a toujours eu à cœur d'identifier, de tester et de lancer des nouveautés», souligne Claudia Pletscher, responsable Développement et innovation. En fait, si la Poste ne mise pas elle-même sur les nouvelles technologies, d'autres entreprises le feront, qu'il s'agisse de Google, d'Amazon ou d'Apple. «C'est pourquoi elle veut faire la course en tête et développer des solutions d'avenir adaptées aux besoins de la population et de l'économie suisses», ajoute Claudia Pletscher.

### Pas d'invention sans expérimentation

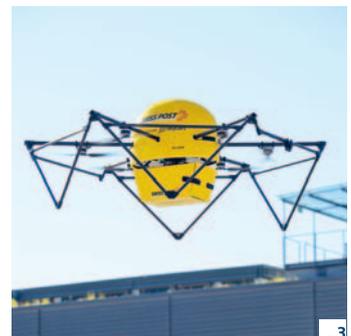
Certains tests réalisés avec des robots de distribution et des drones peuvent prêter à sourire, mais il faut se méfier des apparences. «Toutes les grandes innovations sont le fruit d'expérimentations», rappelle Claudia Pletscher. Lourd, encombrant et peu fiable, le premier smartphone (1993) avait tout du gadget. On peut en dire autant de la première automobile (1900), dont la vitesse moyenne ne dépassait pas les 6 km/h!



1



2



3

1 – Un robot de livraison autonome transporte des médicaments requis en urgence de la pharmacie jusqu'au domicile du patient.

2 – Test dans la ville de Sion: le car postal sans conducteur

3 – A l'avenir, des drones pourraient livrer des colis dans les zones reculées ou difficiles d'accès.

” —  
Toutes les grandes innovations sont le fruit d'expérimentations.

**Claudia Pletscher**  
Responsable Développement et innovation

# POINTS D'ACCÈS

Les points d'accès sont des endroits où les clients et les clientes peuvent accéder à des services postaux. La Poste entend déployer un réseau qui convient à tous. Pour ce faire, elle crée de nouveaux points d'accès et développe une offre flexible de services → [page 14](#). Dans un entretien, le responsable Réseau postal et vente évoque l'évolution et la transformation futures du réseau → [page 15](#). Depuis plusieurs années, le magasin d'alimentation de la commune seelandaise d'Aegerten est aussi une agence postale – et tout le monde est content → [page 16](#).



1 000 000

de **clients** ont chaque jour des contacts avec la Poste.



env. 3800

Tel est le nombre de **points d'accès** proposés par la Poste dans toute la Suisse.



1,3 million

d'**appels** ont été traités en 2016 par le service à la clientèle.



1,75 million

de **clients et clientes** utilisent **e-finance** pour gérer leur argent en ligne.



50 000

Tel est le nombre de **visiteurs** enregistré chaque jour par le **portail de la Poste**.



3,83 millions

Tel est le nombre de fois que les **applications** de la Poste ont été **téléchargées** à ce jour.

Le réseau postal du futur

## La Poste est au service de sa clientèle partout et à toute heure

Pour mieux répondre aux besoins de ses clients, la Poste diversifie et flexibilise ses prestations tout en développant en permanence de nouveaux points d'accès afin de créer un réseau toujours plus dense.

Anna fait livrer le jean commandé en ligne à un point de retrait situé sur le chemin du travail. Elle a payé son achat via e-finance. Si l'article ne lui convient pas, la Poste passera prendre le colis renvoyé à l'adresse de son choix, qu'elle lui aura indiquée en utilisant la Post-App.

### Partout et à toute heure

De plus en plus de clients de la Poste sont à l'image d'Anna: ils profitent des offres d'Internet et des services numériques en s'affranchissant des contraintes de lieux et d'horaires. Sensible à l'évolution des besoins de sa clientèle, la Poste continue de développer son réseau en conséquence. Grâce aux filiales exploitées par des partenaires tels que des détaillants (agences postales), aux points de dépôt et de retrait situés dans des gares et stations-service ou encore aux automates My Post 24, ses services sont aussi accessibles en dehors des horaires conventionnels, voire sans interruption – une offre qui vient répondre aux attentes d'une clientèle très diversifiée.

### 4000 points d'accès en prévision

La Poste propose actuellement près de 3800 points d'accès. D'ici 2020, leur nombre sera porté à un minimum de 4000, l'objectif de la Poste étant de jouer encore davantage la carte de la complémentarité entre points d'accès traditionnels et nouveaux, qui a fait ses preuves. Ainsi, le réseau postal 2020 comprendra 800 à 900 filiales en exploitation propre (offices de poste), 1200 à 1300 filiales en partenariat (agences postales) et 500 à 700 points service complémentaires tels que des points de dépôt et de retrait ou des automates My Post 24. Le nombre de localités avec un service à domicile sera maintenu à 1300 environ.

### Le réseau postal le plus dense d'Europe

La Poste assure déjà un maillage du territoire qui n'a pas son égal en Europe. «C'est là une force que nous voulons préserver avec une infrastructure financièrement viable à court, moyen et long terme», confirme Thomas Baur, responsable Réseau postal et vente, en précisant: «La Poste mise donc sur des points d'accès proches des lieux de passage de la clientèle, dont les gares, sur des filiales en partenariat et sur un vaste éventail de services numériques. Le réseau postal de demain sera bien plus diversifié. Associant points d'accès traditionnels et nouveaux, il permettra de répondre aux besoins de chaque génération et de toutes les régions».



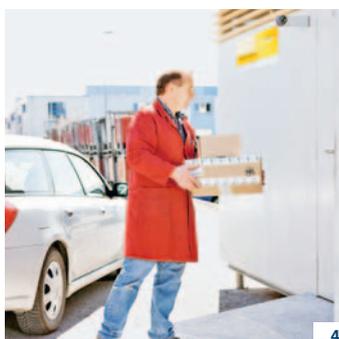
1 – Pas de timbre sous la main? Il suffit d'envoyer le mot «timbre» par SMS au numéro 414 et d'inscrire le code transmis, à la place du timbre-poste, sur l'enveloppe.

2 – Liberté de retirer et de déposer des colis au moment de son choix à des points de retrait et de dépôt sur nombre de sites, par exemple dans des gares CFF.





3



4

3 – Avec les automates My Post 24, la clientèle peut retirer et expédier des colis et des lettres recommandées 24 heures sur 24.

4 – Pour leurs envois, les clients commerciaux ont à leur disposition des points d'accès conçus sur mesure.



5

Entretien

## La Poste construit le réseau du futur

Depuis des années, la Poste développe son réseau en s'adaptant aux nouveaux besoins de sa clientèle. Pour les évolutions à venir, la Poste aura à cœur d'engager le dialogue avec les cantons et leurs populations. Comme à l'accoutumée, les décisions seront prises avec les communes concernées.

**Thomas Baur, vous avez dévoilé en octobre 2016 le réseau postal du futur. Quelles en sont les caractéristiques?**

Physique et numérique, le réseau postal du futur conjugue proximité, flexibilité et diversité. Nous voulons qu'il réponde aux besoins du plus grand nombre: jeunes et moins jeunes, populations rurales traditionnelles et citadins adeptes du numérique.

**Pourquoi faut-il transformer le réseau existant?**

Parce qu'il doit être adapté aux nouveaux besoins de la clientèle, tout simplement. Les volumes ne cessent de diminuer mais les ménages attendent de la Poste un service de la meilleure qualité, tout en voulant pouvoir faire usage de ses prestations quand ils en ont besoin et comme ils le souhaitent. C'est pourquoi nous leur offrons de nouveaux points d'accès, dont le nombre ne cesse d'augmenter, qu'il s'agisse des filiales en partenariat, des automates My Post 24 ou des points de dépôt et de retrait.

**Bientôt, il y aura plus d'agences postales que d'offices de poste. Pourquoi?**

Les filiales exploitées en partenariat, principalement avec des détaillants, sont aujourd'hui prisées pour leur commodité. La clientèle y trouve un vaste éventail de services postaux tout en profitant d'horaires d'ouverture arrangeants. De plus, la collaboration avec un partenaire local renforce l'infrastructure du village ou du quartier concerné.

**Certaines communes craignent de perdre leur office de poste. Quelles prestations postales leur seront proposées à l'avenir?**

Nous devons montrer à la population qu'il n'y a pas de démantèlement mais une transformation et un développement des services postaux.

5 – Payer ses factures: via e-finance, avec la PostFinance App ou directement au guichet

Aucun site n'est supprimé sans solution de remplacement. Nous dialoguons avec les communes pour chercher et trouver une alternative répondant aux besoins locaux. Chaque fois que nous le pouvons, nous avons à cœur de maintenir une présence locale, en optant généralement pour la solution éprouvée du partenariat, avec par exemple un magasin du quartier ou du village. Par ailleurs, les solutions numériques fonctionnent aussi bien à la campagne qu'en zone urbaine. Nous voulons avant tout permettre à notre clientèle d'accéder plus facilement à l'intégralité de nos produits et services, physiques et numériques.

**Comment expliquez-vous ces évolutions aux communes et à leurs habitants?**

Dans les localités concernées, la Poste convie la population à des réunions d'information pour lui présenter les solutions proposées et la diversité de nos services. Au final, l'objectif est bel et bien d'offrir aux citoyens et citoyennes des solutions répondant à leurs divers besoins, tout en leur garantissant le haut niveau de qualité et de fiabilité auquel la Poste les a habitués.

” —  
Les filiales en partenariat, principalement avec des détaillants, sont aujourd'hui prisées pour leur commodité.

**Thomas Baur**  
Responsable Réseau postal et vente,  
membre de la Direction du groupe

Filiale en partenariat

## Ce qu'il pouvait m'arriver de mieux...

Depuis trois ans, Verena Gnägi gère une agence postale dans son magasin d'alimentation, à Aegerten. Pour elle, c'est là une source de revenu complémentaire, la clientèle profitant pour sa part des heures d'ouverture étendues.

Pendant que la vendeuse colle les timbres sur les enveloppes, Ueli Hirsbrunner achète quelques produits frais pour le souper. Après avoir réglé ses achats, il ouvre la case postale de son entreprise horticole et en retire plusieurs envois. Le magasin d'alimentation d'Aegerten est aussi une agence postale. Depuis juin 2013, sa propriétaire Verena Gnägi prend en charge le courrier, délivre les colis et assure les opérations de versement effectuées avec la carte de la Poste ou la carte Maestro. Pour le chef de l'entreprise horticole Hirsbrunner, l'office de poste, c'est du passé. Il ne le regrette pas car il trouve l'agence postale très pratique: «Comme elle est ouverte plus longtemps, je peux désormais poster mon courrier après ma journée de travail.»

### La Poste reste au village

Ueli Hirsbrunner n'est pas le seul à apprécier cette nouvelle formule: «S'il est vrai que tout le village a été en émoi jusqu'à la fermeture de l'office de poste, les gens se sont vite attachés à cette agence installée dans leur magasin familial», déclare le maire de la commune Stefan Krattiger. Bien sûr, il aurait préféré garder l'office de poste mais, compte tenu des circons-

tances, la filiale intégrée à l'épicerie du village reste la meilleure solution. «La commune continue de bénéficier des services postaux, et j'en suis ravi.»

### Une chance pour la propriétaire du magasin

Pour Verena Gnägi, propriétaire du magasin d'alimentation, l'agence postale est une source de revenu complémentaire. «C'est ce qu'il pouvait m'arriver de mieux, y compris pour mes trois salariés. Aujourd'hui, un petit commerce de détail permet difficilement de joindre les deux bouts. L'agence postale m'a permis d'accroître mes recettes et d'avoir un travail plus varié», se réjouit-elle.



” —  
La commune continue de bénéficier des services postaux, et j'en suis ravi.

**Stefan Krattiger**  
Maire d'Aegerten



1 —  
Le magasin d'alimentation d'Aegerten est aussi une agence postale.

# EVOLUTION DE L'ACTIVITÉ

En 2016, la Poste a enregistré un bénéfice de 558 millions de francs, en recul par rapport à l'année précédente → [page 19](#). Elle affiche un résultat positif sur les quatre marchés, bien que la pression exercée sur son cœur de métier augmente → [page 20](#). La Poste entend maintenir son haut niveau de qualité, gagner en efficacité et adapter ses capacités à la demande, ce qui explique les importants investissements qu'elle a réalisés en 2016 → [page 21](#). En 2016 aussi, la clientèle a attribué à la Poste d'excellentes notes → [page 21](#).



558 millions

de francs. Le **bénéfice consolidé** est en baisse par rapport à l'exercice précédent.



80 points

Le niveau de **satisfaction de la clientèle** reste élevé.



2089 millions

de **lettres adressées** ont été déposées en Suisse en 2016.



119 milliards

Telle est la moyenne, en francs, du **patrimoine des clients** de PostFinance.



122 millions

de **colis** ont été distribués en Suisse en 2016.



152 millions

de **voyageurs** ont été transportés par CarPostal en 2016.

# Groupe

Devenu omniprésent dans notre quotidien, le numérique induit de nouveaux modes de vie, de consommation et de travail, tout en s'accompagnant d'une forte dynamique d'évolution. Dans cet environnement hyperconnecté, la Poste assure la jonction entre univers physique et numérique. Forte de son savoir-faire en matière de communication, de logistique, de services financiers et de transport de voyageurs, elle développe davantage de solutions système tout en continuant de proposer des produits et services spécifiques et modulaires. Avec ses offres conviviales et faciles d'accès, la Poste entend séduire sa clientèle et lui permettre de gagner en liberté. Elle veille aussi au développement d'un service universel de qualité tout en s'attachant à remplir les objectifs fixés par la Confédération.

**Produits d'exploitation**  
Millions de CHF

8188

**Bénéfice consolidé**  
Millions de CHF

558

**Fonds propres<sup>1</sup>**  
Millions de CHF

4881

**Valeur ajoutée de l'entreprise**  
Millions de CHF

121

**Effectif**  
Postes à plein temps

43 485

<sup>1</sup> Au 31 décembre 2016



Résultat du groupe

## Résultat solide pour la Poste

En s'accélégrant, la mutation structurelle exerce une pression accrue sur le cœur de métier de la Poste. Par conséquent, le résultat d'exploitation (EBIT) a reculé de 119 millions par rapport à l'exercice précédent pour s'établir à 704 millions de francs. Les produits d'exploitation solides s'établissent à 8188 millions de francs. Dans un environnement de marché âprement disputé, le bénéfice consolidé a diminué de 645 à 558 millions de francs. La Poste réagit à cette mutation en opérant des transformations à tous les niveaux: elle prend les devants en investissant dans son offre pour les clients privés et commerciaux et renouvelle son infrastructure.

Le résultat d'exploitation (EBIT) s'élève à 704 millions de francs, contre 823 millions l'exercice précédent. Les produits d'exploitation ont diminué de 36 millions de francs pour s'établir à 8188 millions de francs (exercice précédent: 8224 millions). En 2016, la Poste a réalisé un bénéfice consolidé de 558 millions de francs, en recul de 87 millions par rapport à l'exercice précédent.

Volumes en baisse, pression sur les marges dans le domaine logistique et faiblesse des taux d'intérêt se font de plus en plus sentir sur le résultat de la Poste. La vente d'une participation de PostFinance et des amortissements sur des aménagements de locataire dans les centres logistiques ont en outre influencé le résultat d'exploitation. Les amortissements en question étaient indispensables car, dans le domaine de la logistique, l'environnement économique évolue à une vitesse fulgurante.

### Investissements pour les clients

L'an dernier, la Poste a investi près de 450 millions de francs dans le développement de son infrastructure, dans de nouveaux services et dans d'autres projets (voir page 21).

### Notes exceptionnelles pour l'évaluation de la qualité

En 2016, la Poste a également financé intégralement le service universel ainsi que tous les investissements au moyen de ses propres ressources. Globalement, la Poste a de nouveau obtenu d'excellents résultats en termes de qualité du service universel avec une valeur de 95,8%. La législation postale exige que 90% de la population résidante permanente puisse

accéder à un office de poste ou à une agence postale, à pied ou par les transports publics, en 20 minutes. Cela montre encore une fois que le service universel fourni par la Poste fait partie des meilleurs en Europe.

### Dividende pour la Confédération

Au 31 décembre 2016, les fonds propres consolidés s'élevaient à 4881 millions de francs (avant répartition du bénéfice). Le Conseil d'administration va proposer à l'Assemblée générale la distribution d'un dividende de 200 millions de francs à la Confédération.

### Nécessité de profonde transformation

La pression exercée sur le cœur de métier de la Poste croît fortement. L'entreprise n'échappera pas à de profonds bouleversements au cours des prochaines années. Elle va encore mieux adapter ses prestations aux habitudes des clients et développer ses points d'accès. Pour cela, elle doit continuer de transformer son réseau en s'attachant à répondre aux besoins de la clientèle et à assurer la capacité de financement de ce réseau à long terme. Elle fait le pari de la filiale en partenariat, un modèle de réussite. Aujourd'hui déjà, les gains d'efficacité à tous les niveaux de l'entreprise contribuent au bon résultat opérationnel. Ils restent de mise. Enfin, la Poste devant trouver de nouvelles sources de revenus, toutes ses unités travaillent d'arrache-pied à la réalisation de projets innovants qui permettront de stabiliser durablement les produits d'exploitation du groupe.

→ Pour plus de détails sur le résultat du groupe, lire le rapport financier à partir de la page 25



**Alex Glanzmann**

Responsable Finances,  
membre de la Direction du groupe

### Etes-vous satisfait du résultat?

Au vu de l'environnement, qui est difficile, oui. Ce bon résultat est le fruit du haut niveau de performance opérationnelle de toutes les unités.

### Est-il plus difficile pour l'entreprise d'être rentable aujourd'hui?

Oui, c'est évident. La mutation structurelle fait sentir ses effets dans notre cœur de métier, avec une baisse des volumes sur le marché de la communication et un effritement des marges dans la logistique. Par ailleurs, PostFinance ne peut pas octroyer de crédits, les produits d'intérêts sont aléatoires et il est difficile de réaliser des profits en plaçant les fonds des clients.

