

20 22

**Nous développons
aujourd'hui le service
public de demain**

Rapport annuel
2022

LA POSTE 

Nous développons aujourd'hui le service public de demain

Centrés client, dignes de confiance, engagés



6859 mio.

de francs. Les **produits d'exploitation** sont en recul de 0,3% par rapport à l'exercice précédent.



295 mio.

de francs. Le **bénéfice consolidé** est en recul de 157 millions de francs par rapport à l'exercice précédent normalisé¹.



1745 mio.

Le nombre de **lettres** distribuées par la Poste en Suisse a reculé de 3,7% par rapport à 2021.



194 mio.

Le nombre de **colis** distribués par la Poste en Suisse a diminué de 4% par rapport à l'exercice précédent.



105 mia.

de francs. Telle est la moyenne du **patrimoine des clients** déposé auprès de **PostFinance**, en recul de 5,5% par rapport à l'exercice précédent.



156 mio.

de **voyageurs** ont été transportés par CarPostal, soit 15,5% de plus que l'exercice précédent.



76 points

La **satisfaction de la clientèle** atteint 76 points sur une échelle de 0 à 100.



Environ **60%**

des **véhicules** dans la **distribution** sont dotés d'une **propulsion alternative**.

Avant-propos	2
Jalons importants	4
Le Conseil d'administration et la Direction du groupe	6
Résultat	8
Résultat financier	11
Résultats non financiers	12
Stratégie	14
Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo	16
La Poste de demain	20
Marchés	24
Logistique	26
Communication	34
Réseau	40
Mobilité	44
Services financiers	48
Personnel	52
Pleinement engagés au service d'une Suisse forte et moderne	60
Comparaison des chiffres clés sur cinq ans	71

Le présent rapport annuel est complété par un **rapport financier** séparé (rapport annuel, gouvernance d'entreprise et comptes annuels), par des **données chiffrées détaillées** et par un **indice Global Reporting Initiative**. Vous trouverez les sources des informations fournies en → page 70. Ces documents peuvent être consultés en ligne et téléchargés à l'adresse → rapportdegestion.poste.ch.

¹ Valeur ajustée (voir rapport financier 2022, annexe des comptes consolidés, note 2.2 Adaptation de la présentation des comptes)

**La Poste –
exemplaire
en matière
de durabilité
pour le climat**



LA POSTE 

La Poste en chiffres

6859 millions

de francs de produits d'exploitation

295 millions

de francs de bénéfice consolidé

47 318

collaboratrices et collaborateurs dans le monde, dont 98% en Suisse

1 sur

110

Tel est le nombre de personnes actives en Suisse travaillant à la Poste.

250 millions

de francs: tel est le montant d'impôts et de taxes dont la Poste s'acquitte chaque année.

Plus de

1,5 milliard

de francs: tel est le montant que la Poste a versé à la Confédération sous forme de dividendes au cours des dix dernières années.

Environ

46 500

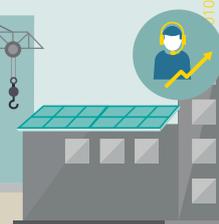
personnes travaillent pour la Poste dans tous les cantons et dans 833 des 2148 communes suisses.

478 millions

de francs d'investissements

8500

demandes quotidiennes au Service à la clientèle



1839

personnes en formation

22%

de femmes parmi les cadres

Environ

1200

postes à plein temps dans l'informatique

1 franc sur **120** du PIB (suisse) provient de façon directe ou indirecte de la Poste.

Environ

3,1 milliards

de francs: tel est le montant dépensé par la Poste en marchandises et services auprès de fournisseurs suisses.

4 millions

de ménages desservis chaque jour par la Poste partout en Suisse

85

points (échelle de 0 à 100) «Je saisis le sens de mon travail»

134 millions

de km parcourus en un an (CarPostal)

14 306

boîtes aux lettres publiques

1254

filiales en partenariat



2279

véhicules (CarPostal), dont 60 à propulsion hybride ou alternative.

578

communes ne sont raccordées au réseau des transports publics suisses que par CarPostal.

210

points clientèle commerciale

156 millions

de voyageurs (CarPostal)

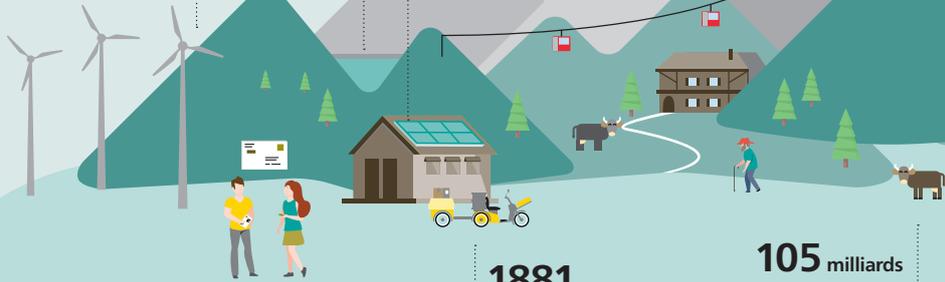
Environ

1 million

de contacts quotidiens directs avec sa clientèle

100%
de courant issu de sources d'énergies renouvelables

300 000
nouveaux utilisateurs et utilisatrices d'IncaMail en 2022



1881
localités avec service à domicile

105 milliards
de francs de patrimoine des clients (PostFinance)

773
filiales en exploitation propre

0101101010101010101010
11101000010101010101010
11010100000101010101010
011101010101010101010010
101010101010000110100010



58,4%
des propres immeubles de la Poste sont chauffés au moyen d'énergie renouvelable.

Dans **554** points My Post Service, les colis peuvent être retirés et expédiés en toute flexibilité.



64 000
personnes sont enregistrées à l'application ePost.

3,4 millions
de personnes utilisent SwissID en guise de login client de la Poste.

3400
pirates informatiques ont tenté de pirater le système de vote électronique de la Poste en lançant près de 70 000 attaques.

3,9 millions
de comptes clients (PostFinance)

1,9 million
de clients disposent d'un accès à e-finance.



Plus de **25 000** véhicules internes et externes gérés. Avec plus de 7000 véhicules, la Poste possède la plus grande flotte de véhicules électriques de Suisse (Post Company Cars).

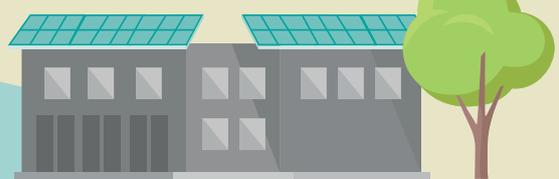
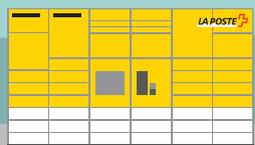
Environ **60%** des véhicules dans la distribution dotés d'une propulsion alternative (6371 véhicules à deux, trois et quatre roues)

1745 millions
de lettres

1332 millions
d'envois non adressés

194 millions
de colis

100%
d'envois avec compensation du CO₂



867
Postomat

248 687
cases postales

225
automates My Post 24

76 points
sur 100 pour la satisfaction de la clientèle

31
installations photovoltaïques
67 992 m²
de surface de panneaux
10,9 GWh
d'énergie solaire par an

Avant-propos



Christian Levrat
Président du Conseil d'administration



Roberto Cirillo
Directeur général



La Poste est et restera une entreprise de service public dont les prestations vont bien au-delà du service universel classique.

Christian Levrat
Président du Conseil d'administration

Madame, Monsieur,

À mi-parcours de la période stratégique actuelle, il s'avère que la stratégie Poste de demain nous a permis de poser les bons jalons, donnant ainsi à la sphère politique suffisamment de temps pour définir le service universel du futur. La Poste est et restera une entreprise de service public dont les prestations postales vont bien au-delà du service universel classique pour répondre aux besoins de la Suisse, de ses habitants, de ses entreprises et de ses organisations. Toutefois, en 2022 aussi, il nous a fallu réagir à des défis inattendus, liés à la situation géopolitique et au contexte macroéconomique. Ces défis resteront d'actualité en 2023, et ils pourraient avoir des conséquences plus lourdes pour la Poste et pour l'économie suisse en général. Néanmoins, nous l'avons prouvé: on peut se fier à la Poste. Avec son sens des responsabilités et de la solidarité, l'ensemble du personnel a veillé à ce que la population et l'économie suisses continuent de bénéficier d'un service public sans faille.

Grâce aux bons résultats des deux premiers exercices au cours desquels nous avons déployé notre stratégie, la Poste conserve une solide assise financière. Elle a commencé à réduire sa dépendance à l'égard du marché du courrier, dont le déclin s'accroît, et elle est en capacité de répondre aux nouveaux besoins dans les domaines de la logistique et de la communication numérique. Dans les deux années à venir, il restera important de trouver le juste équilibre entre investissements, croissance, adaptation des prix et gains d'efficacité, en s'en tenant à la stratégie. Nous continuerons de réaliser des investissements principalement destinés à nous doter d'une infrastructure moderne pour la logistique et à renforcer nos compétences pour la numéri-

sation des prestations. Notre croissance sera organique, et donc interne à la Poste, dans la mesure du possible. Néanmoins, si cela s'avère judicieux, elle s'appuiera aussi sur des acquisitions et des prises de contrôle d'entreprises tierces rigoureusement sélectionnées. Lorsque nous investissons, nous le faisons de manière ciblée, et ce principalement sur nos deux marchés clés que sont la logistique et la communication.

Grâce à nos services d'un haut niveau de qualité dans le domaine des lettres et des colis, mais aussi grâce à notre réseau de points d'accès postaux, le plus dense d'Europe, nos prestations sont accessibles à l'ensemble de la population, partout et à toute heure. Nous sommes là pour la Suisse, ce dont atteste aussi l'étude des organisations postales réalisée par l'Union postale universelle, qui nous place pour la sixième année consécutive en tête de son indice de développement.

En poursuivant et en réaffirmant notre engagement au service d'une Poste durable, tournée vers l'avenir, nous avons tous à cœur de contribuer au renforcement de la compétitivité de l'économie nationale et à l'amélioration de la qualité de vie de la population du pays, en œuvrant ainsi en faveur d'une Suisse moderne.

Au nom du Conseil d'administration et de la Direction du groupe, nous tenons à remercier tout particulièrement l'ensemble de nos collaboratrices et collaborateurs pour leur mobilisation exceptionnelle au cours de l'année 2022. Nous adressons aussi nos remerciements à notre clientèle pour la confiance qu'elle nous témoigne.



La Poste a à cœur de contribuer au renforcement de la compétitivité et à l'amélioration de la qualité de vie de la Suisse.

Roberto Cirillo
Directeur général

Christian Levrat
Président du Conseil d'administration

Roberto Cirillo
Directeur général

Jalons importants 2022

Logistique

Une capacité de tri accrue grâce aux nouveaux centres colis

La Poste a mis en service en un temps record deux nouveaux centres colis régionaux, l'un à Rümlang (ZH) et l'autre à Buchs (AG). Ils lui permettent d'assurer un traitement des colis plus rapide et plus écologique. D'ici à 2030, la Poste investira environ 1,5 milliard de francs dans le développement de son infrastructure de tri et de distribution. Elle pourra ainsi assurer un service public de haute qualité, répondant aux besoins de la population et des entreprises de Suisse.

→ Page 27



Logistique

Logistique de stockage: démarrage du chantier à Villmergen

Pour son projet de construction le plus important du moment, la Poste investit près de 137 millions de francs: avec des extensions sur plusieurs étages, elle agrandit le centre logistique de Villmergen (AG), qui totalise ainsi 57 000 mètres carrés, et étend sa précieuse aire de stockage hautement automatisée. Elle veut ainsi pouvoir répondre à la demande croissante des entreprises en matière de solutions logistiques globales.

→ Page 31

Communication

Unblu: la sécurité dans la communication numérique avec la clientèle

Grâce à sa participation majoritaire dans l'entreprise de développement de logiciels Unblu Inc., la Poste peut encore mieux accompagner les entreprises suisses dans leur transformation numérique: la plateforme d'Unblu permet aux entreprises d'avoir des échanges rapides, directs et sécurisés avec leur clientèle, y compris pour la transmission d'informations sensibles.

→ Page 35

Communication

Solutions de numérisation pour la Suisse romande

La Poste continue de développer son offre et l'étoffe: désormais, avec sa participation majoritaire dans le Groupe T2i, société d'édition de logiciels et de prestation de services basée en Suisse romande, elle peut aussi proposer des solutions numériques simples, sûres et sur mesure aux autorités et entreprises francophones.

→ Page 36

Communication

Renforcement de la cybersécurité

Pour parfaire ses compétences en matière de cybersécurité, la Poste a acquis la majorité des parts de Hacknowledge SA, spécialisée dans ce domaine. L'entreprise apporte son soutien aux autorités, aux PME et à la Poste pour les aider à déceler les cybermenaces au plus vite et à réagir en conséquence.

→ Page 39



Communication

Promouvoir la numérisation dans le secteur de la santé avec Axsana

La Poste a pris une participation de 75% dans Axsana, une société intervenant dans l'exploitation du dossier électronique du patient (DEP), et elle a conforté son rôle de prestataire technologique en réalisant une avancée notable dans la mise en place du système de santé du futur. Elle a également investi dans «Cuore – la plateforme de santé suisse».

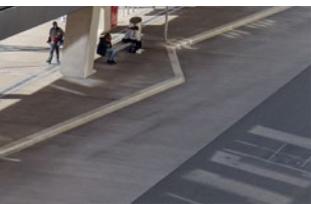
→ Page 38

Communication

Test d'intrusion: pour un système de vote électronique inattaquable

Durant quatre semaines, 3400 hackers éthiques ont mis à l'épreuve le système de vote électronique de la Poste. Au final, aucun d'entre eux n'est parvenu à s'y introduire, ce qui est réjouissant. La Poste prévoit de mettre le nouveau système de vote électronique à la disposition de certains cantons en 2023 pour qu'ils puissent l'utiliser.

→ Page 37



Mobilité

L'avenir appartient au car postal à propulsion électrique

Avec la mise en service d'un nombre croissant de cars postaux à propulsion électrique sur les lignes de TP, CarPostal se rapproche un peu plus de son objectif: avoir une flotte totalement exempte de véhicules à carburant fossile.

→ Page 45

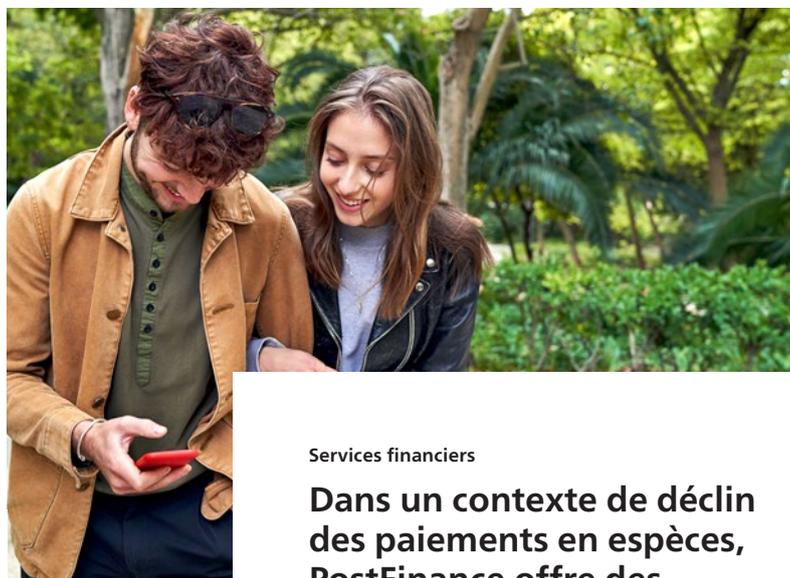


Réseau

Les premières banques et assurances-maladie font leur entrée dans les filiales

Pour que ses filiales restent utiles à la population suisse, la Poste ouvre son réseau à des partenaires. En 2022, elle a posé de nouveaux jalons dans le déploiement de sa stratégie: les assurances-maladie Sympany et Assura, la Banque Migros et la Cornèr Banque ainsi que SwissCaution ont pris place dans des filiales qui, en étant facilement accessibles, leur permettent d'entretenir un contact direct avec leur clientèle.

→ Page 41



Services financiers

Dans un contexte de déclin des paiements en espèces, PostFinance offre des solutions

Les cartes de débit et de crédit sont devenues le principal moyen de paiement; quant au paiement par mobile, il est de plus en plus prisé. En proposant la nouvelle PostFinance Card en combinaison avec Debit Mastercard®, ainsi que l'application mobile TWINT, PostFinance est résolument en phase avec son temps.

→ Page 50

Conseil d'administration

au 31 décembre 2022



Christian Levrat
Président du Conseil d'administration
depuis 2021



Thomas Bucher
Membre du Conseil d'administration
depuis 2019



Ronny Kaufmann
Membre du Conseil d'administration
(représentant du personnel)
depuis 2018



Bernadette Koch
Membre du Conseil d'administration
depuis 2018



Denise Koopmans
Membre du Conseil d'administration
depuis 2019



Nadja Lang
Membre du Conseil d'administration
depuis 2014



Corrado Pardini
Membre du Conseil d'administration
(représentant du personnel)
depuis 2020



Dirk Reich
Membre du Conseil d'administration
depuis 2021



Maria Teresa Vacalli
Membre du Conseil d'administration
depuis 2022



Roger Schoch

Secrétaire général

+ Informations complémentaires
Rapport financier, à partir de
la page 75

Direction du groupe

au 31 décembre 2022

Hansruedi Köng*
CEO de PostFinance SA
depuis 2012

Thomas Baur
Responsable RéseauPostal
depuis 2016, suppl. du
directeur général

Christian Plüss
Responsable CarPostal
depuis 2018

Wolfgang Eger
Responsable
Informatique/Technologie
depuis 2022



Roberto Cirillo
Directeur général depuis 2019

Johannes Cramer
Responsable Services
logistiques depuis 2021

Nicole Burth
Responsable Services de
communication depuis 2021

Alex Glanzmann
Responsable Finances
depuis 2016, suppl.
du directeur général

Valérie Schelker
Responsable Personnel
depuis 2017

* En tant que CEO de PostFinance SA, Hansruedi Köng n'est pas membre de la Direction du groupe, mais participe à ses réunions avec voix consultative.

Résultat

À mi-parcours de sa stratégie «Poste de demain», la Poste affichait toute sa solidité à la fin 2022. La nouvelle stratégie produit des effets et, malgré de nombreux défis imprévus, elle contribue à la stabilisation de la situation financière. Le résultat d'exploitation, qui se chiffre à 358 millions de francs, reste inférieur à celui de l'exercice précédent, particulièrement solide, mais ce recul tient en premier lieu à des facteurs externes. La Poste subit elle aussi les conséquences de la pandémie, le renchérissement et les effets globaux de la guerre en Ukraine, et elle risque encore de les subir durant quelques années. La stratégie apporte des réponses aux tendances qui perdurent dans l'activité clé.

6859 millions
de francs
Produits d'exploitation

295 millions
de francs
Bénéfice consolidé

76 points
**Satisfaction
de la clientèle**
(échelle de 0 à 100)

156 millions
Voyageurs
(CarPostal)

1745 millions
Lettres

194 millions
Colis

105 milliards
de francs Ø mois
Patrimoine des clients
(PostFinance)



Entretien



Entretien avec Alex Glanzmann

Responsable Finances, membre de la Direction du groupe

«La Poste a bien maîtrisé une année difficile.»

La situation mondiale et la conjoncture économique très instables, ainsi que le revirement des taux d'intérêt qui en a résulté, ont pesé de tout leur poids sur le résultat 2022: comme prévu, le résultat d'exploitation et le bénéfice sont en baisse par rapport à 2021, les produits d'exploitation étant quant à eux quasiment inchangés. Dans l'ensemble, la Poste a bien maîtrisé les défis, mais le contexte reste très difficile.

Alex Glanzmann, brièvement, quel bilan dressez-vous pour l'exercice 2022?

Nous avons vécu une année tout à fait inhabituelle, avec une forte hausse du renchérissement, un revirement des taux d'intérêt, une guerre en Europe et des problèmes d'approvisionnement mondiaux, entre autres. La situation géopolitique et macroéconomique a fortement pesé sur le résultat. Considérant cet ensemble de conditions très difficiles, nous sommes satisfaits de la performance fournie.

Aviez-vous tablé sur un tel résultat?

Oui, il se dessinait déjà dans cet ordre de grandeur dès le milieu de l'année. Après un premier semestre réjouissant dans toutes les unités, la situation s'est fortement détériorée au second semestre: moins de lettres et de colis, ainsi qu'une flambée sans précédent des prix du carburant et de l'énergie, qui a provoqué une augmentation massive des coûts de production. Les trois décisions de la Banque nationale suisse concernant le taux directeur ont également induit une baisse des recettes à court terme. Cela étant, nous saluons le retour à des taux positifs, car ce revirement aura un impact positif sur notre résultat futur.

Quels ont été les effets du renchérissement?

Ils ont été significatifs. Avec un volume annuel de dépenses d'environ 3 milliards de francs en Suisse, nous ressentons directement les effets du renchérissement. La flambée des prix du carburant et de l'énergie, sans oublier celle des prix des maté-

riaux d'exploitation et de construction, ont des répercussions directes sur les coûts de production. L'an dernier, les dépenses en diesel ont à elles seules augmenté de 25%. Nous avons dû prendre entièrement à notre charge cette augmentation substantielle. En 2023, nous la répercuterons en partie sur les clients commerciaux auxquels s'appliquent des prix individuels. Enfin, il est important d'avoir à l'esprit que le renchérissement pèsera sur nos comptes au-delà de 2022. Une part importante des dépenses supplémentaires dues au renchérissement aura une incidence sur notre résultat ultérieurement.

Comment la Poste réagit-elle à ces facteurs d'influence externes?

La réponse à cette question réside dans la stratégie «Poste de demain». Pour atteindre les objectifs fixés, nous disposons de quatre leviers: poursuite du développement, croissance, efficacité et prix, durabilité. En cas d'évolution des conditions-cadres, nous sommes naturellement amenés à réfléchir à de nouvelles priorités pour l'avenir et à d'éventuelles adaptations, mais cela fait partie de la mise en œuvre de la stratégie. Avec la «Poste de demain», nous allons dans la bonne direction, raison pour laquelle nous nous en tenons à chacune de nos quatre orientations stratégiques.

En 2022, la Poste a traité moins de lettres et de colis. Comment l'expliquer?

La guerre et le renchérissement ont pesé sur le moral des consommateurs, ceux-ci

passant moins de commandes en ligne. En raison des problèmes mondiaux d'approvisionnement, les produits n'étaient pas disponibles ou ont été livrés avec du retard, ce qui a freiné l'évolution des volumes de colis. Néanmoins, la tendance à long terme restant favorable aux achats en ligne, nous développons notre infrastructure comme nous l'avions prévu. En tout cas, il est clair que le recul de 4% des volumes de colis, au nombre de 194 millions en 2022, n'a pas été facile à gérer, car nos coûts de production ont augmenté, mais nos prix sont restés inchangés. S'agissant des lettres, nous en avons distribué 1745 millions, ce qui reste un chiffre impressionnant, même si, là aussi, les volumes déclinent un peu plus d'année en année. C'est la raison pour laquelle nous investissons dans les solutions numériques de Services de communication.

Pour finir, pouvez-vous nous dire comment vous voyez l'avenir?

Vu la conjoncture économique et la situation mondiale actuelles, il est plus difficile que jamais d'établir des pronostics. Les défis restent donc d'actualité, mais la Poste est en bonne santé financière pour les relever. Nous pouvons et voulons investir dans des offres qui répondent aux besoins de la clientèle et aux exigences de demain, en appliquant notre stratégie et notre modèle commercial fondé sur l'autofinancement. C'est là notre mission et notre responsabilité envers la population et l'économie, mais aussi vis-à-vis de notre personnel.

Résultat financier

Bilan solide grâce à une stratégie appropriée

La Poste boucle l'exercice 2022 sur un bénéfice consolidé de 295 millions de francs et un résultat d'exploitation (EBIT) de 358 millions. Si le résultat est inférieur à celui de l'exercice précédent, particulièrement bon, il n'en demeure pas moins qu'il renforce encore le bilan de la Poste. Les produits d'exploitation se montent à 6859 millions de francs. La stratégie mise en œuvre actuellement par la Poste porte ses fruits: l'entreprise est solide et prête à répondre aux défis qui l'attendent en 2023.

En 2022, le résultat d'exploitation (EBIT) de la Poste a atteint 358 millions de francs, en baisse de 157 millions par rapport à l'exercice précédent. Le bénéfice consolidé s'élève quant à lui à 295 millions de francs, en recul de 157 millions par rapport à 2021. Les produits d'exploitation se montent à 6859 millions de francs, en baisse de 18 millions par rapport à l'exercice précédent. L'année 2022 a été marquée par un grand nombre d'événements inattendus, en particulier la guerre en Ukraine, qui ont d'importantes répercussions sur la Poste. Des coûts supplémentaires dus à un renchérissement record, une diminution des produits résultant du revirement des taux et le recul des volumes de lettres et de colis ont impacté les activités de la Poste. Dans le même temps, le cash-flow libre positif qui a pu être généré en 2022 est intégré au bilan de la Poste et augmente ses liquidités.

Le marché des colis sous pression

Services logistiques et PostFinance livrent la plus grande contribution au résultat financier de la Poste. La Poste a réalisé l'an dernier un résultat d'exploitation de 358 millions de francs dans le domaine logistique, le résultat de l'unité Services logistiques diminuant ainsi de 107 millions par rapport à l'exercice précédent. Le renchérissement qui se maintient à un niveau élevé, la hausse des prix des carburants et de l'énergie ainsi que celle des frais d'acquisition ont provoqué dans ce domaine une augmentation significative des coûts en 2022.

