



# 20 23

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

Rapport annuel  
2023



# Nous développons aujourd'hui le service public de demain

Centrés client, dignes de confiance, engagés



**7279** millions

de francs. Les **produits d'exploitation** ont augmenté de 6,1% par rapport à l'exercice précédent.



**254** millions

de francs. Tel est le **bénéfice consolidé**, en baisse de 41 millions par rapport à l'exercice précédent.



**1647** millions

Le nombre de **lettres** distribuées par la Poste en Suisse a diminué de 5,6% par rapport à l'exercice précédent.



**185** millions

Le nombre de **colis** distribués par la Poste en Suisse a diminué de 4,6% par rapport à l'exercice précédent.



**104** milliards

de francs. La moyenne du **patri-moine des clients** déposé auprès de **PostFinance** a régressé de 0,5% par rapport à l'exercice précédent.



**175** millions

de **voyageurs** ont été transportés par CarPostal, soit 11,9% de plus que l'exercice précédent.



**76** points

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



**62,4%**

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

<b>Avant-propos</b>	<b>2</b>
Jalons importants	4
<b>Le Conseil d'administration et la Direction du groupe</b>	<b>6</b>
<b>Résultat</b>	<b>8</b>
Résultat financier	10
Résultats non financiers	11
<b>Stratégie</b>	<b>12</b>
Poste de demain	13
Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo	14
Numérique et service public	18
<b>Marchés</b>	<b>20</b>
Logistique	22
Communication	24
Réseau	26
Mobilité	28
Services financiers	30
<b>Personnel</b>	<b>32</b>
<b>Technologie et innovation</b>	<b>36</b>
<b>Responsabilité</b>	<b>40</b>
<b>Comparaison des chiffres clés sur cinq ans</b>	<b>45</b>

Le présent **rapport annuel** est complété par un **rapport financier** (rapport de situation, gouvernance d'entreprise et comptes annuels) séparé, ainsi que par un **rapport non financier**. Ces documents peuvent être consultés en ligne.

→ [rapportdegestion.poste.ch](http://rapportdegestion.poste.ch)

# 175 ans



**La Poste,  
moteur  
d'une Suisse  
moderne**



**175**  
Jahre ans anni



# La Poste en chiffres

**7279 millions**  
de francs de produits  
d'exploitation

**254 millions**  
de francs de bénéfice  
consolidé

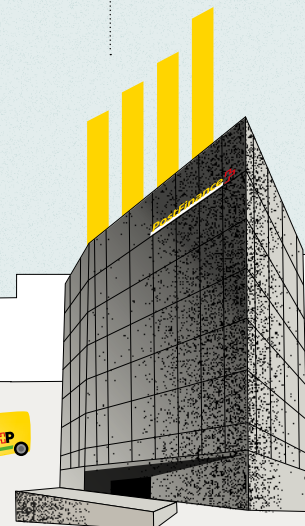
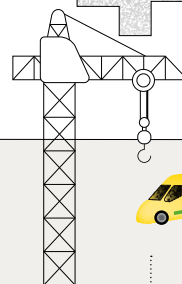
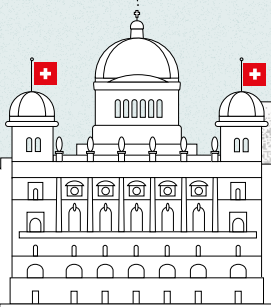
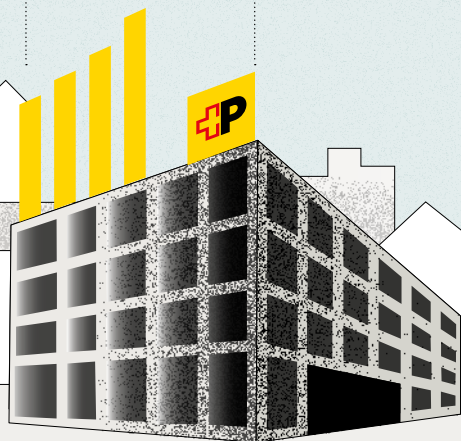
**47 368**  
collaboratrices et col-  
laborateurs dans  
le monde, dont 97%  
en Suisse

Au cours des dix dernières  
années, la Poste a versé plus de  
**1,25 milliard**  
de francs à la Confédération sous  
forme de dividendes.

**104 milliards**  
de francs de patri-  
moine des clients  
(PostFinance)

**3,877 millions**  
de comptes clients  
(PostFinance)

Environ  
**48 millions**  
de francs ont été versés par la  
Poste en Suisse au titre des impôts  
sur les bénéfices et le capital.



Plus de  
**1300**  
collaboratrices et  
collaborateurs dans  
l'unité de fonction  
Informatique/Technologie

**605 millions**  
de francs  
d'investissements

Environ  
**46 000**  
personnes travaillent  
pour la Poste dans tous les  
cantons et dans 804 des  
2136 communes suisses.

La Poste dépense environ  
**2,7 milliards**  
de francs en marchandises  
et services auprès de  
fournisseurs suisses.

**1,986 million**  
de clients disposent  
d'un accès à  
e-finance.

**1844**  
personnes en  
formation

**22,5%**  
de femmes  
parmi les  
cadres

**85 points**  
«Je sais le sens  
de mon travail»  
(échelle de 0 à 100)



**1898**  
localités avec ser-  
vice à domicile

**578**  
communes ne sont  
raccordées au réseau  
des transports publics  
suisses que par  
CarPostal.

**2317**  
cars postaux, dont  
72 à propulsion élec-  
trique ou diesel  
hybride

**136 millions**  
de km parcourus  
en un an  
(CarPostal)

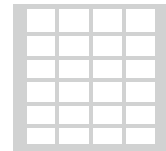
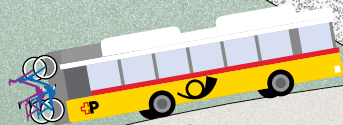
**175 millions**  
Voyageurs  
(CarPostal)

**821**  
Postomat

**2006**  
filiales sont accessibles  
aux clientes et aux clients  
en Suisse. 769 d'entre elles  
sont exploitées par le propre  
personnel et 1237 par des  
partenaires.

**221**  
points clientèle  
commerciale

**232 044**  
cases postales





**60%**

des Suisses de l'étranger qui ont voté aux élections nationales l'ont fait par voie électronique via le système de vote électronique de la Poste.

**2,3 millions**

d'envois ont été effectués via la plateforme de communication ePost.