### Malgré un bénéfice solide, le changement est-il toujours de mise à la Poste?

Sans bénéfice stable, nous ne pourrions plus assurer le financement durable du service universel par nos propres moyens. La Poste doit se transformer. Il lui faut absolument s'adapter aux évolutions pour répondre au mieux aux besoins de la clientèle, et exploiter d'autres potentiels de croissance ciblés en fonction de ses compétences clés. Pour avoir la latitude financière requise par ce processus de transformation et de développement, elle doit aussi continuer d'assurer une gestion rigoureuse des coûts.

Résultats par segments

## Pression croissante sur le cœur de métier

La Poste enregistre un résultat positif sur ses quatre marchés. L'évolution des différents marchés a toutefois été différenciée.

” —  
La Poste doit  
se transformer.

**Alex Glanzmann**  
Responsable Finances,  
membre de la Direction du groupe

### Marché de la communication

Le volume de lettres adressées est en recul de 3,8% par rapport à l'année précédente (2015: -1,4%); celui des envois publicitaires non adressés a diminué de quelque 3,5% (2015: -1,7%). PostMail a enregistré un résultat d'exploitation de 317 millions de francs (2015: 358 millions). La reprise en 2016 de la responsabilité des produits pour particuliers, qui incombait auparavant à Réseau postal et vente, et les effets de change se sont traduits par une augmentation des produits d'exploitation à 2,906 milliards de francs (contre 2,820 milliards en 2015).

Le résultat d'exploitation de Swiss Post Solutions a augmenté de 5 millions de francs par rapport à 2015 pour s'établir à 20 millions. Cette augmentation s'explique par des baisses de coûts et des projets visant des gains d'efficacité. Les produits d'exploitation sont en recul, passant de 609 millions de francs à 558 millions.

Réseau postal et vente enregistre un résultat d'exploitation de moins 193 millions de francs (moins 110 millions en 2015). Ce recul tient pour l'essentiel à l'adaptation du mandat de prestations interne et au recul persistant des opérations de guichet. Les versements ont eux aussi diminué, de 5,4% par rapport à 2015, et les produits d'exploitation ont reculé pour s'établir à 1,196 milliard de francs (exercice précédent: 1,601 milliard).

### Marché de la logistique

Par rapport à l'année précédente, le volume de colis traités a progressé de 5,7% (2015: +3,0%). PostLogistics a réalisé un résultat d'exploitation

de 117 millions de francs (2015: 145 millions). Ce recul s'explique principalement par la reprise de la responsabilité produit pour les colis de particuliers. Grâce à la progression du volume des colis et à une demande accrue de solutions de logistique des valeurs, les produits d'exploitation ont augmenté pour s'établir à 1,572 milliard de francs.

### Marché des services financiers

PostFinance a enregistré un résultat d'exploitation de 542 millions de francs, en hausse de 83 millions par rapport à 2015. Cette progression tient pour l'essentiel aux produits uniques générés par la vente de portefeuilles d'actions et d'une participation. Le résultat des opérations d'intérêts avant correctifs de valeur accuse un net recul (-48 millions de francs).

### Marché du transport de voyageurs

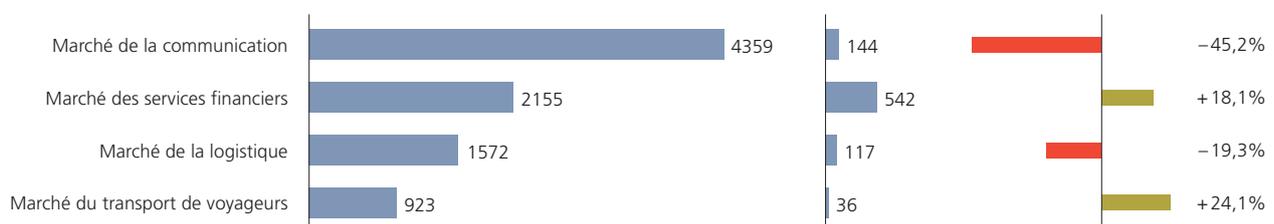
En 2016, CarPostal a une fois de plus parcouru davantage de kilomètres, transportant plus de voyageurs. Quelque 152 millions de voyageurs ont emprunté les cars postaux, soit près de sept millions de plus qu'en 2015. Le résultat d'exploitation de CarPostal a augmenté de 7 millions de francs par rapport à l'exercice précédent, atteignant ainsi 36 millions. Cette progression est due à la baisse du prix du carburant ainsi qu'à l'extension de l'offre et des prestations. Les produits d'exploitation ont augmenté de près de 9% pour atteindre 923 millions de francs.

→ Pour plus de détails sur les résultats des segments, lire le rapport financier à partir de la page 36

### Profonde mutation structurelle dans le cœur de métier

Produits d'exploitation (avant consolidation) en millions de CHF 2016

Résultat d'exploitation en millions de CHF 2016



Investissements

## Accroître les capacités pour gagner en efficacité

La Poste augmente les capacités du centre colis de Daillens, généralise les processus de logistique automatisés, harmonise l'architecture système dans les cars postaux et retire de la circulation les derniers scooters à essence.

En 2016, la Poste a équipé le centre colis de Daillens d'une nouvelle installation de tri encore plus performante pour y accroître les capacités, comme elle l'avait déjà fait dans les centres colis de Härkingen et de Frauenfeld. Dans un contexte de croissance des volumes de colis et de réduction des délais de livraison, elle est ainsi en mesure de maintenir l'excellente qualité de traitement qu'elle assure depuis toujours.

Dans le centre logistique de Villmergen, la Poste a mis en service une installation de stockage et de conditionnement entièrement automatisée pour les petites marchandises pharmaceutiques et les produits médicaux. Elle est la seule entreprise en Suisse à proposer une telle solution aux hôpitaux et aux homes.

Pour que toutes les opérations relevant de la gestion de compte et du trafic des paiements

puissent bientôt se faire sur une plateforme moderne, dans des conditions de fonctionnement et de sécurité toujours aussi optimales, PostFinance modernise son système de noyau bancaire.

A l'avenir, les différents véhicules de CarPostal ne seront plus équipés que d'un seul modèle d'ordinateur, de système de communication, d'émetteur GPS, d'antenne et d'écran. Avec ce projet d'architecture système intégrée (ISA), CarPostal investit dans l'harmonisation de ses systèmes informatiques.

Fin 2016, la Poste a retiré de la circulation ses derniers scooters à essence. Désormais, ses quelque 6300 véhicules de distribution à deux et à trois roues fonctionnent tous à l'électricité et uniquement avec du courant écologique certifié «naturemade star», produit en Suisse.



1 - Avec des installations de tri encore plus performantes, la Poste peut traiter les volumes croissants de colis en maintenant une qualité constante.

2 - Depuis fin 2016, la Poste utilise uniquement des scooters électriques écologiques pour la distribution des lettres.

Satisfaction de la clientèle

## Bonnes notes pour la Poste

Les quelque 23 000 clients commerciaux et privés interrogés sont satisfaits des prestations de la Poste, comme en témoignent les résultats du tout dernier sondage annuel sur la satisfaction de la clientèle: l'indice pour l'ensemble du groupe s'établit de nouveau à 80 points sur 100. Plus de la moitié des personnes interrogées se disent très satisfaites de l'offre et des prestations de la Poste. Le personnel décroche les meilleures notes grâce à son amabilité et à ses conseils personnalisés. Avec plus de 90 points, la qualité de distribution reçoit une très bonne appréciation pour la dixième fois consécutive. Quant au potentiel d'amélioration, la clientèle le situe principalement au niveau de la structure des prix et du traitement des problèmes en général.

Qualité de distribution des lettres et des colis

## Ponctualité sur toute la ligne

L'an dernier, la Poste a traité près de 2,1 milliards de lettres adressées. Au niveau du courrier A, 98,0% des envois ont été distribués dans les délais. Pour le courrier B, le taux a atteint 98,9%. En 2016, la Poste a transporté près de 122 millions de colis, ce qui est un nouveau record. Et la qualité de distribution n'a en rien diminué: en 2016, 98,1% des colis PostPac Priority et 97,2% des colis PostPac Economy ont été distribués dans les délais requis.

Avec de tels résultats, la Poste dépasse les exigences fixées par l'ordonnance sur la poste et occupe le haut du classement international.

**98,0 %**  
des lettres en **courrier A** ont été distribuées dans les délais.

**98,1 %**  
des **colis PostPac Priority** sont arrivés en temps et en heure chez leurs destinataires.

# Marché de la communication et marché de la logistique

La Poste fait le pari d'un réseau dense composé de points d'accès physiques et numériques divers et variés. Elle achemine en toute fiabilité et sécurité les lettres, les petites marchandises, les envois publicitaires, les journaux et les documents confidentiels. Elle prend en charge des processus commerciaux complets de gestion des documents, pour le compte des entreprises. Leader sur le marché de la logistique, la Poste couvre tous les besoins en Suisse et à l'étranger: du simple envoi de colis à la solution logistique complexe en passant par le transport de marchandises. Elle conçoit les sites Internet des commerces à distance, traite les commandes, emballe et achemine les colis, se charge des envois en retour et apporte son soutien à la commercialisation. Elle est en Suisse l'unique prestataire proposant une offre complète de solutions dans le domaine de l'e-commerce.

## Marché de la communication

Produits d'exploitation Millions de CHF	Résultat d'exploitation Millions de CHF	Lettres adressées En millions
4359	144	2089

## Marché de la logistique

Produits d'exploitation Millions de CHF	Résultat d'exploitation Millions de CHF	Colis En millions
1572	117	122



Gérer individuellement ses envois

## Des colis à l'arrivée programmée

Avec le service «Mes envois», les clients de la Poste sont informés que des colis et lettres recommandées qui leur sont destinés sont en cours d'acheminement. Ils peuvent alors préciser leurs souhaits de distribution ou réagir facilement s'ils ont manqué le passage du facteur.

Parce qu'elle est enregistrée auprès du Centre clientèle de la Poste, Sabrina sait qu'elle recevra un colis demain. Prévenue par SMS, elle peut consulter sous «Mes envois» les dates de distribution de tous les colis et lettres recommandées en cours d'acheminement qui lui sont destinés. Elle est aussi informée du nom de l'expéditeur et du lieu de dépôt et apprend si l'envoi peut être déposé dans le compartiment annexe. Le Centre clientèle lui indique en outre s'il s'agit d'un envoi contre signature et lui précise le montant d'un éventuel remboursement. Prévenue par SMS, Sabrina n'a pas besoin de se connecter au Centre clientèle pour rester informée.

### Aiguiller la distribution

Si Sabrina sait qu'elle ne sera pas chez elle le jour de la distribution, elle peut indiquer dans «Mes envois» quand et où la Poste devra distribuer son colis. Elle peut donc déterminer le jour, sélectionner une plage horaire ou approuver en ligne la distribution de colis. Elle coche ces options pour chaque envoi ou les définit comme paramètres permanents. S'il lui arrive malgré tout de manquer un envoi, elle garde encore la main en indiquant une date pour une seconde

tentative de distribution, en donnant procuration à une personne qui ira retirer son colis au guichet postal ou en faisant réexpédier celui-ci à une autre adresse, par exemple à un automate My Post 24. Enfin, quand elle est en vacances, elle peut prolonger le délai de retrait.

→ [www.poste.ch/mes-envois](http://www.poste.ch/mes-envois)

---

Offres à la demande

## Publicité? Oui et non

En Suisse, de nombreuses boîtes aux lettres affichent l'autocollant «Non merci». Leurs propriétaires se prémunissent ainsi contre les envois publicitaires non adressés, dont le contenu ne les intéresse pas. Mais ils passent également à côté de promotions intéressantes menées par leurs magasins préférés.

### Choisir les offres

C'est là qu'intervient «Offres à la demande». Dans le Centre clientèle de la Poste, les destinataires peuvent choisir parmi de nombreux prestataires ceux dont ils veulent recevoir les envois publicitaires, par exemple les offres hebdomadaires de leur supermarché préféré ou le catalogue d'un commerce à distance. Les publicités leur parviennent alors sous la forme d'un envoi adressé.

### Les entreprises elles aussi gagnantes

Les adresses des destinataires ne sont pas transmises aux entreprises à l'origine de la publicité, elles restent protégées. Cela n'empêche pas les expéditeurs de profiter eux aussi du nouveau service. Avec «Offres à la demande», ils peuvent s'adresser à un groupe cible précieux: celui des clients qui demandent explicitement leurs offres.

→ [www.poste.ch/offres-a-la-demande](http://www.poste.ch/offres-a-la-demande)

” —

Avec «Mes envois»,  
nos clients ont la maîtrise  
de leurs envois.

**Dieter Bambauer**  
Responsable PostLogistics,  
membre de la Direction du groupe

Solution intégrée d'e-commerce

## La déchiqueteuse des données sensibles

Comme le papier, les appareils électroniques peuvent être broyés. SafeRec, entreprise spécialiste de la destruction des données, a développé en collaboration avec la Poste une solution convaincante pour les PME et les clients privés.

” —  
Nos clients savent que la Poste traite les données sensibles en toute confidentialité.

**Andi Heller**  
Directeur de SafeRec AG

Lorsqu'un ordinateur rend l'âme, il faut l'éliminer. En déposant leurs appareils usagers dans le magasin d'électronique le plus proche, les particuliers prennent parfois le risque de laisser des personnes non autorisées accéder à des données sensibles.

### Exclure toute utilisation abusive

Lorsque la Poste s'en mêle, les déchets électroniques sont éliminés en toute sécurité et confidentialité, dans le respect de l'environnement. Au guichet postal, la Poste prend en charge les appareils emballés et les achemine dans son centre logistique de Pratteln, où SafeRec les détruit dans les règles, à l'aide d'une déchiqueteuse, et recycle les matières premières. Les produits usagers ne quittent la Poste que pour être revalorisés.

### Le bonus confiance de la Poste

SafeRec propose la destruction sûre et définitive des appareils aux particuliers, aux PME et aux communes. Les entreprises produisent elles aussi des déchets électroniques qui doivent être

éliminés dans les règles. «Nos clients veulent avoir la garantie que personne n'accèdera aux données contenues dans leurs appareils», explique Andi Heller, directeur de SafeRec AG. «Grâce à la Poste, nous pouvons leur offrir cette sécurité.»

### Proche des clients

L'élimination d'un appareil électronique commence sur le site Internet de SafeRec, qui a été développé sous la houlette de la Poste. Le prix de l'élimination est également réglé en ligne, avec la solution d'e-payment de la Poste. Le cas échéant, les clients de SafeRec reçoivent du matériel d'emballage de l'installation de stockage entièrement automatisée de YellowCube. Le colis est alors acheminé vers l'office de poste le plus proche avec la confirmation d'ordre. «Aucun autre prestataire de services logistiques ne possède un réseau de points de dépôt aussi dense», indique Andi Heller. «Cet aspect est déterminant pour le succès de notre modèle commercial, sans compter qu'à la Poste, je reçois tout d'un seul tenant.»

Qualité du service de distribution des colis

## Rien de machinal

### Monsieur Merdzcic, vous travaillez depuis des années à la distribution des colis. Que signifie pour vous la qualité du service?

Tout d'abord, cela va de soi, le bon colis doit être distribué à la bonne personne au bon moment. Pour cela, il faut avoir une bonne mémoire: je connais chaque numéro de maison, chaque boîte aux lettres et le nom de nombreux clients. Je sais exactement qui est au domicile et chez quel voisin je peux déposer un envoi. Cela explique l'excellent taux de distribution à la première distribution, qui est de 90% pour les colis.

### Ce résultat implique des connaissances et de l'expérience.

Absolument! Il est tout aussi important de connaître toutes les prestations, de renseigner avec compétence et de rester toujours cordial, par exemple lorsqu'une personne est en colère parce que je ne remets pas à son colocataire un colis déposé avec la mention «A remettre en main propre».

### De quoi dépend encore un bon service?

L'apparence doit évidemment être soignée. Je n'ai pas besoin de me forcer à sourire lorsqu'une personne m'ouvre la porte et que son visage s'illumine car son nouveau smartphone est livré. J'ai plaisir à rendre les gens heureux.



**Admir Merdzcic**  
Facteur colis à Bâle

## Nouveaux services de distribution

## Distribution des colis le jour même et le dimanche

L'importance croissante que revêt l'e-commerce va de pair avec le besoin grandissant des clients de recevoir leurs envois le plus rapidement possible, le jour même voire le dimanche. En leur proposant les options de livraison SameDay et Distribution le dimanche, la Poste procure de réels avantages concurrentiels aux commerçants en ligne.

” —  
La distribution le dimanche et les services SameDay procurent des avantages concurrentiels dans l'e-commerce.

**Marc Hasler**

Responsable Développement des produits et du marché, PostLogistics

Anne a failli se rendre les mains vides à la fête d'anniversaire que sa partenaire de tennis a organisée spontanément. Heureusement qu'en surfant le matin, elle a découvert que son commerce à distance proposait une distribution «SameDay après-midi» ou «SameDay soir». Avant d'aller au travail, elle a pu trouver un cadeau original qu'elle s'est fait livrer le soir, ce qui lui a permis d'apprécier pleinement sa soirée. Avec le nouveau service de distribution, que la Poste propose depuis l'automne 2016 le long de l'axe économique Genève-Saint-Gall, les envois sont livrés le jour même de leur dépôt. Ils sont pris en charge dans 59 offices de poste et à 25 guichets des clients commerciaux et distribués le jour même, quel que soit le lieu de dépôt.

### Livraisons plus rapides demandées

C'est également depuis l'automne 2016 que la Poste distribue le dimanche des colis aux particuliers, pour le compte de ses clients commerciaux à Zurich, Bâle, Lausanne et Genève. Elle a pris cette décision à l'issue d'un essai pilote prometteur mené avec Nespresso et coop@home dans ces quatre villes. «En proposant ce service, nous répondons au besoin de nombreux commerçants en ligne», explique Marc Hasler, res-

ponsable Développement des produits et du marché chez PostLogistics. «De plus, la Poste occupe une niche importante pour rester compétitive sur un marché des colis soumis à une concurrence internationale grandissante.»

## Drones et robots de livraison

## Test de nouveaux modes de distribution

A l'avenir, des robots de livraison autonomes pourraient être utilisés en journée pour effectuer une livraison urgente, par exemple un prélèvement sanguin pour un laboratoire ou un repas chaud pour une personne âgée. Ils sont testés depuis l'automne 2016 à Berne, Köniz et Biberist, en version accompagnée dans un premier temps. A l'instar des drones, les robots pourraient compléter la logistique de distribution de la Poste.