Par rapport à l'exercice précédent, le volume des colis et celui des lettres reculent chacun d'environ 4%. Le recul du volume des colis tient notamment à un climat de consommation morose et très volatile ainsi qu'à des problèmes d'approvisionnement mondiaux. Au

cours des dix années, le volume des lettres a diminué d'environ un tiers au total, et cette tendance s'est poursuivie en 2022, comme on s'y attendait. Si elles ont eu un effet stabilisant sur le résultat, les mesures tarifaires mises en place par la Poste en 2022 n'ont cependant pas pu compenser financièrement ce recul du volume du courrier.

Malgré la diminution des volumes enregistrée en 2022, le commerce en ligne s'inscrit toujours dans une tendance de fond. Le volume des colis acheminés par la Poste en 2022 a progressé de 30% par rapport à 2019.

Les taux d'intérêt pèsent sur le résultat de PostFinance

PostFinance a enregistré un résultat d'exploitation de 229 millions de francs, soit une baisse de 43 millions par rapport à l'exercice précédent. Cela tient principalement au recul de 45 millions du résultat des opérations d'intérêts. La suppression des taux négatifs a pesé nettement plus dans la balance que les produits provenant des placements financiers, qui ne seront effectifs qu'avec le temps. Cette situation n'a toutefois pas empêché PostFinance de développer en 2022 sa position de banque de placement. Le volume des placements réalisés avec l'e-gestion de patrimoine a dépassé la barre du milliard de francs pour la première fois. S'appuyant sur la décision historique de la Banque nationale suisse (BNS) de revenir à un taux directeur positif, PostFinance a supprimé le 1^{er} octobre les commissions sur avoirs qu'elle appliquait à la clientèle privée et commerciale et peut de nouveau miser sur les intérêts des comptes d'épargne et comptes prévoyance 3a. Le revirement des taux offre en outre à PostFinance le potentiel pour améliorer sensiblement sa rentabilité à l'avenir.

Faits et chiffres

6859 millions

de francs
Produits d'exploitation

358 millions

de francs
Résultat d'exploitation (EBIT)

295 millions

de francs
Bénéfice consolidé

-96 millions

de francs
Valeur ajoutée de l'entreprise

9884 millions

de francs
Fonds propres

100%

Degré d'autofinancement
des investissements



Aujourd'hui, la Poste est préparée pour l'avenir.

Alex Glanzmann
Responsable Finances,
membre de la Direction du groupe

Arrivée de nouveaux partenaires au sein du réseau

Le résultat d'exploitation de RéseauPostal, qui s'est chiffré à -71 millions de francs, est resté stable en 2022 (EBIT 2021: -68 millions). Les opérations de guichet classiques dans les filiales de la Poste ont par contre continué de reculer, en particulier celles relevant du trafic des paiements, où RéseauPostal accuse un recul de quelque 15% par rapport à l'exercice précédent. L'unité a cependant réussi à compenser ces pertes dans une large mesure en systématisant les gains d'efficacité. La Poste fait de ses filiales des centres de services régionaux ouverts à des partenaires, qui proposent des offres utiles au quotidien. Dans ce cadre, la Poste a conclu l'année dernière des partenariats stratégiques avec SwissCaution, Asura, Sympany, la Banque Migros et la Cornèr Banque. Toutefois, ces partenariats n'ont pas encore de répercussions sur le résultat.

Mobilité: retour à la normale

L'unité Services de mobilité (CarPostal et Post Company Cars) a réalisé un résultat de 27 millions de francs, en hausse de 9 millions par rapport à l'exercice précédent. Chez CarPostal, la demande, qui poursuit sa reprise depuis la fin de la pandémie, se situe en fin d'année à son niveau d'avant la pandémie. Cette reprise s'est traduite par une hausse des recettes prove-

nant de la vente de titres de transport, tandis que les coûts augmentaient, notamment du fait du renchérissement, ce qui fait que, globalement, CarPostal a enregistré un résultat équilibré dans les transports sous concession. Post Company Cars a réalisé quant à elle un résultat légèrement meilleur que prévu, ce qui tient principalement à la progression du résultat des activités avec des tiers dans le domaine de la gestion de flotte de clients commerciaux.

Services de communication, une unité en phase de construction

Le résultat d'exploitation de la toute jeune unité Services de communication s'est établi à -72 millions de francs, soit une amélioration de 8 millions par rapport à l'exercice précédent. L'unité est toujours en phase de construction. Grâce aux acquisitions, ses produits d'exploitation se sont élevés à 73 millions de francs, ce qui correspond à une progression de 35 millions (2021: 38 millions).

➤ Informations complémentaires sur le résultat **Rapport financier**, à partir de la page 35

En savoir plus sur la stratégie:

- ➔ Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo, à partir de la page 16
- ➔ Poste de demain, à partir de la page 20

Résultats non financiers

De bonnes notes pour la Poste

Lettres, colis et journaux distribués de manière ponctuelle

Les résultats de la mesure des durées d'acheminement réalisées en 2022 témoignent avec quel degré de fiabilité la Poste distribue lettres et colis: 97,2% des lettres en Courrier A (exercice précédent: 97,0%) et 99,3% des lettres en Courrier B (exercice précédent: 99,3%) ont été déposées dans les boîtes aux lettres de leurs destinataires dans le respect des délais; de plus, la Poste a distribué aux ménages 95,7% des colis Priority (exercice précédent: 95,0%) et 96,9% des colis Economy (exercice précédent: 95,9%) de manière ponctuelle. Selon la législation sur la poste, l'objectif de qualité est fixé à 97% pour les lettres et à 95% pour les colis.

En 2022, la ponctualité a également été au rendez-vous pour la distribution des journaux:

en atteignant 98,8%, elle a largement dépassé l'objectif de qualité fixé à 95%. La mesure a porté sur la distribution de journaux dans les régions sans distribution matinale et avec une fin de la distribution à 12h30. Elle était réalisée pour la première fois.

En 2022, la mesure des durées d'acheminement des colis a été de nouveau saisie sur douze mois, alors que, en 2021, la PostCom l'avait limitée à huit mois en raison de la pandémie.

Satisfaction des clients: les prestations de la Poste répondent aux besoins de la clientèle

En 2022 également, la clientèle a été satisfaite des services de la Poste, qui continue à structurer son offre de prestations en fonction

des besoins des utilisateurs. Les personnes interrogées ont attribué une note d'ensemble de 76 points à la Poste (satisfaction globale). En 2022, la satisfaction de la clientèle a été mesurée au titre d'un sondage zéro, car les résultats reflètent la nouvelle structure organisationnelle découlant de la stratégie «Poste de demain». Les services du secteur d'activité Communication et Logistique (unités du groupe Services logistiques, Services de communication et RéseauPostal) ont obtenu le score de 74 points, sachant que ce sont les gros clients qui ont affiché le plus haut niveau de satisfaction, avec 77 points. La satisfaction globale dans le secteur d'activité Services financiers (PostFinance) s'est établie à un niveau de 78 points, le meilleur score émanant ici des clients privés, avec 79 points. Dans le secteur d'activité Transport de voyageurs (CarPostal), la clientèle privée s'est montrée très satisfaite des prestations fournies, la satisfaction globale ayant atteint 80 points.

Satisfaction du personnel: les collaboratrices et les collaborateurs sont satisfaits de la Poste

Les résultats du sondage annuel du personnel révèlent un haut niveau de satisfaction à l'égard de la Poste en tant qu'employeur. Avec respectivement 83 et 80 points, les blocs thématiques «Mes responsables de conduite» et «Mon équipe» obtiennent de nouveau des appréciations particulièrement positives. Dans l'ensemble, il s'avère que le personnel perçoit de plus en plus la Poste comme un employeur attrayant, tout en faisant preuve d'un engagement accru. Avec 77 points, le score de l'indice «Mon travail» reste inchangé par rapport à 2021. Dans ce cadre, les membres du personnel ont évalué pour la première fois la façon dont ils voyaient l'avenir de leur poste de travail. Obtenant 74 points, ce thème est le moins bien noté par rapport à d'autres à l'échelle du groupe, mais il est tout de même évalué positivement. Les deux thèmes stratégiques relatifs à la «Poste de demain», à savoir «Notre Poste» (77 points) et «Notre culture d'entreprise» (77 points) ont chacun gagné un point par rapport à l'année précédente, ce qui signifie que le personnel fait encore un peu plus confiance à la stratégie du groupe.

Climat et énergie: augmentation minime des émissions de gaz à effet de serre par rapport à 2021

En 2022, les émissions de gaz à effet de serre n'ont accusé qu'une très faible augmentation, soit 0,6%, par rapport à l'année précédente. Cette évolution a été sous-tendue par deux



facteurs contraires: alors que, par rapport à l'année de la pandémie, un kilométrage plus important a été enregistré dans le service aux clients tiers chez Post Company Cars, entraînant ainsi une hausse des émissions de gaz à effet de serre, la baisse des degrés-jours de chauffage dans la production de chaleur a quant à elle induit une réduction des émissions de CO₂. Les mesures visant à accroître la surface de référence énergétique chauffée sans énergies fossiles et à électrifier le parc des véhicules de la Poste utilisés pour la distribution, d'une part, et pour les déplacements professionnels, d'autre part, continuent de produire leurs effets, en limitant l'augmentation.

Pour la première fois en 2022, toutes les émissions relevant des processus en amont et en aval dans la chaîne de création de valeur ont été prises en compte, des mesures et des objectifs ayant été définis en conséquence. Les effets de ces mesures sur le bilan des émissions de gaz à effet de serre devraient être perceptibles dès 2025.

➤ Informations complémentaires sur les résultats non financiers
Rapport financier, à partir de la page 57

Faits et chiffres

97,2%

Taux de distribution ponctuelle
Lettres du Courrier A

95,7%

Taux de distribution ponctuelle
Colis Priority

85 points

«Je saisis le sens de
mon travail»
(échelle de 0 à 100)

76 points

«Je suis globalement très
satisfait(e) de la Poste»
(échelle de 0 à 100)

Environ **60%**

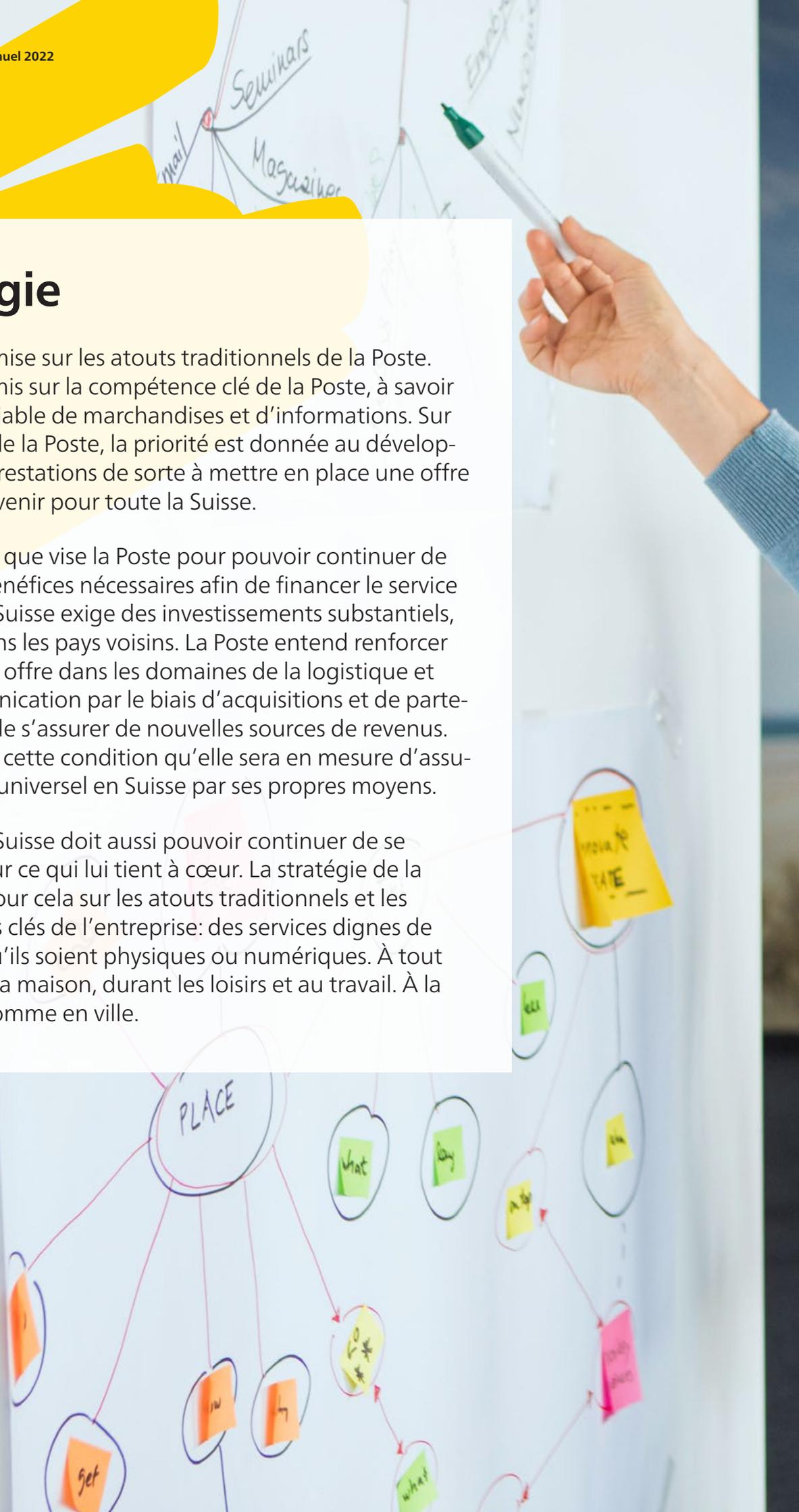
de véhicules dans la
distribution dotés d'une
propulsion alternative

Stratégie

La stratégie mise sur les atouts traditionnels de la Poste. L'accent est mis sur la compétence clé de la Poste, à savoir le transport fiable de marchandises et d'informations. Sur les marchés de la Poste, la priorité est donnée au développement de prestations de sorte à mettre en place une offre porteuse d'avenir pour toute la Suisse.

La croissance que vise la Poste pour pouvoir continuer de réaliser les bénéfices nécessaires afin de financer le service universel en Suisse exige des investissements substantiels, y compris dans les pays voisins. La Poste entend renforcer et élargir son offre dans les domaines de la logistique et de la communication par le biais d'acquisitions et de partenariats, afin de s'assurer de nouvelles sources de revenus. Ce n'est qu'à cette condition qu'elle sera en mesure d'assurer le service universel en Suisse par ses propres moyens.

À l'avenir, la Suisse doit aussi pouvoir continuer de se concentrer sur ce qui lui tient à cœur. La stratégie de la Poste mise pour cela sur les atouts traditionnels et les compétences clés de l'entreprise: des services dignes de confiance, qu'ils soient physiques ou numériques. À tout moment – à la maison, durant les loisirs et au travail. À la campagne comme en ville.





Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo

«Notre mission consiste à transporter marchandises et informations en toute fiabilité»

La fin de l'année 2022 correspond au mi-parcours de la période stratégique actuelle. Dans un entretien, le président du Conseil d'administration Christian Levrat et le directeur général Roberto Cirillo expliquent où en est la Poste et quelles étapes elle doit encore franchir pour atteindre ses objectifs stratégiques.

Monsieur Levrat, la stratégie Poste de demain a été lancée il y a deux ans et la période stratégique actuelle dure encore deux ans. Où en est la Poste et quelles sont les prochaines étapes qui l'attendent?

Christian Levrat: La Poste va évoluer dans le cadre de la stratégie définie pour la période allant de 2021 à 2024. Les principales options ont été fixées et les défis à relever, identifiés: il s'agit d'apporter une réponse à la numérisation croissante de nos prestations, de développer nos capacités pour soutenir les besoins de notre clientèle et d'accélérer le changement vers plus de durabilité. Les axes majeurs de notre stratégie ne changeront pas à l'avenir, même si la mise en œuvre de ces options se fera sans doute plus rapidement que prévu et que nous procéderons à des adaptations ponctuelles.

Monsieur Cirillo, la mise en œuvre de la stratégie progresse-t-elle comme prévu?

Roberto Cirillo: La mise en œuvre de notre stratégie est en cours et, globalement, nous tenons le cap. Avec le regroupement des secteurs des lettres et des colis, la construction de centres de distribution régionaux et de nouvelles approches de livraison dans

les zones urbaines, notre logistique devient non seulement plus efficiente, mais aussi plus respectueuse de l'environnement. D'ici 2030, nous aurons même atteint la neutralité carbone dans notre fonctionnement interne. Grâce au rachat d'entreprises de logistique en Suisse et dans les pays limitrophes et à la reprise de la plateforme transfrontalière d'e-commerce eShopWorld par Asendia, nous renforçons l'infrastructure suisse dans le transport international de marchandises. La vente de notre filiale SPS, spécialisée dans les activités d'externalisation, a été une réussite et nous permet de concentrer nos investissements sur nos marchés clés de la logistique et de la communication (numérique). En investissant dans des prestations numériques, nous nous assurons de pouvoir développer le futur service universel sans avoir besoin de l'argent des contribuables. CarPostal s'engage en faveur du développement durable avec ses véhicules et aide les cantons à mettre en place de nouveaux concepts de mobilité, comme p. ex. le bus sur demande. Enfin, la bonne santé financière de la Poste est restée intacte, même pendant les turbulences des dernières années. Nous tenons donc le cap, bien que certaines choses n'avancent pas encore assez rapidement.



La possibilité de transmettre des données sensibles de manière confidentielle, y compris dans le monde numérique, par le biais d'un fournisseur suisse, devient de plus en plus tangible grâce à la Poste.

Roberto Cirillo
Directeur général

La durabilité fait son chemin à la Poste. Quelle importance l'entreprise lui accorde-t-elle?

Christian Levrat: Il y a peu, la Poste a considérablement raccourci les délais de réalisation de ses objectifs de durabilité. Désormais, nous comptons utiliser uniquement des véhicules électriques pour la distribution des colis dans de grandes villes comme Berne, Zurich, Bâle et Genève d'ici 2025. Toute l'infrastructure de la Poste aura atteint la neutralité carbone à l'horizon 2030 (scopes 1 et 2). Nous tournons définitivement le dos aux énergies fossiles, ce qui est loin d'être anodin lorsque l'on possède le plus grand parc de véhicules de Suisse. Nous prenons la durabilité au sérieux, nous voulons et devons avancer dans ce domaine, car notre clientèle l'exige de nous désormais. Ce ne sont pas la politique ou l'administration qui nous donnent la cadence en priorité, mais l'économie. Les gros clients, qui expédient des millions de colis, veulent que nous distribuions ceux-ci dans le respect de l'environnement.

Les changements sociaux et économiques restent principalement dictés par la numérisation. Quelles en sont les répercussions pour la Poste et pour sa clientèle?

Roberto Cirillo: La numérisation a fait émerger de nouvelles possibilités de communication qui, à leur tour, ont modifié les besoins des clientes et des clients. C'est pour prendre en compte ces nouveaux besoins que nous avons créé l'unité Services de communication. Le dossier électronique du patient, la messagerie cryptée IncaMail, des solutions de cybersécurité, des solutions numériques pour les PME et des solutions destinées aux autorités sont déjà sur le marché. Nous avons livré aux cantons notre solution de vote électronique fin 2022. La possibilité de transmettre des données sensibles de manière confidentielle, y compris dans le monde numérique, par le biais d'un fournisseur suisse, devient de plus en plus tangible grâce à la Poste. La Poste se doit impérativement d'être centrée client et d'intégrer sa clientèle dans ses projets.

La proximité et la cohésion sont des valeurs fondamentales qui incarnent la Suisse. Mais quid de la proximité si la Poste opte pour le tout-numérique?

Christian Levrat: La proximité et la cohésion sont aussi des valeurs essentielles aux yeux de la Poste. Pour que la numérisation n'exclue personne, nous avons stabilisé le nombre de nos filiales en exploitation propre à environ 800 et, en ouvrant ces dernières à des prestataires tiers (p. ex. Assura, Sympany, Banque Migros, Cornèr Banque), nous créons de plus en plus de centres de services dans les communes suisses. Par conséquent, nous valorisons nos points de contact physiques, au bénéfice de nos clientes et de nos clients.



Nous prenons la durabilité au sérieux.

— **Christian Levrat**
Président du Conseil d'administration



Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo



La concurrence sur le marché du travail s'est intensifiée.

Roberto Cirillo
Directeur général

L'heure de la retraite a sonné pour la génération du baby-boom. Une pénurie de main-d'œuvre, notamment spécialisée, sévit. Comment la Poste fait-elle face à cette situation?

Roberto Cirillo: L'année dernière, notre service du personnel a pourvu environ 3800 postes et il traite chaque année près de 62 000 candidatures, apprentis exclus. Nous gérons en permanence entre 350 et 400 offres d'emploi, ce qui, souvent, n'est pas une mince affaire car la pénurie de main-d'œuvre spécialisée se fait aussi sentir à la Poste. La concurrence sur le marché du travail s'est considérablement intensifiée ces dernières années. Désormais, elle touche également la logistique, RéseauPostal et CarPostal, en plus des domaines de l'informatique, de la technologie et de l'innovation. Concrètement, entre 11 000 et 12 000 postes à plein temps seront à pourvoir à la Poste d'ici 2026, ce qui tient principalement à deux raisons: quelque 4000 collaboratrices et collaborateurs auront atteint l'âge de la retraite ordinaire ou prendront une retraite anticipée d'ici 2026; de plus, près de 7500 postes seront à pourvoir du fait du départ volontaire d'autres collaboratrices et collaborateurs. Si le taux de fluctuation est relativement faible à la Poste, la mobilité professionnelle prend cependant de l'ampleur, globalement. Il est donc important que nous communiquions, en interne comme à l'extérieur, sur tous les atouts de l'employeur Poste. Avec plus de 100 métiers, nous proposons une palette impressionnante de tâches et de possibilités de développement.

Quelle importance la Poste accorde-t-elle à la culture d'entreprise?

Roberto Cirillo: Une stratégie aura beau être convaincante et innovante, elle ne sera pas concluante, ou alors uniquement avec difficulté, si la culture au sein de l'entreprise n'est pas en adéquation avec elle voire l'enlève. C'est la raison pour laquelle nous avons développé une image cible de notre culture parallèlement à la stratégie. Nous nous employons actuellement à implanter cette nouvelle culture dans l'organisation et dans les équipes. Concrètement, nous voulons renfor-

cer l'approche centrée client, encourager la clairvoyance et faire en sorte que tous aient une vision globale de la Poste. Nous voulons être plus audacieux et favoriser le sens des responsabilités et l'esprit d'initiative du personnel. Dans ce cadre, nous accordons toujours une importance fondamentale au bon fonctionnement de nos processus, qui sont un formidable atout de la Poste. Il faut que les colis et les lettres soient distribués en toute fiabilité, dans le respect des délais. Les relations humaines et la responsabilité sociale restent elles aussi une composante importante de notre culture.

Quelle est l'importance de la compliance au sein de cette culture d'entreprise?

Christian Levrat: Elle est très élevée! Nous considérons la compliance comme l'opportunité de détecter tôt des risques et d'éviter des dommages. Nous voulons et devons apprendre de nos erreurs. Or, pour cela, il ne faut pas dissimuler les erreurs mais les examiner pour trouver pourquoi elles se sont produites et comment les éviter à l'avenir. À ce sujet, c'est sciemment que nous plaçons la barre haut. La compliance ne peut être efficace que si elle va de pair avec l'intégrité, et il revient en particulier aux responsables de conduite d'appliquer ce principe au sein de l'entreprise.

La Confédération fêtera en 2023 ses 175 ans d'existence. La Poste a été créée quelques mois après la naissance de cet État fédéral moderne. Quelle importance son histoire revêt-elle pour la Poste d'aujourd'hui?

Roberto Cirillo: Sur le fond, nous sommes restés la même entreprise, dont la mission consiste à transporter marchandises et informations en toute fiabilité. Mais la société, le monde du travail et les technologies ont connu de profonds bouleversements au fil du temps. La Poste a toujours adapté ses offres et ses prestations et a eu recours aux technologies ultramodernes pour gagner en efficacité et simplifier le quotidien des citoyennes et des citoyens, dans la limite de ses possibilités. Du fait de notre histoire, nous sommes une

composante de l'identité suisse. Depuis toujours, et c'est un élément central de notre histoire, nous sommes une entreprise résolument moderne, qui anticipe pour se demander quelle contribution elle pourra apporter demain à ce pays.

À quoi ressemblera le service public de demain?

Christian Levrat: Le service public de demain n'est pas conçu dans une arrière-salle de la Poste. Le service public garantit aux personnes vivant en Suisse et aux entreprises et organisations qui y sont établies la fourniture des mêmes prestations aux mêmes prix, quel que soit le lieu de leur domicile ou de leur siège. Cela implique de réagir aux changements sociaux et économiques et même, idéalement, d'anticiper des évolutions afin que le service public reste rapidement accessible en période de mutation ou de nouveauté. La Poste n'est pas une fin en soi! Nous sommes là pour renforcer la cohésion en Suisse et apporter notre soutien aux particuliers et aux entreprises en leur proposant nos prestations.



La Poste n'est pas une fin en soi!