**100%**

de courant issu de sources d'énergies renouvelables

**37**

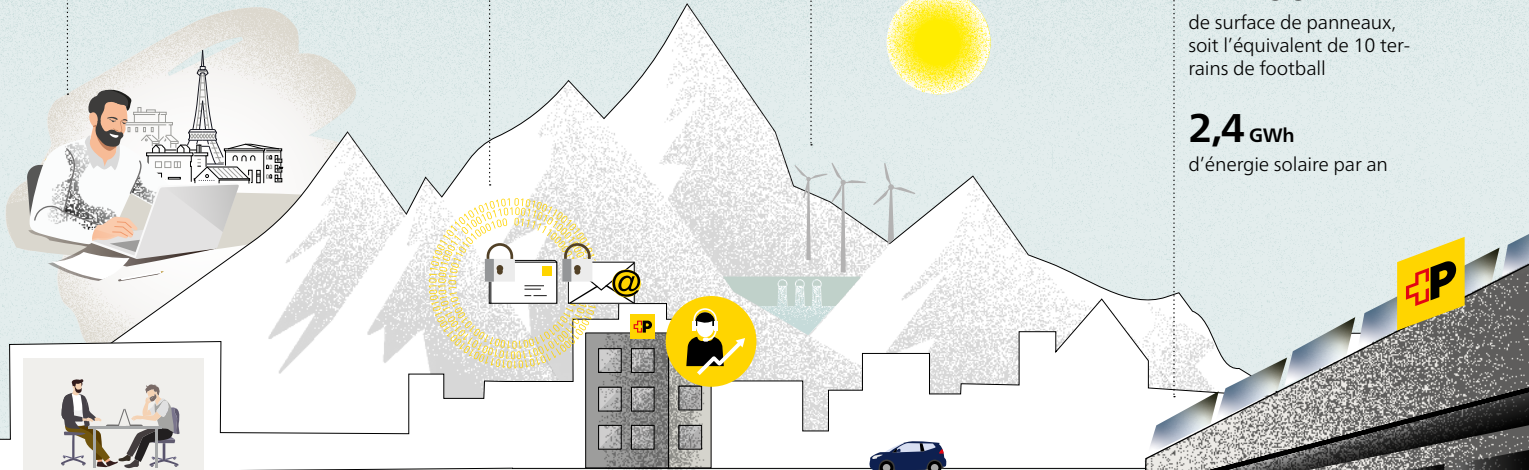
installations photovoltaïques

**77 700 m<sup>2</sup>**

de surface de panneaux, soit l'équivalent de 10 terrains de football

**2,4 GWh**

d'énergie solaire par an



**360**

PME font confiance aux solutions de cybersécurité de la Poste.



Plus de

**2 millions**

de demandes de la clientèle sont traitées chaque année par le Contact Center. 300 000 le sont via le chatbot.

Plus de

**25 000**

véhicules gérés (Poste et clients commerciaux tiers), dont plus de 7400 véhicules électriques, soit la plus grande flotte électrique de Suisse (Post Company Cars)

**59,6%**

des propres immeubles de la Poste sont chauffés au moyen d'énergie renouvelable.

**5900**

clients commerciaux sont inscrits à ePost.

**4,18 millions**

de personnes utilisent SwissID en guise de login client de la Poste.

Environ

**4 millions**

de ménages desservis chaque jour par la Poste partout en Suisse

**100%**

d'envois avec compensation du CO2

**185 millions**

de colis

**14 199**

boîtes aux lettres publiques

**275**

automates My Post 24

**76 points**

Satisfaction de la clientèle (échelle de 0 à 100)

Dans

**563**

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

**62,4%**

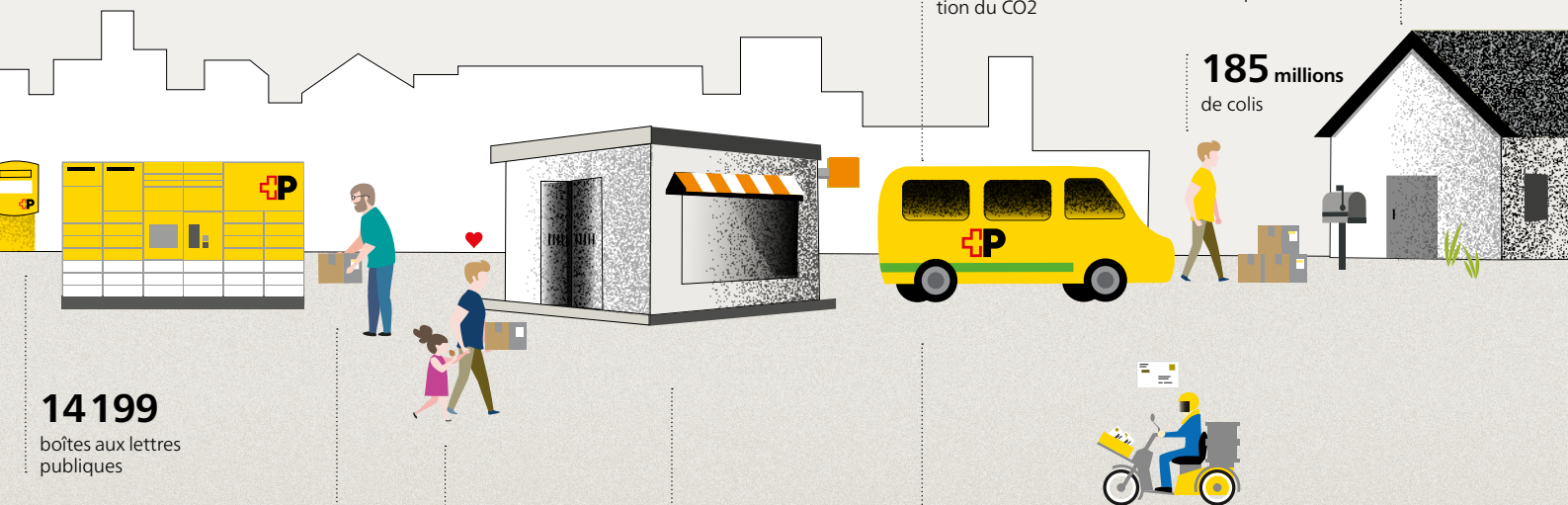
des véhicules de la distribution sont dotés d'une propulsion alternative (6917 véhicules électriques sur un total de 11 069 véhicules à trois et quatre roues).