Dotés de capteurs, les robots de livraison circulent au pas et parviennent à destination en toute sécurité. Leur utilisation commerciale devrait intervenir au mieux dans trois ans. Les embouteillages de robots sur les trottoirs ne sont pas à craindre: à l'avenir, la grande majorité des colis seront également distribués par des personnes.

### Combiner deux technologies

Tandis que les robots de livraison sont destinés aux livraisons rapides en zone urbaine, les drones pourront un jour distribuer des envois spéciaux hautement prioritaires dans des endroits isolés. Les drones récemment testés peuvent transporter une charge utile de 5 kg sur une distance allant jusqu'à 20 km. Du fait de leurs atouts spécifiques, ces deux technologies peuvent être aisément combinées.

1 —  
A l'avenir, des robots de livraison pourraient assurer une livraison locale, flexible, rapide et peu chère.





**Jan Nyffenegger**

Assistant de direction, La Cucina

### Quelles sont vos expériences avec kaloka.ch?

Ce concept moderne et bien pensé nous convainc. La distribution le jour même et le site web, clair et conçu avec soin, apportent beaucoup à une entreprise comme la nôtre, plutôt petite.

### Que vous apporte concrètement la plateforme?

Nous profitons tout autant que nos clients de l'importante expérience de la Poste dans l'e-commerce. Nos clients sont pour l'essentiel des personnes actives qui ont peu de temps et veulent des produits de qualité. Les commandes que nous recevons via kaloka.ch sont assez nombreuses et portent plutôt sur de petits montants. Il s'agit par exemple d'une ou deux épices, qu'un client se fait livrer chez lui.

### Quelle est la réaction de vos clients réguliers?

Certains d'entre eux utilisent d'ores et déjà kaloka.ch. Mais ils continuent de venir avec plaisir dans notre magasin pour y sentir les épices et le thé. Nous voulons proposer à nos clients une belle expérience d'achat et un service de qualité, tant sur Internet que dans le monde réel.

Plateforme en ligne Kaloka

## Faire les magasins à Berne depuis son canapé

Sur la plateforme Kaloka, les clients naviguent dans plus de 50 magasins virtuels régionaux en restant sur le même site web. S'ils le souhaitent, leurs achats leur sont livrés le jour même.

Marianne est devant son écran et fait défiler son agenda électronique. Sa journée est remplie de rendez-vous plus importants les uns que les autres. Mais la spécialiste de marketing doit absolument trouver le temps d'acheter un cadeau pour son rendez-vous de la soirée. Heureusement, sa collègue Laura a une idée: «Va sur kaloka.ch. Ils proposent d'excellents produits de la région et livrent le jour même.»

Depuis 2016, la Poste propose à des magasins locaux bernois une plateforme de vente en ligne, kaloka.ch. Ces magasins généralement petits disposent ainsi d'un canal supplémentaire pour s'adresser à de nouveaux clients. Et ils peuvent tirer leur épingle du jeu avec la distribution SameDay et la possibilité de faire ses achats par SMS. Les articles sont livrés jusqu'à 16h00 pour les commandes passées avant 13h00 et jusqu'à 20h00 pour celles passées avant 17h00.

### S'appuyer sur l'expérience de la Poste

Plus de 50 commerçants locaux sont présents sur kaloka.ch. Ils n'ont pas besoin de créer leur propre boutique en ligne, car ils peuvent comp-

ter sur le savoir-faire de la Poste. Avec kaloka.ch, celle-ci combine ses compétences dans la distribution et dans l'e-commerce, où elle occupe une place importante depuis des années. La Poste prévoit de réaliser l'essai pilote dans d'autres régions de Suisse.

### Qualité d'origine locale

kaloka.ch est la solution idéale pour les gens exigeants qui ont peu de temps. Elle met à leur disposition des produits locaux de qualité, qu'ils peuvent acheter en ligne, facilement et rapidement, à l'instar de Marianne: pour se rendre dans plus de 50 magasins locaux, elle ne doit ni changer de site web, ni ouvrir différents comptes pour utiliser les paniers virtuels. Elle trouve que la gamme des boutiques locales est présentée avec clarté et soin.

Une fois sa commande passée, Marianne se rend vite à une réunion. Plus tard dans l'après-midi, elle reçoit un SMS: un coursier est passé et a déposé le cadeau à l'accueil.

→ [www.kaloka.ch](http://www.kaloka.ch)



1\_ Mario Stranges, directeur de «Ingredienza Der Laden», avec un panier rempli de spécialités italiennes.

Prestations sur le dernier kilomètre

## Apporter des lettres, et bien plus encore

Apporter, prendre en charge, clarifier: la Poste est chaque jour chez les gens et peut se charger avec efficacité de tâches supplémentaires.

Carole dépose près de la boîte aux lettres un sac rempli de vêtements triés, que la factrice de la Poste aura pris d'ici midi, lors de sa tournée, pour le remettre à une organisation de collecte.

Même si de nombreuses choses peuvent être automatisées ou réglées à distance de nos jours, il faut encore que quelqu'un se déplace chez les personnes pour certaines tâches, ce qui revient cher, surtout pour les interventions de courte durée. En la matière, la Poste possède un avantage de taille: elle est la seule entreprise dont les collaborateurs se retrouvent six jours de la semaine devant toutes les portes de Suisse ou presque.

### Produits régionaux en abonnement

L'exemple de la collecte de vêtements est un essai pilote qui pourrait bientôt devenir la norme. La Poste développe aujourd'hui, seule ou en partenariat, les prestations du futur qui seront fournies sur place.

Un exemple d'ores et déjà mis en œuvre montre que ces prestations peuvent être proches de son

cœur de métier: la Poste livre les produits saisonniers d'agriculteurs. Les producteurs qui possèdent un magasin à la ferme peuvent ainsi proposer aux clients proches de chez eux des abonnements à des conditions de livraison avantageuses. Les prestations actuelles et futures de la Poste sur le dernier kilomètre convainquent également du point de vue écologique, car elles ne nécessitent pas de trajets supplémentaires.



” —  
La Poste est la seule entreprise à se rendre chaque jour chez presque tout le monde.

**Florian Fertl**  
Responsable Dernier kilomètre & Business Solutions PostMail

1 —  
Même si de nombreuses choses peuvent être réglées à distance de nos jours, il faut encore que quelqu'un se déplace chez les personnes pour certaines tâches.

Relever un compteur

## Lorsque le facteur relève un compteur

Dorénavant, une application installée dans leur scanner permettra aux facteurs de relever les compteurs pour le compte de compagnies régionales d'électricité, d'eau et de gaz. La Poste propose cette nouvelle prestation en collaboration avec le prestataire informatique Avectris, qui a développé l'application et traite les données relevées.

La compagnie d'électricité du canton de Schaffhouse (EKS) est le premier mandant d'Avectris et de la Poste. Le personnel de distribution relève les compteurs des clients d'EKS dans certaines

régions depuis l'automne 2016 et dans tout le secteur d'approvisionnement depuis début 2017.

Des essais pilotes de relevé des compteurs électriques ont été menés dès 2015 avec plusieurs compagnies d'électricité, au moyen des lecteurs des fournisseurs et non de l'application installée sur les scanners de la Poste. Néanmoins, les résultats étaient déjà très prometteurs. Les processus fonctionnaient bien et le niveau de qualité élevé était toujours au rendez-vous pour la distribution du courrier. Il s'agit là d'un résultat essentiel pour la Poste, car les nouvelles offres sur le dernier kilomètre ne doivent pas mettre en péril l'activité de base mais, au contraire, la compléter judicieusement.

Des mailings d'appel aux dons convaincants

## Une aide efficace et rapide

Dès qu'une catastrophe survient, la mobilisation se met en place. Les appels aux dons étant particulièrement concluants s'ils sont envoyés très rapidement et s'ils s'adressent personnellement aux donateurs potentiels, moins de deux jours s'écoulent entre le déclenchement et l'envoi du mailing d'urgence développé par la Poste.



1 – Après des catastrophes, il est urgent de disposer sur place de l'aide de collaborateurs d'organisations humanitaires.

” —  
Un modèle de publipostage permet aux organisations d'aide d'être plus réactives.

**Andreas Lang**  
Responsable Direct Marketing Services de la Poste

Séismes, inondations, ouragans: les photos de destruction et de souffrance ne laissent pas indifférent. Nombreux sont ceux qui veulent faire spontanément un don. D'expérience, les organisations d'aide savent que la disposition des gens à donner est la plus élevée aussitôt après une catastrophe et que les lettres qui s'adressent directement aux destinataires sont particulièrement convaincantes. Il est donc important, après une catastrophe, d'envoyer le plus rapidement possible un mailing personnalisé, sans perdre de temps à le créer et à le produire. Car chaque jour qui passe signifie des dons en moins.

### Dons record pour SOS Villages d'enfants

La Poste a développé à l'intention des organisations d'aide un mailing d'appel aux dons basé sur des modules graphiques et de texte prédéfinis, qui peut être vite utilisé en situation d'urgence. Les contenus actualisés et personnalisés sont saisis; le papier, l'enveloppe et l'adresse sont déjà prêts pour l'impression, le letter shop et l'envoi. Seulement 35 heures après le feu vert

du mandant, le mailing peut être dans les boîtes aux lettres. «Nous nous félicitons d'œuvrer pour une bonne cause en proposant une solution intelligente», explique Andreas Lang, responsable Direct Marketing Services de la Poste. «Le publipostage direct envoyé après le tremblement de terre au Népal, par exemple, a été l'un des plus réussis de SOS Villages d'enfants pour ce qui est du taux de réponse et du montant des dons.»

Envois publicitaires internationaux

## Envoyer du parfum dans le monde entier

Quand avez-vous reçu votre dernière lettre d'amour parfumée? Il y a longtemps probablement. Mais cela pourrait changer: les fabricants de parfum proposent des cartes postales parfumées, sans la déclaration d'amour, certes, mais avec des effluves envoûtants. Le client potentiel n'a plus besoin de se rendre dans une parfumerie, le parfum s'engouffrant directement dans sa boîte aux lettres.

L'idée émane d'Asendia Switzerland, l'unité de la Poste chargée des envois internationaux de lettres et de marchandises. Le principe est simple: intéressé par un nouveau parfum, le client commande un échantillon parfumé sur Internet; après avoir vérifié la commande et l'adresse, Funke Lettershop, un partenaire de la Poste, imprime la carte parfumée, qu'Asendia Switzerland n'a plus qu'à envoyer dans le monde entier. Au cours des trois dernières années, 880 000 cartes parfumées ont été livrées dans neuf pays.

La solution est fort commode pour celui qui commercialise le parfum: il envoie les parfums sans surcroît de travail et aborde des clients potentiels aux quatre coins de la planète.



1 – «Tu te souviens, maman?» Avec le célèbre bâtonnet de glace de Migros comme sujet de carte postale, la fille envoie des remerciements en souvenir de sa douce enfance

API cartes postales, l'interface de programmation applicative pour les cartes postales

## Comment Migros fait de ses clients des ambassadeurs

Le légendaire bâtonnet glacé de Migros au recto, le rappel personnalisé dans le texte, le tout envoyé sous la forme d'une carte postale gratuite: c'est possible avec une interface numérique pour cartes postales destinée aux clients commerciaux.

«Tu te souviens, maman? J'ai toujours rêvé d'avoir un phoque!» C'est l'un des textes que l'on a pu lire à l'été 2016 sur des cartes postales dont le recto, pour une fois, ne reproduisait pas des montagnes ou des plages mais des produits culte de Migros: l'ice tea des années 90, le liquide vaisselle orange Handy ou encore le célèbre bâtonnet de glace avec le phoque. Les clients ont pu immortaliser sur des cartes postales leurs plus beaux moments avec leurs produits Migros préférés et partager leurs souvenirs. Le succès à été au rendez-vous: durant les trois premières semaines de l'action, 52 000 cartes ont été créées sur le site web de Migros ou via l'application, puis imprimées et expédiées par la Poste. «La carte postale est pour nous le parfait média pour susciter chez nos clients l'émotion du souvenir partagé d'un moment Migros», explique Philipp Kuonen, responsable de projet

Campagnes faitières de la Fédération des coopératives Migros. La nouvelle interface numérique innovante pour cartes postales a permis cette action.

Depuis quelque temps déjà, la Poste propose aux clients commerciaux de créer pour leurs publipostages des cartes postales avec PostCard Creator. L'API cartes postales va encore plus loin: des entreprises telles que Migros offrent à leurs clients la possibilité de créer et d'expédier eux-mêmes des cartes postales. Elles intègrent les fonctions dans leurs touch points numériques grâce à l'interface de programmation applicative – ou Application Programming Interface, API. Les possibilités d'utilisation de cette carte hybride sont très variées pour les entreprises et les organisations.

Philatélie

## Des timbres de nouvelle génération

Les timbres-poste lancés en 2016 font entrer les clients dans des univers sensoriels inédits. Avec le timbre-poste spécial «Gottardo 2016», on a

l'impression de sentir et de toucher le massif du Gothard. Pour l'ouverture du tunnel de base du St-Gothard, qui, d'une longueur de 57 km, relie le nord au sud du pays, la Poste s'est montrée particulièrement originale: elle a réduit en poudre fine une petite partie des 28 tonnes de roche extraite de la montagne pour la fixer sur le timbre à l'aide d'un vernis spécial.



Les timbres de Noël 2016 ne manquent pas d'originalité eux non plus. De grande qualité, les quatre timbres – le sapin de Noël, le bonhomme de neige, l'ange et la luge – promettent aux Suisses un Noël sous la neige même si le ciel en décide autrement: surprise garantie pour tous ceux qui scannent les objets miniatures avec la Post-App.

Credit Suisse

## Scannage de documents: des avantages pour le client et la Poste

Swiss Post Solutions coopère avec Credit Suisse, dont elle va gérer le centre de scannage en Suisse à compter de février 2017. Elle trie automatiquement les documents entrants et les remet à la banque après les avoir optimisés. Ce changement de taille procure nombre d'avantages.

Credit Suisse se transforme progressivement en banque numérique. L'établissement bancaire veut proposer ses prestations aux clients sous forme numérique et créer une expérience client unique en son genre. Cette numérisation se traduit à la fois par une réduction des délais de traitement, une simplification des processus et une baisse des coûts.

La collaboration avec Swiss Post Solutions dans le domaine du scannage de documents représente une avancée significative pour Credit Suisse: les collaborateurs n'ont plus besoin de transmettre physiquement les documents, ils ont accès aux données nécessaires immédiatement et partout. Parallèlement, la banque peut mieux suivre la trace d'un document électronique, réagir plus vite et avec plus de souplesse aux demandes des clients et automatiser bon nombre de processus internes. Grâce à son expérience avec des centres de services, Swiss Post

Solutions peut de son côté fournir ses prestations en maîtrisant les coûts. Cette collaboration est primordiale pour les deux partenaires, car, ensemble, ils développent des solutions innovantes et prometteuses, qu'ils mettent en œuvre pour leurs clients.

Le bureau électronique

### Distribution numérique au siège principal

Souvent, le bureau électronique n'en est pas un en raison du courrier entrant. Une entreprise reçoit des milliers de lettres, journaux et colis par voie physique. Ces envois se chiffrent chaque année à près de 300 000 au siège principal de la Poste. Désormais, Swiss Post Solutions en numérise une grande partie, qu'elle distribue par voie électronique. Environ 80% des envois peuvent être numérisés.

#### Du courrier au poste de télétravail

Avec la distribution numérique, la Poste soutient en interne le bureau électronique. Ses collaborateurs n'ont plus besoin de scanner eux-mêmes le courrier entrant pour l'archiver par voie électronique, il est disponible dans Outlook le jour de sa distribution. Outre le gain de temps, cette méthode simplifie le travail hors de l'entreprise, par exemple le télétravail et le travail nomade. Les expéditeurs des lettres profitent eux aussi de la numérisation, car leurs requêtes sont traitées plus rapidement grâce à des processus plus efficaces.

Swiss Post Solutions propose également cette solution à des tiers. Des projets pilotes ont démarré avec des clients externes, d'autres sont prévus.



# 300 000

envois sont distribués au siège principal de la Poste chaque année.

# 80 %

des envois entrants se prêtent à la numérisation.



Swiss Post Solutions

## Robots performants pour cas d'encaissement de PostFinance

Depuis l'automne 2016, PostFinance et Swiss Post Solutions (SPS) testent dans le cadre d'un projet conjoint la façon dont des robots logiciels pourraient soutenir le processus d'encaissement de PostFinance.

Jusqu'à présent, PostFinance déclenchait un processus complexe si Monsieur Martin ou Madame Durand oublièrent de régler leur facture de carte de crédit. Une équipe du back-office de la banque traitait manuellement, à intervalles réguliers, une liste contenant les données des clients négligents. Pour cela, elle devait observer une procédure à plusieurs niveaux et utiliser différents systèmes.

### Recours à la robotique

Swiss Post Solutions a développé pour PostFinance une solution qui recourt à la robotique process automation (RPA). Un robot explore régulièrement les comptes des clients concernés, y compris en dehors des heures de bureau, et permet ainsi un traitement efficace des cas d'encaissement. Il reconnaît des données telles que le numéro IBAN ou le type de carte de crédit et démarre différentes applications de back-office pour analyser l'avoir disponible et vérifier quand les factures précédentes de carte de crédit ont été réglées. Le robot communique ensuite aux collaborateurs les comptes qui affichent des

montants susceptibles d'être facturés. Il assiste ainsi le processus dans le respect de toutes les règles commerciales, quasiment en temps réel.

### Meilleur niveau de qualité et de conformité

«La RPA est une technologie essentielle, qui permet aux entreprises en pleine mutation numérique d'améliorer la qualité du traitement et de réduire le temps de traitement manuel», indique Jörg Vollmer, responsable Swiss Post Solutions. «Autre avantage: les anciens systèmes ne doivent pas être reconfigurés, car le robot travaille sur les systèmes existants. De même, nous avons la garantie que chaque étape est entièrement vérifiable et documentée et que les données concernées restent au sein de l'entreprise.»



1 - Swiss Post Solutions se charge du traitement physique du courrier pour la clientèle commerciale.

2 - Une collaboratrice de Swiss Post Solutions scanne des envois sur place.