Christian Levrat
Président du Conseil d'administration



Smart Governance

La Poste exploite un système de gouvernance et de gestion qu'elle ne cesse de développer. En fait partie la réglementation, qui était jusqu'ici particulièrement foisonnante. Dans leur travail au quotidien, les collaboratrices et collaborateurs devaient tenir compte de nombre de prescriptions détaillées, consacrées par exemple au sponsoring ou à la lutte contre la corruption. Au niveau du groupe (sans les unités du groupe), ces prescriptions s'évaluaient sur près d'un millier de pages. Le projet «Smart Governance» a pour but de réduire et de simplifier toute cette réglementation, pour qu'il y ait autant

de directives que nécessaire et autant de liberté entrepreneuriale que possible. Cela permettra au personnel d'agir en suivant des principes, tout en assumant plus de responsabilités et en prenant plus d'initiatives. La nouvelle réglementation entrera en vigueur à l'échelle du groupe au printemps 2023, en même temps qu'un nouvel outil informatique qui facilitera l'accès à cette réglementation. Ce sera ensuite au tour des documents normatifs des différentes unités du groupe d'être simplifiés. PostFinance dispose de son propre système de gouvernance et de gestion.



La Poste de demain

La Poste fait face aux défis du futur. Dans ce cadre, elle mise sur ses principaux domaines d'expertise: le transport de marchandises, d'informations et de personnes ainsi que les services financiers. Elle investit là où il lui faut développer de nouvelles compétences, en ayant toujours pour objectif d'assurer le service universel postal par ses propres moyens. Aujourd'hui et demain.

La nouvelle stratégie est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2021.

Enjeux et orientations stratégiques

Développer le modèle éprouvé

Contribuant à assurer la cohésion nationale depuis près de 175 ans, la Poste fournit des prestations du service public sur mandat de la Confédération. Sa stratégie apporte des réponses aux enjeux d'aujourd'hui, tout en lui permettant de garder toute son importance pour la Suisse à l'avenir.

Jusqu'à présent, la politique postale s'articulait autour de trois axes structurels essentiels: la propriété de l'État, le service universel et l'indépendance financière. Or, au cours des dernières années, des tendances sociétales et technologiques ont accéléré l'évolution des marchés en s'accompagnant de changements importants dans l'environnement de la Poste. Ainsi, la numérisation croissante des processus commerciaux s'avère particulièrement disruptive. Les nouveaux besoins qu'elle crée chez la clientèle ont provoqué un recul durable du volume des lettres et une baisse de la demande de prestations dans les filiales que l'essor du secteur des colis n'est pas parvenu à compenser. De ce fait, la valeur du monopole résiduel pour les lettres de moins de 50 grammes ne cesse de diminuer. Combinée à une période prolongée de taux d'intérêt bas, cette situation a augmenté le découvert financier du service universel.

Remplir le mandat confié par le Conseil fédéral

L'équilibre entre appartenance à l'État, service universel et indépendance financière est de plus en plus difficile à trouver, ce qui se reflète dans les objectifs stratégiques fixés par le Conseil fédéral pour les années 2021 à 2024. Ce dernier attend de la Poste qu'elle propose, dans les secteurs relevant de son cœur de métier, des produits, des services et des solutions de qualité, adaptés au marché et innovants, sous forme aussi bien physique qu'électronique. Dans les nouveaux objectifs qu'il lui a assignés, le Conseil fédéral reconnaît que la Poste traverse une difficile phase de transformation, tout en exigeant d'elle qu'elle instaure d'ici 2024 les conditions permettant à moyen terme de garantir durablement la valeur de l'entreprise. De plus, tous les secteurs d'activité (à l'exception de celui relevant de CarPostal, qui est subventionné) doivent réaliser un résultat d'un niveau usuel pour la branche.

La Poste de demain

Avec sa stratégie «Poste de demain», la Poste entend poursuivre le développement du modèle éprouvé et conjuguer appartenance à l'État, service universel et indépendance financière avec une croissance durable afin de remplir les objectifs stratégiques du Conseil fédéral. À cet effet, elle veut continuer de réaliser des bénéfices pour pouvoir investir dans son développement et dans l'accomplissement du mandat de service universel.

Quatre orientations stratégiques

La stratégie «Poste de demain» repose sur quatre grandes orientations:

- développement des prestations, des offres et de l'infrastructure de l'entreprise;
- efficacité de son organisation et de ses processus ainsi que prix adaptés;
- croissance et acquisitions dans les secteurs d'activité existants et voisins;
- durabilité écologique, économique et sociale dans toutes les activités de la Poste.

En développant son offre sur ses cinq marchés (voir pages 22 et 23), la Poste reste importante pour la Suisse et s'assure des perspectives d'avenir.

- + Pour plus d'informations sur l'environnement de marché et la stratégie, se reporter au **rapport financier**, pages 14 à 24



La Poste de demain mise sur un service public fort en se concentrant sur les marchés existants.

Roberto Cirillo
Directeur général



Contribuer à la réalisation des objectifs de développement durable de l'ONU

La Poste agit aujourd'hui pour le monde de demain, pour les générations futures, pour le développement durable de son environnement et de la société. Les 17 objectifs de développement durable (ODD/SDG Sustainable Development Goals) sont au cœur du Programme de développement durable de l'ONU à l'horizon 2030. Ils correspondent aux défis mondiaux qu'il est urgent de relever d'ici 2030. Parmi eux, il y en a surtout six

auxquels la Poste a décidé de consacrer ses efforts car ce sont ceux pour lesquels elle a le plus de moyens d'agir.

- + Pour plus d'informations sur les ODD rdg.poste.ch/odd
- Pour plus d'informations sur la stratégie de responsabilité d'entreprise, pages 68 et 69

Stratégies de marché

La Poste soude la Suisse

La Poste me fournit exactement ce dont j'ai besoin, au bon moment et au bon endroit.



La Poste est là quand j'ai besoin d'elle.

Réseau



Logistique



Les filiales de la Poste sont des centres de services régionaux ouverts à toutes et à tous. En ouvrant toujours plus de nouveaux points d'accès, la Poste développe le réseau de prestations pour une Suisse moderne. Dans ses filiales en exploitation propre, elle propose à des partenaires le suivi personnalisé et fiable de leur clientèle, favorisant ainsi la proximité dans un univers toujours plus dématérialisé. Pour plus d'informations sur les avantages de la stratégie:

→ Réseau, à partir de la page 40

La Poste soude la Suisse et la relie au monde en assumant le rôle de partenaire fiable pour les flux de marchandises du futur. Elle maintient ses compétences clés dans la Poste de demain et, pour s'imposer comme prestataire logistique global, elle étoffe une offre logistique au succès incontestable. Pour plus d'informations sur les avantages de la stratégie:

→ Logistique, à partir de la page 26

La Poste me propose une logistique plus dynamique que jamais.



La Poste me propose un soutien numérique.



Communication

La Poste m'aide à réussir mon lancement dans les activités numériques ou à les étoffer judicieusement.



Mobilité

Services financiers



La Poste transforme la solide compétence qui est la sienne dans le transport sécurisé d'informations sensibles dans le domaine physique comme numérique. Elle propose aux particuliers, aux entreprises et aux administrations des prestations numériques intuitives, associées à un mode de gestion simple et sécurisé de leurs données, partout en Suisse. Pour plus d'informations sur les avantages de la stratégie:

→ Communication, à partir de la page 34

La Poste soude la Suisse en proposant des solutions de mobilité sur route modernes et pratiques. Elle propose une mobilité durable à des prix abordables sur tout le territoire, ce qui fait d'elle un pilier de l'économie et de la société et l'incarnation du service public. Pour plus d'informations sur les avantages de la stratégie:

→ Mobilité, à partir de la page 44

La Poste souhaite tout simplement faire du banking une expérience agréable. Au travers de PostFinance, elle façonne le futur en tenant compte des individus et de leurs différents besoins. Avec des innovations ingénieuses et des solutions originales autour de l'argent – conçues pour la Suisse. Pour plus d'informations sur les avantages de la stratégie:

→ Services financiers, à partir de la page 48

La Poste me décharge pour que je puisse me concentrer sur mon cœur de métier.



Marchés

Entreprise de service public, la Poste entend proposer des prestations d'infrastructure tournées vers l'avenir sur les marchés où elle opère, et ce par ses propres moyens. Pour cela, elle doit garder toute son importance aux yeux de la clientèle. Il lui faut donc adapter en permanence l'ensemble de ses offres aux nouveaux besoins et exploiter d'autres débouchés relevant de ses compétences clés.

Puisqu'elle doit réagir rapidement aux tendances actuelles et futures, la Poste investit précisément dans les domaines où son offre actuelle n'est pas encore à la hauteur des besoins à venir en termes d'infrastructure performante. Elle poursuit par ailleurs son développement sur ses marchés clés que sont la logistique, la communication, la mobilité et les services financiers. Enfin, elle continue de développer son réseau en l'ouvrant à des tiers, afin que ses filiales restent essentielles pour la population en Suisse.



Logistique

Stratégie de marché

La Poste souhaite défendre sa position de leader dans la fourniture de services logistiques globaux, tant physiques que numériques, en Suisse et pour la Suisse. C'est dans cet esprit qu'elle a focalisé sa stratégie sur les secteurs de marché, et les exigences qu'ils renferment, sur lesquels elle veut opérer. Son objectif est de consolider ses activités existantes et de croître dans de nouveaux domaines, tout en assumant son rôle de partenaire fiable à même de relier la Suisse avec le reste du monde pour les flux de marchandises du futur.

La Poste fournit ses prestations **coursier, express, colis (CEC) et courrier** à l'échelle nationale et internationale. Une vive concurrence régnant sur le marché CEC, elle s'emploie à proposer une offre complète, durable et de grande qualité. Elle va continuer d'améliorer le confort offert aux expéditeurs et aux destinataires, tout en simplifiant le passage des frontières.

La Poste distribue aussi les journaux ainsi que les envois publicitaires adressés et non adressés. Le segment **marché des médias et marché publicitaire** est fortement touché par la numérisation. En enrichissant ses prestations d'offres numériques et en intervenant dans des secteurs d'activité en amont et en aval, la Poste conforte son rôle dans ce segment de marché.

L'essor de l'e-commerce a mis en évidence l'importance de la **logistique des marchandises** pour les entreprises postales. C'est pourquoi la Poste réalise des investissements ciblés en Suisse et dans les pays voisins, afin de mieux intégrer sa logistique nationale dans les flux de marchandises internationaux.

Associant sa connaissance du secteur et ses compétences logistiques à des services numériques, elle propose des **solutions sectorielles** parfaitement adaptées aux besoins.

Jalons 2022

- De nouveaux centres colis régionaux ont été mis en service à Buchs et à Rümlang.
- La Poste lance les nouveaux produits SmallPac, VinoLog Priority et DigitalStamp et fixe le supplément énergétique et le supplément pour renchérissement.
- La Poste déploie des solutions d'importation ingénieuses pour le commerce international.
- Le premier coup de pelle a été donné au centre logistique de Villmergen.
- Sur le marché publicitaire, la Poste introduit la publicité programmatique dans son offre.
- La Poste propose des solutions sectorielles, telles que la préparation stérile de matériel médical, qu'elle intègre dans la logistique sanitaire.

Perspectives pour 2023 et au-delà

- Poursuite du développement de l'infrastructure de traitement des colis
- Solide intégration dans les flux de logistique internationaux grâce à des rachats ciblés dans la logistique des marchandises
- Électrification du parc de véhicules de distribution dans les zones urbaines jusqu'en 2024
- Renforcement de la position sur le marché publicitaire



Traitement de demain

Modernisation du traitement des colis

Au cours de l'année sous revue, la Poste a ouvert en un temps record deux nouveaux centres colis régionaux, l'un à Rümlang (ZH) et l'autre à Buchs (AG), ce qui permet un traitement des colis plus rapide et plus écologique. Pour tenir compte de la croissance du volume des colis, elle augmentera ses capacités de tri également sur d'autres sites de Suisse d'ici 2030.

Depuis mai 2022, les machines de tri tournent à plein régime dans le nouveau centre colis régional (CCR) de Rümlang (ZH): quelque 5000 colis défilent par heure sur les bandes transporteuses et les glissières. Tous les jours, environ 60 000 unités sont triées à Rümlang pour l'agglomération de Zurich Nord, selon leur poids et l'adresse de livraison, puis préparées pour être distribuées. Pour cela, la Poste a transformé en seulement quatorze mois une halle logistique située dans une zone industrielle et créé 60 emplois. «Nous nous rapprochons davantage de notre clientèle en agrandissant notre réseau logistique et en ouvrant de nouveaux CCR. Nous écourtons les trajets et pouvons traiter les colis plus rapidement, en respectant mieux l'environnement», indique Stefan Nolte, responsable Services logistiques Operations, pour souligner l'importance des nouveaux centres colis.

Des technologies innovantes

Les travaux de planification et de construction ont également été rondement menés à Buchs (AG), malgré des conditions dégradées en raison de la pandémie de COVID-19 et des difficultés mondiales d'approvisionnement. Depuis juillet 2022, 175 personnes s'y occupent du tri et de la distribution des colis pour la région. La Poste a investi 15 millions de francs dans la transformation d'un entrepôt vide, y compris dans les stations de charge pour véhicules électriques qui ont été installées à chaque portail. Il a fallu faire preuve d'imagination, car la surface disponible était plutôt réduite pour un centre colis. La Poste a misé sur des technologies innovantes: en quelques secondes, des bandes transporteuses en spirales, qui permettent de gagner de la place, hissent les colis vers les machines de tri, à trois mètres de haut.

Des collaborateurs motivés

«Nos investissements dans des technologies ultramodernes nous permettront de continuer de répondre aux besoins de nos clientes et clients», précise Stefan Nolte. «Ceux-ci veulent recevoir demain les commandes qu'ils passent en ligne aujourd'hui. Il nous faut donc traiter toujours plus vite un nombre toujours plus grand de colis.» Il n'en demeure pas moins que le personnel reste la pièce maîtresse des centres colis. C'est en effet lui qui veille au bon fonctionnement des machines de tri et qui s'assure qu'elles sont approvisionnées en colis, tout en garantissant que les envois soient distribués le plus rapidement possible aux ménages et aux entreprises des environs. À Buchs, un employé sur 35 travaille désormais à la Poste. Et ce n'est pas fini: en 2023, l'office de distribution du courrier d'Aarau et sa centaine de collaboratrices et collaborateurs rejoindront le CCR de Buchs. La Poste y gèrera un centre logistique d'un genre nouveau, qui regroupera la distribution du courrier et des colis.

Des investissements dans le service public

D'ici 2030, le réseau logistique de la Poste comptera une quinzaine de sites de tri des colis, en complément aux sites de tri du courrier. Pour ce faire, la Poste investira près de 1,5 milliard de francs d'ici 2030, garantissant ainsi à la population et aux entreprises de Suisse un service public de qualité, adapté à leurs besoins, tout en sauvegardant et en créant 1500 postes à plein temps dans le domaine des colis. L'ouverture d'autres centres situés à proximité des agglomérations de Bâle, Berne et Zurich est d'ores et déjà planifiée.

Contribution aux objectifs de développement durable

- ODD 8 Travail décent et croissance économique
- ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure
- ODD 11 Villes et communautés durables



En traitant les colis à l'échelle régionale, nous délestons nos gros centres de traitement aux heures de pointe et nous ménageons l'environnement en écourtant les trajets.

Stefan Nolte

Responsable Services logistiques Operations

i

Suppléments sur les prix des colis pour les gros clients

La logistique des colis a été confrontée en 2022 à une augmentation de ses coûts due à la hausse des prix de l'énergie et des carburants ainsi qu'au renchérissement général. Jusque-là, la Poste a endossé ces coûts supplémentaires mais, à partir de 2023, elle en répercutera une partie en procédant à une adaptation modique de ses prix. Cette mesure concerne quelque 3500 gros clients pour qui des prix sont convenus individuellement. Le supplément pour renchérissement qui sera appliqué s'élève à 1,9% du prix du colis, tandis que le supplément énergétique, variable, sera basé sur les prix moyens mensuels du diesel, de l'essence et de l'électricité.

Une logistique neutre en carbone

Le parc de véhicules de distribution se rapproche de la neutralité carbone

Scoters électriques Cargo et fourgonnettes électriques: de nouveaux véhicules zéro émission sillonnent les routes de Suisse pour la distribution des lettres et des colis. Les sites de distribution se dotent de stations de charge électrique et les plateformes de logistique urbaine écourtent les trajets.



La flotte électrique de la Poste roule avec du courant vert certifié produit intégralement en Suisse.

Renato Ercolani
Responsable Gestion des véhicules
au sein de la distribution

Contribution aux objectifs de développement durable

- ODD 3 Bonne santé et bien-être
- ODD 7 Énergie propre et d'un coût abordable
- ODD 8 Travail décent et croissance économique
- ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure
- ODD 11 Villes et communautés durables

rdg.poste.ch/odd

Pour la distribution des lettres et des colis, la Poste utilise des trois-roues électriques. En 2022, elle en a renouvelé 800. Le scooter électrique à trois roues Cargo, de la dernière génération, est équipé à l'arrière d'un grand coffre de rangement. Il peut accueillir une charge maximale de 230 kg à l'avant et à l'arrière, laquelle peut encore être augmentée si le véhicule tracte une remorque. Particulièrement adapté pour la distribution mixte de lettres et de colis, celui-ci est utilisé principalement là où les volumes de colis ont explosé ces dernières années.

Aujourd'hui déjà, 93 des quelque 450 sites de distribution de la Poste assurent la distribution du courrier et des colis exclusivement avec des véhicules électriques. «D'ici fin 2024, près de 70 sites seront venus s'ajouter à ceux de Zurich, Berne, Genève et Bâle», indique Renato Ercolani, responsable Gestion des véhicules au sein de la distribution. Pour l'acquisition des véhicules électriques de distribution et l'infrastructure de charge requise, la Poste collabore étroitement avec Post Company Cars, le gestionnaire de parcs de véhicules du groupe, et avec Poste Immobilier Management et Services SA.



Le passage à une logistique sans émission requiert aussi la participation des partenaires et des sous-traitants de la Poste, car l'ensemble de la chaîne de création de valeur devra avoir atteint l'objectif Zéro émission nette à partir de 2040. Partenaire de transport stratégique de la Poste, l'entreprise de logistique Hugelshofer vient de mettre en circulation trois fourgonnettes électriques d'une autonomie de 550 km. Celles-ci roulent pour le compte de la Poste, dans un premier temps pour le transport de colis en Suisse orientale et à Zurich. Le courant qu'elles utilisent provient des panneaux solaires de l'entreprise.

Une nouvelle plateforme de logistique urbaine à Zurich Spreitenbach

Les plateformes de logistique urbaine installées à Zurich Enge et Neumünster contribuent elles aussi à une distribution sans émissions de CO₂. C'est depuis ces lieux de transbordement locaux que les envois postaux sont acheminés vers les particuliers et les entreprises. Une nouvelle plateforme a été mise en service à Spreitenbach au cours de l'année sous revue. Ces trois sites distribuent quotidiennement 127 000 lettres et 3550 colis à environ 65 000 ménages.

➔ Informations complémentaires, p. 46



6000

trois-roues avec remorque et **364 véhicules de livraison électriques** distribuent lettres et colis aux ménages dans le respect du climat.

7000 t CO₂

économisées chaque année par les 6000 scooters électriques.

30 millions

de **colis** et toutes les lettres distribués chaque année par la Poste **dans le respect du climat**.

10,9 GWh

d'**électricité** sont produits par les **installations solaires** sur les toits des centres de traitement chaque année.

100%

Distribution carbone-neutre à Zurich et à Berne



Collaboration avec CFF Cargo

Augmenter le nombre de colis acheminés par le rail

La Poste a pour double objectif de transporter davantage de colis sur le rail et de tirer profit des avantages écologiques du transport ferroviaire, à condition toutefois que les lignes soient plus rapides et plus fréquentes. En collaboration avec son partenaire de transport stratégique CFF Cargo, elle a testé en 2022 la possibilité de recourir à un train-navette entre les centres colis de Frauenfeld, de Härkingen et de Dailens. Grâce à une propulsion hybride, le train peut rouler directement sous le terminal des centres sans manœuvres fastidieuses – un gain de temps énorme. Aujourd’hui, la Poste exploite plus de dix sites logistiques raccordés au réseau ferré. Chaque jour, CFF Cargo fait circuler à travers la Suisse, pour le compte de la Poste, 45 trains pour les colis et 15 trains pour les lettres, soit un total d’environ 470 wagons. Les lettres et les minicolis sont transportés dans des wagons spéciaux à bord de trains de marchandises particulièrement rapides. La Poste a prolongé son contrat avec CFF Cargo jusqu’en 2026.

Contribution aux objectifs de développement durable

- ODD 3** Bonne santé et bien-être
- ODD 8** Travail décent et croissance économique
- ODD 9** Industrie, innovation et infrastructure
- ODD 11** Villes et communautés durables

[+ rdg.poste.ch/odd](https://rdg.poste.ch/odd)

Entretien

Des valeurs communes



Martin Derungs
Fulfillment Sourcing Management
chez IKEA

Qu’est-ce qui vous a décidé à collaborer avec la Poste?

La Poste propose le niveau de service que nous demandons, tout en garantissant la distribution ponctuelle et durable des commandes en ligne de moins de 30 kg. Elle répond ainsi à nos exigences en assumant la responsabilité sociale, écologique et économique liée à son rôle de partenaire.

Quelle importance IKEA accorde-t-elle à une distribution durable?

Les solutions sans émissions sont importantes si nous souhaitons pérenniser le succès de notre entreprise. Nous ambitionnons de livrer toutes les commandes en Suisse sans générer d’émissions d’ici à 2025, et même d’avoir un impact positif sur le climat d’ici à 2030. Pour cela, nous avons besoin de partenaires qui respectent l’environnement.

Qu’est-ce qui relie IKEA et la Poste?

Nous poursuivons le même objectif: remplacer notre flotte par des véhicules sans émissions et atteindre la neutralité carbone. Soucieux de proposer le service le meilleur, nous investissons dans les processus, les systèmes et les procédures opérationnelles. En outre, nous attachons toutes deux beaucoup d’importance à notre code de conduite et nous nous engageons en faveur de l’environnement et de conditions de travail équitables.

Logistique de la santé

Du matériel médical livré directement au bloc opératoire

Acheter et stocker du matériel médical, traiter et livrer les commandes, récupérer, nettoyer et stériliser les instruments chirurgicaux utilisés: la Poste propose aux hôpitaux, aux cliniques et aux services ambulatoires des prestations complètes en logistique de la santé. En 2022, elle a étoffé cette offre en Suisse romande.

Tout est prêt dans le bloc opératoire de l'hôpital GZO à Wetzikon: le scalpel, les ciseaux et les pinces, les tampons, les compresses et les lingettes stériles. Le matériel médical requis pour chaque opération est livré par Steriplus, une filiale de la Poste, dans des chariots par cas. En avril, cette entreprise a mis en service à Kaltbrunn (SG) une nouvelle unité de retraitement des dispositifs médicaux. Les instruments et les consommables y sont conditionnés, mais ce n'est pas tout: une fois pris en charge, les instruments chirurgicaux des hôpitaux, des cliniques et des services ambulatoires sont aussi nettoyés, désinfectés, contrôlés, emballés et stérilisés.

En concevant des solutions pour la logistique sanitaire, la Poste entend apporter sa contribution aux gains d'efficacité et à la réduction des coûts dans le secteur de la santé. Le Medical Service Center situé dans le centre logistique de Villmergen (AG) est une pièce maîtresse de sa stratégie. Pour réduire les trajets en Suisse romande, la Poste a repris dans le canton de Vaud MW Partners Holding SA, qui propose des services logistiques complets dans le domaine médical.

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure
ODD 12 Consommation et production durables

rdg.poste.ch/odd

Économie circulaire

La Poste favorise l'utilisation d'emballages durables

En Suisse, les gens se font de plus en plus livrer à domicile les achats qu'ils effectuent en ligne. Cette solution est pratique, certes, mais elle requiert aussi plus de matériel d'emballage. Soucieuse de favoriser les solutions durables s'inscrivant dans l'économie circulaire, la Poste a fait l'acquisition de la société Kickbag GmbH. La start-up de St-Gall a mis au point une solution innovante pour le commerce en ligne: le Kickbag. Composée de PET ou de plastique recyclé, cette pochette refermable est produite selon un procédé carbone-neutre. Elle peut être utilisée jusqu'à 30 fois et se révèle plus écologique que le carton ou le plastique dès sa deuxième utilisation. Les clientes et

les clients la déposent tout simplement dans les boîtes aux lettres jaunes pour le retour de leurs articles commandés ou pour la rendre gratuitement aux commerçants.