**1647 millions**

de lettres

**1246 millions**

d'envois non adressés





**Avant-propos**

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



**Roberto Cirillo**  
Directeur général



**La Poste évolue pour pouvoir  
répondre au mieux aux besoins  
de sa clientèle.**

---

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



## Madame, Monsieur,

L'année 2023 a été une année difficile. Elle a en effet été marquée par le renchérissement et le climat de consommation morose qui en a résulté, mais également par le recul des volumes de lettres et de colis ainsi que celui des versements au guichet. Dans le même temps, nous avons réalisé de grandes choses et renforcé la base pour l'avenir. Dans chaque unité, nous avons su franchir des étapes stratégiques importantes. La Poste évolue pour pouvoir répondre au mieux aux besoins actuels et futurs de sa clientèle, tout en continuant de fournir ses produits du service universel – autrement dit ses prestations en lien avec les lettres et les colis, ainsi que les services de paiement – dans la meilleure qualité qui soit au monde. Les mesures issues de la stratégie «Poste de demain» déploient également leurs effets sur le plan financier: les mesures tarifaires et de gain d'efficacité, les acquisitions ciblées et les ouvertures du réseau contrecarrent le recul du volume des lettres et des colis, ainsi que celui des versements au guichet, sans pour autant renverser entièrement la tendance.

Compte tenu du contexte difficile, le résultat financier est conforme aux attentes. Pour réussir à long terme, nous allons continuer à nous développer dans les secteurs où de nouveaux besoins apparaissent et à adapter ou optimiser notre offre là où la demande est en baisse. Il est important de continuer à aller de l'avant et de poursuivre résolument sur la voie tracée. Seule une Poste forte peut apporter de la valeur ajoutée à notre clientèle et lui fournir les meilleures prestations possibles. C'est exactement ce à quoi nous aspirons. Un service public pertinent, financé par nos propres moyens sans recourir à l'argent des contribuables. C'est la seule manière de garantir que la Poste conserve toute sa pertinence pour la Suisse, pour la population ainsi que pour les entreprises et les organisations qui y sont établies.



**Les mesures issues de la stratégie «Poste de demain» déploient également leurs effets sur le plan financier.**

Roberto Cirillo  
Directeur général

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

**Roberto Cirillo**  
Directeur général

# Jalons importants 2023

Au cours de l'exercice sous revue, la Poste a investi dans d'attrayants segments de marché et dans l'amélioration de son efficacité; elle a développé de nouvelles solutions adaptées aux nouveaux besoins de la clientèle et accompli des progrès en matière de durabilité. Tour d'horizon des principaux jalons de l'année 2023.

## 3.1.2023

La Poste renforce la connexion logistique entre la Suisse et les pays voisins en intégrant les entreprises de transport Gaiser et Nolden.

→ Page 22

## 4.4.2023

Avec SpotMe, la Poste investit dans la communication sécurisée et confidentielle pour sa clientèle commerciale.

→ Page 24

## 5.4.2023

Les habitants de Berne pourront à l'avenir recevoir leur courrier du canton dans leur boîte aux lettres numérique.

→ Page 24



## 1.2.2023

Un jalon important pour une logistique durable: à Zurich et à Berne, la Poste ne distribue plus qu'avec des véhicules électriques.

→ Page 23

## 24.3.2023

La Poste inaugure un nouveau centre colis régional à Pratteln (BL).

→ Page 22

## 20.4.2023

La Poste modernise et simplifie son logo.

→ [poste.ch/nouveau-logo](https://poste.ch/nouveau-logo)

## 7.6.2023

À Wallisellen, la Poste trie désormais des colis à l'aide d'une technologie ultramoderne.

→ Page 22







## 21.6.2023

Des offres de l'assureur AXA sont désormais proposées dans 72 filiales.

→ Page 26

## 22.6.2023

Label de qualité: la Science Based Targets initiative (SBTi) valide l'objectif climatique de la Poste.

→ Page 41

## 3.7.2023

La Poste renforce son réseau avec la région économique française en reprenant Portmann, son actuel partenaire logistique alsacien.

→ Page 22

## 24.7.2023

Objectif climatique zéro émission nette d'ici 2040: extraire de l'atmosphère les émissions résiduelles de CO<sub>2</sub> grâce à l'exploitation forestière.

→ Page 42

## 6.7.2023

En accord avec le Surveillant des prix, la Poste augmentera ses prix au 1<sup>er</sup> janvier 2024.

→ Page 17

## 4.7.2023

La Poste complète ses compétences en matière de cybersécurité avec le savoir-faire de terreActive SA.

→ Page 39

## 3.8.2023

À la gare de Gelterkinden, CarPostal et les CFF veulent tester le courant ferroviaire pour recharger les cars postaux électriques. L'installation pilote sera en service en 2025.

→ Page 29

## 16.8.2023

Après une nouvelle phase de développement et un test de piratage réussi, le système de vote électronique de la Poste est utilisé pour la première fois lors d'élections organisées à l'automne.

→ Page 25

## 28.9.2023

La Poste numérise la boîte aux lettres jaune pour les PME.

→ [poste.ch/epost-smartsend](https://poste.ch/epost-smartsend)

## 25.9.2023

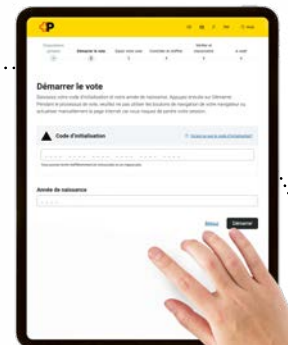
Désormais, les collaboratrices et collaborateurs du centre courrier de Härkingen trient également des colis.

→ Page 22

## 16.8.2023

PostFinance prend une participation dans la place de marché hypothécaire B2B Credit Exchange SA (CredEx). CredEx assure désormais l'exploitation de Valuu, la plateforme numérique d'intermédiation en crédit hypothécaire.

→ Page 30



# Conseil d'administration

au 31 décembre 2023

**Christian Levrat**

Président du Conseil d'administration  
depuis 2021



**Bernadette Koch**

Membre du Conseil  
d'administration depuis 2018



**Thomas Bucher**

Membre du Conseil  
d'administration depuis 2019



**Denise Koopmans**

Membre du Conseil  
d'administration  
depuis 2019



**Maria Teresa Vacalli**

Membre du Conseil d'administration  
depuis 2022



**Antonia Wanner**

Membre du Conseil  
d'administration depuis 2023



**Dirk Reich**

Membre du Conseil d'administration  
depuis 2021



**Roger Schoch**

Secrétaire général

**Ronny Kaufmann**

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

**Corrado Pardini**

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



# Direction du groupe

au 31 décembre 2023

**Hansruedi Köng\***  
CEO de PostFinance SA depuis 2012

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

**Christian Plüss**  
Responsable Services  
de mobilité depuis 2018

**Wolfgang Eger**  
Responsable  
Informatique/Technologie  
depuis 2022



**Johannes Cramer**  
Responsable Services  
logistiques depuis 2021

**Nicole Burth**  
Responsable Services  
de communication  
depuis 2021

**Roberto Cirillo**  
Directeur général  
depuis 2019

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

**Valérie Schelker**  
Responsable Personnel  
depuis 2017

## Résultat

L'exercice 2023 a été marqué par le renchérissement et un climat de consommation sous pression. Le résultat d'exploitation (EBIT) s'inscrit à 323 millions de francs, soit 35 millions de moins que lors de l'exercice précédent. Eu égard au contexte exigeant, il correspond aux attentes. Les mesures issues de la stratégie «Poste de demain» démontrent leurs effets pour la troisième année et renforcent la base pour l'avenir: mesures tarifaires et de gain d'efficacité, acquisitions ciblées et ouverture du réseau contrecarrent le recul du volume des lettres et des colis, ainsi que le fort recul des versements au guichet. Pour réussir à long terme, la Poste va continuer d'évoluer et de développer ses prestations en fonction des besoins de sa clientèle.