### Automatisation intelligente

L'intelligence artificielle peut automatiser le traitement de documents non structurés tels que des demandes par courriel. Elle étudie tout d'abord le contenu du message: s'il s'agit par exemple d'une demande d'offre, le système recherche des informations clés telles que le nom de l'expéditeur et son numéro de client avant de les combiner à des données clients disponibles en interne. En fonction des données et des règles définies, il peut ensuite poursuivre le traitement de façon autonome et expédier l'offre demandée. S'il ne s'en sort pas seul, le système transmet la demande à un collaborateur administratif. Lorsque le même cas se reproduit, le système le reconnaît et peut le traiter en toute autonomie. Il se forme donc en continu.

Vote électronique

## Voter en quelques clics

La solution de la Poste permet de participer aux votations et aux élections par voie électronique. Elle a été introduite dans le canton de Fribourg à l'automne 2016. Neuchâtel lui emboîte le pas en 2017.

» —  
La Poste montre qu'elle peut transporter par voie électronique des bulletins de vote en toute sécurité et confidentialité.

**Denis Morel**  
Responsable Vote électronique

Grâce à la solution de la Poste, les électeurs seront à l'avenir toujours plus nombreux à délaissier les urnes ou le vote par correspondance pour le vote en ligne. Avec le vote sur Internet, fini les problèmes de bulletins de vote mal remplis ou non signés et d'écritures illisibles! De plus, les Suisses de l'étranger n'auront plus à craindre que leurs enveloppes de vote ne s'égarer en chemin ou ne parviennent pas à destination à temps.

### Chiffrement de bout en bout

«La Poste permet d'ores et déjà le vote par correspondance. Désormais, nous assurons également la transmission électronique sécurisée du bulletin de vote», déclare Denis Morel, responsable Vote électronique. Pour garantir la protection et la sécurité des données, la Poste recourt aux technologies de chiffrement les plus modernes, telles que le chiffrement de bout en

bout. Pour cela, elle a collaboré avec le fournisseur de solutions Scytl, leader mondial dans les technologies de vérification et de chiffrement pour le vote électronique. La solution est installée, exploitée et contrôlée par la Poste dans ses centres de données certifiés ISO et TÜV. Seule la commission électorale du canton peut ouvrir l'urne électronique avant de décrypter et de décompter les votes.

### Dans la pratique

Le canton de Fribourg a utilisé pour la première fois la solution de la Poste lors du dimanche d'élections en novembre 2016. La première pour le canton de Neuchâtel a eu lieu en février 2017, pour les votations fédérales. D'ici 2018, la solution aura été développée de sorte que tous les électeurs puissent participer en ligne à des élections et des votations.



1 – **Danielle Gagnaux-Morel**  
Chancelière d'Etat du canton de Fribourg

2 – **Séverine Despland**  
Chancelière d'Etat du canton de Neuchâtel

Entretiens avec des chancelières d'Etat

## Une solution d'un seul tenant

### Madame Despland, pourquoi le canton de Neuchâtel a-t-il opté pour la solution de la Poste?

Un canton ne peut exploiter seul une solution de vote électronique. Nous avons donc recherché un partenaire fiable. Le fait de continuer de façonner le vote électronique en Suisse et de pouvoir nous appuyer sur l'expérience des dix dernières années a été déterminant dans notre choix. Le partenariat avec la Poste permet tout cela. Nous menons un dialogue permanent, nos besoins et nos expériences sont pris en compte.

### Les rôles sont donc clairement définis?

Oui. La Poste met à disposition l'infrastructure pour le scrutin électronique et elle nous soutient lors de la préparation et de la configuration. Le canton reste bien sûr responsable de tout le processus et du contenu du scrutin.

### Madame Gagnaux, depuis quand le canton de Fribourg a-t-il institué le vote électronique?

Nous l'avons utilisé pour la première fois pour les votations fédérales et le deuxième tour des élections cantonales, le 27 novembre 2016, tout d'abord uniquement pour les 5000 Suisses de l'étranger inscrits dans le canton. Mais nous envisageons à long terme de l'étendre à toute la population.

### Quels sont les atouts de la solution de la Poste?

Il était primordial à nos yeux que toutes les données restent en Suisse, qu'elles soient chiffrées et anonymisées et qu'aucun tiers n'y ait accès. Un canton ne peut prendre aucun risque en termes de sécurité. Nous nous sommes décidés pour la Poste, car elle propose une solution sûre avec un chiffrement total de bout en bout.

## Cybersanté

## La cybersanté sécurisée

A la jonction des processus de traitement et des processus logistiques, la Poste jette un pont entre compétences physiques et numériques. Elle crée de la valeur ajoutée pour tous les acteurs du système de santé.



1 – Disposer à tout moment de toutes les informations significatives en matière de santé.

” —  
Avec ses solutions numériques, la Poste soutient la logistique dans le secteur de la santé.

**Martin Fuchs**  
Responsable eHealth

Arthur effectue une visite de routine chez son médecin qui, constatant que sa tension artérielle est de nouveau élevée, lui prescrit de la prendre durant 24 heures. Arthur reçoit le tensiomètre par la poste. Comme il dispose d'un dossier électronique du patient, il retourne facilement et rapidement à son médecin les données collectées pour que celui-ci les analyse. Plus tard, la Poste reprend l'appareil, le fait nettoyer et le range.

### Le b.a-ba, une plateforme de cybersanté

«Ce cas montre parfaitement comment nous concevons le rôle futur de la Poste», indique Martin Fuchs, responsable eHealth de la Poste. «Nous voulons relier entre eux les processus de traitement et les processus logistiques grâce à notre plateforme de cybersanté.» Le secret postal est respecté tant lors de la transmission d'informations sensibles que lors du transport physique de produits médicaux.

Il y a quelque temps déjà que la Poste, entreprise de logistique, aligne les succès dans le secteur de la santé. Elle livre par exemple dans les blocs opératoires des prothèses articulaires et les instruments qui vont avec, reprend ensuite ces

derniers et les fait stériliser pour l'utilisation suivante. La transformation numérique offre la perspective de développer des prestations comme celles-là en des solutions de cybersanté compétitives en recourant aux possibilités qu'offre l'univers numérique.

La Poste met en réseau tous les acteurs du secteur de la santé, via la plateforme de cybersanté. «Les nouvelles offres numériques nous permettent de simplifier et d'accélérer les processus, d'éliminer les sources d'erreur et d'assurer un flux de données ininterrompu», explique Martin Fuchs. La Poste contribue ainsi aux économies de coûts dans le secteur et à l'amélioration de la qualité.

## E-Post Office

## Bureau électronique pour les paiements, les archives et le courrier

André a spécifié dans E-Post Office qu'il reçoit les lettres de son assurance par voie électronique. Pour régler la prime, il devait aller dans son e-banking avant. Aujourd'hui, tout est plus pratique: depuis l'automne 2016, il peut transmettre à sa banque la facture depuis sa boîte aux lettres intelligente sous forme d'ordre de paiement.

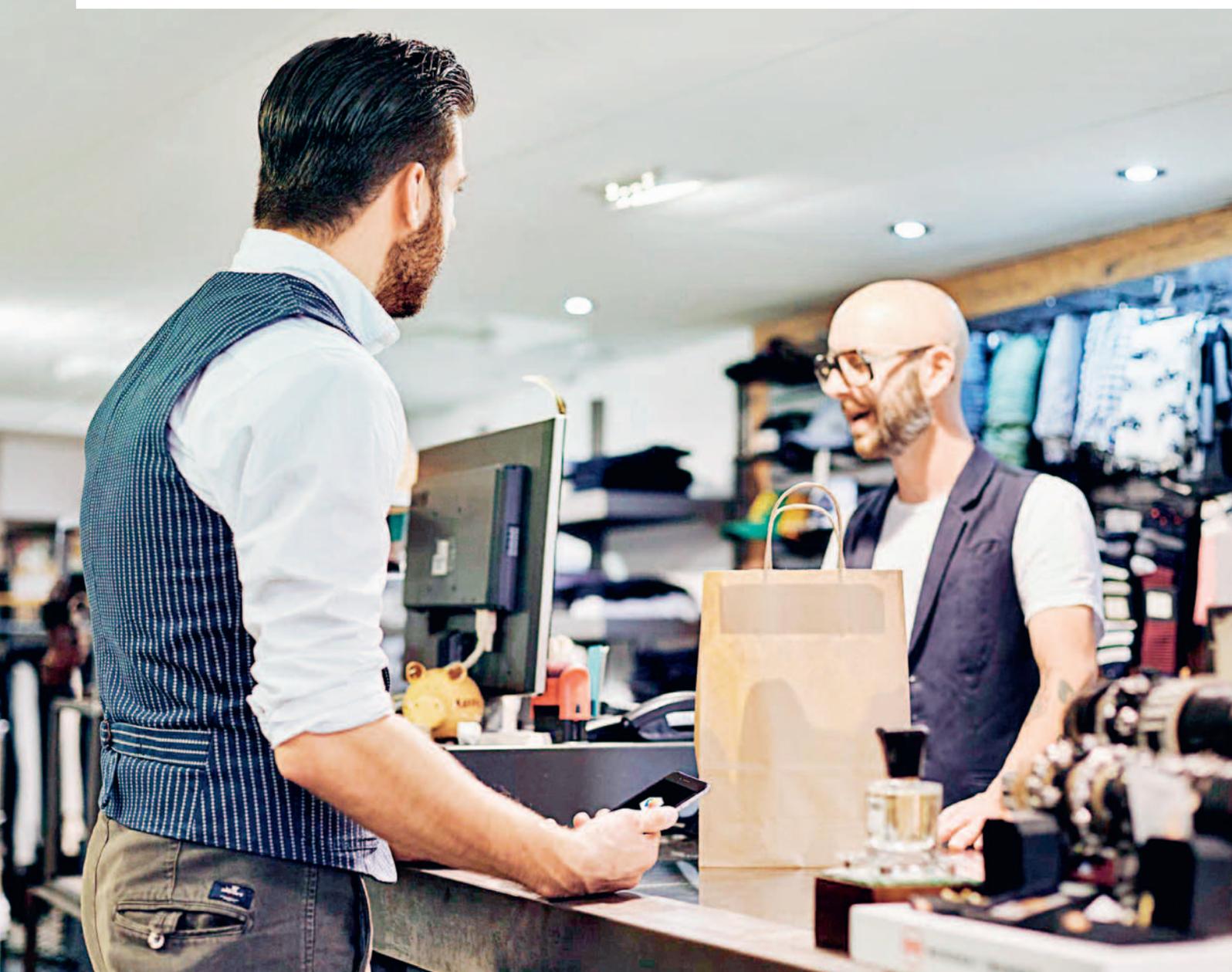
### Factures papier acceptées

André reçoit aussi du courrier dans sa boîte aux lettres physique. Il photographie ces documents sur son portable, avec l'E-Post Office App. Ceux-ci sont alors automatiquement archivés dans E-Post Office au format PDF. E-Post Office lit les textes avec un logiciel de reconnaissance d'écriture. André n'a plus besoin de saisir de numéros IBAN. D'un clic de souris, il peut également passer un ordre de paiement pour ces factures.

## Marché des services financiers

PostFinance entend rester le numéro un du trafic des paiements en Suisse, en continuant de développer ses services numériques et en poursuivant sa croissance sur toute la chaîne de création de valeur de sa clientèle commerciale. C'est dans cette optique que, par l'intermédiaire de sa filiale TWINT, elle a mis au point une solution de paiement mobile, fusionnée ensuite avec Paymit, un produit concurrent. Désormais, e-trading permet aussi d'effectuer des opérations de bourse via des appareils mobiles. L'activité «Placements» a quant à elle été renforcée. Pour rester en phase avec la dynamique du marché financier, PostFinance investit dans des start-up innovantes qui opèrent dans ce secteur. Elle a ainsi à cœur d'exploiter au plus tôt les produits, technologies ou modèles d'affaires porteurs et de continuer d'enranger des succès malgré une situation difficile sur le front des taux d'intérêt.

Produits d'exploitation Millions de CHF	Résultat d'exploitation Millions de CHF	Comptes clients Quantité en milliers	Afflux de nouveaux capitaux Millions de CHF	Ø Patrimoine des clients Milliards de CHF
2155	542	4845	4479	119



TWINT

## Le système suisse de paiement mobile

Payer en caisse avec un smartphone, acheter sur Internet, profiter d'un coupon ou rembourser un ticket de cinéma à une amie: tout est possible avec TWINT, le porte-monnaie numérique. Depuis la fusion de TWINT et de Paymit, la Suisse dispose d'une solution de paiement mobile des plus performantes.

” —

Les deux systèmes ont été réunis en une seule solution cumulant leurs atouts respectifs.

**Thierry Kneissler**  
CEO de TWINT SA

Rebecca dépose ses emplettes sur la bande roulante, tandis que le client précédent cherche sa monnaie pour payer de menus achats. Grâce à TWINT, elle est dispensée de ce tracassant: elle approche son smartphone du «beacon» TWINT et le montant d'achat est instantanément débité de son compte. Sa carte client étant enregistrée dans l'application TWINT, elle n'a même pas besoin de la présenter. Son coupon de réduction sur les yaourts aux fraises y est lui aussi consigné et elle profite automatiquement du rabais.

### Cumuler les atouts

Dès le printemps 2017, l'application TWINT aura une nouvelle corde à son arc: au nombre de ses fonctions éprouvées va s'ajouter le débit direct du compte lors du paiement, une évolution rendue possible par la fusion de TWINT avec Paymit, la solution de paiement mobile de SIX et de banques suisses. «Dotés de caractéristiques différentes, les deux systèmes ont été réunis en une seule solution cumulant leurs atouts respectifs. TWINT devient ainsi encore plus performante», indique Thierry Kneissler, CEO de TWINT SA.

### Les six principales banques à bord

Pour lancer la nouvelle TWINT SA, il fallait avoir le feu vert de la Commission de la concurrence. Une fois qu'il a été obtenu, en septembre 2016, le développement du système et les négociations avec les partenaires ont été menés tambour battant. «Nous sommes fiers de pouvoir dire que les six principales banques suisses et SIX sont parties prenantes à TWINT», déclare Thierry Kneissler. Avant même leur fusion, TWINT et Paymit comptaient déjà à elles deux plus de 500 000 clients.

### Du paiement en espèces à la solution mobile

Pour Thierry Kneissler, le principal défi tient bien moins à la concurrence d'applications telles qu'Apple Pay qu'à la force de l'habitude: «Beaucoup de consommateurs préfèrent encore payer en espèces. Nous devons réussir à les convaincre de l'intérêt de la solution mobile, ce qui ne sera pas chose aisée.»

→ [www.twint.ch/fr/](http://www.twint.ch/fr/)



### TWINT en bref

Fonctionnant avec n'importe quel compte bancaire et smartphone, TWINT est la solution suisse de paiement mobile. Elle permet aussi d'envoyer et de recevoir de l'argent, d'enregistrer et de faire valoir des cartes client, des coupons et des cartes de fidélité ou encore d'effectuer des dons.

E-trading

## Opérations de bourse en tout lieu et en temps réel

Avec la nouvelle plateforme e-trading et la PostFinance App, on dispose d'un moyen simple et pratique pour effectuer ses opérations de bourse mais aussi pour suivre en direct l'évolution des cours – un développement qui doit beaucoup au partenariat avec Swissquote.

» —  
**Notre clientèle doit pouvoir effectuer ses opérations de bourse à toute heure et en tout lieu.**

**Patrick Beyeler**  
 Responsable Produits de placement

Négocier en temps réel des actions, des obligations, des fonds, des ETF et des dérivés sur les principales places boursières de Suisse, d'Europe et d'Amérique du Nord, consulter tous les titres et lire des analyses détaillées: telles sont les possibilités offertes par la nouvelle plateforme e-trading de PostFinance, parmi d'autres. «L'interface a été optimisée visuellement et les utilisateurs peuvent désormais la configurer eux-mêmes en fonction de leurs préférences personnelles», tient à préciser Roland Flütsch, gestionnaire de produit E-trading. Pour les quelque 60 000 clients e-trading, le négoce des titres n'est est que plus simple.

### Quand tout peut se jouer dans l'instant

Pour suivre les évolutions partout et à toute heure, on peut aussi se faire envoyer un SMS ou un e-mail sur les opérations effectuées, définir des alertes de prix et traiter toutes les transactions directement via la PostFinance App. «Dans le monde de la bourse, le facteur temps est essentiel. C'est pourquoi nous avons voulu offrir

à notre clientèle un moyen d'exécuter ses opérations de bourse n'importe où et n'importe quand», explique Luca Ritucci, collaborateur 3rd Level au Contact Center E-trading.

Cette nouvelle plateforme a été développée par Swissquote, partenaire stratégique de PostFinance pour les transactions boursières. En 2014, PostFinance a acquis une part de 5% du capital de Swissquote Group Holding SA.

Les nouveaux clients ont pu s'inscrire sur la plateforme e-trading dès mars 2016 et la migration des clients existants a eu lieu deux mois plus tard. PostFinance ayant obtenu l'autorisation d'exercer une activité bancaire et de négocier des valeurs mobilières, elle joue le rôle de courtier et de banque dépositaire pour sa clientèle. Swissquote assure la gestion des dépôts pour le compte de PostFinance.

→ [www.postfinance.ch/e-trading](http://www.postfinance.ch/e-trading)



### Pour les investisseurs ayant le goût du risque: fonds avec une forte part d'actions

Les jeunes se demandent souvent pourquoi ils devraient déjà penser à leur retraite, tandis que les plus âgés aimeraient bien trouver des placements plus lucratifs en cette période où les produits d'intérêts sont quasi nuls. Pour les clients de PostFinance, opter pour la prévoyance personnelle est toujours un bon choix: ils peuvent ainsi placer leur avoir de prévoyance à long terme en étant prudents ou audacieux. Depuis juin 2016, les investisseurs ayant le goût du risque peuvent davantage profiter des opportunités offertes par le marché des actions: PostFinance a été le premier établissement financier à introduire un fonds géré de manière passive pour le pilier 3a avec une part d'actions de 75%.

→ [www.postfinance.ch/prevoyance](http://www.postfinance.ch/prevoyance)



Corporate Venturing

## PostFinance mise sur l'avenir

PostFinance investit dans des start-up et développe ainsi son savoir-faire en permanence. Jens Schulte, responsable Corporate Venturing, explique ce qui motive l'entreprise dans sa démarche et quels sont ses projets d'avenir.