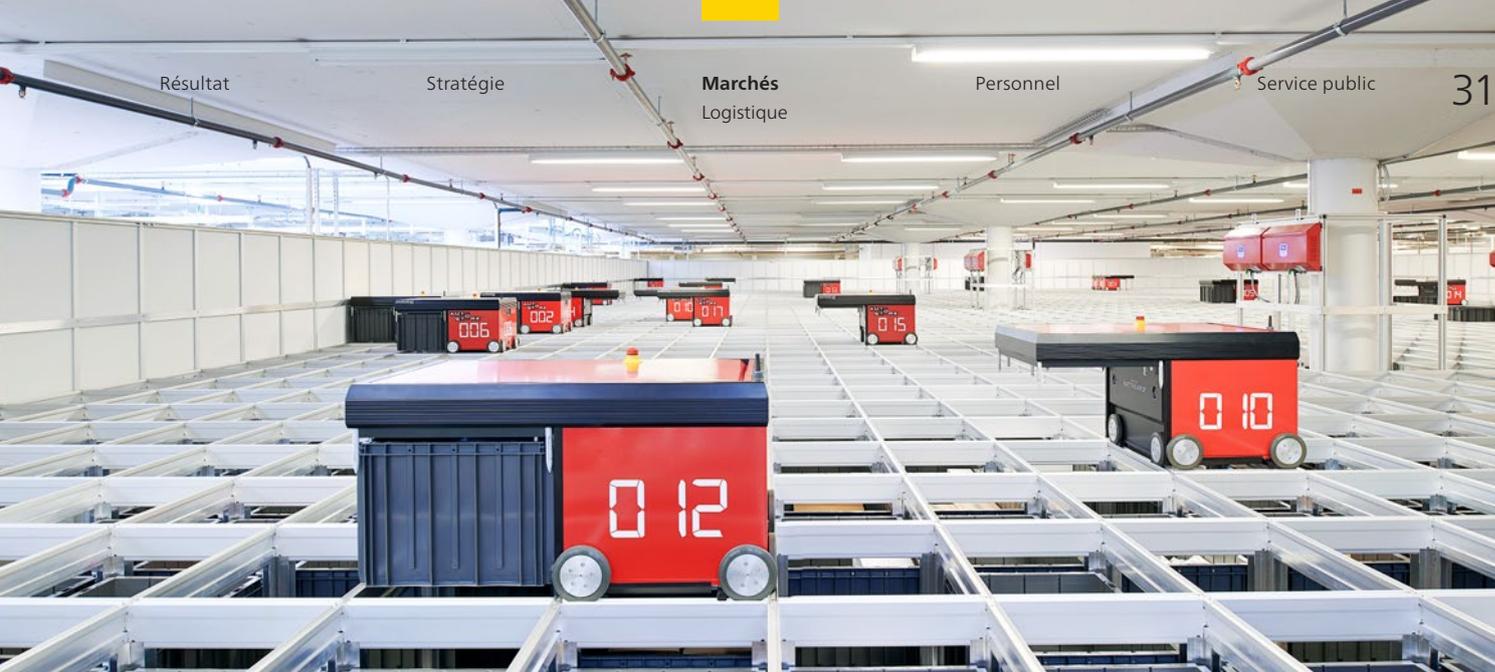
En sa qualité de partenaire stratégique, la Poste aide par ailleurs le commerce en ligne à passer à des solutions d'expédition durables en proposant plusieurs emballages réutilisables.

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure
ODD 12 Consommation et production durables

rdg.poste.ch/odd





Agrandissement d'un centre logistique

Villmergen: de nouveaux standards dans la logistique de stockage

Stocker, emballer, dédouaner et expédier des marchandises: la Poste intervient comme prestataire logistique global pour un nombre toujours plus grand d'entreprises. D'ici 2025, elle fera de son site de Villmergen, dans le canton d'Argovie, son plus grand centre de logistique de stockage. Il s'agit de son projet de construction le plus important à l'heure actuelle.

Étant donné l'essor du commerce en ligne, la Poste livre toujours davantage de colis chez les particuliers et elle stocke de plus en plus de marchandises pour les entreprises: du réfrigérateur au shake protéiné, en passant par les matières dangereuses, elle trouve toujours la solution adéquate.

Investir sur un marché en croissance

«L'offre en emplacements appropriés, surtout pour des marchandises particulières telles que les produits sensibles, petits ou encombrants, est limitée», note André Brühlmann, responsable Centre logistique, «et la demande de prestations complètes de logistique de stockage ne cesse d'augmenter dans tous les secteurs.» C'est dans ce contexte que la Poste développe considérablement les capacités du centre logistique de Villmergen (CLV), dans le canton d'Argovie: la surface de stockage hautement automatisée et à température contrôlée passera de 20 000 à 57 000 m², grâce à des installations sur plusieurs étages, et équivalra ainsi à la surface de huit terrains de football. Le CLV est spécialisé dans le stockage conforme des produits médicaux et des médicaments. «Comme notre bâtiment est certifié par Swissmedic, nous comptons aussi des entreprises pharmaceutiques et des hôpitaux parmi nos clients», indique André Brühlmann.

Le premier coup de pelle du futur plus grand centre logistique de la Poste a été donné en juin 2022. Celui-ci sera mis en service en 2025. La Poste investit près de 137 millions de francs dans ce centre qui constitue actuellement son plus important projet de construction. Une centaine de postes à plein temps seront créés, venant s'ajouter aux 70 emplois déjà existants. Une installation photovoltaïque sur le toit produira chaque année plus de 1200 MWh d'énergie solaire, couvrant en grande partie les besoins énergétiques du centre.

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 7 Énergie payable et d'un coût abordable
rdg.poste.ch/odd



La Poste renforce sa logistique des marchandises

Puisque les flux croissants de marchandises ne s'arrêtent pas aux frontières d'un pays, mais sont guidés par la clientèle et les sites de production, la Poste poursuit le développement de son réseau logistique transfrontalier. En 2022, elle a racheté les sociétés ou acquis des parts dans les sociétés présentées ci-après. Stella Brandenberger Transporte AG, de Pratteln (BL), est une entreprise spécialisée dans le transport national de conteneurs maritimes. De son côté, la société allemande Hugger GmbH se concentre sur le transport routier de marchandises; son acquisition permet à la Poste de renforcer sa présence

dans le Bade-Wurtemberg. Quant à Logistik Center Villingen GmbH, basée à Villingen-Schwenningen, dans laquelle la Poste a acquis des parts, elle propose des services de stockage. La Poste peut par ailleurs, avec l'entreprise H. Bucher Internationale Transporte AG, d'Alpnach (OW), proposer à sa clientèle commerciale des prestations logistiques supplémentaires tout en renforçant son réseau en Suisse centrale. Établie à Balsthal (SO), l'entreprise informatique Eoscop développe des applications numériques spécifiques, qui permettent à la Poste de standardiser et de développer ses processus logistiques.

**E-commerce**

Des solutions d'importation judicieuses pour un choix de produits plus large

Les nouvelles solutions SmartGate de la Poste permettent en particulier aux petites boutiques en ligne étrangères d'accéder au marché suisse. La clientèle helvétique bénéficie d'une offre plus large et reçoit ses commandes comme si elle les avait passées en Suisse.

Nico a découvert de super tongs dans une boutique en ligne allemande: il les met dans son panier puis saisit son adresse à Berne. Mais, déception: les tongs ne peuvent pas être livrés en Suisse. Pourquoi les cybercommerçants n'osent-ils pas expédier leurs articles en Suisse? Les raisons en sont notamment des dispositions d'exportation et d'importation complexes entre l'UE et la Suisse ainsi que les coûts relatifs au dédouanement et à la logistique.

Tout d'un seul tenant avec la Poste

C'est là qu'intervient la Poste: sa nouvelle solution d'importation SmartGate couvre toutes les étapes logistiques, du commerçant de l'UE à la clientèle en Suisse, facilitant ainsi l'accès au marché helvétique des cybercommerçants européens. Sans compter que les consommatrices et consommateurs font la même expérience d'achat et de livraison que dans une boutique en ligne suisse, puisqu'ils ne doivent s'acquitter d'aucune taxe à l'importation lors de la réception de leurs envois qu'ils peuvent gérer via le login de la Poste, comme ils en ont l'habitude.

De plus, SmartGate tient compte du fait que de nombreux commerçants ne se contentent pas de leur boutique en ligne pour distribuer leurs produits, mais passent par différents canaux comme les places de marché en ligne, par exemple. SmartGate est adaptée à ces deux canaux, avec une charge de travail logistique minimale pour les commerçants. Ceux-ci n'ont plus qu'à expédier leurs marchandises vers une plateforme de la Poste, dans le sud de l'Allemagne, d'où la Poste se charge de leur exportation depuis l'UE, de leur dédouanement pour l'importation en Suisse et de leur distribution aux destinataires helvétiques. Une solution de retour est en préparation.

Les solutions comme SmartGate sont d'importance stratégique. En effet, on attend de plus en plus de prestataires comme la Poste, surtout dans l'e-commerce international, qu'ils proposent une offre globale qui complète ses prestations logistiques de services numériques tels que des concepts adaptés aux sites de vente en ligne. La Poste se focalise sur ses compétences clés en logistique ainsi que sur le marché suisse et celui des pays frontaliers, tandis que les services numériques sont assurés par la joint-venture Asendia.

i**Asendia a dix ans: pari réussi**

Depuis sa création en 2012, Asendia, la joint-venture constituée par la Poste suisse et La Poste française, figure dans le peloton de tête mondial des prestataires de solutions d'e-commerce, et elle a multiplié par cinq son chiffre d'affaires, celui-ci augmentant même de près de 18% en 2021. Elle doit son succès à sa présence dans 32 sites sur 4 continents, à son expertise en e-commerce sur d'importants marchés et à la livraison dans plus de 200 pays. Ces dernières années, Asendia a encore renforcé sa position en rachetant les entreprises technologiques eShopWorld (ESW) et Scalefast, dont les solutions numériques bénéficient aussi au commerce en ligne suisse.

Marché publicitaire

La publicité de la Poste va droit au but

Pour que ses clients publicitaires réussissent à tout moment à atteindre leur groupe cible facilement, la Poste leur propose un écosystème publicitaire cross-média. Les canaux numériques et physiques s'accordent parfaitement, l'impact publicitaire s'en trouve multiplié.

Sans moutarde! Des slogans percutants et une saucisse grillée sur des annonces jaunes et violettes étaient au cœur d'une campagne publicitaire cross-média qui cherchait à attirer l'attention sur un abonnement de téléphonie mobile de la société St. Gallisch-Appenzelische Kraftwerke (SAK). Succès total: la SAK a enregistré un taux de pénétration élevé et généré un trafic et des souscriptions d'abonnement en nette augmentation. La campagne a été conçue et réalisée par la Poste, qui propose désormais une publicité cross-média d'un seul tenant. Ses professionnels de la publicité ont su accorder les canaux numériques et physiques les plus divers, notamment la publicité sur écran dans les cars postaux, le marketing par e-mail et la lettre publicitaire.

S'adresser aux personnes en déplacement et en ligne

Pour que les campagnes publicitaires aient un impact sur la population en déplacement

et ciblent celle-ci à l'échelle régionale, la Poste a acquis la société Livesystems, leader dans le domaine des surfaces publicitaires numériques dans les transports publics. Les écrans sont également placés dans les filiales de la Poste, dans des stations-service, devant des gares et dans le domaine Retail. La Poste a ainsi complété son offre par un média de masse à fort taux de pénétration en utilisant plus de 10 000 écrans à des endroits très fréquentés.

La Poste a enregistré une croissance organique dans le secteur en ligne. Elle ouvre à l'adresse [poste.ch](https://www.poste.ch) des pages très fréquentées, comme «Mes envois», pour ce que l'on appelle la publicité programmatique, c'est-à-dire une publicité adaptée aux centres d'intérêt des utilisatrices et utilisateurs. Le nouvel espace publicitaire numérique est proposé à la clientèle commerciale, qui profite ainsi de plus de 3 millions d'opportunités de contact par semaine.

Entretien

Un mix cross-média optimal

Pourquoi la Poste renforce-t-elle sa présence sur le marché publicitaire?

La Poste distribue la publicité physique depuis des décennies, cette activité faisant partie de notre cœur de métier. Notre clientèle réclame désormais des solutions numériques. Nous étoifons ces prestations pour rester un acteur de premier plan.

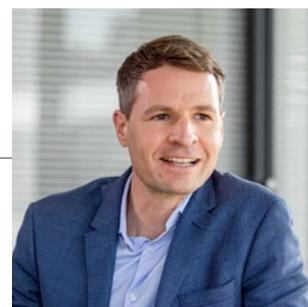
Quelle est l'offre?

Les clients annonceurs bénéficient de campagnes fondées sur un mix cross-média optimal, qui leur permettent de s'adresser à leurs groupes cibles quand ceux-ci sont en déplacement ou chez eux. Nous allions canaux

physiques et numériques: du publipostage contenant des échantillons de marchandises à la publicité numérique dans les transports urbains ou les applications de shopping, en passant par la Post-App.

L'offre de la Poste est-elle en concurrence avec l'économie privée?

La Poste réalise plus de 80% de son chiffre d'affaires en libre concurrence avec d'autres entreprises. Nous entendons renforcer notre position sur le marché publicitaire afin de réaliser plus de bénéfices. La Poste doit en effet croître pour pouvoir développer et financer le service universel postal de demain.



Oliver Egger
Responsable Marché des médias
et marché publicitaire



Communication

Stratégie de marché

La Poste intervient comme un intermédiaire indépendant et digne de confiance entre les univers physique et numérique, en ciblant plus particulièrement quatre secteurs de marché:

Avec ses **services d'information basés sur la confiance**, la Poste assure des transferts de données sécurisés, traçables et infalsifiables, en veillant à ce que l'expéditeur et le destinataire soient autorisés à envoyer et à recevoir les informations correspondantes.

Avec les **services d'assistance numériques**, la Poste veille au bon fonctionnement des interfaces entre univers physique et numérique. Elle aide ainsi les entreprises et la population suisses à trouver facilement et sûrement leurs marques dans l'environnement numérique.

La Poste renforce sa position de prestataire bien établi dans le secteur des **prestations administratives numériques** sécurisées et conformes à la législation, avec pour objectif d'assurer la numérisation continue des processus au niveau de la Confédération, des cantons et des communes, tout en facilitant le dialogue entre la population et les administrations publiques.

La Poste assoit son rôle de prestataire global de premier plan pour les **solutions numériques dans le secteur de la santé**, où elle se lance dans de nouveaux domaines d'activité.

Jalons 2022

- Dans les domaines de la cybersécurité et des plateformes conversationnelles sécurisées, ainsi que des solutions pour les administrations, la Poste continue de renforcer ses compétences.
- L'infrastructure de vote électronique de la Poste a passé avec succès le test d'intrusion public.
- Avec sa participation majoritaire dans la société axana AG, la Poste conforte son rôle de partenaire technologique pour le dossier électronique du patient.
- 3,4 millions de personnes utilisent SwissID en guise de login client de la Poste.

Perspectives pour 2023 et au-delà

- Développement et renforcement des compétences numériques grâce à des acquisitions ciblées, notamment dans le domaine de la communication avec la clientèle.
- Élargissement de l'offre de solutions numériques simples et sécurisées pour les entreprises, les autorités et le secteur de la santé par l'intégration de prestations et de produits de la Poste, associé au rattachement de partenaires et de leurs services.
- Mise à disposition d'un système de vote électronique pour la Confédération et les cantons.

Des services d'information basés sur la confiance

Une communication rapide, directe et sécurisée

La Poste propose des solutions et des prestations permettant à la population, aux entreprises, aux acteurs de la santé et aux autorités suisses d'avoir des interactions numériques intuitives, avec un mode de gestion des données à la fois simple et sécurisé. Pour renforcer ses compétences numériques, elle a pris le contrôle de la société Unblu Inc.

Partage de données dans un cloud, signature numérique de documents, transfert de données confidentielles aux autorités, demande de renseignements via un chat: les prestations numériques répondent à un vrai besoin, qui va en s'accroissant avec la dématérialisation croissante des opérations quotidiennes. Ce constat s'applique aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises, aux autorités et aux acteurs de la santé. Les documents qui étaient envoyés par courrier sont désormais transmis par e-mail ou par service de messagerie. Depuis bientôt 175 ans, la Poste est garante du secret épistolaire dans l'univers physique en acheminant lettres et colis sans qu'ils soient jamais lus ni ouverts. Elle entend offrir le même niveau de sécurité et de fiabilité pour les transferts de données et d'informations par voie numérique.

Communication sécurisée avec la clientèle

«Pour élargir notre gamme de prestations et de solutions dans ce domaine, nous développons en permanence notre savoir-faire et, pour nous doter des compétences et de l'expertise requises, nous misons sur une croissance inorganique, en effectuant des rachats et en poursuivant notre croissance de manière ciblée sur des créneaux porteurs d'une valeur ajoutée pour la clientèle», indique Nicole Burth, responsable Services de communication. C'est dans cette logique qu'en novembre 2022, la Poste a pris une participation majoritaire de la société suisse d'édition de logiciels Unblu Inc, dont la plateforme permet aux entreprises d'avoir des échanges rapides, directs et sécurisés avec leur clientèle, y compris pour la transmission d'informations sensibles. Aujourd'hui, cette plateforme est principalement utilisée par de grandes sociétés internationales de prestations de services financiers et d'assurances pour transférer en toute sécurité l'assistance et le suivi de la clientèle du monde physique vers le monde numérique.

Du courrier au chat vidéo et vocal

La communication au sein de groupes d'utilisateurs fermés concerne surtout les échanges entre les entreprises et leurs clients. «Ces échanges passent par différents canaux», précise Nicole Burth. Ayant fait l'acquisition de la plateforme conversationnelle d'Unblu, la Poste peut désormais couvrir tout l'éventail des modes de communication avec la clientèle, et notamment la messagerie sécurisée, le live chat, le chat vidéo et vocal ainsi que la co-navigation et le partage d'écran. Ainsi, à l'avenir, elle pourra encore mieux accompagner les entreprises dans leur transformation numérique et les aider à l'accélérer.

Sise à Bâle, Unblu dispose de filiales à Francfort (Allemagne), Sofia (Bulgarie), Londres (Grande-Bretagne), New York (États-Unis) et Victoria (Canada). Après son acquisition par la Poste, elle continue de se présenter et d'opérer comme une marque indépendante, en conservant par ailleurs ses effectifs d'une centaine de personnes.

unblu.com

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure
ODD 12 Consommation et production durables

rdg.poste.ch/odd



Avec Unblu, nous pouvons encore mieux accompagner les entreprises dans leur transformation numérique.

Nicole Burth
Responsable Services de communication

Vidéo

La vision présentée en une minute

Pour montrer comment l'unité Services de communication aide les entreprises, les autorités, les acteurs de la santé et la population suisse à entrer dans l'ère du numérique, un film d'une minute présente l'équipe, la vision et tout l'éventail de prestations et services proposés, y compris par les filiales de la Poste.



Cyberadministration

Solutions numériques pour les administrations et les entreprises

En 2022, la Poste a continué de renforcer sa position de fournisseur de solutions numériques sécurisées et conformes à la législation pour les administrations et les entreprises. Désormais, grâce à sa participation majoritaire dans le Groupe T2i, elle propose aussi des solutions numériques sécurisées sur mesure en Suisse romande.

Pour faciliter le dialogue entre la population et les administrations publiques, la Poste propose des solutions numériques appropriées, qu'il s'agisse de «My Local Services», de l'envoi de messages électroniques cryptés via IncaMail ou encore, à l'avenir, du vote électronique sécurisé pour les votations et les élections.

Compétences numériques pour la Suisse romande

La Poste étoffe en permanence son offre de services numériques, en veillant à disposer du savoir-faire et des ressources nécessaires, y compris grâce à une collaboration étroite et ciblée avec d'autres acteurs du marché. Avec l'acquisition en 2022 d'une participation majoritaire de 51% dans le Groupe T2i, prestataire informatique et éditeur de logiciels basé à Sierre (VS), elle a complété son offre de sorte à pouvoir fournir aussi aux autorités et aux entreprises francophones des solutions numériques simples et sécurisées. Martina Müggler, responsable Cyberadministration, en est convaincue: «Le Groupe T2i est bien établi en

Suisse romande et ses solutions de numérisation apportent à notre offre le complément idéal. En fédérant les forces et les compétences des différentes sociétés du groupe Poste, nous pouvons offrir aux cantons, aux communes et aux entreprises des solutions en ligne intégrées et sécurisées.»

Dès la fin 2021, la Poste avait acquis une participation majoritaire de 81,5% dans la société Dialog Verwaltungs-Data AG. Sise à Baldegg (LU), cette entreprise développe des solutions logicielles et des solutions cloud pour les administrations publiques suisses, en étant spécialisée dans l'échange numérique sécurisé de données administratives confidentielles. Son produit phare est un logiciel conçu par ses soins et destiné aux communes souhaitant disposer d'une solution globale intégrée.

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure

ODD 12 Consommation et production durables

rdg.poste.ch/odd



Le Groupe T2i est bien établi en Suisse romande et propose des solutions de numérisation qui complètent idéalement notre offre.

Martina Müggler
Responsable Cyberadministration



Passe-partout numérique

SwissID: le login sécurisé pour les services en ligne

Gérer les envois de lettres et de colis, expédier des cartes postales numériques ou octroyer des procurations: rien de plus simple avec SwissID, la solution de la Poste pour un seul et même login à tous ses services en ligne. Simple, sécurisé et certifié, SwissID fournit une aide bienvenue dans le quotidien numérique, où il sert en quelque sorte de passe-partout. Il n'est donc pas étonnant qu'un nombre croissant d'entreprises et d'administrations l'utilisent pour se connecter à plus de 200 applica-

tions du service en ligne. Destinée à remplacer le Login client Poste, qui sera supprimé dans le courant de l'année 2023, la solution de login SwissID est déjà utilisée par 3,4 millions de personnes. Elle a été développée par la société SwissSign AG, détenue à 100% par la Poste.

swissid.ch

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure

rdg.poste.ch/odd

Vote électronique

Le système de vote électronique de la Poste mis à l'épreuve par des hackers

Pour que soient décelées d'éventuelles failles dans la sécurité de son système de vote électronique, qui doit être parfaitement sûr, la Poste juge indispensable de solliciter l'avis de spécialistes externes indépendants. Depuis 2021 déjà, des experts du monde entier testent le logiciel et la documentation. En 2022, des hackers éthiques ont pu «attaquer» le système.

Près de 70 000 attaques lancées par des hackers éthiques du monde entier en l'espace de quatre semaines: à l'invitation de la Poste, 3400 spécialistes informatiques n'ayant pas de mobile criminel pour s'en prendre à des systèmes tiers mais animés par la volonté de les améliorer ont tenté de pirater le système de vote électronique de la Poste. Au final, aucun d'entre eux n'y est parvenu, ce qui est réjouissant.

Lors de ce test d'intrusion public, les hackers ont également eu la possibilité de tester le processus de vote, sur le portail correspondant, avec des modèles de carte de vote. N'ayant mis en évidence aucun problème de sécurité, les résultats ont toutefois révélé des possibilités d'allègement dans la transmission des informations. La Poste va donc procéder aux améliorations nécessaires.

Vérification par la Confédération

Dès 2021, la Poste a permis à des experts externes d'accéder à ses systèmes, tout en publiant les principaux composants et documents de la version bêta de son futur système de vote électronique à vérifiabilité complète. Sur mandat de la Confédération, le système a été vérifié par des spécialistes externes en parallèle. En avril 2022, ces derniers ont délivré un certificat positif à la Poste, mais en indiquant aussi que le système présentait un potentiel d'optimisation. Les améliorations signalées ont été apportées et le système est soumis à un nouveau contrôle indépendant.

La Poste prévoit de mettre le nouveau système de vote électronique à la disposition de certains cantons dans le courant de l'année 2023 pour qu'ils puissent l'utiliser.

Pour accéder au vote électronique, les électrices et électeurs reçoivent par courrier le matériel de votation ou de vote, accompagné des codes de sécurité personnels nécessaires. Après s'être inscrit sur la plateforme de vote électronique de son canton, il est possible de participer à une élection ou à une votation en ligne. Toutes les informations transmises sont anonymisées et protégées par un chiffrement de bout en bout. Seules les autorités électorales cantonales peuvent consulter le résultat. À aucun moment, il n'est possible de tirer des conclusions sur la personne qui a voté.

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure

rdg.poste.ch/odd



L'avis de spécialistes externes indépendants est indispensable pour le développement d'un système de vote électronique parfaitement sûr.

Martina Müggler
Responsable Cyberadministration



Digital Health

Promouvoir la numérisation du secteur de la santé

Avec sa participation majoritaire dans la société axsana AG, la Poste conforte son rôle de partenaire technologique pour le dossier électronique du patient. Elle a par ailleurs investi dans «Cuore – la plateforme de santé suisse». Pour la Poste, ce sont là deux avancées notables dans la mise en place du système de santé du futur.

Assurer la mise en réseau et permettre de nouvelles évolutions en servant de trait d'union: c'est dans ce rôle que la Poste fait avancer le dossier électronique du patient (DEP). Elle a posé un jalon important en devenant l'actionnaire majoritaire à 75% d'axsana, une société d'exploitation intervenant sur le DEP. «Nous allons ainsi pouvoir uniformiser les processus et les technologies», confirme Rajesh Nair, responsable Digital Health. La Poste continue de développer l'infrastructure du DEP afin d'être parée pour de futurs cas d'application, comme par exemple le dossier électronique de vaccination, la cybermédication ou encore le rattachement du DEP à des terminaux mobiles tels que les smartphones. La population en profitera tout autant que les prestataires, qu'il s'agisse des hôpitaux, des cabinets médicaux, des organisations d'aide et de soins à domicile ou des homes.

Pour permettre une collaboration optimale entre toutes ces parties prenantes, la Poste a lancé «Cuore – la plateforme de santé suisse» en 2022. Cette plateforme numérique sécurisée offre aux prestataires la possibilité d'obtenir des services numériques en fonction de leurs besoins et de simplifier ainsi les échanges quotidiens avec leur patientèle. Elle relève d'un domaine dans lequel la Poste peut faire valoir l'une de ses compétences clés: le transport fiable et confidentiel de données sensibles.

«Dans le secteur de la santé, les projets de dématérialisation doivent être pensés dans leur globalité pour apporter une véritable valeur ajoutée», déclare Rajesh Nair. Grâce aux solutions et services numériques de la Poste, les prestataires de services ont la possibilité de se concentrer davantage sur leurs activités de base et donc sur le traitement de leur patientèle.