**7279** millions

de francs  
**Produits  
d'exploitation**

**323** millions

de francs  
**Résultat  
d'exploitation (EBIT)**

**254** millions

de francs  
**Bénéfice  
consolidé**

**76** points

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

**175** millions

de voyageurs  
(CarPostal)

**1647** millions

de lettres

**185** millions

de colis

**104** milliards

de francs Ø mois  
**Patrimoine des clients  
(PostFinance)**



## Entretien



## «Nous avons réalisé de grandes choses malgré de forts vents contraires.»

Le chef des finances Alex Glanzmann répond aux questions sur le résultat 2023, les difficultés et le rôle des mesures tarifaires et de gain d'efficacité dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie. Il explique la façon dont la Poste investit et pourquoi les clientes et les clients auront deux boîtes aux lettres à l'avenir.

### Entretien avec Alex Glanzmann

Responsable Finances, membre de la Direction du groupe

#### Alex Glanzmann, comment jugez-vous le résultat de l'exercice 2023?

Moins de lettres, moins de colis et le renchérissement ont été les principaux facteurs d'influence au cours de l'année écoulée. Avec un résultat d'exploitation de 323 millions de francs et un bénéfice de 254 millions, les résultats financiers pour 2023 correspondent à nos attentes. La hausse des produits d'exploitation est principalement attribuable aux produits plus élevés de PostFinance dus aux intérêts; ils ont augmenté de 420 millions de francs pour s'établir à 7279 millions. Les produits supplémentaires issus des acquisitions stratégiques n'ont compensé que partiellement le repli des produits en raison de volumes en recul dans l'activité de base. La couverture par fonds propres de la Poste est solide. Malgré de forts vents contraires, notre stratégie nous a permis de réaliser de grandes choses et de renforcer la base pour l'avenir.

#### Vous attendiez-vous à autant de difficultés?

Oui, elles se dessinaient déjà en début d'année. Le climat de consommation est resté sous pression, ce qui a entraîné une baisse des commandes de marchandises: l'envoi de colis a ainsi baissé de 4,6%. En parallèle, le volume des lettres a diminué de 5,6%, et ce alors que le secteur du courrier reste un facteur clé de notre résultat. S'agissant du trafic des paiements au guichet, la diminution des volumes s'est encore aggravée, atteignant -18,4%. C'est pourquoi nous transformons notre

modèle d'affaires et que nous l'orientons de manière systématique en fonction de l'évolution des besoins de la clientèle.

#### Quel rôle jouent les mesures tarifaires et de gain d'efficacité dans la mise en œuvre de la stratégie?

Une plus grande efficacité et des prix plus élevés sont des leviers importants de notre stratégie. Nous nous attaquons d'abord à nos propres coûts, par exemple les surfaces de bureaux, les systèmes informatiques ou au niveau de l'administration du groupe. Dans le contexte actuel très exigeant, nous avons pu, en accord avec le Surveillant des prix, augmenter différents prix de lettres et de colis. Je suis parfaitement conscient que ces hausses de prix représentent une charge supplémentaire pour les personnes et les entreprises. Il faut toutefois rappeler que la Poste réalise près de 88% de ses recettes sur le marché libre. Nous nous sommes engagés sur la voie des mesures tarifaires et de gain d'efficacité afin de rester compétitifs et de pouvoir continuer à offrir le meilleur service possible à notre clientèle.

#### Le résultat reflète-t-il la mise en œuvre de la stratégie?

Nos progrès ont été plus lents que prévu, notamment en raison du renchérissement et de la situation économique volatile et tendue. De plus, nous examinons avec soin chaque acquisition: les entreprises et les partenaires potentiels qui correspondent à la Poste et à sa stratégie ne sont pas légion. S'agissant des services

numériques pour les autorités ou dans le secteur de la santé, l'environnement politique et réglementaire est en outre strict.

#### Lorsqu'elle réalise des investissements, la Poste garde-t-elle à l'esprit l'intérêt de la clientèle?

Chaque investissement que nous réalisons tient compte des besoins de la clientèle. En 2023, ce sont 605 millions de francs qui ont été investis au bénéfice de la population et de l'économie suisses. Environ 80% de ces investissements ont été consacrés à la rénovation et à l'extension de notre propre infrastructure: nous avons notamment électrifié notre parc de véhicules. Les quelque 20% restants ont été investis dans les offres numériques.

#### Comment voyez-vous l'avenir de la Poste?

Nous développons nos prestations là où les besoins de la population augmentent. De plus, nous renonçons à des prestations ou les adaptons, si elles ne sont plus nécessaires ou que les besoins évoluent. Les boîtes aux lettres jaunes ne vont pas disparaître, je peux l'assurer. Nos clientes et nos clients auront même bientôt deux boîtes aux lettres: une devant chez eux et une sur leur smartphone. Nous œuvrons au développement de l'activité clé physique et numérique de demain, et ce jusqu'en 2030 et au-delà. Nous sommes déterminés à poursuivre résolument sur la voie tracée. En effet, la Poste est obligée d'évoluer pour assurer sa réussite sur le long terme.

## Résultat financier

# Résultat stable et défis de taille

La Poste a réalisé en 2023 un bénéfice consolidé de 254 millions de francs. La diminution des volumes de lettres, de colis et dans le trafic des paiements ainsi que les conséquences du renchérissement ont fortement impacté le résultat financier. Eu égard aux conditions difficiles, le résultat correspond aux attentes.