### Jens Schulte, que recouvre le Corporate Venturing chez PostFinance?

Le Corporate Venturing est un investissement financier dans de jeunes pousses innovantes et prometteuses, qui inclut donc une bonne dose de risques.

### Pourquoi PostFinance s'intéresse-t-elle à ces start-up?

Aujourd'hui, environ deux tiers des recettes de l'entreprise proviennent des opérations d'intérêts. Compte tenu de l'environnement de marché actuel, avec des taux d'intérêt très bas, voire négatifs, elle se doit de diversifier ses sources de revenus. En outre, par le biais de participations et de partenariats, PostFinance conforte sa position sur le marché tout en peaufinant son image.

### Quels sont, dans ce cadre, ses critères de sélection des entreprises?

Nos investissements en matière de Corporate Venturing doivent correspondre à notre stratégie. Bien sûr, nous vérifions aussi si et comment nous pouvons compléter notre gamme de produits et de services, tout en attachant une grande importance à des aspects tels que le modèle commercial, le marché, l'image du produit, l'équipe et la technologie.

### Qu'est-ce que le prêt participatif et en quoi la joint-venture Lendico est-elle en accord avec la stratégie?

On parle de prêt participatif lorsque plusieurs bailleurs de fonds mettent de l'argent à la disposition d'un preneur de crédit, moyennant des intérêts. En collaboration avec Lendico, nous

offrons aux PME suisses une alternative moderne au financement bancaire traditionnel.

### Et pourquoi PostFinance a-t-elle pris une participation dans moneymeets?

En instaurant une transparence totale sur les services bancaires et les prestations d'assurance, cette start-up permet d'avoir une meilleure vue d'ensemble d'un marché relativement opaque, et ce, quelle que soit la banque ou la société d'assurance concernée. PostFinance profite de l'expérience acquise par moneymeets, notamment en ce qui concerne la distribution, la technologie utilisée et le démarchage des clients.

### Avec la joint-venture Finform, PostFinance entend contribuer à mettre un frein à la multiplication des formulaires – mais comment?

Finform opère un contrôle automatique des données des clients qui, par exemple, concluent un contrat en ligne ou veulent ouvrir un compte depuis leur PC. L'application, le haut niveau d'automatisation et les compétences spécialisées en jeu permettent des économies de plus de 30% par rapport aux coûts des processus existants.

### En Suisse, près de 2,8 millions de poursuites sont engagées chaque année.

### Où se situe le «plus» apporté par la start-up Tilbago dans ce domaine?

Actuellement, la plupart des créanciers traitent manuellement leurs réquisitions de poursuite. Avec Tilbago, la procédure sera plus rapide, plus sûre et moins coûteuse. PostFinance investit de manière ciblée dans le savoir-faire et les nouvelles technologies pour proposer à sa clientèle des produits et des prestations encore plus simples et de meilleure qualité.

### PostFinance va-t-elle prendre des parts dans d'autres entreprises?

Nous allons étudier les possibilités d'investissement qui se présentent, en Suisse et à l'étranger. Il faut avant tout que les entreprises pressenties nous conviennent. Nous engageons donc des discussions soutenues avec celles qui nous intéressent et ne retenons que celles qui nous ont vraiment convaincus.



Jens Schulte  
Responsable Corporate Venturing



### Lendico

Cette plateforme de prêt participatif en faveur des entreprises met directement en contact les preneurs de crédit et les investisseurs.

### moneymeets

Place de marché en ligne qui s'adresse aux particuliers souhaitant améliorer leurs finances par le biais de placements, de titres et d'assurances.

### Finform

Start-up ayant pour but de contribuer à endiguer les flux croissants de formulaires en œuvrant à la ré-industrialisation des processus bancaires.

### Tilbago

Société proposant un logiciel éponyme destiné à assurer un traitement plus rapide et moins coûteux des réquisitions de poursuite.

” —

Le «venture capital» est un capital-risque, d'où notre vigilance extrême dans ce type d'investissement.

Jens Schulte  
Responsable Corporate Venturing

# Marché du transport de voyageurs

Dans les agglomérations et les centres économiques mais aussi pour les loisirs, nous sommes de plus en plus tributaires des transports. Suscitant un intérêt croissant, le concept de la mobilité combinée, sans entraves, impose de trouver des solutions nouvelles. CarPostal entend continuer de conforter sa position de leader sur le marché des transports publics par route en Suisse. Proposant à la fois des services et des technologies de transport, elle développe ses prestations de gestion des systèmes et élargit ainsi sa palette de produits en matière de mobilité. Sur le marché international, CarPostal veut poursuivre sa croissance dans des niches bien définies et accroître ainsi ses recettes.

**Produits d'exploitation**  
Millions de CHF

923

**Résultat d'exploitation**  
Millions de CHF

36

**Voyageurs en Suisse**  
En millions

152

**Prestation annuelle Suisse**  
Millions de kilomètres

153

**Véhicules**  
Nombre

2242





**Daniel Landolf**  
Responsable CarPostal,  
membre de la Direction du groupe



### Mobility Lab: des innovations made by CarPostal

Un car postal autonome, une centrale d'autopartage ou encore la solution de billetterie électronique CiBo: ces idées sont nées dans le Mobility Lab, la plateforme commune de CarPostal, du canton du Valais, de l'EPFL et de la HES-SO Valais pour des solutions de mobilité futuristes. Les experts s'y penchent sur des alternatives au véhicule particulier, sur des études sur l'auto et le vélo en partage ou encore sur le développement de services innovants tels que les billets électroniques. En 2016, le Mobility Lab a testé le système CiBo avec des participants volontaires de Sion. Ceux-ci ont utilisé la solution de billetterie sur smartphone jusqu'à la fin de l'année et, par leur utilisation et au travers de sondages, ils ont apporté de précieux enseignements pour son amélioration.

Entretien

## La carrure d'un prestataire de mobilité global

CarPostal est d'ores et déjà un prestataire de mobilité important, et même indispensable. Daniel Landolf, son responsable, explique comment l'entreprise de transport par car entend gérer les enjeux de demain.

### CarPostal veut passer d'une simple entreprise de transport par car à un prestataire de mobilité global. Où en est-elle à ce jour?

Nous avons étendu nos prestations tout le long de la chaîne de mobilité et ne cessons de professionnaliser davantage encore le savoir-faire technique et de créer des synergies. Les développements dans la gestion de systèmes et la mobilité combinée suivent un rythme effréné dans le monde entier. Avec nos projets «Smart-Shuttle» et «Architecture système intégrée», nous jouons dans la cour des grands et assumons un rôle de pionnier, même bien au-delà de nos frontières.

### Comment CarPostal réagit-elle à l'augmentation de la concurrence?

C'est un fait, la pression sur les coûts exercée par les commanditaires n'a pas diminué. Nous voulons y réagir de façon proactive. Une amélioration de la compétitivité passe aussi bien par une hausse des recettes que par une augmentation de la productivité. Néanmoins, nous ne pourrions faire l'impasse sur des économies ciblées.

### Que faites-vous pour vos passagers?

Nous nous employons à satisfaire les clients de demain, notamment en réalisant divers essais pilotes: billetterie électronique, offres de covoiturage sur mesure (PubliRide), importants réseaux de vélos en partage (PubliBike), car postal

autonome («SmartShuttle»), etc. Les «natifs numériques» sont nos passagers de demain. Leur accès au monde réel passe par le smartphone. Un prestataire qui n'est pas présent sur la place de marché numérique n'existe tout simplement pas à leurs yeux, nous en sommes pleinement conscients.

### A quoi ressemblera le passager de demain?

Il considérera comme normal et évident d'avoir accès au moyen de transport approprié partout et à tout moment. En quelques secondes à peine, il aura organisé son trajet. Dans une application de son choix, il pourra consulter le plus large éventail de modes de transport en un minimum de temps et avec un maximum de sécurité. Il aura oublié ce qu'étaient les distributeurs de titres de transport. Chaque moyen de transport pourra être réservé sur une plateforme en ligne, comme cela est le cas pour les hôtels. Je parle là de «moyens de transport» au sens large, et pas seulement des bus, des trams ou des trains, car la frontière entre transports publics et privés tend à s'estomper. Par exemple, je pourrai choisir de parcourir une portion du trajet avec un vélo PubliBike ou avec un véhicule loué en autopartage. Ou bien je ferai du covoiturage, car j'aurai trouvé une place dans une voiture. L'application me montrera comment parvenir au mieux à destination à un moment précis.

### D'après vous, quel sera le rôle de CarPostal à l'avenir?

CarPostal est la principale entreprise de transport par car en Suisse et elle entend rester un acteur incontournable sur le marché de la mobilité. La mobilité est notre cœur de métier. C'est pourquoi nous prenons la bonne direction avec les projets susmentionnés, réalisés en collaboration avec des partenaires. Nos objectifs sont ambitieux, mais je suis convaincu que nous les atteindrons.



Nous simplifions la mobilité et contribuons ainsi à la qualité de vie.

**Daniel Landolf**  
Responsable CarPostal,  
membre de la Direction du groupe

Plateforme de mobilité

## NordwestMobil, pour ne pas perdre le nord

CarPostal a lancé en 2016 la plateforme régionale de mobilité NordwestMobil. Celle-ci a pour vocation de simplifier les déplacements des habitants de la communauté tarifaire Suisse du Nord-Ouest.

» —  
Avec la plateforme de mobilité, nous mettons sur pied un canal de vente numérique.

**Martina Müggler**  
Responsable Développement de la mobilité

Le car postal, les trams des transports publics bâlois, une voiture en autopartage ou un déplacement en taxi ou avec Uber: la nouvelle plateforme de mobilité NordwestMobil fait le lien entre tous. Elle ne se contente pas d'informer ceux qui prévoient un trajet dans l'agglomération bâloise mais leur propose aussi de réserver et de régler celui-ci. Durant le trajet, NordwestMobil informe en temps réel des perturbations, affiche si besoin des itinéraires de substitution et présente les offres spéciales de partenaires tout au long de l'itinéraire.

### Un projet prometteur

Toutes les fonctions ne sont pas encore activées, mais il est d'ores et déjà prévu d'enrichir l'application d'un site web. CarPostal entend en outre convaincre d'autres partenaires. Le projet est dans sa phase pilote: les clients test intéressés

peuvent se manifester et faire des propositions d'amélioration de NordwestMobil. Si les expériences sont concluantes, CarPostal développera des offres similaires pour d'autres régions.

### Le confort d'une plateforme

La plateforme de mobilité est la première du genre en Suisse. Les experts ne doutent pas de l'importance que ces plateformes revêtiront à l'avenir, étant donné le choix toujours plus vaste de modes de transport. Or, nombre de voyageurs n'en connaissent pas toutes les options et ont du mal à comparer les offres. Une plateforme intelligente regroupant tous les prestataires permet d'y voir plus clair et apporte du confort, puisqu'une seule et unique application vient se substituer aux différentes applications des prestataires. Avant que des prestataires internationaux n'aient la mainmise sur le marché, CarPostal veut, avec des partenaires, être à la pointe du développement de plateformes de mobilité.

Accès simple aux transports publics

## Voyager d'abord, payer ensuite

Nulle obligation d'avoir sur soi un titre de transport lorsque l'on emprunte certains transports publics: différentes entreprises développent et testent des solutions de billetterie mobile qui consistent, via une application sur smartphone, à relever et facturer l'itinéraire une fois qu'il a été effectué. CarPostal a d'ores et déjà lancé sa solution CiBo (Check in, Be out) dans le cadre d'un essai pilote en Valais. Elle prévoit, en collaboration avec BLS et les CFF, de créer dans le secteur des transports publics un standard qui devrait permettre de voyager sans billet dans tout le réseau des transports publics.



1\_ Train, tram, car postal, taxi, Uber ou autopartage: l'application affiche toujours l'option la meilleure pour l'itinéraire sélectionné.

Technologies de propulsion alternatives pour les cars postaux

## L'avenir appartient à l'énergie électrique

Pour réduire les émissions de CO<sub>2</sub>, CarPostal innove en matière de technologies de propulsion. Deux bus électriques et un car postal articulé avec moteur hybride sont en circulation sur des lignes à courses régulières.

Les trajets à bord des véhicules de CarPostal se font de plus en plus dans le respect de l'environnement. Le parc de l'entreprise compte au total 36 cars postaux hybrides, dont désormais un bus articulé. «La consommation en carburant de ce nouveau véhicule est inférieure d'environ 20 à 25% à celle d'un bus articulé à moteur diesel», indique Urs Schlöpfer, responsable Gestion de la flotte. D'une longueur de 18 mètres et doté d'une entrée à plancher surbaissé, le bus circule au Tessin.

### Test de longue durée pour les bus électriques

Sur le marché des véhicules, les innovations sont guidées par des exigences plus strictes en matière de rejets polluants et de protection contre le bruit. «L'avenir appartient à la mobilité électrique, j'en ai l'intime conviction», déclare Silvio Gely, responsable Production chez CarPostal. Soucieuse d'améliorer davantage encore son efficacité en matière de CO<sub>2</sub>, CarPostal teste sur des lignes à courses régulières deux véhicules à propulsion entièrement électrique, roulant bien entendu au courant écologique. Ce test d'une

durée de trois ans est réalisé dans les cantons d'Obwald et de Berne. «C'est sciemment que nous avons choisi deux régions très différentes. Nous obtiendrons ainsi des données sur le comportement des conducteurs sur des itinéraires à topographie différente», explique Silvio Gely. La phase de test doit notamment renseigner sur l'autonomie de la batterie et la maintenance des véhicules.



” —  
Le car postal du futur roulera à l'énergie électrique.

**Silvio Gely**  
Responsable Production et membre de la direction de CarPostal

1 –  
Un bus articulé avec moteur hybride consomme 20 à 25% de carburant en moins.

Architecture système intégrée

## Uniformisation des systèmes embarqués

Un appareil pour l'information des voyageurs, un deuxième pour leur comptage, un troisième pour la vente des billets et un quatrième pour le soutien à l'exploitation: un car postal recèle nombre de prouesses techniques qui rendent le trajet plus agréable et l'exploitation plus performante. Cependant, fonctionnant indépendamment les uns des autres, ces systèmes requièrent beaucoup de place pour les câbles et les boîtiers, et leur maintenance est onéreuse.

CarPostal a simplifié cette architecture système: les véhicules ne sont plus équipés que d'un ordinateur, un système de communication, un module de GPS, une antenne et un tableau de commande. CarPostal propose également cette solution globale à des tiers: «D'autres entreprises rencontrent les mêmes difficultés que nous. Nous leur proposons une solution modulaire éprouvée à des coûts d'exploitation bas», indique Santiago Garcia, responsable Publi-Transport Systèmes. Une solution conçue par un prestataire des transports publics pour les prestataires des transports publics.

Un car postal autonome

## Sillonner les rues de Sion en toute sécurité et intelligence

Les véhicules autonomes ne sont plus une vision futuriste: des cars postaux sans conducteur sont en circulation dans la ville de Sion à titre d'essai. Une attraction, et bien plus encore.

Imaginez: vous avez pris place à bord d'un car postal autonome sans volant ni pédale d'accélération, qui, comme par magie, vous conduit à destination en toute sécurité. On se croirait dans un film de science-fiction. Or, à Sion, les cars postaux autonomes sont bel et bien une réalité. Depuis juin 2016, les bus électriques d'une capacité d'accueil de onze places assises desservent la vieille ville dans le cadre d'un essai pilote. Ils savent s'arrêter devant les passages pour piétons, négocier les ronds-points, stopper aux arrêts et laisser les passagers monter et descendre. Ces derniers s'informent en temps réel de la position du bus au moyen d'une application.

Roman Cueni, responsable Solutions de mobilité CarPostal, précise: «La sécurité des voyageurs devant être assurée à tout moment, du personnel spécialisé capable d'intervenir immédiatement en cas de situation critique se trouve à bord de chaque bus autonome.» Outre la sécurité, CarPostal se charge également de la maintenance des véhicules et veille à leur exploitation sans faille.

Roman Cueni insiste sur le fait que l'essai pilote à Sion est bien plus qu'un gadget futuriste: «Nous testons les bus notamment pour, à long

terme, raccorder au réseau des transports publics les régions reculées de Suisse.» L'utilisation des véhicules autonomes sur des sites d'entreprise ou dans des localités interdites aux voitures pourrait également être envisagée.



” —  
La sécurité des voyageurs est assurée à tout moment.

**Roman Cueni**  
Responsable Solutions de mobilité

1 —  
Le car postal autonome convient aux sites d'entreprise, aux localités interdites aux voitures et aux régions reculées.

PubliBike

## Découverte à vélo

Rob et Silvie, deux touristes américains, sont pour la première fois à Lugano, où ils souhaitent passer 24 heures au cours de leur tour d'Europe. Mais comment explorer la ville en si peu de temps? «Ce n'est pas un problème», leur dit un conducteur CarPostal à la gare. «Vous pouvez louer un PubliBike à la journée pour seulement 10 francs», ajoute-t-il en leur indiquant l'une des nombreuses stations de vélos en libre-service que compte la cité tessinoise: d'ici à l'été 2017,

le réseau va encore être étendu, l'objectif étant de parvenir à 46 stations totalisant 560 vélos, dont la moitié seront des vélos électriques. Il est également prévu de développer le réseau à Berne et à Zurich.

PubliBike complète idéalement les transports publics et privés. Les titulaires d'un abonnement comme les utilisateurs occasionnels peuvent louer des vélos partout en Suisse. Ils trouveront les vélos disponibles via l'application PubliBike ou sur Internet.

# 1100 vélos

Classique ou électrique, un vélo est toujours à portée de main.

# 118 stations

Louer un vélo et le rendre en toute simplicité: le réseau PubliBike est en plein essor.

# DURABILITÉ ET ENGAGEMENT

Objectif dépassé: en six ans, la Poste a nettement amélioré son efficacité en matière de CO<sub>2</sub> → [page 44](#). En 2016, elle a retiré de la circulation le dernier scooter à essence et exploite désormais la plus importante flotte de scooters électriques d'Europe → [page 45](#). Misant sur l'énergie propre, la Poste renonce aux combustibles fossiles pour les nouvelles constructions → [page 46](#). Grâce à une technique du bâtiment intelligente, l'utilisation du chauffage, de la climatisation et de la ventilation correspond aux besoins réels → [page 46](#). Membre de la Fair Wear Foundation, la Poste respecte des normes sociales strictes pour l'achat de ses tenues de travail → [page 48](#).