Dans le secteur de la santé, les projets de dématérialisation doivent être pensés dans leur globalité.

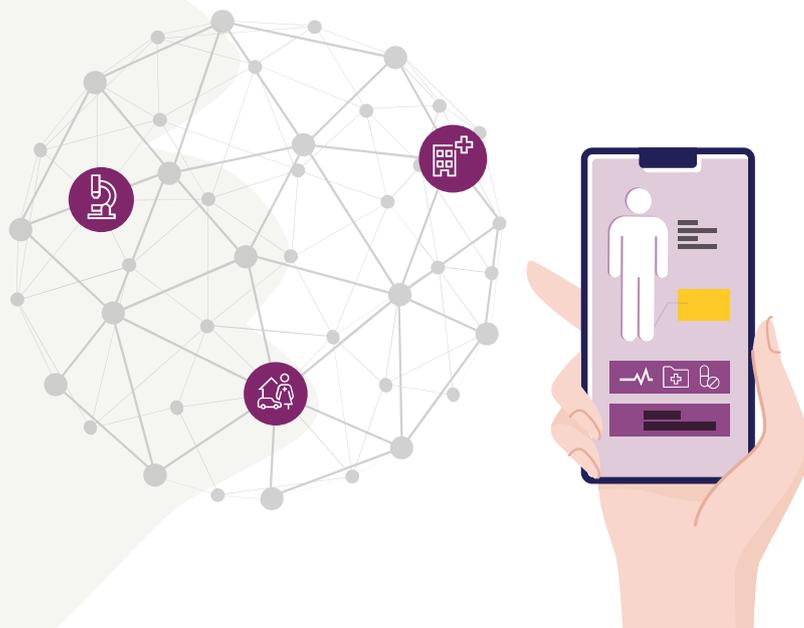
Rajesh Nair
Responsable Digital Health

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 8 Travail décent et croissance économique

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure

rdg.poste.ch/odd



Sécurité informatique

De solides compétences en matière de cybersécurité

Les modèles commerciaux numériques que développe la Poste doivent être dignes de confiance. Il faut que la clientèle puisse se fier aux prestations numériques de la Poste et compter sur une gestion sûre des données. C'est pourquoi la cybersécurité est devenue un facteur crucial de réussite.

Il peut suffire de cliquer sur un lien par mégarde pour subir un préjudice considérable. Les cybercriminels s'en prennent le plus souvent à des victimes qu'ils soupçonnent d'être mal protégées. Avec l'essor du numérique, un nombre croissant de PME suisses sont aussi confrontées à des attaques ou des chantages sur Internet.

La Poste réalise d'importants investissements pour assurer un haut niveau de cybersécurité depuis des années déjà, et elle a résolument innové avec son vaste programme bug bounty voici trois ans. En acquérant la majorité des actions de la société Hacknowledge SA, à Morges (VD), elle a encore étoffé ses compétences déjà solides en matière de cybersécurité et s'est dotée d'un savoir-faire supplémentaire pour réduire les risques liés à ses propres prestations numériques. «Nous voulons que nos clients, nos filiales et nos partenaires puissent déceler les cybermenaces au plus vite et réagir en conséquence», explique Daniel Gerber, responsable Digital Enabling

et Développement d'unité à la Poste. La Poste entend transférer dans le monde numérique la confiance que lui accordent les particuliers et les entreprises suisses dans le monde physique. Elle s'attache même à la conforter en consentant d'importants investissements pour assurer la sécurité et la confidentialité des données et des informations.

Filiale de la Poste, mais exerçant ses activités en toute indépendance, Hacknowledge soutient les administrations, les PME, les filiales et les sociétés partenaires de la Poste avec des solutions simples et efficaces, qui leur permettent de surveiller leurs propres activités informatiques, de déceler les menaces, de signaler les incidents et de réagir aux infractions.

hacknowledge.com

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure

rdg.poste.ch/odd



Nous voulons que nos clients et nos partenaires puissent déceler les cybermenaces au plus vite et réagir en conséquence.

Daniel Gerber
Responsable Digital Enabling
et Développement d'unité

Entretien

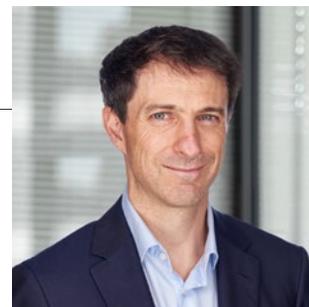
La sécurité est un processus

Qu'est-ce qui vous a motivé à créer Hacknowledge?

En créant Hacknowledge, j'ai voulu répondre au besoin de nombreuses entreprises qui aspirent à disposer d'une solution de cybersécurité robuste et complète, mais aussi abordable. Celle que nous avons conçue peut être modulée en fonction de la taille de l'entreprise, tout en étant économique et facile d'utilisation. Elle permet à notre clientèle de faire un usage optimal de ses appareils.

Qu'est-ce qu'il vous paraît important de préciser?

S'il est vrai que nous visons une protection intégrale contre le piratage, il faut savoir que la sécurité n'est pas un état, mais un processus. Nous nous attendons donc à faire face à tout moment à de nouvelles formes de cybermenaces, qu'il nous faudra déceler à temps pour pouvoir réagir avec rapidité et souplesse. Il importe aussi de ne pas traiter la cybersécurité comme un thème isolé, mais de l'envisager dans sa globalité, car elle reste le fruit d'une interaction entre des personnes, des processus et des technologies. C'est précisément là que nous avons un rôle à jouer.



Paul Such
CEO de Hacknowledge



Réseau

Stratégie de marché

Une Poste présente dans toutes les régions de Suisse: telle est notre conception d'un service universel couvrant l'ensemble du territoire. Son réseau compte au total quelque **4900 points d'accès, et la Poste continue de le développer**, par exemple avec des automates, des points clientèle commerciale et des prestations à domicile. Elle investit environ 40 millions de francs dans la modernisation de plus de 300 filiales en exploitation propre. Grâce au soutien local fourni par ses équipes, à la formation du personnel des partenaires et à une infrastructure conviviale, **elle améliore la qualité de service dans les filiales en partenariat.**

Le réseau sera stabilisé à quelque 800 filiales en exploitation propre. À cet effet, **la Poste met ses locaux à la disposition d'autorités et d'entreprises des secteurs des assurances-maladie, des banques, des assurances et de la santé.** Elle permet à ces partenaires d'être proches de la population des villes comme des campagnes, créant ainsi dans toutes les régions de Suisse de nouveaux centres de services qui proposent des offres utiles au quotidien.

Jalons 2022

- Le live chat et WhatsApp sont de nouveaux moyens proposés à la clientèle pour accéder facilement au Contact Center.
- SwissCaution, Sympany, Assura, la Banque Migros et la Cornèr Banque sont les premiers partenaires stratégiques à avoir fait leur entrée dans certaines filiales.
- La nouvelle génération d'automates My Post 24 a été testée avec succès à Biberist (SO) et à Berne Gäbelbach.
- Dans le cadre de l'ouverture du réseau, des tests de marché ont été réalisés dans le canton du Jura (guichet virtuel) et dans celui de Bâle-Campagne (inscriptions au registre du commerce et modifications).

Perspectives pour 2023 et au-delà

- Conclusion de premiers partenariats stratégiques avec des assurances, des autorités et des prestataires de soins
- Réalisation d'autres tests de marché avec des partenaires de divers secteurs dans le cadre de l'ouverture du réseau
- Développement de la nouvelle génération d'automates My Post 24 dans toute la Suisse
- Engagement partout en Suisse, dans les filiales en exploitation propre, de personnes en situation de handicap
- Port de nouvelles tenues testé dans les filiales en exploitation propre

Ouverture du réseau

Pour que les filiales de la Poste gardent toute leur importance

La Poste continue de développer son réseau en l'ouvrant à des tiers, afin que ses filiales restent essentielles pour la population suisse. Elle a posé des jalons en 2022, lors de la mise en œuvre de sa stratégie, au travers des premières coopérations qu'elle a conclues avec des assurances-maladie et des banques.

La Poste transforme ses filiales en des centres de services régionaux en ouvrant son réseau à différents partenaires: assurances, assurances-maladie, banques, secteur de la santé et autorités. Forte de son réseau de près de 800 filiales situées sur des sites facilement accessibles, elle offre aux entreprises l'opportunité d'y présenter leurs produits et leurs prestations, d'avoir un contact personnel avec leur clientèle et de se faire connaître dans une région. «Nos filiales ont besoin de nouvelles prestations et de nouveaux clients», explique Thomas Baur, responsable RéseauPostal. «C'est pour nous la seule façon de rester essentiels aux yeux de la population, et ce malgré le recul de la fréquentation de la clientèle dans nos activités postales traditionnelles.»

La proximité avec la clientèle, un atout pour les assurances-maladie

L'assurance-maladie Sympany est désormais présente dans huit filiales de la Poste en Suisse alémanique et en Suisse romande. De plus, le personnel de la Poste propose des rendez-vous de conseil aux personnes intéressées par Sympany dans 90 filiales. L'assurance Assura a quant à elle ouvert ses bureaux de conseil dans huit filiales de la Poste. Son personnel y répond à toutes les questions des personnes ayant trait à l'assurance-maladie. Enfin, le personnel de la Poste propose des rendez-vous avec Assura dans 104 autres filiales dans toute la Suisse.

Présence locale renforcée pour deux banques

En plus de PostFinance, les filiales de la Poste hébergent deux établissements financiers: la Banque Migros et la Cornèr Banque. La Banque Migros a installé ses box dédiés au conseil dans sept filiales en Suisse alémanique

et en Suisse romande. Dans 26 autres filiales, le personnel de la Poste propose des rendez-vous avec la banque et lui transmet les demandes des clients. Les personnes intéressées peuvent acheter et charger des cartes prépayées de la Cornèr Banque dans 154 filiales de la Poste. Le personnel de 20 autres filiales met en contact avec l'établissement financier tessinois les clients intéressés par d'autres produits financiers. Comme auparavant, la Poste continue de proposer dans toutes ses filiales les prestations de PostFinance en matière de trafic des paiements et de services financiers. Il est prévu d'augmenter le nombre de sites et d'étoffer l'offre en vue de tenir compte de la demande de la clientèle.

Formation et perfectionnement du personnel

Les collaboratrices et les collaborateurs des filiales n'ont eu de cesse d'apporter la preuve de leur flexibilité et de leur capacité à transmettre de nouvelles offres à la clientèle. Le personnel dédié au conseil a bénéficié de formations et de perfectionnements avant l'arrivée des partenaires dans les filiales.

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 8 Travail décent et croissance économique
ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure

rdg.poste.ch/odd

**Un test de marché régional**

Acheter dans une filiale de la Poste des abonnements ou des billets pour les transports publics régionaux? C'est ce que la Poste teste en collaboration avec les Transports publics fribourgeois dans cinq filiales, jusqu'en avril 2023. À l'instar de ce projet, les offres régionales sont de plus en plus développées directement par le personnel dans les filiales, ce qui permet à la Poste de répondre aux besoins régionaux et de renforcer sa collaboration avec des entreprises locales.

Développement du réseau

Une présence adaptée aux besoins

Actuellement, la Poste dispose de quelque 800 filiales en exploitation propre situées dans des zones fréquentées, où elle enregistre chaque jour plus de 320 000 contacts avec la clientèle. D'ici 2024, elle compte faire passer de quelque 4900 à plus de 5000 le nombre des points d'accès.

Un look moderne, de nouveaux guichets de conseil et des possibilités élargies, pour la clientèle, de déposer et de retirer des colis 24 heures sur 24, par exemple aux automates My Post 24: depuis 2019, la Poste a investi près de 40 millions de francs dans la modernisation de ses filiales en exploitation propre, dont le personnel reste à disposition pour renseigner sur les offres. «La Poste accorde de l'importance au conseil, à l'assistance et à l'information en face-à-face», indique Ueli Lüdi, responsable Gestion du réseau. «Même à l'ère du numérique, nous enregistrons plus de 320 000 contacts quotidiens avec la clientèle. C'est pourquoi nous tenons à notre réseau de quelque 800 filiales en exploitation propre et nous le modernisons.» Près de 300 des filiales en exploitation propre ont d'ores et déjà fait peau neuve.

D'ici 2024, la Poste compte faire passer de quelque 4900 à plus de 5000 le nombre des points d'accès (points de dépôt et de retrait dans les magasins, automates My Post 24 et points clientèle commerciale). Dans les filiales en partenariat qui ont fait leur preuve en adaptant leurs heures d'ouverture aux besoins de la clientèle, l'offre comprend désormais des modules en libre-service faciles d'utilisation et le personnel bénéficie d'une formation complète pour apporter une meilleure assistance à la clientèle.

➕ Pour plus d'informations sur le réseau, voir le **rapport financier** aux pages 8 et 9

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure

➕ rdg.poste.ch/odd



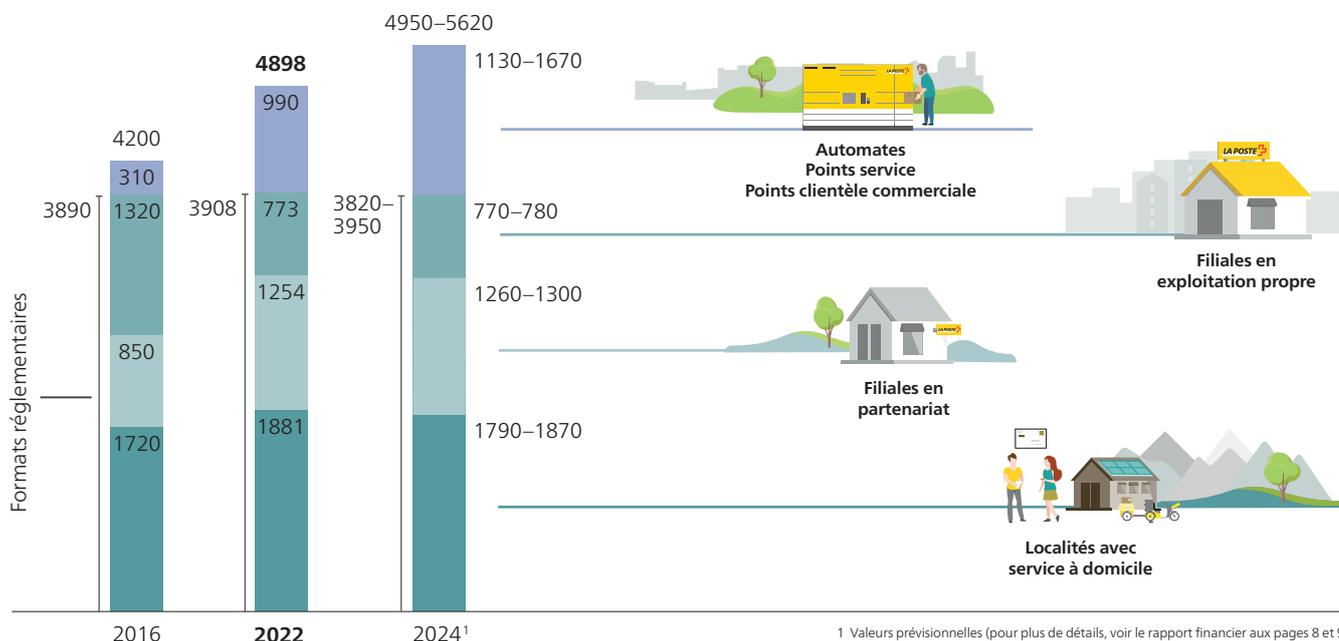
Nous voulons adapter l'emplacement de nos points d'accès aux besoins de notre clientèle.

Ueli Lüdi

Responsable Gestion du réseau

Nombre de points d'accès

au 31.12.

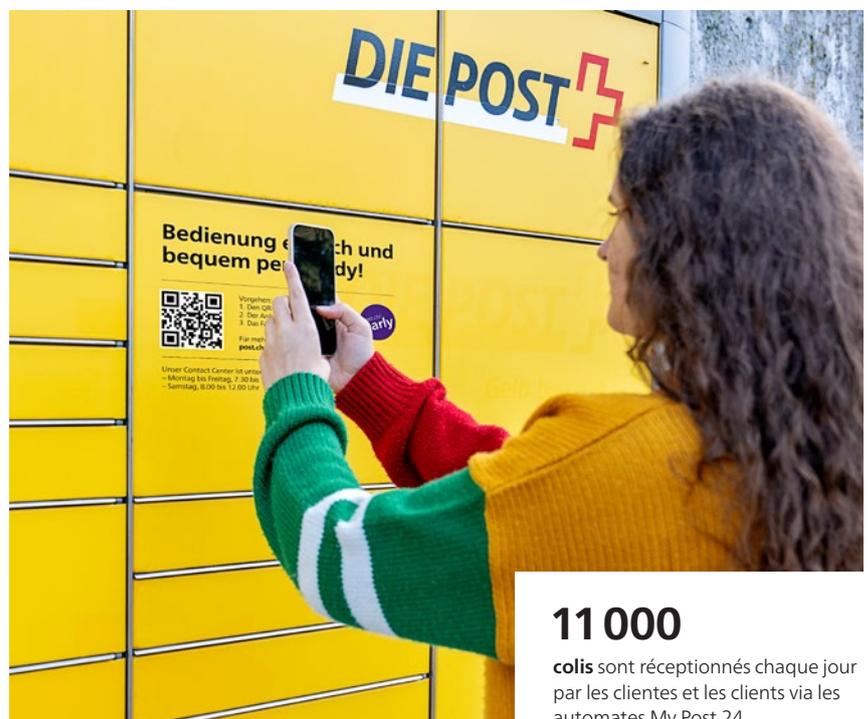


Automates My Post 24

Des automates de la nouvelle génération

Réceptionner ou envoyer un colis à n'importe quelle heure et en toute autonomie: c'est possible grâce aux automates jaunes My Post 24. La nouvelle génération 2.0 étant plus simple et plus économique, le réseau va pouvoir encore se densifier.

Les clientes et les clients plébiscitent la réception et l'envoi de leurs lettres et colis via les automates My Post 24: en 2022, près de deux millions d'envois ont été déposés et un million retirés aux 225 sites My Post 24. Avant la pandémie de COVID-19, environ 450 000 envois étaient déposés et 700 000 retirés. La Poste développe désormais les automates de la génération 2.0. Celle-ci s'appuie sur un concept d'utilisation innovant piloté par smartphone qui garantit notamment un accès sans entrave aux personnes malvoyantes. Les nouveaux automates fonctionnent sans affichage et sans recours à une technologie sophistiquée, ce qui fait baisser leurs coûts d'acquisition et d'entretien tout en les rendant plus durables. La Poste prévoit d'implanter ces automates dans de nombreux sites nouveaux et d'accroître leur présence dans les quartiers résidentiels. La nouvelle génération est installée depuis fin septembre 2022. Les autres automates My Post 24 déjà en fonction pourront à l'avenir être utilisés via un affichage et un smartphone.



11 000

colis sont réceptionnés chaque jour par les clientes et les clients via les automates My Post 24.

Philatélie

Une première mondiale pour les crypto-timbres

La Poste ancre davantage la philatélie dans le monde du numérique et des technologies blockchain. En août 2022, elle a créé la surprise avec le «Swiss Crypto Stamp 2.0» et une première mondiale: pour la première fois, la reproduction numérique du timbre physique ne consistait pas en une image, mais en dix courts clips vidéo. Ceux-ci s'inspirent des différents sujets physiques du timbre et ce n'est qu'une fois assemblés qu'ils forment une

image. La Suisse et le cinéma sont à l'honneur de Swiss Crypto Stamp 2.0, qui a été réalisé en collaboration avec le Locarno Film Festival. Les sujets ont été conçus par des vidéastes suisses prometteurs. Sauvegardée dans une blockchain, la pièce de collection dématérialisée peut être échangée et négociée sur les places de marché correspondantes.

👉 poste.ch/crypto-stamp





Mobilité

Stratégie de marché

En Suisse, la Poste est un important prestataire de mobilité du **transport public de voyageurs par la route**. Elle entend renforcer cette position avec ses cars postaux. Le système suisse des transports publics doit rester attrayant et continuer de répondre aux besoins de la clientèle. Le transport régional de voyageurs étant financé pour moitié par des fonds publics, la Poste met tout en œuvre pour faire un usage aussi efficient que possible des indemnités versées par la Confédération, les cantons et les communes.

La Poste complète son offre sur le marché de la mobilité avec Post Company Cars, premier **gestionnaire global de parcs de véhicules** indépendant en Suisse. Post Company Cars est leader dans le domaine des solutions de mobilité durables et individuelles. Centre de compétences en e-mobilité, Post Company Cars facilite le passage de ses clientes et clients à la propulsion électrique.

Jalons 2022

- En Suisse romande, les premiers cars postaux électriques sont en service sur les lignes de transports publics.
- CarPostal lance avec l'application Bus alpin une nouvelle solution à la demande pour les excursions.
- CarPostal est le partenaire de transport de plusieurs grands événements.
- Post Company Cars électrifie le parc de véhicules de distribution de la Poste dans les agglomérations de Zurich et de Berne.
- Post Company Cars propose une solution de recharge électrique à la clientèle commerciale, qu'elle assiste pour sa transition vers l'e-mobilité.
- Post Company Cars collabore avec Repanet Suisse pour proposer une gestion des sinistres durable.

Perspectives pour 2023 et au-delà

- À la fin 2024, 100 cars postaux électriques seront en circulation.
- D'ici 2040, tous les cars postaux devraient sillonner les routes de Suisse sans énergie fossile.
- Faire progresser l'électrification des parcs de véhicules de la Poste et des clients commerciaux.
- Développer des offres dans le domaine Mobility as a Service.

Modes de propulsion alternatifs

L'avenir appartient au car postal à propulsion électrique

Désormais, on les voit aussi sur les routes de Suisse romande et des Grisons: le nombre des cars postaux électriques en service sur les lignes de transports publics enregistre un nouveau bond, CarPostal se rapprochant encore un peu plus de son objectif d'exploitation de sa flotte sans énergies fossiles.

Depuis juin 2022, les usagers des transports publics prennent place, dans le centre de Delémont, à bord d'un bus ne générant pas de pollution atmosphérique ou sonore et dont la conduite est sans à-coups. Le premier car postal électrique est en effet en service en Suisse romande dans le transport régulier. Vingt personnes peuvent prendre place à bord du bus urbain dont l'autonomie est de 200 km. Les trois panneaux solaires installés sur son toit produisent de l'énergie utilisée pour le fonctionnement des portes, du système informatique, de la climatisation et du chauffage.

Dans le canton des Grisons, le feu vert a aussi été donné aux premiers bus électriques sur les lignes de transports publics: à compter du printemps 2023, onze véhicules de taille différente fonctionneront sur batterie sur quatre lignes CarPostal reliant Coire à Bad Ragaz. Depuis l'acquisition de la flotte par CarPostal, le fournisseur d'énergie grison Repower installe l'infrastructure de charge, tandis que le canton assume les coûts supplémentaires.

«Nous comptons mettre en circulation 100 cars postaux électriques d'ici fin 2024», indique Mark Bögli, à la tête chez CarPostal du projet de transformation Mobilité électrique. «Ensuite, toute la flotte devra avoir atteint la neutralité carbone à l'horizon 2040.» Pour ce faire, CarPostal mise sur l'e-mobilité: depuis 2016, des navettes électriques sont en circulation à Saas-Fee; de son côté, la ligne Sarnen-Alpnach est desservie par un bus à

batterie de douze mètres depuis 2018 et, dans la région de Brugg, un bus électrique circule depuis 2021. En 2022, CarPostal a mis en service un bus électrique sur différentes lignes à Interlaken et dans les environs. Après 2028, CarPostal n'achètera plus que des bus sans énergies fossiles.

L'e-diesel, une solution transitoire

CarPostal mise sur les bus électriques. Or, il se pourrait qu'après 2028, aucune solution basée sur une batterie ne soit encore disponible pour certains véhicules, dont ceux dotés d'un plancher surélevé. L'e-diesel pourrait être une solution transitoire. Il s'agit d'un carburant synthétique dont la production à partir d'eau et de carbone requiert de l'énergie, alors que le biodiesel, lui, est produit à partir de la biomasse ou de déchets.

Contribution aux objectifs de développement durable

- ODD 3 Bonne santé et bien-être
- ODD 7 Énergie propre et abordable
- ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure
- ODD 11 Villes et communautés durables

rdg.poste.ch/odd



Un nombre toujours plus grand de lignes passent à l'e-mobilité.

Mark Bögli
Responsable Transformation
Mobilité électrique



Premier appel d'offres public OMC pour l'acquisition de bus électriques

Dans l'optique d'acheter un certain nombre de bus électriques au cours des prochaines années, CarPostal a lancé en 2022 un appel d'offres public OMC, ce qui était une première pour elle dans ce domaine. Dix fournisseurs du monde entier y ont répondu. Le marché a été attribué à une entreprise en Suisse et à une seconde en Allemagne. C'est la première fois que CarPostal conclut des contrats-cadres avec deux fournisseurs pour l'achat de bus électriques surbaissés et de bus articulés électriques surbaissés. Les contrats facilitent l'achat des véhicules.

Après avoir également lancé un appel d'offres pour des bus diesel surbaissés et à plancher surélevé, CarPostal a conclu des contrats avec quatre fournisseurs. Les candidats étaient plus nombreux pour les bus électriques que pour les modèles diesel.



Gestion de la flotte

L'électrification du parc de véhicules de distribution progresse

Malgré des problèmes d'approvisionnement, Post Company Cars a pu faire progresser l'électrification de la flotte et acheter des véhicules électriques pour la distribution. Avec sa solution de recharge électrique, le gestionnaire de flotte de la Poste aide aussi des tiers à passer à des solutions de mobilité durables.