### Faits et chiffres

**7279 millions**  
de francs de  
produits d'exploitation

**323 millions**  
de francs de  
résultat d'exploitation  
(EBIT)

**254 millions**  
de francs de  
bénéfice consolidé

**-215 millions**  
de francs de  
valeur ajoutée  
de l'entreprise<sup>1</sup>

**10 255 millions**  
de francs de  
fonds propres

**100%**  
Degré d'autofinancement  
des investissements

En 2023, le résultat d'exploitation (EBIT) de la Poste a atteint 323 millions de francs, en baisse de 35 millions par rapport à l'exercice précédent. Le bénéfice consolidé s'élève à 254 millions de francs, soit 41 millions de moins qu'en 2022. Les produits d'exploitation se montent à 7279 millions de francs, en hausse de 420 millions par rapport à l'exercice précédent. Le résultat financier correspond aux attentes. Il reflète le renchérissement ainsi que le climat de consommation sous pression, tout comme le recul des volumes de lettres et de colis, ainsi que l'effondrement des versements au guichet. La hausse des produits de Post-Finance consécutive au revirement des taux d'intérêt et la mise en œuvre des mesures issues de la stratégie «Poste de demain» ont contribué à stabiliser le résultat financier.

### Les mesures de gain d'efficacité dans l'unité Services logistiques freinent la baisse du résultat

En 2023, le résultat d'exploitation dans l'unité Services logistiques s'élève à 335 millions de francs, soit 23 millions de moins que lors de l'exercice précédent. Les volumes de colis (-4,6%) comme les volumes de lettres (-5,6%) sont en diminution par rapport à l'exercice précédent. Le marché de la publicité, particulièrement tributaire de la conjoncture, affiche un repli des volumes: -5,3% pour la publicité adressée et -6,4% pour la publicité non adressée. Les mesures de gain d'efficacité introduites début 2023 et les optimisations constantes des processus ont permis de réaliser un bon résultat au quatrième trimestre 2023. Ces efforts ont ainsi permis de donner un sérieux coup de frein au recul du résultat de l'unité par rapport à 2022. Pour être prête à affronter l'avenir, la Poste a en outre investi dans la logistique de chantier et de marchandises, ainsi que dans l'infrastructure de tri des colis.

### Les partenariats stratégiques dans le réseau de filiales influent positivement sur le résultat

Pour la première fois, RéseauPostal a dégagé une contribution positive au résultat de ses partenariats stratégiques avec des banques, des assurances et des caisses-maladie. Mais là aussi, la diminution des volumes est nettement perceptible, notamment dans le trafic des paiements au guichet, en chute de 18,4%. Ces cinq dernières années, le trafic des paiements s'est ainsi effondré de près de 50%. Malgré des mesures draconiennes, l'unité RéseauPostal n'a pas été en mesure de compenser les pertes. Le résultat d'exploitation s'est chiffré à -93 millions de francs en 2023 (2022: -71 millions).

### L'unité Services de communication franchit des étapes importantes

Le résultat d'exploitation de l'unité Services de communication s'est établi à -72 millions de francs (2022: -72 millions). Les acquisitions stratégiques réalisées par Services de communication dans les domaines de l'e-government, de la communication sécurisée avec la clientèle et de la cybersécurité ont permis une augmentation des produits d'exploitation. Avec le développement de la solution de vote électronique, le dossier électronique du patient et la plate-forme de communication «ePost», l'unité a franchi des étapes majeures.

### Un résultat en léger repli pour Services de mobilité malgré une hausse des recettes du transport

En 2023, l'unité Services de mobilité (CarPostal et Post Company Cars) a réalisé un résultat de 21 millions de francs, en baisse de 6 millions par rapport à l'exercice précédent. L'augmentation des recettes du transport consécutive à la hausse du nombre de voyageurs de CarPostal n'a pas pu compenser la hausse parallèle des

<sup>1</sup> De l'ordre de 268 millions de francs, les coûts nets découlant de l'obligation de fournir le service universel sont compris dans la valeur ajoutée de l'entreprise.



coûts. Post Company Cars a pu maintenir son résultat de l'exercice précédent.

### Le revirement des taux d'intérêt améliore le résultat de PostFinance

Malgré une année mouvementée sur les marchés financiers nationaux et mondiaux, PostFinance a réussi à dégager un résultat d'exploitation de 264 millions de francs, soit 35 millions de plus que lors de l'exercice précédent. Avec le basculement vers des taux directeurs positifs, PostFinance a une position de départ solide pour continuer sur la voie de la normalisation

progressive de sa marge d'intérêts globale et poursuit sa trajectoire de croissance. La tendance à la numérisation conduit à un fort repli des transactions dans les filiales de la Poste et pèse de plus en plus sur le résultat de PostFinance dans le service universel.

+ Informations complémentaires sur le résultat: **Rapport financier**, à partir de la page 27

## Résultats non financiers

# De bonnes notes pour la Poste

### Qualité de la distribution: la Poste a été ponctuelle en 2023

En 2023, la Poste a respecté l'ensemble des prescriptions réglementaires en matière de qualité édictées par la Confédération. Les destinataires ont reçu leurs lettres, colis et journaux dans les délais, partout dans le pays. S'agissant tant des lettres que des colis et des journaux, pour lesquels la Confédération exige une ponctualité de respectivement 97% et 95%, la Poste a dépassé les objectifs fixés.

### Satisfaction de la clientèle: la Poste répond aux besoins de sa clientèle

En 2023 également, les clientes et les clients de la Poste sont majoritairement satisfaits. Avec 76 points sur 100, la Poste réalise le même score que lors de l'exercice précédent. Cela prouve qu'elle réussit à répondre aux besoins de la clientèle. Au total, 13 000 particuliers et 5000 entreprises des cinq unités du groupe ont été interrogés. La Poste ayant adapté sa méthode de calcul à la nouvelle structure du groupe en 2022, la valeur actuelle est comparable uniquement avec celle de l'année précédente.

### Sondage du personnel: de bons résultats

Le sondage annuel du personnel révèle un haut niveau de satisfaction à l'égard de la Poste en tant qu'employeur. Avec 83 points sur 100, «Mes supérieurs directs» est évalué de manière particulièrement positive. Dans le bloc thématique «Mon équipe», le respect mutuel, le soutien au sein de l'équipe et la culture du feedback, entre autres, obtiennent d'excellentes notes. L'indice «Je saisis le sens de mon

travail» trouve également un large écho, avec 85 points. Ce résultat démontre que les collaboratrices et les collaborateurs perçoivent la Poste comme un employeur attractif. À l'échelle du groupe, les résultats du sondage du personnel sont restés très stables au cours des dernières années.