434 868 t

de CO<sub>2</sub> ont été émises par la Poste en 2016.



16%

Telle est l'**amélioration de l'efficacité en matière de CO<sub>2</sub>** enregistrée par la Poste à la fin 2016 par rapport à 2010.



2099 millions

Tel est le nombre de fois que l'**envoi «pro clima»** a été utilisé pour des lettres, des colis et d'autres prestations.



Environ 1/3

des **véhicules postaux** sont équipés de moteurs alternatifs.



100%

des besoins en électricité sont couverts à partir d'**énergies renouvelables** suisses certifiées «naturemade basic».



66 000

Tel est le nombre de **colis** acheminés gratuitement par la Poste dans le cadre de l'opération 2 x Noël.

» —  
A la Poste, l'engagement en faveur de la durabilité correspond à une culture d'entreprise vécue au quotidien.

**Marco Imboden**  
Responsable Communication

**i** —  
**Remboursement de la taxe CO<sub>2</sub>**  
Chaque année, la Poste perçoit des recettes provenant de la redistribution de la taxe sur le CO<sub>2</sub> pour les combustibles. Elle a décidé dès 2010 d'investir ces fonds dans la protection du climat, plus précisément dans le programme «pro clima: nous sommes passés à l'action». Durant la période stratégique 2014–2016, elle a consacré 3,3 millions de francs à des projets de bus hybrides, d'éclairage par LED, de bornes de recharge pour véhicules électriques, etc.

Stratégie de développement durable

## Etre responsable en anticipant

L'objectif de la stratégie de développement durable 2014–2016 – améliorer de 10% l'efficacité de la Poste en matière de CO<sub>2</sub> (base: 2010) – a été dépassé: l'amélioration est de 16%. A compter de 2017, les terrains d'action sont élargis, l'idée étant de passer d'une stratégie de développement durable à une stratégie de Corporate Responsibility.

En six ans, la Poste a amélioré son efficacité en matière de CO<sub>2</sub> de 16%: elle a encore réduit ses émissions de gaz à effet de serre pour chaque envoi acheminé, chaque passager transporté, chaque transaction effectuée et chaque mètre carré chauffé. Elle a ainsi dépassé l'objectif de sa stratégie de développement durable 2014–2016. Ce succès est dû à de nombreuses mesures qui vont d'une domotique plus performante à des investissements continus dans un parc de véhicules toujours plus propre, en passant par le recours aux énergies renouvelables.

Le nouvel objectif du groupe à partir de 2017 est une nouvelle amélioration de l'efficacité en matière de CO<sub>2</sub> d'au moins 25% jusqu'en 2020 (base: 2010). Cet objectif climatique s'aligne sur la recommandation des climatologues et sur l'accord de la Conférence sur le climat organisée à Paris en 2015.

### Terrains d'action définis pour 2017–2020

La stratégie de Corporate Responsibility (stratégie CR) a été élaborée et adoptée pour la période 2017–2020. Les terrains d'action suivants sont ressortis de l'analyse des parties prenantes:

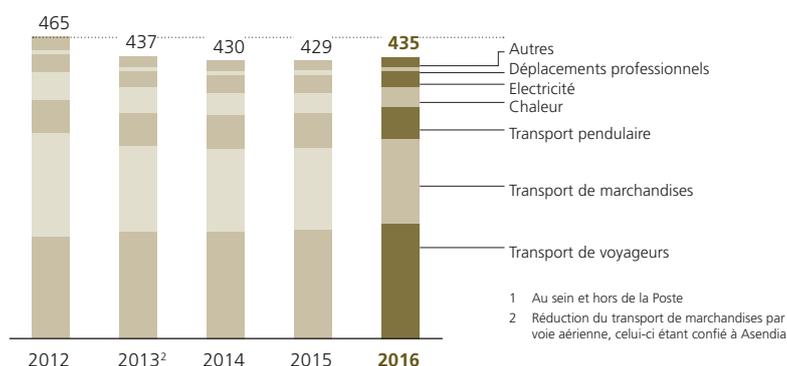
- Climat et énergie, polluants atmosphériques et émissions sonores, produits verts
- Conditions d'engagement et de travail, diversité et démographie, promotion de la santé et protection au travail
- Protection des données et des informations
- Performance économique et valeur de l'entreprise, répartition de la valeur
- Citoyenneté d'entreprise
- Gouvernance responsable
- Economie circulaire
- Achats responsables

L'accent a été mis en l'occurrence sur des thèmes jugés très importants par les parties prenantes externes de la Poste et ayant un fort impact sur sa marge de manœuvre. C'est ainsi que les achats responsables, le climat et l'énergie, l'économie circulaire et la citoyenneté d'entreprise ont été intégrés dans la stratégie CR 2017–2020 sous la forme de terrains d'action assortis d'objectifs et de mesures stratégiques. Pour des informations complémentaires sur la Corporate Responsibility/durabilité, se reporter au rapport GRI.

→ [www.poste.ch/gri16](http://www.poste.ch/gri16)

### Bilan stable des émissions de gaz à effet de serre

**Groupe | Emissions de gaz à effet de serre par processus<sup>1</sup> en équivalent 1000 t CO<sub>2</sub>**  
De 2012 à 2016, 2012 = 100%



» —  
Notre ambition: améliorer de 25% notre efficacité en matière de CO<sub>2</sub> en dix ans seulement.

**Anne Wolf**  
Responsable Corporate Responsibility

Mobilité durable

## La fin du scooter à essence

Depuis que la Poste a retiré de la circulation son dernier scooter à essence, fin 2016, ses quelque 6300 scooters utilisés pour la distribution sont tous électriques, l'énergie provenant exclusivement de sources renouvelables suisses certifiées «naturemade star».

Le dernier scooter à essence a été retiré de la circulation à Stein am Rhein le 7 décembre 2016. Le passage de la flotte de scooters de la Poste de l'essence à l'électrique est ainsi terminé. Bonne nouvelle pour l'environnement: cela permet à la Poste de réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> d'environ 4600 tonnes par an, soit 733 kg de CO<sub>2</sub> par véhicule – une avancée significative. Quelque 6300 deux-roues et trois-roues électriques jaunes sont désormais en circulation en Suisse pour la distribution du courrier et des colis. La Poste exploite ainsi la plus importante flotte de scooters électriques d'Europe.

### Ecologiques, performants, silencieux

En 2016, près de 70 scooters à essence sillonnaient encore les routes de Suisse pour la Poste. Début 2017, tous ont cédé la place à des scooters électriques. Les avantages sont multiples: le scooter électrique consomme environ six fois moins d'énergie que le scooter à essence. La flotte des véhicules à deux et trois roues de la Poste est désormais composée pour l'essentiel du fameux modèle Kyburz DXP (environ 5770 unités), qui, d'un poids de 320 kg,

parcourt en moyenne 5000 km par an. Equipée d'une remorque, la version à trois roues peut transporter une charge environ trois fois plus élevée que son homologue à deux roues. Les facteurs peuvent donc desservir un nombre accru de ménages, dans le respect de l'environnement et dans le silence.

1\_ Avec quelque 6300 véhicules, la Poste gère la plus grande flotte de scooters électriques d'Europe.



Mobilité du personnel

## Le vélo-cargo électrique

Poursuivant leurs efforts de promotion de la mobilité durable de leur personnel, la Poste et CarPostal soutiennent le projet pilote «carvelo2go» dans le cadre du programme «pro clima – nous sommes passés à l'action». Leurs collaborateurs ont la possibilité de louer des vélos-cargos électriques, qui peuvent transporter jusqu'à 100 kg. Deux enfants peuvent même être du voyage, les vélos étant équipés de bancs et de ceintures. Les 14 vélos stationnent dans de petites entreprises et dans six offices de poste dans les régions de Bâle et de Berne. Il est prévu d'accroître leur nombre.

→ [www.nordwestmobil.ch](http://www.nordwestmobil.ch)  
→ [www.carvelo2go.ch](http://www.carvelo2go.ch)

Une deuxième vie pour les batteries des scooters

## D'un usage à l'autre

Passée leur première utilisation, les batteries des scooters électriques ne sont pas nécessairement vouées à disparaître. Le projet pilote «Une deuxième vie pour les batteries des scooters électriques de la Poste» étudie si elles peuvent être utilisées sur des accumulateurs de courant fixes, par exemple pour y stocker l'énergie solaire. Après sept années d'utilisation postale, ces batteries ont encore une capacité de stockage de 80%, qu'il s'agit d'employer à d'autres fins. Un accumulateur est actuellement installé à l'Umwelt Arena de Spreitenbach, un second va suivre dans le bâtiment postal à la gare de Neuchâtel.

# 200

## accumulateurs

d'une capacité de 10 kWh pourraient être fabriqués chaque année à partir des batteries de scooters usagées.



” —  
Le mazout éco, pauvre en soufre, préserve l'environnement et facilite la maintenance des installations de chauffage.

**Stefan Dürig**

Responsable de la direction Poste Immobilier Management et Services SA

Renouvelable et respectueuse de l'environnement

## De l'énergie propre utilisée efficacement

Energie solaire produite par la Poste, biogaz, biodiesel, électricité provenant intégralement de sources d'énergie renouvelable, 10% de courant vert: la Poste ne cesse de renforcer son engagement en faveur des énergies propres et renouvelables. En outre, elle n'achète plus que du mazout éco.

En 2016, la Poste occupait la sixième place du classement établi par l'International Post Corporation (IPC) en matière de gestion environnementale, obtenant le label «or» pour ses activités en faveur de la protection du climat. C'est là une motivation supplémentaire pour renforcer son engagement pour les solutions de mobilité, le parc de véhicules et les bâtiments, ou encore l'approvisionnement, la part de courant vert certifié «naturemade star» passant à 10% du total, sans oublier le fait que, depuis 2016, la Poste ne recourt plus pour ses immeubles en Suisse qu'à du mazout éco, beaucoup plus pauvre en soufre que le mazout classique.

En 2016, la Poste a produit sur dix bâtiments 4,9 gWh d'énergie solaire. Ses véhicules à gaz

roulent exclusivement au biogaz et les bâtiments postaux dont elle est l'unique propriétaire sont chauffés à 10% par du biogaz. 14 stations d'essence de Mobility Solutions SA proposent un diesel composé à 7% de biodiesel.

### Renoncement aux combustibles fossiles

Depuis 2017, la Poste renonce à recourir à des combustibles fossiles pour les nouvelles constructions et lors du remplacement d'installations de chauffage. Elle s'est par ailleurs engagée, dans le cadre d'une convention d'objectifs signée avec l'Office fédéral de l'énergie, à améliorer l'efficacité énergétique de ses 32 principaux sites de 16% d'ici à 2025 et à réduire les émissions de CO<sub>2</sub> de 1620 tonnes.



1\_ Les bornes de recharge de la Poste proposent du courant vert certifié.

Bornes de recharge

## Bornes de recharge: essai pilote

Le plein en courant vert certifié «naturemade star» peut être fait au siège principal de la Poste et au centre courrier Härkingen pour tout type de véhicule électrique. Au premier semestre 2016, la Poste a expérimenté des bornes de recharge gratuites installées dans le garage souterrain du centre courrier Härkingen. Depuis début 2016, les centres courrier Zurich-Mülligen et Eclépens en abritent pour les deux-roues et trois-roues motorisés et pour les vélos électriques.

Enfin, le parking courte durée du PostParc de Berne propose depuis fin août 2016 une borne de recharge rapide publique pour les voitures électriques.

MeteoViva Climate

## Un meilleur climat intérieur

Depuis le printemps 2016, les quelque 380 collaborateurs de PostFinance sont particulièrement satisfaits du climat intérieur du centre de calcul à Zofingen, qu'ils doivent à la technique intelligente du bâtiment: se basant sur les prévisions météorologiques, sur les charges thermiques internes – appareils et personnel – et sur la structure du bâtiment, la technique d'optimisation MeteoViva Climate calcule un ou deux jours à l'avance la température intérieure. Le chauffage, la climatisation et la ventilation sont alors adaptés aux besoins. MeteoViva Climate pilote les besoins énergétiques en douceur, en réduisant légèrement la performance sur un intervalle de temps prolongé. Le système réduit ainsi la charge de pointe des producteurs d'énergie. Résultat: des économies d'énergie et de coûts pour un climat intérieur plus agréable.

» —  
En optant pour l'envoi «pro clima», les clients défendent un climat viable.

**Marc Amstutz**  
Responsable Corporate  
Environmental Responsibility



1\_ La Poste soutient et cofinance la production de courant vert dans des installations de biogaz exploitées par des fermes suisses.

Envoi «pro clima»

## Premier projet de protection du climat de la Poste selon la norme Or

En matière d'envoi «pro clima», la Poste mise désormais sur un propre projet de protection du climat «Courant écologique de fermes issu d'installations au biogaz». En 2016, la Gold Standard Foundation a donné son feu vert à ce projet.

La Poste a développé et financé le projet de protection du climat «Courant écologique de fermes issu d'installations au biogaz» en collaboration avec la coopérative Ökostrom Schweiz et South Pole Group. Le méthane, un gaz à effet de serre qui provient du stockage de fumier et de lisier, est recueilli par des installations de biogaz de petite et de moyenne taille dans des exploitations familiales pour ensuite produire du courant vert et de la chaleur. Les installations

### Comment fonctionne l'envoi «pro clima» de la Poste sans impact pour le climat?

Des services de contrôle externes indépendants calculent le CO<sub>2</sub> économisé par les installations de biogaz. Des certificats de réduction du CO<sub>2</sub> sont émis par tonne économisée. La Poste les achète et ils sont ensuite bloqués dans le registre international et retirés du marché. Comme ces projets donnent lieu à l'économie de la même quantité de CO<sub>2</sub> que celle occasionnée par l'envoi des lettres, des colis et des marchandises, les envois «pro clima» sont acheminés sans impact pour le climat. Grâce à une logistique d'ores et déjà très efficace sur le plan énergétique, cela est possible pour les clients de la Poste dès un supplément «pro clima» de cinq centimes par colis. De plus, la Poste achemine toutes les lettres adressées au service intérieur sans incidence sur le climat et elle prend à sa charge les suppléments.

→ [www.poste.ch/carbone-neutre](http://www.poste.ch/carbone-neutre)

La fibre écolo

## Les PostPac en carton exclusivement recyclé

Une contribution à la protection de l'environnement qui fait sens: depuis 2016, tous les PostPac sont des PostPac écologiques. Quelle que soit leur taille, ces emballages pratiques et réutilisables sont fabriqués en Suisse uniquement avec du carton recyclable. Les émissions de CO<sub>2</sub> occasionnées par leur fabrication sont compensées.

**1,0 million**

de PostPac écologiques en carton recyclé vendus chaque année.

sont réparties partout en Suisse, dans un souci de décentralisation et de valorisation des zones rurales.

En 2016, le projet de protection du climat de la Poste est le premier à avoir été validé et enregistré par l'organisation de certification Gold Standard Foundation, de renommée mondiale et qui siège à Genève. La norme Or n'est attribuée qu'aux projets qui, preuves à l'appui, entraînent une réduction des gaz à effet de serre tout en tenant compte de l'environnement local et des attentes sociales de la population.

## Développement des fournisseurs

## Camions à double pont: un investissement durable

«Il y a encore de la place pour charger des marchandises dans le camion!» C'est ce que la Poste constatait en 2005 notamment chez son partenaire de transport Dreier AG. A l'initiative de la Poste, les deux entreprises évaluèrent alors conjointement de nouveaux doubles ponts, et les premiers camions à double pont furent achetés en juin 2006. Les économies escomptées ne se sont pas fait attendre: un transport d'un poids total de 40 tonnes consomme certes 10% de carburant en plus, mais il permet d'acheminer 36 rollbox remplies de colis, et non plus 24 comme auparavant. Autre conséquence: quelque 35 tonnes de CO<sub>2</sub> sont économisées par semi-remorque et par an. Au vu de ces chiffres, la Poste a commandé en 2016 seize camions à double pont de la nouvelle génération, ce qui porte à 38 le nombre de ces véhicules en circulation pour la Poste et montre que la stratégie de l'entreprise en faveur du développement durable de ses fournisseurs fait ses preuves et s'avère payante.

» —  
**Notre développement va de pair avec celui de nos fournisseurs, dans le cadre d'une approche partenariale et durable.**

**Thomas J. Ernst**

Responsable Transports et achats nationaux, PostLogistics



## Achats de vêtements équitables

## Des couturières mieux rémunérées

Des chaînes de création de valeur mondialisées, avec de nombreux sous-traitants et des lois sur le travail qui diffèrent d'une région à l'autre: les défis ne cessent de croître pour l'unité Achats de la Poste. Pour y répondre, celle-ci se réfère depuis 2006 déjà à son code éthique et social, qui impose aux fournisseurs des exigences minimales relatives à la protection de l'individu et de l'environnement. Membre de la Fair Wear Foundation (FWF), la Poste s'est en outre engagée à mettre en œuvre des normes sociales élevées auprès des fabricants des quelque 300 000 tenues postales qu'elle achète chaque année. A l'été 2016, la FWF lui a attribué pour la troisième fois le statut de «leader», mettant en exergue dans son rapport les formations de la Poste destinées aux fournisseurs et la manière dont celle-ci veille au respect des droits de l'homme.

Voici un exemple: la Poste a contrôlé en 2016 un fabricant de vêtements en Europe de l'Est. Lors de l'audit, ce fournisseur a communiqué les salaires qu'il verse. Sur cette base, il a, conjointement avec la Poste, établi un plan de développement contenant des mesures d'amélioration. Se voyant durablement octroyer des mandats par la Poste, il a également pu améliorer l'utilisation de ses capacités. Grâce à cet engagement, les salaires des couturières ont été augmentés. Ils sont désormais supérieurs de 30% environ au salaire minimum légal.



**Axel Butterweck**

Responsable Corporate Procurement

### Quel sens les achats durables revêtent-ils pour la Poste?

Nous veillons dans la mesure du possible à avoir un impact faible sur l'individu et sur l'environnement dans notre utilisation des produits et des prestations: de la production à la revalorisation, tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

### Qu'est-ce que cela signifie concrètement?

Par exemple que nos fournisseurs de vêtements doivent être membres de la Fair Wear Foundation, qui définit des exigences particulièrement élevées en matière de durabilité sociale, que le courant utilisé provient exclusivement d'énergies renouvelables et que pas moins d'un tiers de nos véhicules sont équipés de propulsions alternatives.