Réparer plutôt que remplacer

La gestion des sinistres fait partie du service complet fourni par Post Company Cars. La durabilité n'est pas un vain mot dans le traitement des dommages aux véhicules. Aussi, le gestionnaire de parcs de véhicules a conclu une collaboration avec Repanet Suisse, le réseau du secteur de la carrosserie. Les carrossiers qui en font partie sont formés pour réparer les dommages dus à des accidents si possible en respectant l'environnement et en économisant l'énergie. Pour qu'il n'y ait pas de déchets, les parties endommagées de la carrosserie sont réparées, dans la mesure du possible, plutôt que remplacées. Repanet Suisse réunit plus de 200 ateliers dans toutes les régions du pays.

En 2022, Post Company Cars a acquis 325 véhicules électriques pour la distribution des lettres et des colis. «Un véritable défi», commente son directeur Nigel Storny. «Les effets de la pandémie et de la guerre en Ukraine ont régulièrement provoqué des ruptures dans les chaînes d'approvisionnement; les puces, les semi-conducteurs et les faisceaux de câbles se faisaient attendre dans l'industrie automobile. Mais, grâce une collaboration de longue date basée sur la confiance avec notre fournisseur et à une réservation passée à temps, nous avons reçu les véhicules commandés.» La Poste pourra ainsi économiser chaque année 850 tonnes de CO₂.

Post Company Cars a commandé 240 véhicules électriques, livrés entre novembre 2022 et janvier 2023, pour l'électrification intégrale de la distribution dans les agglomérations de Berne et de Zurich. La Poste se rapproche encore un peu plus de l'objectif ambitieux qu'elle s'est fixé d'une distribution assurée d'ici 2030 par un parc de véhicules carbone-neutre.

Solution de recharge électrique: infrastructure et contrôle de la flotte

Premier gestionnaire de parcs de véhicules indépendant en Suisse, Post Company Cars propose également ses prestations à des clients tiers. Avec sa solution de recharge électrique, par exemple, elle aide ses clients à passer à l'e-mobilité: elle a mandaté son partenaire BKW pour l'installation de l'infrastructure de recharge des véhicules électriques sur le site des entreprises ou au domicile du personnel. Post Company Cars exploite les stations de charge et veille à la facturation correcte de toutes les opérations de recharge.

Dans le cadre du contrôle de flotte e-mobility, Post Company Cars examine quels véhicules électriques peuvent être intégrés dans le parc existant ainsi que les besoins en matière d'infrastructure de charge. En 2022, elle a également soumis à ce contrôle les véhicules du personnel et des cadres de la Poste.

Contribution aux objectifs de développement durable

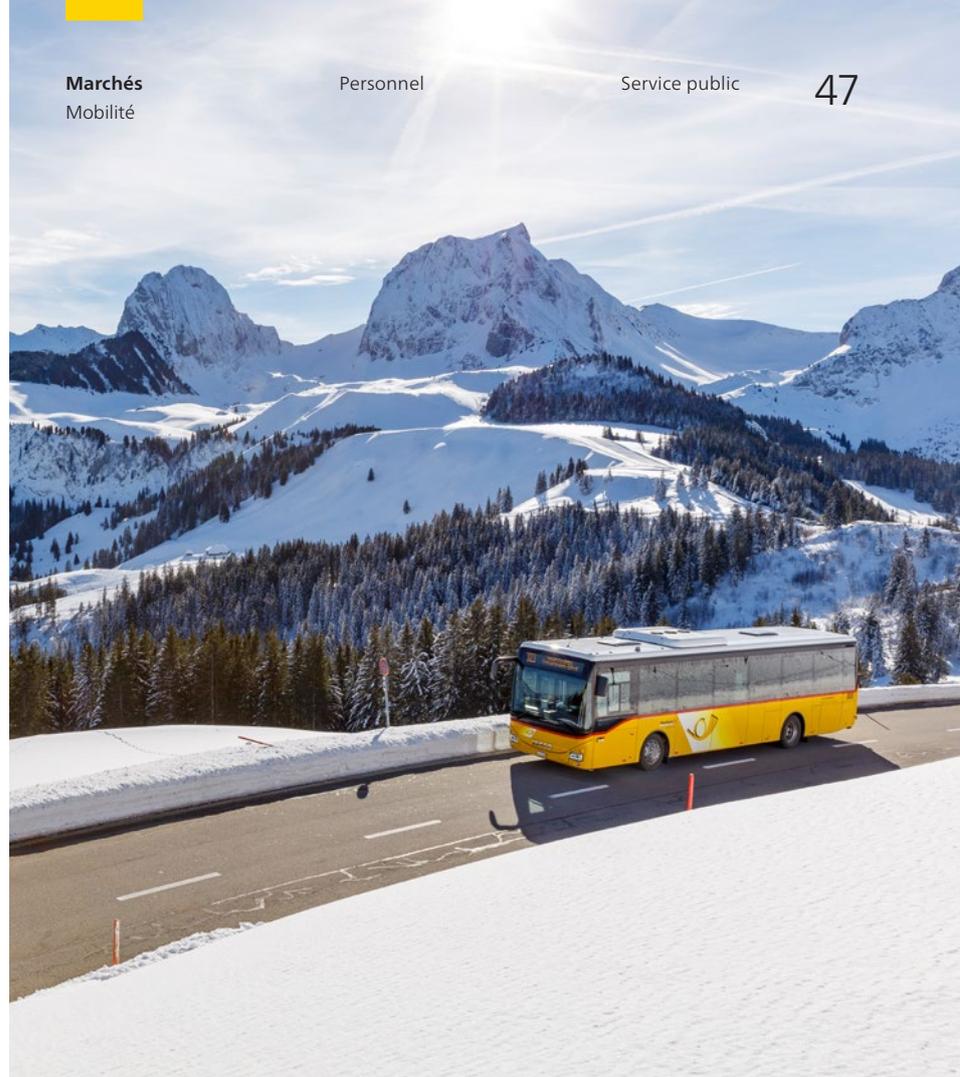
- ODD 3** Bonne santé et bien-être
- ODD 7** Énergie payable et propre
- ODD 9** Industrie, innovation et infrastructure
- ODD 11** Villes et communautés durables

Solutions à la demande

Une application pour réserver et payer des excursions

Ceux qui souhaitent découvrir le parc naturel de Gruyère cet été ou randonner dans la Greina cet automne peuvent d'ores et déjà réserver facilement leur déplacement à bord du Bus alpin, via une application. La course et l'offre à la demande de chacune de ces régions peuvent être réservées facilement via la nouvelle application Bus alpin, paiement des billets sans espèces compris.

Les réservations effectuées via l'application sont plus faciles à gérer que celles passées par téléphone pour les exploitants des lignes, dont CarPostal. Ceux-ci ont surtout une meilleure vue d'ensemble et peuvent ainsi éviter les courses à vide, pour une plus grande durabilité économique comme écologique. L'application a fait des débuts prometteurs dans les régions de la Greina, du Gantrisch et du Val-de-Charney; d'autres régions suivront. Elle a été développée par l'association Bus alpin, qui favorise les offres de transports publics dans les régions de montagne, sur la base de la plateforme à la demande de CarPostal.

**Contribution aux objectifs de développement durable**

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure
ODD 11 Villes et communautés durables

rdg.poste.ch/odd

Partenariats de transport

Des courses spéciales et des efforts exceptionnels lors de grands événements

À la Fête fédérale de lutte suisse et des jeux alpestres (FFLS) à Pratteln, plus grand événement sportif récurrent de Suisse, ou au Camp fédéral (CaFé) des scouts, à Conches: en 2022, CarPostal a assumé avec fiabilité son rôle de partenaire de transport lors de plusieurs grandes manifestations.

À la FFLS, CarPostal a assuré le service de navette entre Kaiseraugst et le lieu de la manifestation, à Pratteln. Durant quatre jours, les navettes ont circulé 24 heures sur 24, dont certaines toutes les minutes. Près de 30 conductrices et conducteurs et 10 personnes chargées d'orienter les participants étaient à pied d'œuvre. Le samedi et le dimanche matin ont enregistré la plus forte affluence: en l'espace de deux heures, 7000 visiteuses et visiteurs

ont été acheminés vers le lieu de la manifestation. CarPostal est également intervenue lors d'autres événements de lutte suisse, notamment au Brünig-Schwinget, à la Fête de lutte suisse et des jeux alpestres de Engstlenalp et au Schwägalp-Schwinget.

Le plus grand camp de scouts jamais organisé en Suisse (CaFé) a lui aussi représenté un défi de taille en réunissant 35 000 participants. Chaque jour, une trentaine de cars postaux, et même plus lors des grandes journées de visite, étaient sur la brèche.

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 11 Villes et communautés durables

rdg.poste.ch/odd

Services financiers

Stratégie de marché

En s'appuyant sur sa stratégie SpeedUp, PostFinance se transforme en prestataire financier diversifié et innovant, tout en s'attachant à répondre encore plus rigoureusement aux besoins de sa clientèle. C'est à cette fin qu'elle a scindé son activité clé en quatre secteurs d'activité.

Dans le **trafic des paiements** (Payment Solutions), PostFinance est le partenaire de confiance des commerçants et des émetteurs de factures basés en Suisse pour les solutions de paiement et d'encaissement.

Avec **Retail Banking**, PostFinance propose à sa clientèle privée et commerciale des solutions éprouvées, tant physiques que numériques, et des conseils avisés pour une gestion aisée de l'argent.

Avec **Digital First Banking**, elle met en place, dans le cadre de l'application Yuh, une offre résolument axée sur le numérique pour le «banking & beyond», qu'elle ne cesse de développer.

Enfin, avec **Platform Business**, PostFinance développe une plateforme suisse indépendante de comparaison et de souscription en matière de financement, d'assurance et de prévoyance.

Jalons 2022

- La PostFinance Card en combinaison avec Debit Mastercard®, qui permet à la clientèle d'effectuer des paiements également à l'étranger, est lancée.
- Dans le cadre du déploiement de la QR-facture, PostFinance s'assure d'une transition optimale, en collaboration avec la place financière suisse, et elle soutient les produits qui remplacent les bulletins de versement.
- À la fin 2022, l'application financière Yuh enregistre plus de 100 000 clientes et clients.
- PostFinance gère plus de 1 milliard de francs via son offre e-gestion de patrimoine.

➡ Pour les autres jalons, se reporter au rapport de gestion 2022 de PostFinance

Perspectives pour 2023 et au-delà

- Un paiement simplifié dans les boutiques en ligne grâce à PostFinance Pay
- Négocier et conserver de cryptomonnaies
- Produits de prévoyance 3a: meilleure vue d'ensemble des fonds de prévoyance et souscription simplifiée pour la clientèle

Entretien

PostFinance salue le revirement des taux d'intérêt et affiche un résultat stable

Hansruedi Köng, CEO, considère que le retour des taux à un niveau normal offre à PostFinance le potentiel pour améliorer sensiblement sa rentabilité à moyen terme. De son côté, la PostFinance Card, enrichie en 2022 de nouvelles possibilités de paiement, s'adapte encore mieux aux besoins et aux habitudes de la clientèle. Par ailleurs, la numérisation croissante rend indispensables de nouvelles évolutions, telle la QR-facture, de même qu'une mise en œuvre raisonnable du mandat de service universel à compter de 2030.

Hansruedi Köng, le secteur financier a connu de fortes turbulences en 2022. Comment PostFinance s'en est-elle sortie?

Je suis satisfait du résultat. En dépit de conditions de marché difficiles, nous avons tenu le cap sans vaciller. Grâce à un retour à la normale pour l'environnement des taux, nous avons pu supprimer en octobre les commissions sur avoirs, ce que l'on appelle les taux négatifs, peu appréciées de notre clientèle. Parallèlement, nous n'avons eu de cesse d'optimiser notre offre de produits en étant audacieux et innovants.

Le taux directeur est de nouveau positif depuis septembre 2022. La phase des taux négatifs est derrière nous. Que signifie pour PostFinance ce retour graduel à la normale?

Le retour à des taux positifs est une bénédiction pour PostFinance à moyen terme. Nous saluons le passage à un environnement de taux positifs, également dans l'intérêt de notre clientèle. À court terme, les rendements positifs des placements ne compensent pas entièrement les pertes de produits provenant des taux négatifs dans le domaine des transactions interbancaires. Un retour graduel à la normale en matière de marge d'intérêts ainsi que les produits accrus relevant des activités indépendantes des taux d'intérêt offrent cependant le potentiel nécessaire pour améliorer sensiblement la rentabilité de PostFinance à compter de 2024.

PostFinance propose la nouvelle PostFinance Card en combinaison avec Debit Mastercard®. Quels en sont les avantages pour la clientèle?

Voilà des années que nous nous attachons à développer des solutions pratiques et sécurisées de paiement sans espèces. La nouvelle PostFinance Card permet d'effectuer des paiements quasiment partout, en Suisse comme à l'étranger. La carte jaune peut aussi être utilisée pour les commandes en ligne que les personnes passent, chez elles ou en déplacement, auprès d'e-commerces suisses ou étrangers. À l'écoute de la clientèle, nous réagissons à son souhait de voir les espèces remplacées par des moyens de paiement électroniques.



Voilà des années que nous nous attachons à développer des solutions pratiques et sécurisées de paiement sans espèces.

Hansruedi Köng
CEO de PostFinance SA

PostFinance fait un pas de plus en direction de la numérisation avec la QR-facture. Comment évolue le nombre des transactions effectuées au guichet?

Le déploiement de la QR-facture tient compte de la numérisation croissante des processus de nos entreprises clientes, tout en nous permettant d'appliquer les dispositions légales relatives à la lutte contre

le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme. Dans ce contexte, les clientes et les clients qui effectuent des versements en espèces peuvent être mieux identifiés. De plus, cela simplifie les procédures de clarification de l'ayant droit économique prescrites par la loi. Il y a longtemps que nous savions que ce développement technologique accélérerait le recul des versements en espèces au guichet, qui perdure depuis déjà un certain temps. Cette tendance va se poursuivre, rendant d'autant plus délicate la question du financement de cette infrastructure onéreuse qu'est le guichet physique.

Les milieux politiques débattent de l'avenir du mandat de service universel de la Poste et du mandat en matière de services de paiement qui lui est associé. Quelle conception avez-vous du mandat de service universel à compter de 2030?

La question de savoir quel service universel la Suisse veut avoir à l'avenir dans le domaine des services de paiement est une question politique. Le Conseil fédéral souhaiterait présenter des propositions concrètes d'ici l'été 2023. La Poste et PostFinance s'en félicitent et sont prêtes à participer aux travaux tout en fournissant des documents sur lesquels les responsables politiques pourront s'appuyer pour prendre une décision. Je souhaite que la solution retenue tienne compte des besoins des entreprises et de la population et qu'elle puisse être réalisée dans la limite du raisonnable, sans nous mettre en difficulté technique et financière.



Trafic des paiements numérique

Dans un contexte de déclin des paiements en espèces en 2022, PostFinance a des solutions

Payer en argent comptant? Les personnes sont de plus en plus rares à le faire en Suisse, la faute aux cartes de débit et de crédit, devenues en 2022 le principal moyen de paiement. Les paiements par mobile séduisent eux aussi. PostFinance tire son épingle du jeu avec sa nouvelle PostFinance Card en combinaison avec Debit Mastercard® et l'application mobile TWINT.

En Suisse, la population paie de plus en plus par carte et de moins en moins en espèces. C'est ce qui ressort en 2022 de plusieurs études qui analysent depuis quelques années le comportement de paiement de la population en Suisse. En 2022, la carte de débit reste le principal moyen de paiement, tant au niveau de son utilisation que du chiffre d'affaires généré. L'argent liquide conserve sa deuxième place: un paiement sur trois continue d'être effectué avec des pièces et des billets dans les commerces de présence (magasins ou restaurants par exemple), surtout lorsqu'il s'agit de petites sommes. Même si les paiements mobiles, à l'aide d'un téléphone portable, y gagnent du terrain, ils sont largement devancés par la carte de débit, l'argent liquide et la carte de crédit. Le tableau est différent en revanche pour les paiements en ligne, effectués le plus souvent

par carte de crédit. Celle-ci est suivie de TWINT et des cartes de débit, le paiement sur facture fermant la marche.

Davantage de possibilités de paiement aux quatre coins du monde avec la PostFinance Card

Depuis des années, PostFinance s'emploie à développer pour sa clientèle des solutions conviviales et sûres de paiement sans espèces. Elle a lancé au cours de l'année sous revue la nouvelle PostFinance Card en combinaison avec Debit Mastercard, qui permet d'effectuer des paiements quasiment partout, en Suisse comme à l'étranger. La carte jaune peut aussi être utilisée pour les commandes en ligne que les personnes passent chez elles ou en déplacement. «Combinée avec Debit Mastercard, la carte gagne considérablement en attrait



Nous sommes fiers de proposer une carte jaune encore plus attrayante combinée avec Debit Mastercard. Notre clientèle profite ainsi de possibilités de paiement quasi illimitées, en ligne comme physiquement.

Benjamin Staeheli
Responsable Payment Solutions
chez PostFinance



pour nos 2,6 millions de clientes et de clients», indique Benjamin Staeheli, responsable Payment Solutions chez PostFinance.

TWINT, un succès qui ne se dément pas

Selon les dernières enquêtes réalisées, plus de la moitié de la population en Suisse ne renoncerait pour rien à TWINT. L'application de paiement développée initialement par une filiale de PostFinance est particulièrement plébiscitée par les 18-25 ans. Ceux-ci apprécient de ne pas avoir à indiquer de données personnelles lors du paiement tout en payant rapidement et à moindres frais. L'application PostFinance TWINT a franchi en 2022 la barre du million d'utilisatrices et utilisateurs et a dépassé le chiffre de 1 125 000 utilisateurs enregistrés à la fin de 2022, ce qui fait d'elle l'application TWINT la plus populaire de Suisse. Elle représente en effet près de 21% de l'écosystème TWINT.

Contribution aux objectifs de développement durable

- ODD 8 Travail décent et croissance économique
- ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure
- ODD 12 Consommation et production durables

rdg.poste.ch/odd

i

Calculateur d'émissions de CO₂

Les courses de la semaine dans la grande distribution, un nouvel aspirateur ou une escapade à Paris: en faisant des achats pour les besoins quotidiens et en sortant de l'ordinaire de temps à autre, on occasionne inévitablement des émissions de CO₂. Puisque, pour réduire ces émissions, le principal potentiel de chacune et de chacun réside dans le changement de ses habitudes de consommation, PostFinance a mis au point un calculateur d'émissions de CO₂. Celui-ci saisit de manière anonyme toutes les transactions effectuées par une personne avec la PostFinance Card, une carte de crédit de PostFinance ou encore via TWINT. Il évalue ensuite l'empreinte carbone de la consommation quotidienne de la personne, à l'aide d'un facteur d'émissions de CO₂ déterminé. Les personnes disposant d'un login e-finance peuvent consulter et analyser leurs données dans quatorze catégories différentes. Car plus on est informé, plus on connaît les leviers d'action.

En bref

Yuh

L'application financière Yuh a soufflé sa première bougie en mai 2022 en affichant au compteur 60 000 «Yuhers». Le produit financier numérique développé conjointement par Swissquote et PostFinance regroupe les principaux instruments financiers dans une application innovante. Yuh séduit les personnes qui, privilégiant le «tout numérique», préfèrent gérer leur argent via une application installée dans leur smartphone. Yuh a ceci de particulier qu'elle ne se contente pas d'établir des plans d'épargne et de permettre les paiements: la néo-banque propose aussi un accès simple au trading. On peut également y négocier des cryptomonnaies. Yuh a joué un rôle de précurseur à l'automne 2022 en octroyant un taux d'intérêt sur les liquidités dès le 1^{er} septembre, avant que d'autres banques lui emboîtent le pas. Fin 2022, l'application a dépassé pour la première fois la barre des 100 000 clientes et clients.

yuh.com

Contribution aux obj. de développement durable

- ODD 8 Travail décent et croissance économique

rdg.poste.ch/odd

E-gestion de patrimoine

L'e-gestion de patrimoine de PostFinance est en plein essor: en 2022, le patrimoine géré a franchi la barre du milliard de francs. L'offre est désormais utilisée par plus de 20 000 clientes et clients. Nombre d'entre eux se sont lancés dans les opérations de placement avec des montants relativement modestes. Ils peuvent compter sur les compétences des experts en investissements de PostFinance pour le placement optimal de leurs fonds, en adéquation avec leur stratégie de placement. Dorénavant, la clientèle peut investir dans l'e-gestion de patrimoine au moyen d'un plan d'épargne pour ainsi profiter de l'effet de prix moyen.

postfinance.ch/egdp

Lancement des fonds ESG

Les clientes et les clients demandent de plus en plus des produits financiers garantissant une épargne durable pour leur retraite. PostFinance a donc développé son offre. Depuis mai, les quatre fonds de prévoyance PostFinance Pension poursuivent une stratégie durable selon les critères ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance), PostFinance adoptant l'approche de durabilité du «meilleur de la classe». En d'autres termes, les investissements portent sur des entreprises qui affichent les meilleures performances en matière de développement durable dans leur secteur. En tenant compte de ces critères de durabilité, les fonds de placement concernés visent une meilleure valeur ESG et une empreinte carbone plus faible que leur indice de référence.

postfinance.ch/fonds-strategiques

Contribution aux obj. de développement durable

- ODD 7 Énergie payable et propre
- ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure
- ODD 12 Consommation et production durables

rdg.poste.ch/odd

Personnel

«Être le moteur d'une Suisse moderne» – telle est notre vision pour la Poste de demain. Ce sont nos collaboratrices et nos collaborateurs qui font tourner ce moteur: dans tous les cantons, dans toutes les régions linguistiques et dans 833 communes suisses, 46 500 personnes travaillent au service du «monde jaune». La Poste leur propose des conditions d'engagement justes et attrayantes, qui font figure de référence sur le marché. Accueillant 1 839 personnes en formation dans 19 métiers différents et comptant parmi les principales entreprises formatrices de Suisse, elle offre aux jeunes des perspectives professionnelles stimulantes, avec des places de stage et des programmes d'initiation des jeunes diplômés. Dans un monde du travail qui évolue très vite, la Poste soutient et accompagne le développement professionnel de l'ensemble du personnel et des responsables de conduite avec ses offres de formation et de formation continue. En tant qu'employeur, la Poste défend la diversité et l'inclusion sous toutes leurs formes.



Entretien

«Nous recherchons des collaboratrices et des collaborateurs qui aspirent à évoluer»

Trouver du personnel qualifié, promouvoir la diversité et améliorer la santé sont des enjeux qui mobilisent particulièrement la Poste. Pour renforcer la diversité au sein de l'entreprise, elle mise sur le recrutement, comme l'explique dans un entretien Valérie Schelker, responsable Personnel.

Valérie Schelker, quelle est la démarche de la Poste pour faire face à la pénurie de personnel qualifié?

En 2022, nous avons mis au concours près de 3800 postes et traité environ 62 000 candidatures, sans compter les places de formation. D'ici à 2026, entre 11 000 et 12 000 postes seront à pourvoir, raison pour laquelle nous diffusons activement le message «Peins l'avenir en jaune!» sur le marché du travail, en mettant en évidence toutes les possibilités offertes par la Poste dans plus de 100 métiers. Nous recrutons des personnes qui ont à nos yeux du potentiel, même si elles ne remplissent pas tous les critères du profil du poste. Nous investissons aussi beaucoup dans la formation et le perfectionnement de notre personnel afin qu'il soit bien armé pour répondre aux exigences du monde du travail actuel.



À la Poste, le personnel se voit offrir des possibilités d'évolution professionnelle.

Valérie Schelker
Responsable Personnel,
membre de la Direction du groupe

Quelles mesures ont été prises l'an dernier pour promouvoir la diversité?

Nous progressons pas à pas sur ce front. D'ici 2024, la part des femmes à tous les échelons de cadres ainsi qu'aux fonctions de direction selon la CCT devra être de 30% au moins, et la proportion de membres du personnel non germanophones de 20%. En outre, nous devons

veiller à une représentation équitable des genres et des langues nationales dans la liste des candidats présélectionnés pour les postes de cadre. Nous rédigeons aussi nos offres d'emploi en conséquence. Avec le programme SmartWork, nous avons créé les conditions requises pour permettre au personnel de travailler sans horaire ni lieu fixes. Par ailleurs, nous proposons de plus en plus de postes à temps partiel, en emploi partagé et en topsharing, ce qui est aussi un moyen de favoriser la diversité. Aujourd'hui, la Poste compte déjà 70 duos environ, où deux personnes assument la responsabilité de direction.

Comment la Poste veille-t-elle à ce que son personnel reste en bonne santé?

Un exemple: ces deux dernières années, nous avons créé près de 500 nouveaux emplois dans le tri et la distribution pour répartir la charge de travail sur un plus grand nombre de personnes. La Poste a mis en place un vaste programme pour la sécurité au travail et la protection de la santé. Il s'agit surtout de sensibiliser les responsables de conduite à l'importance des thèmes de la santé et de la prévention.

Quelles sont les priorités fixées pour 2023?

Nous nous en tenons aux thèmes que je viens d'évoquer, en mettant l'accent sur la «gestion saine», car les responsables de conduite peuvent faire bouger les choses sur bien des fronts, y compris pour la réintégration du personnel dans le processus de travail après une maladie ou un accident.



124 200

offres d'emploi ont été comptabilisées par l'Office fédéral de la statistique au troisième trimestre 2022 (+26,6% par rapport à l'année précédente).