### Climat et énergie: réduction des émissions de gaz à effet de serre

En 2023, les émissions de gaz à effet de serre issues du fonctionnement interne ont diminué de 2,7%. Cette baisse est principalement le fruit des évolutions de marché et des activités suivantes: recul des volumes d'envois, délocalisation de prestations de transport vers des sous-traitants en cas de sociétés du groupe nouvellement acquises et électrification du parc de véhicules de distribution. Avec les véhicules à quatre roues, la Poste a parcouru plus de 3,7 millions de kilomètres de plus que lors de l'exercice précédent, ce qui correspond à une réduction des émissions de CO<sub>2</sub> de 6% par kilomètre parcouru. Les mesures compensent les prestations de transport supplémentaires de CarPostal et une hausse de 1% des activités dans le cadre des véhicules de clients tiers. En 2023, 23 cars postaux ont été remplacés par des véhicules à modes de propulsion alternatifs et ont ainsi parcouru quelque 0,9 million de kilomètres sans énergie fossile. Les émissions par kilomètre parcouru ont diminué de 0,6%.

+ Informations complémentaires sur les résultats non financiers: **Rapport non financier 2023**

## Faits et chiffres

**97,3%**

Taux de distribution ponctuelle **Lettres du Courrier A**

**95,7%**

Taux de distribution ponctuelle **Colis Priority**

**85 points**

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

**76 points**

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

**62,4%**

de **véhicules** dans la **distribution** dotés d'une **propulsion alternative**

## Stratégie

La stratégie «Poste de demain» mise sur les atouts et les compétences clés que détient la Poste depuis toujours pour assurer un transport fiable et efficace des marchandises et des informations, dans l'univers physique et, de plus en plus, numérique.

Depuis 175 ans, la Poste promeut le changement et apporte ainsi une importante contribution à la modernisation de la Suisse. Avec pour objectif stratégique de conserver son rôle essentiel à l'avenir, elle adapte régulièrement l'offre de service public aux nouveaux besoins de la clientèle. Dans ce cadre, elle s'attache à développer des prestations tournées vers l'avenir et à poursuivre une croissance ciblée dans des secteurs de marché attrayants. La Poste entend renforcer son offre dans les domaines de la logistique et de la communication par le biais d'acquisitions et de partenariats, ce qui passe par des investissements substantiels dans certaines infrastructures et compétences, y compris de manière ciblée à l'étranger, le cas échéant.

En adoptant une approche entrepreneuriale, la Poste peut continuer d'assurer par ses propres moyens le service universel en Suisse, et de rapprocher ainsi ses habitants, chaque jour et en toutes circonstances: à la maison, durant les loisirs et au travail, à la campagne comme en ville.





### Enjeux et orientations stratégiques

# Pour une Poste forte, moderne

Améliorer les services qui ont fait leurs preuves et en développer de nouveaux: en mettant en œuvre la stratégie «Poste de demain», la Poste veut continuer de contribuer à la modernisation et à la compétitivité de la Suisse, tout en restant une entreprise forte, durablement.

La Poste a élaboré la stratégie «Poste de demain» dans un contexte de stabilité, marqué par un bon climat de consommation et de faibles taux d'intérêt, à une époque où une pandémie ou une guerre en Europe semblaient inconcevables. Or, depuis, bien des choses ont changé. Aujourd'hui, la Poste est fortement touchée par les effets résiduels du COVID-19, la hausse des prix de l'énergie et des carburants ainsi que le renchérissement général. Toutefois, les évolutions anticipées lors de la formulation de la stratégie se sont confirmées, voire même, pour certaines, accentuées. Avec la numérisation qui progresse à grands pas, les volumes de lettres et la demande de services aux guichets continuent de régresser, tandis que la tendance est à la croissance à long terme dans le domaine des colis. Il est donc d'autant plus important de poursuivre rigoureusement le déploiement de la stratégie. La Poste bénéficie d'une assise solide et la mise en œuvre de la stratégie est en bonne voie: les principaux jalons de la transformation ont été posés. La hausse des taux d'intérêt a un impact positif sur le marché des services financiers.

### Le même service public pour tous et en tout lieu

Contribuant à assurer la cohésion nationale depuis 175 ans, la Poste fournit des prestations du service public sur mandat de la Confédération. L'équilibre entre les trois éléments structurels que sont le service universel, l'appartenance à l'État et l'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. en vertu desquels la Poste doit proposer, 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. Avec les objectifs qu'il lui a assignés, le Conseil fédéral reconnaît que la Poste traverse une phase de transformation compliquée, tout en l'enjoignant d'instaurer, d'ici 2024, les condi-

tions permettant à moyen terme de garantir durablement la valeur de l'entreprise. Tous les secteurs d'activité doivent réaliser un résultat d'un niveau usuel dans la branche (à l'exception de celui où exerce CarPostal, qui est subventionné).

### Des choix stratégiques pour l'avenir

En déployant sa stratégie, la Poste entend jouer un rôle encore plus important à l'avenir, en étant une entreprise solide, qui évolue suivant les besoins de l'économie et de la population suisses, et en s'attachant ainsi à réaliser les objectifs stratégiques du Conseil fédéral.

Dans ce cadre, elle poursuit quatre orientations stratégiques:

- développement des prestations, des offres et de l'infrastructure;
- efficacité de l'organisation et des processus, avec des prix adaptés;
- croissance et acquisitions dans les secteurs d'activité existants et connexes;
- durabilité écologique, économique et sociale dans toutes les activités de l'entreprise.

Le développement des secteurs de marché existants et la mise à l'échelle de ceux nouvellement exploités restent essentiels pour assurer un mandat de service universel modernisé et répondre aux besoins futurs de la clientèle à l'horizon 2030. C'est pourquoi la Poste réalise des investissements substantiels. En développant son offre sur tous ses marchés (voir → pages 20 à 31), elle s'assure des perspectives d'avenir au service de la Suisse. Aspirant à être le moteur d'une Suisse moderne, nous voulons apporter une contribution majeure à la modernisation et à la compétitivité du pays, en ayant toujours pour objectif de préserver le rôle essentiel de la Poste à l'avenir.

- Informations complémentaires sur la stratégie, le contexte et les défis de la Poste dans le **rapport financier 2023**, à partir de la page 13



**Un pays qui va de l'avant a besoin d'une Poste qui évolue avec lui.**

Roberto Cirillo  
Directeur général

Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo

## «La Poste est au service des gens, et va le rester»

Depuis 175 ans, la Poste est présente pour la population suisse. Son succès à long terme est toutefois conditionné par son développement. Nous avons interrogé Christian Levrat, président du Conseil d'administration, et Roberto Cirillo, CEO, à ce sujet.