### Quels jalons la Poste a-t-elle posés?

Nous avons fixé qu'à partir de 2017, des critères de développement durable seront intégrés dans tous les appels d'offres publics: c'est notre contribution à l'entrée dans l'ère du développement durable mondial.

1\_ Les camions à double pont de Dreier AG qui roulent pour le compte de la Poste permettent d'économiser quelque 35 tonnes de CO<sub>2</sub> par an et par véhicule.

# PERSONNEL

Budget, délai et objectifs – tels sont les paramètres appliqués par la Poste pour déployer des projets RH avec agilité → [page 50](#). Chaque année, près de 700 apprentis démarrent leur formation à la Poste par une semaine d'initiation dite «Jump-in» → [page 51](#). Grâce aux échanges d'expériences, les accidents sont en baisse à la Poste → [page 52](#). Miser sur l'éclairage LED pour promouvoir la santé et la productivité aux postes de travail → [page 52](#). Le personnel de la Poste doit-il être joignable même pendant son temps libre? Yves-André Jeandupeux, responsable Personnel, répond à cette question → [page 52](#).



61 265

**collaborateurs et collaboratrices**, dont 7720 à l'étranger, contribuent à façonner le devenir de l'entreprise grâce à leurs idées.



143

**nationalités** viennent enrichir la culture d'entreprise de la Poste.



Plus de 100

**professions** peuvent être exercées à la Poste.



24%

des **cadres inférieurs et intermédiaires** sont des femmes.



2118

**personnes en formation** effectuent un apprentissage à la Poste. Elles représentent 5,8% de l'effectif total.



1596

Tel est le nombre d'emplois proposés par la Poste dans le seul secteur de l'**informatique**, ce qui fait d'elle l'un des premiers employeurs dans ce domaine.



**Marcel Reinhard**  
Coach projet, Projets RH

### En matière d'organisation, la Poste mise de plus en plus sur l'agilité. Pourquoi?

La Poste est sous forte pression sur tous ses marchés. Elle évolue dans un environnement qui se complexifie. C'est pourquoi elle a intérêt à promouvoir l'agilité et la flexibilité, en visant l'obtention de résultats rapides et en se concentrant sur le but à atteindre, ce qui se traduit aussi par une réduction des coûts et un gain de temps. En outre, beaucoup d'équipes souhaitent collaborer de façon plus étroite, avec davantage de transparence et d'interconnexion. Les méthodes dites «agiles» leur en offrent justement la possibilité.

### Comment la Poste parvient-elle à assurer cette mutation culturelle?

Au niveau du travail, de la gestion et même de l'organisation, l'agilité est une question d'attitude. Au sein de nos petites équipes RH, nous nous efforçons de diffuser et de mettre en pratique autant que possible les valeurs qui lui sont associées: auto-organisation et responsabilisation, mobilité et confiance, entre autres. Nous voulons que le personnel adhère pleinement au concept, et qu'il soit capable d'incarner et de transmettre de telles valeurs au sein d'une équipe.

Projet RH Recrutement

## Atteindre l'objectif fixé avec agilité

Efficacité, flexibilité, rapidité: avec agilité, une équipe de projet a mis en place un nouveau mode de présentation de l'employeur attrayant qu'est la Poste. Cette approche inédite en matière de ressources humaines a résolument porté ses fruits, comme en témoignent les échos positifs.



Comment la Poste peut-elle se positionner comme un employeur attrayant sur le marché? Comment faire des membres du personnel des ambassadeurs crédibles de la marque? Ces questions ont été le point de départ du projet «Employer Branding» que la Poste a engagé pour profondément rénover son image d'employeur, tant sur son site Internet et dans sa publicité institutionnelle que sur les réseaux sociaux. Le mode opératoire adopté a lui aussi été une nouveauté pour l'unité RH. Marcel Reinhard, coach et responsable du projet: «Nous avons délaissé la gestion de projet classique, avec ses concepts et ses documents détaillés, pour jouer la carte de l'agilité». C'est ainsi que l'équipe de projet a développé par étapes des éléments partiels, tels qu'un nouvel univers visuel et des vidéos «métiers» pour le recrutement, en les soumettant chaque fois à la discussion. «Tout en permettant de gagner du temps et de suivre en continu l'avancement du projet, cette démarche est aussi plus transparente, ce qui a pour effet de renforcer la motivation, l'interaction et la collaboration de toutes les parties prenantes», ajoute Marcel Reinhard.

### Travail d'équipe sur un pied d'égalité

«En règle générale, nous constatons que les équipes mixtes, intégrant différentes générations et unités, trouvent des réponses plus rapides et de meilleure qualité aux questions complexes», déclare Marcel Reinhard. Lors de

l'élaboration de la nouvelle approche en matière de recrutement, tous les membres de l'équipe – du cadre au stagiaire – ont ainsi eu le même droit de parole pour exprimer leurs avis et idées, avec à la clé un renforcement de la motivation, de la confiance et de l'esprit de groupe. Un personnel motivé est aussi plus efficace et, au final, ce sont les clients qui profitent des bons résultats obtenus.



### Mais qu'est-ce que l'agilité dans le travail?

Au départ, contrairement à la gestion de projet classique, la méthode dite «agile» se fonde simplement sur un budget, un délai et des objectifs. Les concepts et la documentation des processus cèdent la place à la synergie et à la coopération. Le travail agile suppose une flexibilité extrême et des adaptations rapides. Au lieu d'une programmation détaillée en amont, la planification se fait par petites étapes, incitant l'équipe à se mettre très vite au diapason. Par la suite, d'autres exigences affluent en continu et peuvent changer à tout moment, selon les besoins et les priorités. Lors de diverses étapes intermédiaires (baptisées «sprints»), certains aspects à traiter en particulier font l'objet d'une discussion avec le donneur d'ordre.



### Formation professionnelle

Sur les quelque 61 000 personnes travaillant à la Poste, plus de 2000 sont des apprentis. Ils y ont opté pour l'un des quinze métiers qui leur sont proposés dans la logistique, le commerce de détail, la vente et la maintenance, sans oublier une filière de bachelor en informatique axée sur la pratique. L'été dernier, ils ont été 687 à achever leur formation avec succès – une note globale de 5,3 ou plus ayant été obtenue par 8,5% d'entre eux.

Semaine d'initiation pour les apprentis

## «Jump-in»: les débuts en jaune

Durant l'été 2016, 687 apprentis ont clôturé avec succès leur formation à la Poste. Parallèlement, 800 autres jeunes entamaient leur parcours dans l'entreprise avec la semaine d'initiation «Jump-in».

Un apprenti essaie de nouer sa cravate face à un miroir tandis que deux autres s'exercent à accueillir le client avec tact et gentillesse dans un jeu de rôle. Dans la salle adjacente se déroule une session de familiarisation avec l'organigramme de la Poste. Voilà un instantané typique de la semaine d'initiation «Jump-in» par laquelle a débuté la formation de 800 apprentis sur dix sites différents de la Poste, dans toute la Suisse, durant l'été 2016.

techniques d'apprentissage et de lecture, planification des délais et des coûts, agilité, etc. «Elles offrent aussi aux apprentis une excellente occasion de nouer de nombreux contacts, entre eux et avec les formateurs des unités du groupe qui sont présents», souligne Roland Scheidegger, qui a organisé des «jump-in» pendant plusieurs années en qualité de responsable régional de formation professionnelle. Le feed-back qu'il a reçu après chacune de ces sessions a confirmé que, bien qu'intenses, elles étaient vivement appréciées: les jeunes les trouvent «cool», voire «carrément géniales».



1\_ Les apprentis sont enthousiasmés par la semaine d'initiation «Jump-in» de la Poste.

«Les jeunes qui plongent ainsi collectivement dans le monde du travail reflètent les critères les plus variés. Cette grande diversité de profils professionnels est le gage d'échanges animés et permet d'élargir les horizons de chacun en ce qui concerne nos produits, nos services et notre mode de collaboration interne», déclare Roland Scheidegger, responsable Formation initiale en logistique. Ces cinq journées communes sont consacrées aux fondamentaux: contact avec la clientèle, informations sur la Poste, présentation des droits et des obligations,

Préapprentissage pour les réfugiés

## Prendre pied sur le marché du travail

Suivre un préapprentissage tout en ayant la possibilité d'améliorer sa pratique de la langue et de trouver des repères? Pour les réfugiés, c'est là une formidable opportunité – qui leur est offerte à la Poste. En 2016, dix réfugiés ont démarré ce préapprentissage dans la logistique en vue d'accéder, en 2017, à l'apprentissage de deux ans débouchant sur une AFP. Ils ont été accueillis à Härkingen ou à Mülligen, dans un centre colis et courrier, ce qui leur a permis d'approcher tous les secteurs de la logistique postale. «Pour beaucoup de réfugiés, il est extrêmement difficile de trouver un emploi en Suisse. Avec le préapprentissage que nous leur proposons, au moins quelques-uns d'entre eux peuvent prendre pied sur le marché du travail», explique Maya Weber Hadorn, responsable de projet Formation professionnelle à la Poste. En marge de leurs activités au centre logistique, les réfugiés fréquentent l'école professionnelle, apprennent l'allemand et suivent des cours de culture générale.

## Sécurité au travail

## Moins d'accidents grâce au partage d'expériences

Le nombre d'accidents survenant à la Poste baisse constamment: une évolution réjouissante qui vient justifier les investissements soutenus dans la sécurité au travail consentis par le groupe ces dernières années.

«La conscience de la sécurité s'est nettement développée», note Rolf Piana, responsable Maintenance chez PostMail. Ses équipes effectuent les dépannages dans les centres courrier, souvent en urgence. Il leur faut intervenir sur des systèmes mécaniques, grimper sur des échafaudages, aller et venir entre des machines... Autant d'opérations qui, en cas d'inattention, peuvent vite se solder par un doigt écrasé, une tête contusionnée ou un pied foulé.

### Diminution des risques d'accident

Pour éviter ces accidents et d'autres problèmes plus graves, la Poste a mis en place une organisation d'experts consacrée à la sécurité ainsi qu'une «solution par groupe d'entreprises» (SGE) – un système de gestion de la sécurité au poste de travail, dont la certification par la Commission fédérale de coordination pour la sécurité au travail (CFST) a été renouvelée en 2016. Il est vrai qu'il a fait ses preuves: sur 100 employés, à peine six risquent aujourd'hui d'être victimes d'un accident du travail, contre plus de sept en 2011.

Rolf Piana et son équipe s'emploient aussi à mettre en œuvre les directives émanant de la SGE. Certaines mesures relèvent de l'évidence, comme les podiums de travail fixés entre les machines, là où il fallait avant monter sur des échelles pour effectuer la maintenance. D'autres sont encore plus simples, mais tout aussi efficaces, comme l'entreposage des casques bien en vue sur les sites de travail où leur port est obligatoire.

### Tirer les leçons de chaque incident

Désormais, bon nombre de mesures sont suggérées par le personnel lui-même, qui connaît mieux que quiconque le potentiel d'optimisation de son environnement de travail. Il est donc essentiel de le sensibiliser au départ aux risques éventuels. A cet effet, les services conduisent divers programmes, notamment des cours dispensés avec la Suva. Enfin, il importe aussi de promouvoir l'apprentissage mutuel entre collaborateurs: tout incident est donc consigné dans une base de données du groupe et présenté sous forme de cas à d'autres membres du personnel, même s'il s'agit uniquement d'un «quasi-accident».



**Yves-André Jeandupeux**  
Responsable Personnel,  
membre de la Direction du groupe

### Le personnel de la Poste doit-il être joignable même pendant son temps libre?

En aucun cas. La Poste s'en tient au principe: «Ton temps libre t'appartient». En dehors des heures de travail, le personnel doit pouvoir se déconnecter et se détendre. Il arrive toutefois dans certains cas que des collaborateurs ou collaboratrices doivent ou souhaitent pouvoir être contactés après leur journée de travail.

### Qui décide des modalités de cette «accessibilité»?

Les membres du personnel concernés et leur supérieur. Nous encourageons aussi les discussions sur ce thème au sein des équipes, où chacun doit notamment s'interroger sur ce qui est attendu par l'employeur ou d'autres membres de l'équipe.

### Cette réglementation fonctionne-t-elle bien?

Oui, l'approche axée sur la responsabilisation individuelle donne de bons résultats car elle permet d'aviser au cas par cas, en tenant compte à la fois des besoins professionnels et privés.

## Projet de recherche Eclairage

## Des lampes LED pour des postes de travail sains et productifs

Fin 2016, la Poste a lancé un projet de recherche visant à améliorer les conditions d'éclairage au centre courrier Härkingen. Conduit en collaboration avec la Haute école de Lucerne, la Suva et le SECO, il doit permettre de mieux cerner l'impact biologique de l'éclairage LED en vue d'améliorer le bien-être, la sécurité et la santé du personnel tout en accroissant la productivité.

Les connaissances acquises dans ce cadre seront mises à profit dans tous les centres. Au final, c'est aussi l'environnement qui sera gagnant: dans les trois centres courrier, la consommation énergétique pourra être réduite de 6,7 millions de kWh et les émissions de CO<sub>2</sub> de 900 tonnes chaque année.

**4200** lampes LED

assurent un éclairage optimal sur sept kilomètres de rails.

# GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

Le Conseil d'administration de la Poste répond du respect des normes et des prescriptions en vigueur au sein du groupe. Dans ce contexte, pour que chacun sache comment il doit se comporter, la Poste s'est dotée d'un système moderne de gestion de la compliance → [page 54](#) . Pour fixer les indemnités de la Direction du groupe, le Conseil d'administration tient compte du risque entrepreneurial → [page 56](#) . Ce que le Conseil d'administration et la Direction du groupe ont perçu en 2016 pour leurs prestations → [page 58](#) .

Pour en savoir plus sur la gouvernance d'entreprise, lire le rapport financier à partir de la page 63.



45%

Telle est la **part maximale liée à la prestation intégrée à la rémunération** des membres de la Direction du groupe.



33%

des membres du Conseil d'administration sont des **femmes**.

Gouvernance d'entreprise

## Compliance: des lignes directrices appropriées pour la Poste

Le Conseil d'administration de la Poste répond du respect des normes et des prescriptions en vigueur au sein du groupe. Dans ce contexte, pour que chacun sache comment il doit se comporter, la Poste s'est dotée d'un système moderne de gestion de la compliance.

La gestion de la compliance – autrement dit de la conformité aux normes et aux prescriptions – doit être conçue de façon à si possible prévenir tout comportement non autorisé. Le Conseil d'administration est le tenant d'une gestion de la compliance moderne, efficace et adaptée à la Poste. Cela requiert, d'une part, un système de prévention des violations des normes ainsi que des principes éthiques couvrant toute l'entreprise et, d'autre part, un contrôle systématique du respect des règles.

### Organisation simple et efficace

La Direction du groupe – à laquelle il incombe de créer les conditions garantissant d'une organisation simple et efficace de la gestion de la compliance – a institué le comité spécialisé Compliance, qui réunit des représentants de toutes les unités du groupe. Ce comité arrête les mesures nécessaires dans les domaines de sa compétence, édicte les directives spécialisées correspondantes et se charge de la communication, de la formation et du contrôle.

### Identification et prise en compte des thèmes centraux

Opérer sur quatre marchés différents nécessite d'observer une grande variété de règles juridiques et, partant, de remplir des exigences très diverses en matière de compliance. Il s'agit en outre de tenir opportunément compte de l'activité concernée et de la taille de l'unité responsable. Tous les thèmes juridiques d'importance pour la Poste sont recensés dans son cadre de compliance. Les thèmes centraux sont ensuite identifiés grâce à une analyse des risques et rassemblés dans un portefeuille des thèmes de la compliance.



### Programmes relatifs aux thèmes centraux

Chaque thème central fait l'objet d'un programme de compliance spécifique, dans lequel sont définies les mesures préventives nécessaires pour réduire autant que possible les risques de violation de normes et de prescriptions. Ces mesures sont régulièrement contrôlées et si nécessaires adaptées. Actuellement, la Poste traite cinq thèmes centraux:

- droit des marchés publics,
- lutte contre la corruption,
- protection des données et de l'information,
- droit des cartels,
- droit postal.

” —  
Une bonne gestion de la compliance doit tenir compte des caractéristiques de l'entreprise, autrement dit être taillée sur mesure.

**Urs Schwaller**  
Président du Conseil d'administration

Eléments clés de la compliance

# Condition du succès de l'entreprise

Les directives sont-elles claires et bien structurées? Les collaborateurs comprennent-ils les mesures adoptées et leur comportement est-il approprié? Les cadres sont-ils persuadés qu'une compliance efficace est une des clés du succès de l'entreprise? Pour un groupe mixte comme la Poste, le plus grand défi en matière de compliance consiste à définir les mesures appropriées pour chaque unité et à en assurer la mise en œuvre. La marche à suivre et les conditions sont cependant les mêmes pour toutes les unités.

**Communication et formation**

Le bon fonctionnement du système de gestion de la compliance a pour condition essentielle l'application de mesures de communication et de formation claires et répondant aux besoins.