3791

postes ont été mis au concours par la Poste en 2022, soit 12,4% de plus qu'en 2021.

61 861

candidatures sont parvenues à la Poste pour les 3791 postes mis au concours en 2022, soit, par rapport à l'année précédente, un recul des candidatures de 12% par poste à pourvoir.

11 000–12 000

postes seront à pourvoir à la Poste d'ici 2026.



Pénurie de main-d'œuvre qualifiée

Intégrer de nouveaux talents et fidéliser le personnel qualifié

La pénurie de main-d'œuvre au plan national se fait aussi sentir à la Poste, qui reçoit moins de candidatures et met plus longtemps à pourvoir les postes. Face à la difficulté de trouver suffisamment de personnel qualifié, l'entreprise a introduit une nouvelle marque employeur.

La Suisse a cruellement besoin de main-d'œuvre: en 2022, le nombre d'offres d'emploi y a atteint un niveau sans précédent. En effet, après les années marquées par la pandémie de COVID-19, l'économie s'est redressée et il a fallu recruter beaucoup de personnel. La Poste n'a pas échappé à la règle: «Nous avons pu pourvoir la plupart des postes vacants, mais nous avons reçu pour chacun moins de candidatures qu'en 2021, et le processus de pourvoi a duré plus longtemps», indique Judith von Moos, responsable Recrutement à la Poste. Les emplois hautement qualifiés dans les domaines des achats, des finances et de l'informatique ont été pourvus partiellement, au prix de bien des efforts, ou sont restés vacants.

La concurrence étant rude sur le marché du travail, la Poste doit veiller à son positionnement ciblé en tant qu'employeur pour attirer de nouveaux talents. Ce positionnement a été peaufiné sur la base de la stratégie d'entreprise et la promesse de l'employeur a été redéfinie, donnant naissance à une marque employeur moderne et inimitable, dont la devise principale est «Peins l'avenir en jaune», l'accent étant mis sur la diversité des professions et des possibilités qui s'offrent à la Poste. Cette nouvelle marque employeur est déployée par le biais d'annonces, de campagnes publicitaires et d'événements tels que les championnats des métiers SwissSkills. Avec sa nouvelle démarche de communication sur le marché du travail interne et externe, l'employeur Poste peut faire passer ses différents messages aux groupes cibles concernés.

Selon Judith von Moos, la pénurie de main-d'œuvre va croissant et s'inscrit dans une tendance qui s'était amorcée avant 2022. Du fait

des nombreux départs à la retraite au sein de la génération des baby-boomers, elle va rester un défi pour la Poste dans les prochaines années, en étant aggravée par l'évolution rapide du monde du travail: l'automatisation et la numérisation exigent de nouvelles aptitudes spécifiques, qui sont plus difficiles à trouver sur le marché du travail. C'est pourquoi la Poste met en place diverses offres et initiatives pour aider son personnel à les acquérir. Ainsi, avec les partenaires sociaux syndicom et transfair, elle a lancé le programme «Prêts pour le monde du travail», qui permet aux membres du personnel d'analyser leurs centres d'intérêts et leurs points forts dans des ateliers où ils bénéficient d'un soutien pour gérer leur développement et planifier leur vie professionnelle.



Ouverture d'un nouveau site informatique au Portugal

La Poste explore de nouvelles voies: comme il est de plus en plus difficile de recruter du personnel informatique qualifié en Suisse, elle établit son propre site européen de développement IT au Portugal, où travailleront, à terme, quelque 120 personnes. Celui-ci vient en complément aux sites de développement IT de Berne, Neuchâtel et Bellinzona et permettra à la Poste de continuer de fournir aux particuliers et aux entreprises de Suisse des prestations logistiques et des offres numériques d'excellente qualité.

Le marché du travail suisse n'en demeure pas moins primordial pour la Poste, qui ne délocalisera aucun poste IT à l'étranger et qui prévoit de créer environ 200 nouveaux emplois dans l'informatique au plan national d'ici 2030.



Formation professionnelle

Former dès aujourd'hui le personnel qualifié de demain

Offrant plus de 100 métiers, la Poste est l'une des principales entreprises formatrices de Suisse. Elle permet à de jeunes talents d'accomplir des formations variées, tournées vers l'avenir, et apporte une importante contribution aux efforts visant à remédier à la pénurie de personnel qualifié, y compris pour la formation professionnelle ICT.

i

La Poste sur TikTok

Depuis le milieu de l'année 2022, la Poste est présente sur TikTok, le portail réservé aux clips vidéo musicaux de courte durée et doté des fonctionnalités propres aux réseaux sociaux. Lancé en 2016, il totalise près d'un million d'utilisatrices et d'utilisateurs suisses, pour la plupart âgés de 18 à 25 ans. Les contenus qui y sont mis en ligne par la Poste ciblent un public jeune, en étant principalement destinés à présenter l'entreprise sous l'angle de la formation et de l'emploi.

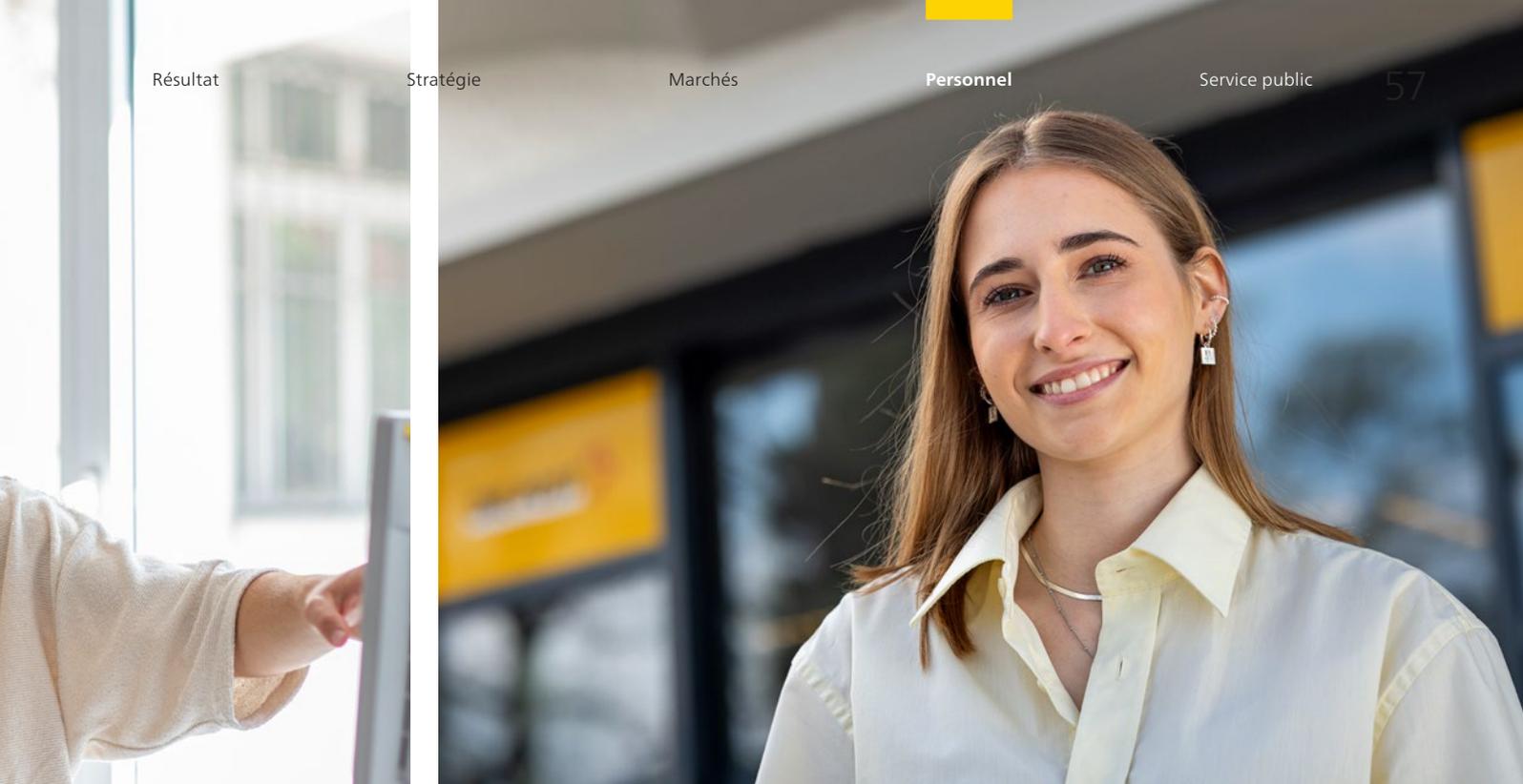
👉 [tiktok.com/@swisspost](https://www.tiktok.com/@swisspost)

La Poste offre des formations à 19 métiers différents, du monteur-automaticien à la logisticienne, en passant par le médiamaticien, en ville, à la campagne et dans les régions de montagne. Il y a en permanence près de 2000 personnes en formation à la Poste, où quelque 750 jeunes démarrent chaque année leur parcours professionnel. «Pour la Poste, la formation est bien plus qu'un simple apprentissage. Bénéficiant chez nous d'un suivi étroit, les jeunes acquièrent des qualifications variées et, surtout, ils apprennent rapidement à assumer des responsabilités et à participer à l'organisation de leurs tâches et de leur environnement de travail», souligne Bruno Schumacher, responsable Formation professionnelle Poste. Les personnes formées à la Poste y développent ainsi des compétences personnelles en plus des aptitudes professionnelles. Elles sont alors mieux armées pour leur carrière future. Dans 97% des cas, ces jeunes terminent leur apprentissage avec un diplôme en poche. En offrant à la relève profession-

nelle les meilleures chances de réussite sur le marché du travail, la Poste tient sa promesse de prestations.

Contribution à la création d'un nouvel apprentissage ICT

«En tout état de cause, nous ne nous reposons pas sur nos lauriers. Nous perfectionnons en permanence nos formations, en ayant à cœur de les adapter aux besoins des jeunes, du marché du travail et de la Poste», tient à préciser Bruno Schumacher. Ainsi, l'apprentissage de développeuse/développeur de business numérique CFC a été proposé pour la première fois en 2022. Conçue en collaboration avec des organisations et des entreprises partenaires, cette nouvelle formation nationale se situe à l'interface entre la technique, l'économie et l'humain. Il est vrai que le numérique est de plus en plus présent à la Poste, dans ses produits et dans ses services. «Avec ce nouvel apprentissage, nous voulons aussi agir pour pallier le manque de personnel qualifié en ICT», ajoute Bruno Schumacher.



Investissant dans les formations propres à ce domaine d'activité depuis plusieurs années déjà, la Poste a créé deux pépinières de talents pour informatiennnes et informaticiens: le Campus ICT Poste et le Competence Center for Young Professionals (CCYP) de Post-Finance.

Un stand interactif pour les championnats suisses des métiers (SwissSkills)

Le système suisse de formation professionnelle revêt une grande importance, et les SwissSkills 2022 en ont aussi fourni la preuve: plus de 120 000 visiteurs, dont 64 000 scolaires, venus y puiser de l'inspiration ont pu obtenir un riche aperçu de la diversité des 150 profils professionnels présentés lors de cette manifestation de cinq jours. En parallèle, ils ont eu la possibilité de suivre les championnats nationaux des métiers dans 87 catégories professionnelles. Accueillant le public sur un grand stand interactif, la Poste a diffusé des informations sur l'entrée dans le monde du travail et sur les 19 apprentissages qu'elle

propose. Par ailleurs, dix personnes en formation à la Poste ont participé à la compétition, dans les catégories Logisticien(ne), IT Software Solutions for Business, Mediamatics, Web Technologies et Employé(e) de commerce. Yaël Wehrli, qui a remporté la médaille de bronze dans la catégorie Web Technologies, et qui s'est même hissée à la première place dans le SpeedChallenge, a exprimé sa satisfaction: «Je suis fière d'avoir déjà pu me qualifier pour les SwissSkills, et je suis d'autant plus heureuse d'avoir décroché une place sur le podium que j'étais la seule femme en lice parmi 23 hommes. J'espère avoir pu montrer aux visiteurs du salon des métiers que l'informatique n'est pas un domaine d'activité réservé aux hommes.»



La Poste aide les jeunes à bien se préparer pour leur vie professionnelle.

Bruno Schumacher
Responsable Formation
professionnelle Poste



Développement des cadres

Le leadership, un levier crucial pour la transformation

Les responsables de conduite exercent une forte influence sur la culture d'entreprise. Pour qu'ils soient en capacité de soutenir le déploiement de la stratégie «Poste de demain», la Poste mise sur un programme de leadership spécifiquement axé sur la transformation, lequel a démarré en 2022, après une première série de mesures lancée en 2021.

Afin de mener à bien la mise en œuvre de la stratégie «Poste de demain», la Poste doit exploiter ses atouts et continuer de développer sa culture d'entreprise. Cette démarche concerne particulièrement les responsables de conduite, qui ont une influence significative sur la culture d'entreprise, tant au quotidien que dans le cadre de projets ou de domaines particuliers, et qui assurent sa diffusion au sein du personnel.

Depuis la fin 2021, un programme de leadership spécifiquement consacré à la transformation a permis d'ancrer la nouvelle conception de la gestion à tous les niveaux de l'entreprise. Baptisé «en viadi» (qui signifie «être en route» en romanche), il a pour but de développer chez les responsables de conduite une conception commune de la pratique de la gestion ainsi que de l'organisation de la collaboration à la Poste, mais aussi des compétences qui sont les plus importantes dans leur travail. Fin 2022, près de 600 responsables de conduite avaient déjà clôturé avec succès le programme. Celui-ci sera maintenu en 2023 et décliné, sous une forme adaptée, à d'autres niveaux de gestion.

Objectifs

Plus de diversité dans la gestion

Souhaitant promouvoir une plus grande diversité en matière de genres et de langues nationales chez les responsables de conduite, la Direction du groupe Poste a fixé en 2022 des objectifs ambitieux: arriver à une proportion d'au moins 30% de femmes et 20% de personnes parlant une langue autre que l'allemand à tous les échelons de cadres, y compris les fonctions de direction selon la CCT, d'ici 2024. Pour atteindre ces objectifs, la Poste s'adresse de manière encore plus ciblée aux femmes et aux personnes non germanophones dans le cadre du recrutement. En outre, elle fait encore davantage valoir des conditions d'engagement attrayantes, telles que les postes à temps partiel, le télétravail ou encore le SmartWork.

Inclusion

Une réintégration professionnelle sur le mode gagnant-gagnant

Qu'elles soient dues à une maladie ou à un accident, les absences de longue durée représentent une situation difficile pour le personnel. Le Case Management de la Poste aide les personnes concernées à trouver les moyens d'en sortir pour réintégrer le monde du travail.

Quand des membres du personnel sont touchés par des problèmes de santé physiques ou psychiques qui les contraignent à s'absenter longuement de leur poste, ils peuvent avoir du mal à reprendre le chemin du travail. C'est là qu'intervient le Case Management de la Poste: des spécialistes soutiennent et accompagnent les collaboratrices et les collaborateurs qui ont été malades ou victimes d'un accident pour faciliter leur réintégration dans le processus de travail. «Avec les intéressés, et en étroite coordination avec les responsables de conduite, les conseillères et conseillers RH et des partenaires externes comme les assurances sociales et les médecins, nous recherchons la meilleure manière de procéder pour obtenir une réinsertion durable dans le processus de travail», explique Claudia Gruber, responsable Case Management.

Des absences en augmentation

Depuis quelques années, et surtout depuis 2021, les absences pour cause de maladie ou d'accident sont en hausse à la Poste. Cela tient notamment au vieillissement de notre personnel. L'âge moyen dans l'entreprise est de 46 ans environ. Les membres du personnel d'un certain âge ne tombent pas malades

plus souvent, mais tendent à le rester plus longtemps. Comme ils représentent une large part des effectifs, les statistiques de la santé s'en ressentent fortement. «C'est ce que nous avons remarqué au Case Management», indique Claudia Gruber. «Selon le règlement de la Caisse de pensions Poste, les membres du personnel travaillant chez nous depuis 20 ans ou plus ont droit à la réintégration professionnelle dès leur cinquantième année, ce qui se traduit par une augmentation du nombre de suivis assurés par le Case Management. Une réintégration professionnelle réussie est sans rapport avec l'âge, et elle profite à toutes les parties prenantes», ajoute Claudia Gruber. Les collaboratrices et les collaborateurs sont motivés car ils peuvent utiliser leurs compétences dans un domaine d'activité adapté. La Poste peut quant à elle compter plus longtemps sur leur savoir-faire en interne, ce qui est particulièrement important en période de pénurie de personnel qualifié à l'échelle nationale.

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 3 Bonne santé et bien-être

rdg.poste.ch/odd

Faits et chiffres

636

personnes étaient suivies au 31 décembre 2022 par le Case Management du groupe (sans PostFinance), soit une augmentation de 19,3% par rapport à l'année précédente.

585

personnes ont été nouvellement inscrites au Case Management (sans PostFinance) en 2022, soit 55 personnes de plus qu'en 2021.

64,4%

Tel est le **taux de réintégration** (sans PostFinance) pour les accompagnements complexes (2021: 58,7%).



Prolongation des conventions collectives de travail Poste CH et PostFinance SA jusqu'à fin 2024

La convention «CCT faitière» ainsi que les deux CCT d'entreprise Poste CH et PostFinance SA sont prolongées d'une année, soit jusqu'à fin 2024: ainsi en ont décidé d'un commun accord les partenaires sociaux, à savoir la Poste et les syndicats syndicom et transfair. Ce faisant, la Poste continue à accorder à ses quelque 30 000 collaboratrices et collaborateurs des conditions-cadres équitables et stables dans la situation économique difficile que nous connaissons. Durant l'année de prolongation, il sera possible de modifier d'un commun accord certaines dispositions de la CCT dans le respect des besoins de l'entreprise. La CCT d'entreprise de CarPostal reste en vigueur jusqu'à fin 2024 et fera l'objet de négociations distinctes.

Pleinement engagée au service d'une Suisse forte et moderne

La Poste s'engage pour la Suisse, et cet engagement va bien au-delà de la fourniture d'un service universel d'excellente qualité pour la Suisse, aujourd'hui comme demain. Pour être prête à relever les défis futurs et se doter d'un solide réseau lui permettant d'accroître sa capacité d'innovation, la Poste collabore avec des start-up et des hautes écoles. Elle est partenaire de Suisse Rando, du Locarno Film Festival et de la Croix-Rouge suisse en qualité de sponsor, et elle finance le Musée de la communication en tant que co-fondatrice. De plus, en 2022, elle a été le partenaire principal du Camp fédéral scout «CaFé» en Valais. Par ailleurs, la Corporate Responsibility est fermement ancrée dans la stratégie du groupe. La Poste veut être ainsi le moteur d'une Suisse moderne et promouvoir le développement durable, y compris pour les générations futures.





pro clima
Traguardo sicuro?
Elettricità ecologica

In viaggio
senza
effetti
clima

TI-160804

Greens

Greens

Greens



Service universel du futur

Un dialogue sur l'avenir

La Suisse a une poste qui figure en tête du classement mondial. Pour qu'il en soit toujours ainsi, elle doit redéfinir le service universel postal du futur. Les discussions sur ce sujet se sont intensifiées en 2022.

i

Le débat politique est lancé

Début 2022, une commission d'experts dirigée par l'ancienne conseillère aux États Christine Egerszegi a rendu un rapport présentant le fruit de ses réflexions sur le rôle futur de la Poste. Même si la Poste ne partage pas l'avis de la commission sur toutes les mesures proposées, les analyses figurant dans le rapport concordent très largement avec l'état des lieux qu'elle avait établi en 2019 et qui a servi de base à l'élaboration de sa stratégie actuelle «Poste de demain» (2021–2024). Le débat politique est ainsi lancé pour les années qui viennent.

Quelles sont les prestations que fournira la Poste au titre du service universel à partir de 2030? C'est sur cette question que doit porter désormais le débat entre tous les acteurs concernés de la sphère politique, des milieux économiques et de la société.

Parmi eux se trouve la Poste qui, forte de son savoir-faire et de ses 175 années d'expérience, estime que les points suivants sont cruciaux pour la définition du service public du futur:

- Le service public est destiné à répondre aux besoins présents et à venir de la population et des entreprises de Suisse. Après 2030 aussi, il devra intégrer des prestations physiques et numériques pour la clientèle.
- La fourniture de prestations logistiques dans le cadre du service universel est au cœur du mandat de service public de la Poste depuis toujours. Toutefois, compte tenu des évolutions de la société, il faut développer plus
- avant le service universel, pour répondre aux besoins de la population, d'une part, et pour pouvoir continuer de le financer, d'autre part. En bref: pour assurer un service universel d'un rapport coût-bénéfice optimal pour la société. Il s'agit d'orienter les flux d'informations et de marchandises en alliant efficacité et durabilité, sachant que, dans ce cadre, il est primordial de couvrir les besoins de la clientèle résidant dans les zones rurales et urbaines de Suisse.
- La Poste exploite des plateformes numériques et des écosystèmes d'affaires, tels que Digital Health et le vote électronique, qu'elle fait évoluer en permanence, en s'attachant avant tout à assurer une communication numérique sûre et aisée, notamment dans le contact entre les citoyens et les pouvoirs publics. Présente sur l'ensemble du territoire, la Poste apporte sa contribution active à la facilitation numérique de la Suisse et de sa population.



Avec sa stratégie «Poste de demain», la Poste donne le temps et la marge de manœuvre nécessaires au propriétaire et au Parlement pour définir le service public de l'après-2030 sans pression économique directe. Elle va continuer de s'impliquer activement dans le dialogue, en défendant sa vision d'une Suisse forte, avec une Poste forte.

- ➔ Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo, p. 16 à 19
- ➔ Stratégie «Poste de demain», p. 20 à 23
- ➔ poste.ch/politique

Contribution aux objectifs de développement durable

- ODD 9** Industrie, innovation et infrastructure
- ODD 11** Villes et communautés durables
- ODD 12** Consommation et production durables

➔ rdg.poste.ch/odd

SEF.NextGen

Comment la génération Z conçoit-elle le service public de demain?

En préparant l'avenir, la Poste est aussi à l'écoute des jeunes. Elle s'engage à leurs côtés en étant le partenaire principal des camps SEF.NextGen. Pendant plusieurs jours, ceux-ci donnent la parole à la génération Z: des jeunes de 18 à 24 ans s'y confrontent à des défis réalistes et cherchent des réponses à des questions concrètes du monde de l'entreprise.

La Poste soumet chaque fois les participants à une épreuve spécifique. Lors du camp du printemps 2022, elle les a interrogés sur leurs attentes concernant le service public 2030 et, durant celui qui s'est tenu à l'automne, elle s'est adressée à eux en tant qu'anciens écoliers avec cette question: «Que peut faire la Poste aujourd'hui pour rester pertinente aux yeux des enfants et adolescents en âge scolaire?» Par son engagement en faveur des camps SEF.NextGen, la Poste entend en savoir plus sur les exigences relatives au service public de demain de la part des jeunes, car ils seront non seulement amenés à en faire usage, mais aussi à le marquer fortement de leur empreinte.

- ➔ En savoir plus: sef-nextgen.ch



Nous voulons connaître les attentes des jeunes concernant le service public de demain.

— Kim Haldemann
Responsable de projet Sponsoring



Un solide réseau de partenaires œuvrant pour la Suisse

Promouvoir le pôle économique et la place scientifique suisses

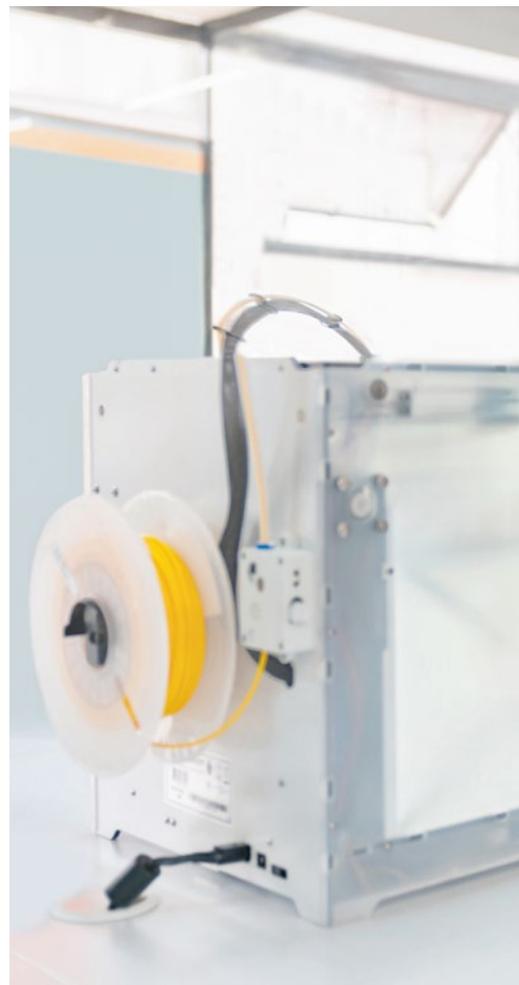
La Poste collabore avec des start-up et des hautes écoles pour être prête à relever les défis futurs. Cette démarche en réseau sert non seulement les intérêts de la Poste et de sa clientèle, mais aussi ceux du pôle économique et de la place scientifique suisses.