### Roberto, la Poste poursuit sa transformation. Où en est-elle par rapport à il y a un an?

**Roberto Cirillo:** La Poste fait beaucoup de bonnes choses actuellement et va dans la bonne direction. En parallèle, nous constatons que les besoins de la clientèle évoluent rapidement et sans cesse. La Poste est concernée dans une mesure non négligeable. La transformation numérique va à un rythme fulgurant. Certes, le volume des colis suit une tendance haussière à long terme, mais l'activité de base portant sur les lettres et les versements au guichet est en fort repli depuis des années. C'est pourquoi nous concevons aujourd'hui l'activité clé de demain. Pour cela, nous nous appuyons sur notre stratégie «Poste de demain», avec comme horizon temporel 2030 et au-delà. Ces trois dernières années, dans le cadre de la mise en œuvre de cette stratégie, nous avons réalisé nombre de choses et établi une base solide pour l'avenir, sur laquelle nous pouvons continuer de capitaliser. Concrètement, nous avons regroupé nos organisations logistiques dans l'intérêt d'un service complet et durable pour notre clientèle. Nous avons fortement augmenté nos capacités et exploitons les synergies. L'installation d'une machine de tri des colis dans le centre courrier de Härkingen en est un exemple. Nous l'avons mise en service en septembre dernier.

Nous nous sommes développés au plan national comme international dans la logistique des marchandises, et nous comptons désormais parmi les principaux prestataires en Suisse. Nous avons également considérablement développé nos compétences dans l'e-commerce et le marketing direct en ligne. Sur le marché publicitaire également, nous pouvons proposer sur le marché des offres cross-média pertinentes. Notre co-entreprise avec le Groupe La Poste, Asendia, est devenu l'un des principaux prestataires de la logistique internationale dans l'e-commerce. Par ailleurs, nous nous sommes positionnés de manière très forte sur le numérique. Grâce à ePost, nos clientes et nos clients peuvent aujourd'hui déjà décider du courrier qu'ils souhaitent recevoir physiquement dans leur boîte aux lettres et de celui qu'ils préfèrent recevoir par voie numérique, où qu'ils se trouvent dans le monde. Depuis l'an dernier, des cantons comme ceux de Berne, Saint-Gall et Lucerne ont recours à notre plateforme pour envoyer directement leurs informations dans les boîtes aux lettres électroniques. Nous jouons un rôle clé dans le secteur de la santé et avons posé les bases de l'introduction d'un dossier électronique du patient uniforme et digne de confiance. De plus, en 2023, notre système a permis pour la première fois la tenue d'élections et de votations par voie numérique. La Poste joue également de plus en plus un rôle moteur et innovant dans une Suisse toujours plus connectée. Elle crée des ponts entre les prestations numériques et analogiques pour les personnes, les organisations et les autorités.



**Les besoins de la clientèle évoluent rapidement et sans cesse.**

Roberto Cirillo  
Directeur général



### On dirait que tout va bien et que la Poste tient le cap...

**Roberto Cirillo:** Certes, nous sommes sur la bonne voie en ce qui concerne la stratégie, mais dans ce contexte exigeant sur les marchés, il y a des segments où nous avons moins bien avancé que prévu. Par exemple, le rythme de l'ouverture du réseau est plus lent que prévu. De plus, la phase de mise en place et d'investissements correspondants dans l'unité Services de communication, en d'autres termes les prestations numériques, prend plus de temps que ce que nous imaginions en 2020.

Il y a deux raisons principales à cela. Premièrement, les conditions-cadres au plan économique et réglementaire sont difficiles. Elles empêchent de proposer rapidement des offres rentables et modulables. C'est par exemple le cas dans le domaine E-Health, où les prescriptions réglementaires et la complexité du marché sont très élevées. Deuxièmement, pour l'unité Services de communication, les entreprises qui correspondent à la Poste et à sa stratégie ne sont pas légion. Nous examinons avec soin chaque acquisition. Je suis convaincu que l'évolution vers le numérique constitue une composante incontournable du service public, car la population utilise de plus en plus les avantages des offres numériques. Le service public doit marquer et faciliter le quotidien de la majorité de la population du pays. Autrement, ce n'en est pas un. Une chose est donc claire: le service public doit vivre avec son temps. Le quotidien des personnes en Suisse est entré dans l'ère numérique. C'est pourquoi le service public de la Poste doit emprunter la même voie.

### Christian, la Poste doit-elle travailler sur la qualité de ses prestations?

**Christian Levrat:** Malgré les défis dépeints par Roberto, cela ne nous a pas empêchés de continuer à proposer à notre clientèle en Suisse des prestations de qualité en 2023. Nos efforts ont même été récompensés l'année dernière puisque, pour la septième fois consécutive, nous avons été élus meilleure poste du monde parmi les entreprises postales de 172 pays. Preuve en est que nous fournissons des prestations de grande qualité et que nous sommes capables de composer avec des conditions difficiles. Nous le devons en particulier au formidable engagement de nos collaboratrices et de nos collaborateurs. La Poste demeure un partenaire fiable – même en période troublée et marquée par le changement climatique, l'incertitude géopolitique, les transformations technologiques fulgurantes et un budget des ménages en repli. Et ce à long terme. Aujourd'hui déjà, nous prenons nos responsabilités pour l'environnement de demain et



### La Poste est un partenaire fiable.

Christian Levrat  
Président du Conseil d'administration

**Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo**

poursuivons un objectif climatique ambitieux. Depuis début 2023, nous effectuons la distribution dans les villes de Berne et de Zurich exclusivement à l'aide de véhicules électriques. À Genève, c'est le cas depuis mi-janvier 2024, et les villes de Bâle, Bienne, Winterthour et Lucerne vont suivre bientôt. La Poste exploite déjà, et de loin, le plus grand parc de véhicules électriques du pays.

Pour ce qui est de l'avenir, je suis confiant dans le fait que notre résultat va s'améliorer ces prochaines années. Et ce notamment grâce à PostFinance. Avec le basculement vers des taux directeurs positifs, les facteurs importants ont d'ores et déjà évolué. Cependant, le développement de notre cœur de métier reste un défi. Le secteur du courrier et les opérations au guichet sont en perte de vitesse, notre activité traditionnelle n'étant plus autant demandée qu'avant. Et ce recul, ni le numérique, la logistique ou l'ouverture du réseau ne suffisent encore à le compenser. Chacune et chacun d'entre nous doit donc y mettre du sien. Nous avons déjà commencé, avec le processus de transformation actuellement en cours. Nous nous adaptons, nous sommes présents physiquement et numériquement pour notre clientèle et nous développons de nouveaux services pour la population suisse.