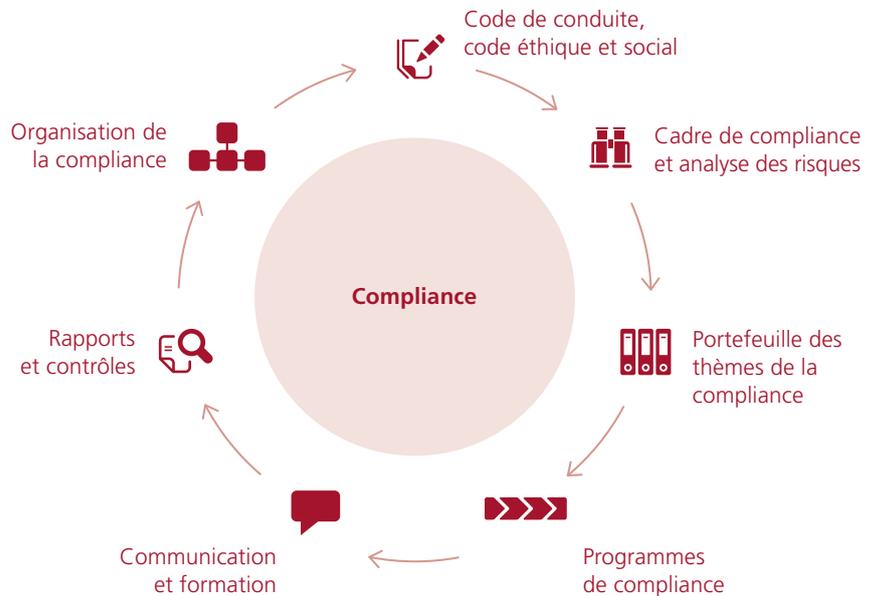
**Incitations et sanctions**

L'organisation du travail et la conduite des collaborateurs incitent à avoir des comportements garants d'une compliance optimale. Si des violations des règles de compliance sont néanmoins constatées, la Poste les sanctionne par des mesures disciplinaires ou relevant du droit du travail.

**Rapports et contrôles**

L'efficacité du système de gestion de la compliance et le respect des directives sont régulièrement contrôlés. Un rapport sur la compliance est présenté au Conseil d'administration chaque semestre. Le président du comité spécialisé Compliance peut en outre s'adresser à tout moment et directement au président du comité Audit, Risk & Compliance du Conseil d'administration.

Une bonne compliance repose sur une réglementation claire des compétences.





Daniel  
Landolf

Hansruedi  
Köng

Dieter  
Bambauer

Jörg  
Vollmer

Susanne  
Ruoff

Alex  
Glanzmann

#### Politique d'indemnisation

## Procédure de fixation des indemnités

Pour fixer le montant des indemnités des membres de la Direction du groupe, le Conseil d'administration tient compte du risque entrepreneurial, de l'ampleur du domaine de responsabilité du membre concerné ainsi que de l'ordonnance sur les salaires des cadres de la Confédération. Le Conseil d'administration a par ailleurs fixé la rémunération ainsi que les prestations annexes de ses propres membres dans le «règlement relatif aux indemnisations CA».

La rémunération des membres de la Direction du groupe se compose d'un salaire de base fixe et d'une part variable liée à la prestation pouvant atteindre au maximum 45% du salaire de base annuel brut (55% pour la directrice générale). Au niveau du groupe, la part variable dépend de la création de valeur (pondération: 28%) et de la satisfaction des clients vis-à-vis du groupe (12%), tandis qu'au niveau de l'unité du groupe, on distingue entre des critères qualitatifs (20%) et des indicateurs financiers (20%), tels que l'EBIT ou, pour PostFinance SA, le rendement des fonds propres.

Lors du calcul de la part variable aux niveaux tant du groupe que de l'unité du groupe, il est également tenu compte d'un éventuel malus, dépendant du degré de réalisation des objectifs. Le malus s'élevé au plus à la moitié de la part variable maximale.

On calcule pour les trois indicateurs déterminants (groupe, unité du groupe et performance individuelle) si la valeur seuil donnant droit à une part variable est atteinte. Si c'est le cas, une part variable est accordée à l'ayant droit. Si, au contraire, la valeur seuil donnant droit à une part variable n'est pas atteinte, il y a malus et la part variable de la rémunération diminue en conséquence. Un tiers de la part variable effective est déposé sur un compte spécial pour rémunération variable, constitué à cet effet. A partir de la troisième année, un tiers du solde de ce compte est versé, à titre de versement différé. Les deux autres tiers de la part variable effective sont versés directement à l'ayant droit. Si la part variable effective est négative pour cause de malus, le montant négatif est imputé sur le compte de rémunération variable et en diminue ainsi le solde.



Ulrich Hurni  
Yves-André Jeandupeux  
Thomas Baur

## La rémunération des membres de la Direction du groupe se compose d'un salaire de base fixe et d'une part variable liée à la prestation.

Les membres de la Direction du groupe ont droit à un abonnement général en 1<sup>re</sup> classe, à un véhicule de fonction, à un téléphone mobile, à une tablette électronique et à une indemnité forfaitaire mensuelle pour frais. La Poste paie aussi leurs primes d'assurance risque. En cas de contribution personnelle exceptionnelle, une prime de performance individuelle peut être versée.

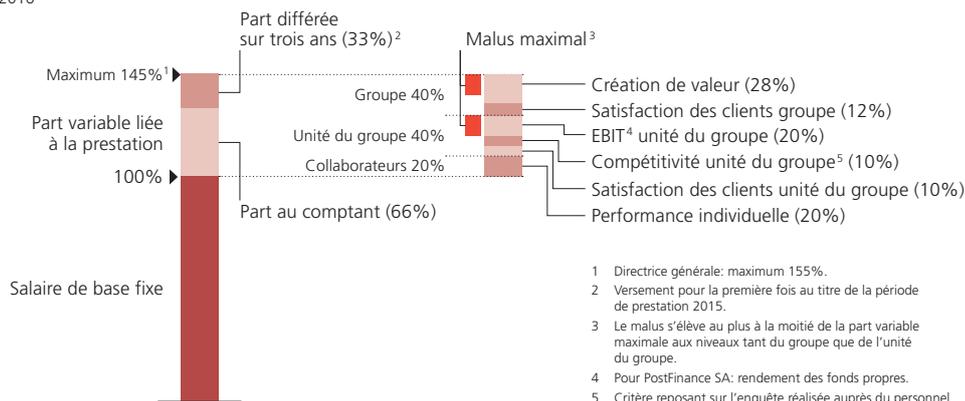
Aucun membre de la Direction du groupe ni aucune personne proche n'a bénéficié d'autres honoraires, rémunérations, garanties, avances, crédits, prêts ou prestations en nature.

Le salaire de base et la part de la rémunération liée à la prestation des membres de la Direction

du groupe sont assurés comme suit: jusqu'au montant maximal possible de 338 400 francs auprès de la Caisse de pensions Poste (primauté des cotisations); pour les revenus supérieurs à ce montant, par le biais d'une assurance pour cadres (primauté des cotisations). L'employeur participe pour plus de la moitié aux cotisations de la prévoyance professionnelle. Les contrats de travail se fondent sur le Code des obligations. Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2010, le préavis de congé des membres de la Direction du groupe est de six mois. Pour les membres entrés en fonction avant cette date, l'ancien préavis de douze mois s'applique toujours. Il n'existe aucune convention prévoyant le versement d'éventuelles indemnités de départ.

### Direction du groupe | Composition de la rémunération

2016



Philippe  
MillietMarco  
DurrerMyriam  
MeyerSusanne  
BlankAdriano P.  
VassalliNadja  
LangUrs  
Schwaller

---

 Indemnités 2016
 

---

## Indemnités versées au Conseil d'administration et à la Direction du groupe

En 2016, les dix membres du Conseil d'administration ont été rémunérés à hauteur de 1 031 625 francs au total (honoraires et prestations annexes). Inklusés dans ces indemnités globales, les prestations annexes se sont chiffrées à 246 625 francs. Les honoraires du président du Conseil d'administration ont atteint 225 000 francs, les prestations annexes se montant à 28 025 francs.

Les membres de la Direction du groupe, y compris la directrice générale, ayant perçu des indemnités en 2016 ont été rémunérés à hauteur

de 5 288 940 francs au total. Inklusés dans cette rémunération totale, les prestations annexes se sont chiffrées à 337 168 francs. Les parts liées à la prestation effectivement payables en 2017 – qui dépendent de la réalisation des objectifs en 2015 et 2016 et incluent les versements différés – se sont élevées à 1 347 018 francs au total.

Le salaire de base de la directrice générale a atteint 610 000 francs et la part liée à la prestation payée en sus 316 838 francs, dont 104 355 francs provenant du compte de rémunération variable.

Andreas  
SchlöpferKerstin Büchel,  
secrétaire généraleMichel  
Gobet

## Indemnités

CHF

2016

**Président du Conseil d'administration (2)**

Honoraires	225 000
Prestations annexes	
Indemnités forfaitaires pour frais et pour représentation	22 500
Abonnement général 1 <sup>re</sup> classe	5 525

**Indemnités totales 253 025****Autres membres du Conseil d'administration (8)**

Honoraires	560 000
Prestations annexes	
Indemnités forfaitaires pour frais et pour représentation	72 200
Autres prestations annexes	146 400

**Indemnités totales 778 600****Total Conseil d'administration (10)**

Honoraires	785 000
Prestations annexes	246 625

**Indemnités totales 1 031 625****Directrice générale**

Salaire de base fixe	610 000
Part liée à la prestation (payable en 2016)	
Part variable du salaire	212 483
Versement au débit du compte de rémunération variable <sup>1</sup>	104 355
Prestations annexes	
Indemnités forfaitaires pour frais et pour représentation	30 000
Autres prestations annexes <sup>2</sup>	17 340
Autres paiements <sup>3</sup>	–

**Rémunération totale 974 178****Autres membres de la Direction du groupe (9)<sup>4</sup>**

Salaires de base fixes	2 677 916
Parts liées à la prestation (payables en 2016)	
Part variable du salaire	893 405
Versement au débit du compte de rémunération variable <sup>1</sup>	453 613
Prestations annexes	
Indemnités forfaitaires pour frais et pour représentation	140 800
Autres prestations annexes <sup>2</sup>	149 028
Autres paiements <sup>3</sup>	–

**Rémunération totale 4 314 762****Total Direction du groupe (10)<sup>5</sup>**

Salaires de base et parts liées à la prestation	4 951 772
Prestations annexes	337 168

**Rémunération totale 5 288 940**

1 La directrice générale et six des autres membres de la Direction du groupe ont perçu un versement débité de leur compte de rémunération variable au titre de l'exercice 2016.

2 Les autres prestations annexes comprennent: abonnement général 1<sup>re</sup> classe, véhicule de fonction, téléphone mobile, tablette électronique et primes d'assurance risque.

3 Il n'existe aucune convention prévoyant le versement d'éventuelles indemnités de départ.

4 Sept membres actifs et deux membres sortis courant 2016

5 Y compris les membres sortis courant 2016. En raison de ces changements, la rémunération totale ne peut pas être comparée à celle de l'exercice précédent.

## A propos du présent rapport

## Structure du rapport

Le rapport annuel 2016 de la Poste comprend les documents suivants:

- Rapport de gestion de la Poste
- Rapport financier de la Poste (rapport annuel, gouvernance d'entreprise et comptes annuels consolidés, de La Poste Suisse SA et de PostFinance SA)
- Rapport de gestion de PostFinance SA
- Rapport d'activité de CarPostal Suisse SA
- Chiffres clés du rapport de gestion
- Rapport GRI (rapport conforme aux prescriptions de la Global Reporting Initiative)

Ces documents peuvent être consultés en ligne et téléchargés à l'adresse [www.poste.ch/rapportdegestion](http://www.poste.ch/rapportdegestion). Le rapport de gestion et le rapport financier de La Poste Suisse SA ainsi que le rapport de gestion de PostFinance SA et le rapport d'activité de CarPostal Suisse SA sont également disponibles sous forme imprimée.

## Langues

Le rapport de gestion et le rapport financier de la Poste sont publiés en allemand, en anglais, en français et en italien. Seule la version allemande fait foi.

## Commande

Les rapports peuvent être commandés sur Internet à l'adresse [www.poste.ch/rapportdegestion](http://www.poste.ch/rapportdegestion). Les collaborateurs de la Poste peuvent s'en procurer des exemplaires par la voie ordinaire de commande des imprimés.

## Impressum

**Edition et contact**

La Poste Suisse SA  
Wankdorffallee 4  
Case postale  
3030 Berne  
Suisse

Téléphone +41 58 338 11 11  
Contact médias +41 58 338 13 07  
[www.poste.ch](http://www.poste.ch)

**Conception et gestion de projet**

Muriel Baeriswyl, Communication Poste, Berne  
Annick Chevillat, Communication Poste, Berne  
Andreas Sturm, Sturm Consulting, Riehen

**Texte**

Finances Poste, Berne  
Sandra Schindler, Mareike Fischer, Tobias Habegger,  
Andreas Schmidt, Markus Tschannen, Beat Büchler,  
Klarkom AG, Berne

**Diagrammes**

Finances Poste, Berne  
Andreas Sturm, Sturm Consulting, Riehen

**Photos**

Simon Opladen, Berne, Marc Wetli, Zurich,  
Zishaan Akbar Latif (page 28), autres sources diverses

**Maquette et composition**

Walter Stähli et Franck Schirmer, phorbis Communications SA, Bâle

**Traduction et relecture**

Service linguistique Poste, Berne

**Impression**

Stämpfli SA, Berne

Numéro ISSN 1661-9501



No. 01-16-468983 – [www.myclimate.org](http://www.myclimate.org)  
© myclimate – The Climate Protection Partnership



**RECYCLÉ**  
**Papier fait à partir**  
**de matériaux recyclés**  
**FSC® C005019**

**A propos du papier:**

Le présent rapport de gestion a été imprimé sans impact sur le climat, sur du papier recyclé certifié 100% FSC® sans azurant optique. Le papier RecyStar Polar a obtenu le label écologique Ange bleu ([www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de)), qui distingue les produits particulièrement respectueux de l'environnement, ainsi que le label écologique de l'Union européenne ([www.ecolabel.eu](http://www.ecolabel.eu)), et il est certifié FSC® ([www.fsc.org](http://www.fsc.org)).

## Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

		2012	2013	2014	2015	2016
<b>Résultat</b>						
Produits d'exploitation	millions de CHF	8 576	8 575	8 371	8 224	8 188
réalisés sur le marché libre	% des produits d'exploitation	84,1	85,6	85,7	85,1	85,8
réalisés à l'étranger	% des produits d'exploitation	12,0	13,2	14,6	14,0	13,7
Résultat d'exploitation	millions de CHF	860	911	803	823	704
réalisé sur le marché libre <sup>1</sup>	% du résultat d'exploitation	88,0	95,5	85,5	87,0	93,5
réalisé à l'étranger	% du résultat d'exploitation	4,1	5,2	9,0	6,9	9,1
Bénéfice consolidé	millions de CHF	772	626	638	645	558
Fonds propres	millions de CHF	3 145	5 637	5 010	4 385	4 881
<b>Création de valeur</b>						
Valeur ajoutée de l'entreprise	millions de CHF	269	125	207	169	121
Valeur ajoutée	millions de CHF	5 314	5 328	5 220	5 193	5 145
distribuée au personnel	millions de CHF	4 161	4 131	4 108	4 074	4 034
distribuée aux bailleurs de fonds externes	millions de CHF	82	93	57	69	64
distribuée aux pouvoirs publics	millions de CHF	34	94	79	94	118
distribuée au propriétaire	millions de CHF	200	180	200	200	200
distribuée à l'entreprise	millions de CHF	837	830	776	756	729
<b>Emplois</b>						
Effectif (sans apprentis)	unités de personnel	44 605	44 105	44 681	44 131	43 485
Apprentis Suisse	personnes	2 015	2 024	2 035	2 077	2 118
Emplois régions périphériques	personnes	20 172	19 494	19 106	18 633	18 176
Taux de fluctuation (départs volontaires)	% de l'effectif moyen	3,7	3,6	4,1	3,8	4,0
Licenciements pour raisons économiques	personnes	315	180	168	78	84
<b>Conditions d'engagement, salaires et indemnités</b>						
Engagement selon CCT Poste	en % des unités de personnel	62,7	62,8	61,1	61,5	53,8
Salaires minimal selon CCT Poste	CHF par année	45 047	45 047	47 620	47 620	47 620
Salaires moyen du personnel	CHF par année	82 554	82 695	83 039	83 472	82 231
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe	CHF par année	515 441	499 281	477 719	591 574	588 377
Ecart salarial <sup>2</sup>	facteur	6,2	6,0	5,8	7,1	7,2
<b>Gestion de la santé</b>						
Accidents professionnels	nombre pour 100 unités de personnel	7,2	6,6	5,9	6,1	5,9
Absences dues à une maladie ou à un accident	jours par collaborateur	11,0	11,6	11,8	12,4	12,5
<b>Diversité</b>						
Femmes	% de l'effectif	48,4	48,5	48,7	48,4	48,1
Nationalités représentées	nombre	140	144	142	142	143
Femmes au Conseil d'administration	%	22,2	22,2	33,3	33,3	33,3
Femmes à la Direction du groupe	%	11,1	12,5	12,5	12,1	11,1
Femmes parmi les cadres supérieurs	%	8,0	9,3	11,0	12,3	12,3
Femmes parmi les cadres intermédiaires et inférieurs	%	23,0	23,7	23,6	23,4	24,2
<b>Démographie</b>						
Age moyen du personnel	années	44,7	44,8	45,1	45,3	45,6
<b>Utilisation des ressources</b>						
Consommation d'énergie	gigajoules	4 053 768	4 075 670	4 063 574	4 067 287	4 143 240
Consommation au sein de la Poste	gigajoules	3 232 405	3 205 634	3 223 276	3 210 571	3 261 864
de sources renouvelables	%	20,0	19,0	21,0	21,0	21,0
Consommation hors de la Poste	gigajoules	821 363	870 035	840 297	856 716	881 376
<b>Impact sur le climat (domaines 1 à 3)</b>						
Impact sur le climat	équivalent t CO <sub>2</sub>	466 169	437 043	429 703	428 807	434 868
Augmentation efficacité CO <sub>2</sub> depuis 2010 <sup>3</sup>	%	2,6	9,8	12,0	13,4	16,0

1 Les valeurs de 2012 ne peuvent pas être comparées avec celles de 2013 à 2016 (nouvelle législation postale à partir de 2013).

2 Facteur = indemnités moyennes des membres de la Direction du groupe par rapport au salaire moyen du personnel.

3 L'augmentation de l'efficacité en matière de CO<sub>2</sub> est mesurée d'après la variation des équivalents CO<sub>2</sub> par unité de prestation de base durant l'exercice sous revue par rapport à l'année de référence. La prestation de base est définie par unité du groupe (envoi, transaction, kilomètre-voyageur/kilomètre, unité de personnel, etc.).

071.44 (238268) FR 04.2017

La Poste Suisse SA  
Wankdorffallee 4  
Case postale  
3030 Berne  
Suisse

Téléphone +41 58 338 11 11  
[www.poste.ch](http://www.poste.ch)

**LA POSTE** 