Comment réduire les trajets de transport pour que les prix de la distribution des lettres et colis restent abordables? Comment prévenir les problèmes de santé au niveau du personnel de la logistique grâce aux nouveaux outils technologiques? Où mettre en place des véhicules robotisés autonomes? Ces interrogations et bien d'autres sont au cœur de nombreux projets d'innovation conduits dans toutes les unités de la Poste, le but étant d'améliorer les prestations existantes et de concevoir de nouvelles offres. Pour cela, la Poste mise sur une étroite collaboration avec des partenaires externes de l'économie privée et de la recherche. Agiles et pointues, les

start-up mettent à disposition leur savoir et leurs idées, ainsi que leurs experts chevronnés, qui peuvent se concentrer pleinement sur le projet sans avoir à gérer en parallèle la marche des affaires postales.

Une collaboration mutuellement bénéfique

Selon Thierry Golliard, responsable Open Innovation & Venturing, ces partenariats profitent aux deux parties: «Pour certaines start-up en particulier, la Poste représente le premier client de référence avec lequel elles peuvent tester et perfectionner leurs technologies, leurs produits ou leurs prestations.



Lorenz Wyss
Responsable Gestion de l'innovation

Témoignage

Une capacité d'innovation accrue grâce à un solide réseau

Pour quelles raisons la Poste doit-elle innover?

Parce que le monde ne cesse d'évoluer et que les besoins et exigences de notre clientèle évoluent avec lui. Il nous faut donc aussi aller de l'avant et réfléchir dès aujourd'hui aux prestations postales qui répondront à ses attentes demain, et après-demain.

Pourquoi la Poste a-t-elle besoin de partenaires pour cela?

Pour accroître sa capacité d'innovation, et l'accélérer, car son solide réseau externe lui apporte les compétences et ressources utiles qui lui font défaut en interne.

Ces projets d'innovation avec des partenaires extérieurs ne coûtent-ils pas plus cher?

Il est presque toujours plus rentable de collaborer avec des partenaires ciblés que de développer les compétences correspondantes en interne en partant de zéro pour chaque projet. Ce qui nous coûterait le plus cher serait de renoncer aux projets d'innovation. La Poste est aujourd'hui une entreprise prospère et rentable, détenue par la Confédération, et elle doit le rester.



Grâce à notre réseau de partenaires, nous développons régulièrement de nouveaux modèles commerciaux prometteurs.

Thierry Golliard
Responsable Open Innovation & Venturing

Outre les défis à relever, nous leur apportons l'expérience acquise dans notre cœur de métier et avons la taille nécessaire pour des solutions évolutives.» La Poste joue ainsi le rôle de partenaire-conseil pour ces jeunes entreprises. Le crédit dont elle jouit sur le marché les aide aussi à développer leur clientèle. Les start-up, dont beaucoup sont suisses, poursuivent leur croissance aux côtés de la Poste et créent ainsi des emplois. Le plus souvent, la collaboration ne dépasse pas le stade de la relation client. Parfois, la Poste investit aussi dans des entreprises technologiques en plein essor, mais en ne détenant généralement que des parts minoritaires, afin de ne pas priver les start-up de leur liberté et de leur flexibilité.

Un accompagnement selon des normes scientifiques

Les hautes écoles suisses jouent un rôle important dans le processus d'innovation de la Poste. Elles accompagnent les projets, y intègrent les apports des recherches internationales les plus récentes et analysent les données sur la base de normes scientifiques, ce qui permet d'obtenir des résultats de grande valeur, mais aussi de prendre des décisions éclairées sur un plan économique. En étant présente sur les campus, la Poste a aussi la possibilité de se positionner comme un employeur attrayant pour recruter de jeunes talents. Ces partenariats profitent également aux deux parties car les hautes écoles se voient confier par la Poste des projets de recherche axés sur la pratique, auxquels s'ajoutent des fonds pour financer la recherche et l'enseignement.

Outre les start-up et les hautes écoles, le réseau de la Poste comprend aussi des établissements publics, des entreprises postales étrangères et d'autres sociétés. «Grâce à ces partenariats ciblés mis en place au fil des ans, nous pouvons régulièrement identifier, développer et tester de nouveaux modèles commerciaux prometteurs», précise Thierry Golliard. Au final, c'est surtout la clientèle de la Poste qui est gagnante: elle profite de nouveaux produits, davantage d'options et d'un accès facilité à des prestations postales innovantes et plus performantes, en ayant aussi l'assurance que, dans dix, vingt ou trente ans, la Poste saura toujours répondre à ses besoins.

Contribution aux objectifs de développement durable

ODD 9 Industrie, innovation et infrastructure

rdg.poste.ch/odd

Succès

Un simple message vocal

Quand on appelle le Contact Center de la Poste, on n'a plus à passer par un menu de sélection de la langue avec des requêtes prédéfinies. La communication orale du motif de l'appel suffit. Elle est automatiquement convertie en texte, grâce au système conçu par la société Spitch, et, quelques secondes plus tard, on est mis en relation avec une personne qui maîtrise le sujet.

spitch.ai

Sécurité au travail avec l'exosquelette

Pour que le personnel de la logistique puisse soulever de lourdes charges sans risques pour son dos, la Poste teste des exosquelettes mis au point par Auxivo, une spin-off de l'EPF, et la start-up néerlandaise Laevo. Les structures de soutien assistent et soulagent l'appareil musculaire ou apportent un complément de force dans le cas de mouvements pénibles.

auxivo.com

laevo-exoskeletons.com

Un robot à bagages très futé

Le véhicule robotisé semi-autonome Robi, de la start-up TwinswHeel, a transporté les bagages des touristes dans la station de Saas-Fee, interdite aux voitures, lors d'une phase de tests de quatre mois. Avec l'aide de la Haute école spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO) et dans le cadre du mobility lab, la Poste a ainsi pu acquérir des connaissances très utiles à sa réflexion sur les services de mobilité du futur.

twinswheel.fr

hes-so.ch

mobilitylab.ch

La tournée de distribution optimale

En collaboration avec la start-up notime, rachetée en 2020, et l'EPF de Zurich, la Poste optimise ses tournées de distribution. Des algorithmes et des outils de planification s'appuyant sur les travaux scientifiques les plus récents ont permis de calculer plusieurs trajets aussi courts que possible, de les schématiser et de sélectionner le plus approprié.

notime.ch

ethz.ch

Camp fédéral scout

La Poste apporte son soutien au camp de tous les superlatifs

Réunissant 30 000 jeunes autour d'un programme riche en réjouissances, le Camp fédéral scout (CaFé) organisé dans la vallée de Conches (VS) a été un énorme succès. Se ralliant au mot d'ordre «mova», la Poste s'y est elle aussi montrée très active et a proposé aux participants des événements mémorables.





Du 23 juillet au 6 août, la vallée de Conches, en Valais, a accueilli un village de tentes aussi grand que 170 terrains de football réunis et hébergeant 30 000 enfants et adolescents adeptes du scoutisme. Armés de leurs sacs de couchage, sacs à dos et bottes en caoutchouc, ils étaient venus de toute la Suisse pour participer à ce CaFé hors norme, car le plus grand de tous les temps. Après les activités ludiques et sportives en plein air organisées le jour, les soirées étaient dédiées à la convivialité, au son des guitares.

Croix-Rouge suisse

Ensemble contre la pauvreté en Suisse

Avec pour devise «Ensemble contre la pauvreté en Suisse», la Poste et la Croix-Rouge suisse (CRS) ont conclu un partenariat officiel pour trois ans. La Poste soutient ainsi la CRS tout au long de l'année dans sa lutte contre la pauvreté.

En collaboration avec la CRS ainsi que la SRG SSR et la Coop, la Poste organise déjà, depuis 1997, la campagne d'utilité publique 2xNoël, qui permet d'expédier gratuitement des colis de dons. Cette action connaît un vif succès et l'expérience qu'elle a permis d'acquérir est une source d'inspiration pour la nouvelle coopération.

+ 2xnoel.ch

La Poste a apporté son soutien au CaFé en tant que partenaire principal. Revêtant la forme d'une pile de colis géante et intégrant un mur de photos, un atelier cartes postales ainsi qu'un salon, le stand interactif de la Poste a permis aux scouts d'immortaliser leurs plus beaux moments. Le vélo-taxi aux couleurs de CarPostal a également été très prisé pour aller visiter le «BuLavard». De plus, dans l'enceinte du camp, la Poste avait installé une filiale spéciale ayant son propre NPA, où jusqu'à 2000 colis de vivres attendaient chaque jour leurs destinataires. Pour créer la surprise lors d'anniversaires ou en d'autres occasions, un facteur particulier – Benno Courrier B – livrait les colis avec sa moto électrique ornée de fanions et de guirlandes.

Un mandat de transport historique pour CarPostal

Pour cette grande manifestation, CarPostal a commencé à se préparer 3 ans à l'avance. Pendant deux semaines, ce sont près de 50 000 personnes qui ont utilisé ses services pour se déplacer au CaFé. Le personnel de conduite et d'exploitation de CarPostal a donc eu fort à faire, des retraités ayant aussi été mobilisés pour guider la clientèle ou intervenir comme chauffeurs d'appoint. Le 29 juillet a représenté un vrai défi logistique puisqu'il s'agissait de la journée où avaient lieu à la fois les visites et les départs des jeunes «louveteaux»: pas moins de 43 cars postaux ont été nécessaires pour transporter 2000 passagers dans un sens et 9000 dans l'autre!

i

Un timbre sentant bon le feu de camp

Pour célébrer cette grande manifestation nationale unique en son genre, la Poste a émis le timbre spécial «Camp fédéral». Il représente cinq jeunes en train de chanter et d'échanger leurs histoires autour d'un feu de camp. Quand on le frotte, il s'en dégage une légère odeur de fumée. Pour la conception de ce timbre spécial, un concours avait été lancé.



Engagements

Randonnée

La randonnée est le sport le plus populaire en Suisse. La Poste soutient Suisse Rando comme partenaire principal dans le cadre de ses projets, en proposant essentiellement des activités et des randonnées familiales.

+ poste.ch/randonner

Art dans la périphérie

De la vallée de Safien aux gorges de Twingj, les événements estampillés «Art dans la périphérie» présentent des œuvres d'artistes ayant un lien particulier avec un lieu donné, souvent isolé. Ils bénéficient du soutien de la Poste.

+ decouvrir-art.ch

Locarno Film Festival

Chaque année, des dizaines de milliers de cinéphiles utilisent la navette CarPostal lors du Locarno Film Festival. La Poste sponsorise ce prestigieux événement depuis 20 ans.

+ poste.ch/locarno-festival

Musée de la communication

Ce musée est le seul de Suisse à consacrer une exposition interactive à la communication et à son histoire. La Poste et Swisscom en sont les cofondateurs.

+ poste.ch/sponsoring

Stratégie de responsabilité d'entreprise

Nous agissons aujourd'hui pour le monde de demain

Employeur socialement responsable, achats responsables, solutions client durables, bien commun, climat et énergie: tels sont les cinq champs d'action prioritaires de la Poste dans le domaine de la responsabilité.



La Poste a à cœur de promouvoir un avenir durable pour les générations futures.

Christian Plüss
Responsable Services de mobilité

La Corporate Responsibility est fermement ancrée dans la stratégie du groupe, car la Poste veut être le moteur d'une Suisse moderne et promouvoir le développement durable, y compris pour les générations futures. C'est pourquoi elle poursuit une stratégie d'entreprise fondée sur des principes de responsabilité, de protection du climat et d'éthique, avec pour objectif de trouver un juste équilibre entre ses intérêts économiques, le respect de l'environnement et ses responsabilités sociale et sociétale, en tenant compte des besoins des générations actuelles et futures. Outre son thème de prédilection «Climat et énergie» (voir plus bas), la Poste a défini d'autres champs d'action prioritaires, présentés ci-après.

Employeur socialement responsable

La Poste offre des conditions d'engagement équitables, attrayantes et économiquement durables, ainsi qu'un environnement de travail qui favorise la performance individuelle et permet de concilier la vie professionnelle avec les autres aspects de l'existence. S'attachant à promouvoir la diversité, elle intègre des personnes de tous horizons et ne laisse aucune place à la discrimination.

Bien-être commun

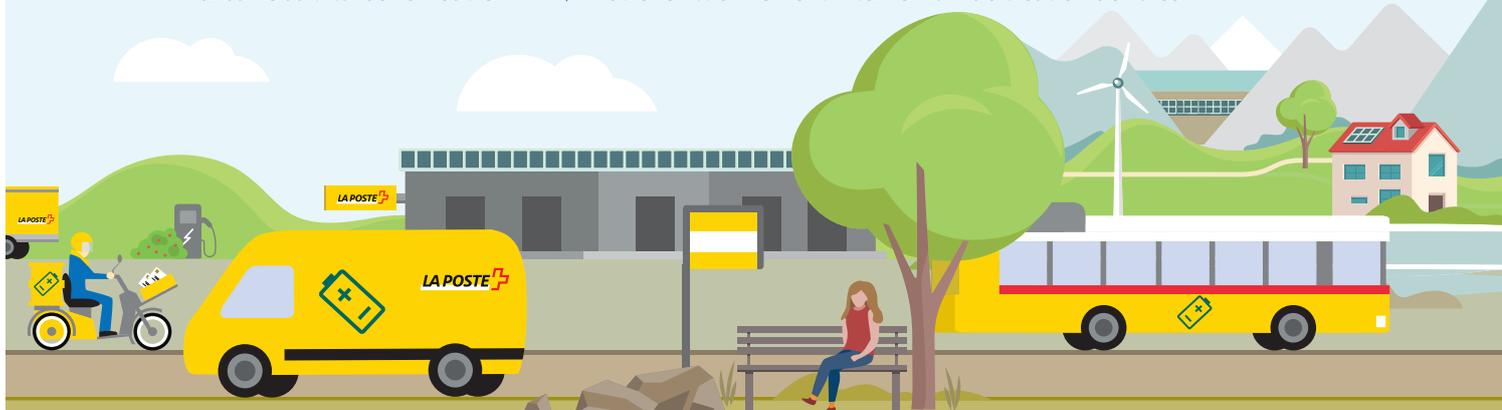
Porteuse d'une valeur ajoutée économique et sociétale pour la Suisse, la Poste apporte une contribution au bien commun. Elle est présente dans toute la Suisse, garantit l'accès aux

Thème central Climat et énergie

Nos objectifs: À partir de **2025**, la distribution des **lettres et colis** dans les **centres urbains** sera **carbone-neutre**.

D'ici **2030**, nous aurons atteint la **neutralité carbone** dans **notre fonctionnement interne**.

En **2040**, nous aurons réalisé l'**objectif Zéro émission nette** sur **toute la chaîne de création de valeur**.



Nous misons sur des **transports de personnes et de marchandises** carbone-neutres en convertissant nos véhicules aux modes de propulsion alternatifs.

Nous construisons et exploitons des bâtiments durables: d'ici 2030, **80% des espaces occupés par la Poste seront chauffés sans combustibles fossiles**.

Nous avons recours aux énergies solaire, éolienne et hydraulique en utilisant **du courant intégralement issu de sources renouvelables exploitées en Suisse**.



Nous exerçons nos activités dans un esprit de responsabilité environnementale et sociale.

Johannes Cramer
Responsable Services logistiques

prestations essentielles et unit ainsi les régions comme les générations. Elle veille à développer constamment son offre de prestations du service public, en concertation avec toutes les parties prenantes, et en assure le financement par ses propres moyens.

Achats responsables

La Poste applique une politique d'approvisionnement responsable et joue un rôle de précurseur en matière de durabilité, en intégrant des critères correspondants dans ses appels d'offres et ses processus d'achat. Elle adopte une approche responsable à l'égard de ses fournisseurs et mise sur l'innovation pour promouvoir la réduction des émissions de CO₂ dans la chaîne de création de valeur.

Solutions client axées sur la durabilité

La Poste exploite le potentiel du marché en développant et en proposant des solutions client respectueuses des ressources et socialement responsables. Forte de ses compétences logistiques, elle s'affirme comme un fournisseur de solutions globales contribuant au déploiement de l'économie circulaire en Suisse.

- + Pour plus d'informations sur la stratégie CR, lire le **rapport financier**, pages 25 à 32.
- + Pour en savoir plus sur la contribution de la Poste aux objectifs de développement durable (ODD 3, 7, 8, 9, 11 et 12) rdg.poste.ch/odd
- + Ce que la Poste entend par responsabilité: poste.ch/engagement



Annexe «La Poste, exemplaire en matière de durabilité pour le climat»

En tant que grande entreprise logistique, la Poste dispose d'un levier particulièrement puissant pour réduire les émissions de CO₂ et la consommation énergétique. C'est là un champ d'action que nous approfondissons dans une annexe distincte, insérée en page 1 de ce rapport annuel.

- + rapportdegestion.poste.ch/annexe

Entretien

La CR, une orientation stratégique



Alexandra Hofmann
Responsable Développement d'entreprise

Que recouvre le concept de «durabilité» pour la Poste?

La durabilité tient une grande place dans nos réflexions et nos actions au sein de tout le groupe. Pour œuvrer à un développement durable, nous intégrons toutes les dimensions, de l'écologie à l'économie, en passant par la responsabilité sociale, et nous pourvoyons à nos besoins actuels sans porter préjudice aux générations futures. En témoignent notre mobilisation de ces 25 dernières années ainsi que notre objectif climatique et énergétique accéléré.

Comment la Poste assume-t-elle sa responsabilité sociale?

En favorisant la diversité culturelle et l'intégration, mais aussi en attachant une grande importance à l'accessibilité de nos services pour qu'ils soient à la portée des personnes en situation de handicap. En tant qu'employeur, nous créons des emplois dans toute la Suisse, y compris dans les régions reculées, et nous proposons chaque année quelque 2000 places d'apprentissage. Aux côtés de différents partenaires, nous aidons les personnes dans le besoin.

Quelle est votre vision du développement durable pour l'avenir?

Nous assumons nos responsabilités et actionnons tous les leviers, au sein de l'entreprise comme à l'extérieur. Il nous faut nous appuyer, tout au long de notre chaîne de création de valeur et dans tous nos champs d'action, sur de nouvelles idées et de nouvelles approches que nous développons avec nos partenaires et notre clientèle pour en faire des exemples.

Nous **neutralisons les émissions résiduelles** de CO₂ qui ne peuvent être évitées en les extrayant de l'atmosphère.

À propos du rapport

Structure des documents

Le rapport 2022 de la Poste comprend les documents suivants:

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

Ces documents peuvent être consultés en ligne et téléchargés à l'adresse [📄 rapportdegestion.poste.ch/telechargements](https://rapportdegestion.poste.ch/telechargements). Le rapport annuel et le rapport financier de la Poste ainsi que le rapport de gestion de PostFinance SA sont également disponibles sous forme imprimée.

Langues

Le rapport de gestion de la Poste est disponible en allemand, en anglais, en français et en italien. Seule la version allemande fait foi.

Commande

La version imprimée du rapport de gestion de la Poste peut être commandée à l'adresse [📄 poste.ch/commande-rapportdegestion](https://poste.ch/commande-rapportdegestion). Le personnel de la Poste peut s'en procurer un exemplaire par la voie ordinaire de commande des imprimés.

Impressum

Édition et contact

La Poste Suisse SA
Wankdorffallee 4
Case postale
3030 Berne
Suisse

Téléphone +41 848 888 888
Contact médias +41 58 341 00 00
poste.ch

Conception et gestion de projet

Martin Clausen et Benjamin Blaser,
Communication Poste, Berne
Andreas Sturm, phorbis Communications SA, Bâle

Texte

Rédaction Poste, Berne
Sandra Schindler, Mareike Fischer, Barbara Meier
et Beat Büchler, Klarkom AG, Berne

Photos

Communication Poste ainsi que sources diverses

Maquette et composition

Ilona Troxler Smith et Franck Schirmer,
phorbis Communications SA, Bâle

Traduction et relecture

Service linguistique Poste, Berne

Impression

Stämpfli SA, Berne

À propos du papier

Le présent rapport annuel a été imprimé selon un procédé carbone-neutre, sur du papier entièrement recyclé et sans azurant optique, certifié FSC®. Le papier BalancePure® porte le label écologique Ange Bleu (blauer-engel.de), qui distingue les produits particulièrement respectueux de l'environnement, ainsi que le label écologique de l'Union européenne (ecolabel.eu). Il est également certifié FSC® (fsc.org).

Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

		2018	2019	2020	2021	2022
Résultat						
Produits d'exploitation	millions de CHF	7 254	7 168	6 548	6 877	6 859
réalisés sur le marché libre	% des produits d'exploitation	84,8	85,4	84,8	86,1	86,0
réalisés à l'étranger ¹	% des produits d'exploitation	14,6	14,8	9,5	9,1	9,9
Résultat d'exploitation	millions de CHF	505	450	258	515 ²	358
réalisé sur le marché libre	% du résultat d'exploitation	72,5	75,1	68,2	79,8	87,7
Bénéfice consolidé	millions de CHF	404	255	178	452 ^{2,3}	295
Fonds propres	millions de CHF	6 759	6 834	6 906	8 918 ³	9 884
Création de valeur						
Valeur ajoutée de l'entreprise	millions de CHF	-24	-17	-125	-8 ^{2,4}	-96
Valeur ajoutée	millions de CHF	4 613	4 616	4 180	4 376 ²	4 296
distribuée au personnel	millions de CHF	3 802	3 764	3 529	3 448 ²	3 496
distribuée aux bailleurs de fonds externes	millions de CHF	48	75	50	44	66
distribuée aux pouvoirs publics	millions de CHF	42	32	28	55	37
distribuée au propriétaire	millions de CHF	200	50	50	50	50
distribuée à l'entreprise	millions de CHF	521	695	523	779	647
Emplois						
Effectif (sans apprentis)	unités de personnel	39 932	39 670	32 696	33 207	34 072
Apprentis Suisse	personnes	2 001	1 894	1 863	1 860	1 839
Emplois régions périphériques ⁵	personnes	16 765	16 073	15 655	16 660	16 224
Taux de fluctuation (départs volontaires)	% de l'effectif moyen	5,5	5,1	4,1	5,0	6,2
Licenciements pour raisons économiques	personnes	152	105	73	102	32
Conditions d'engagement, salaires et indemnités						
Engagement selon CCT Poste	en % des unités de personnel	85,2	86,1	85,8	86,2	86,7
Salaires minimal selon CCT Poste ⁶	CHF par année	47 620	47 620	47 820	50 451	50 653
Salaires moyen du personnel	CHF par année	83 383	82 741	83 636	84 490	84 629
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe	CHF par année	588 916	582 289	575 822	583 501	575 349
Ecart salarial ⁷	facteur	7,1	7,0	6,9	6,9	6,8
Gestion de la santé						
Accidents professionnels	nombre pour 100 unités de personnel	6,0	6,4	6,1	7,4	7,0
Absences dues à une maladie ou à un accident	jours par collaborateur	13,1	13,3	13,3	14,0	15,8
Diversité						
Femmes	% de l'effectif	46,3	45,0	44,1	43,0	42,0
Nationalités représentées	nombre	138	140	142	143	147
Femmes au Conseil d'administration	%	33,3	33,3	33,3	33,3	40,0
Femmes à la Direction du groupe	%	22,9	11,1	11,1	22,2	22,2
Femmes parmi les cadres supérieurs	%	16,0	17,1	19,8	21,6	22,6
Femmes parmi les cadres intermédiaires et inférieurs	%	23,2	23,8	22,3	22,8	21,8
Démographie						
Age moyen du personnel	années	46,1	46,1	46,0	45,8	45,8
Utilisation des ressources⁸						
Consommation d'énergie	GWh	1 479	1 538	1 495	1 778	1 800
Consommation au sein de la Poste	GWh	902	875	850	915	917
de sources renouvelables	%	20,4	20,2	20,1	19,1	19,1
Consommation hors de la Poste	GWh	578	663	645	863	883
Impact sur le climat (scopes 1 à 3)⁸						
Scopes 1 et 2 (propres activités)	tonnes d'équivalents CO ₂	212 584	191 014	185 794	201 829	202 979
Scope 3 (reste de la chaîne de création de valeur)	tonnes d'équivalents CO ₂	227 371	248 132	242 573	1 898 140	1 906 549

1 Valeur 2021 ajustée (voir annexe des comptes consolidés 2022, note 6.6 Informations géographiques)

2 Valeurs normalisées 2021: voir sous «Effet exceptionnel 2021» à la page 46 du rapport financier.

3 Valeurs ajustées (voir annexe des comptes consolidés 2022, note 2.2 Adaptation de la présentation des comptes)

4 Valeur ajustée en raison d'une évolution de la méthode de calcul. Les valeurs de 2018 à 2020 ne peuvent pas être comparées avec les exercices 2021 et 2022.

5 La définition des communes rurales a été adaptée à compter de 2022, avec effet rétroactif pour 2021, sur la base du nouveau relevé et se fonde sur l'ordonnance sur la politique régionale du SECO. Les valeurs de 2018 à 2020 ne sont pas comparables avec celles de 2021 et de 2022.

6 Le salaire minimal fixé dans la CCT Poste pour les collaborateurs de 18 ans n'ayant pas achevé d'apprentissage qui était présenté jusqu'en 2020 a été remplacé en 2021 par celui fixé pour les communes périphériques (région D).

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

8 L'année 2021 fait office de référence pour les objectifs climatiques à l'horizon 2030 et 2040. C'est la raison pour laquelle les valeurs correspondantes sont recalculées en cas d'acquisitions ou de ventes de sociétés du groupe, ou en cas de modifications de la qualité des données. Les valeurs de 2018 à 2020 ne peuvent pas être comparées avec celles de 2021 et 2022.

071.44 fr (238268) 03.2023

La Poste Suisse SA
Wankdorfallee 4
Case postale
3030 Berne
Suisse

Téléphone +41 848 888 888
poste.ch