**Roberto, dans quelle mesure la Poste est-elle positionnée pour répondre aux défis qui s'annoncent?**

**Roberto Cirillo:** Depuis 175 ans, la Poste est présente pour la population suisse. Et elle continuera à l'être. La Poste est au service des gens, et va le rester. Sur la base du résultat et du bilan financiers de 2023, nous travaillons d'arrache-pied au développement de la stratégie pour la période 2025 à 2028. L'orientation de la stratégie actuelle est la bonne. Nous l'adaptions là où cela est nécessaire, si l'évolution des conditions l'exigent. Concrètement, nous travaillons notamment sur les modalités de développement du réseau pour qu'il réponde mieux aux besoins de la clientèle. Notre volonté est d'investir dans le réseau afin d'y déployer des technologies modernes. En parallèle, nous entendons améliorer l'utilité pour

nos clientes et nos clients, tout en gagnant en efficacité. Nous serons ainsi en mesure d'assurer à l'avenir la capacité de financement d'un réseau de filiales et points d'accès à la Poste couvrant l'ensemble du territoire national. En substance, nous nous attachons à réaliser de solides fondations pour la Poste de demain, à l'aide d'offres modernes et innovantes. Pour notre clientèle, notre personnel, notre propriétaire, la population et l'économie suisses.

**Christian, en tant que président du Conseil d'administration, avec quel degré de confiance considères-tu l'avenir de la Poste?**

**Christian Levrat:** Pour pouvoir réellement envisager l'avenir avec confiance, nous avons besoin d'un nouveau cadre réglementaire et d'une certaine marge de manœuvre. Pour faire simple, il faut une réforme de fond pour pouvoir continuer à financer le système de la Poste par nos propres moyens, sans recourir à l'argent des contribuables. Il y a trois ans de cela, Roberto a eu ces mots: «Nous ne voulons pas nous transformer en musée». Aujourd'hui plus que jamais, je me rallie à sa cause. Nous voulons une Poste forte pour une Suisse forte. Nous voulons être utiles. Pour notre clientèle. Pour notre personnel. Pour la Suisse.



**Nous avons besoin d'une modification des conditions-cadres réglementaires.**

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



### Quels seraient les éléments clés de la modification des conditions réglementaires?

**Christian Levrat:** De mon point de vue, il y en a trois. D'une part il est essentiel que les nouvelles conditions réglementaires tiennent compte des besoins en termes de numérisation et de vie numérique. Parmi eux figure le fait d'avoir à la fois une boîte aux lettres physique et son alter ego numérique, et que l'on puisse choisir soi-même le courrier que l'on souhaite recevoir physiquement ou en ligne, où que l'on soit. D'autre part, il faut la garantie que la Poste puisse développer son réseau de filiales, c'est-à-dire que nous puissions exploiter pleinement les possibilités de la numérisation et aussi de l'automatisation en faveur de notre clientèle. Dernier point: il est nécessaire de clarifier la situation en matière de trafic des paiements, dont celui utilisant les pièces de monnaie est déficitaire. Sur ce point, le législateur doit trouver une solution pour assurer la capacité de financement.



### La Poste crée des ponts entre les prestations numériques et analogiques.

Roberto Cirillo  
Directeur général



#### Pourquoi la Poste adapte ses prix

La Poste entend fournir un service public de qualité, y compris aux générations futures, et le financer par ses propres moyens. Pour ce faire, la Poste doit réaliser des investissements par ses propres moyens également, afin de pouvoir continuer à proposer des prestations de qualité et répondre à l'évolution des besoins de la clientèle. Il s'agit par exemple d'investissements dans le tri des colis et la numérisation, ou encore l'électrifi-

cation et la modernisation du parc de véhicules de distribution.

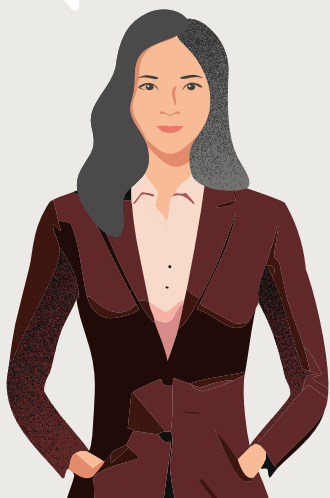
De plus, le recul des volumes de lettres et des opérations au guichet, conjugué au renchérissement, engendre des coûts supplémentaires considérables, que la Poste supporte seule pour l'essentiel. Dans ce contexte, des mesures tarifaires et de gain d'efficacité sont inévitables.

## Numérique et service public

# De nouvelles solutions pour répondre à de nouvelles exigences: le service public du futur

Les possibilités offertes par les technologies évoluant à toute vitesse, les exigences et les comportements de la clientèle de la Poste changent aussi. Le service public du futur doit pouvoir répondre à ces nouveaux besoins.

Le numérique? Oui!  
Mais il m'importe aussi  
d'obtenir des conseils  
personnalisés sur place.

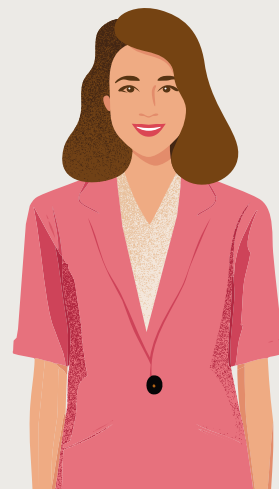


### Logistique

Aujourd'hui, le mandat de service universel garantit à l'ensemble de la population suisse le même accès aux prestations logistiques de la Poste, au même prix, dans toutes les régions. La Poste entend faire en sorte qu'il en soit toujours ainsi à l'avenir, mais en exploitant aussi les possibilités offertes par le numérique pour proposer des offres de prestations durables. Grâce à la numérisation, la clientèle connaît le moment précis de la distribution des colis qui lui sont destinés et peut gérer les modalités de leur réception.

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

Je veux pouvoir me fier  
à des prestations numériques  
sécurisées.



Je choisis moi-même  
quand je recevrai mon  
colis.



### Réseau

Même à l'ère du numérique, les échanges entre les êtres demeurent importants, raison pour laquelle la Poste veut rester facilement accessible à l'avenir. C'est aussi en songeant au futur qu'elle aménage son réseau, avec des filiales plus modernes, converties en centres de services régionaux, où des tiers ont la possibilité de proposer de nouvelles prestations. Les collaboratrices et les collaborateurs de la Poste sont présents sur place et des spécialistes peuvent offrir un entretien-conseil par vidéo. Il est ainsi possible de faciliter l'accès aux services numériques, par exemple par l'aide apportée par le personnel dans la configuration ou l'utilisation d'une application.

→ [poste.ch/conseil-numerique](https://poste.ch/conseil-numerique)

### Communication

La gestion rigoureuse des données dignes de protection est inscrite dans l'ADN de la Poste. Même dans le cadre du service public numérique, elle entend développer pour la société des solutions numériques utiles, sûres et simples, telles que l'identité numérique sécurisée, le vote électronique ou encore le dossier électronique du patient. Souhaitant promouvoir une transformation numérique responsable, la Poste accorde une importance particulière à la protection et à la sécurité des données, ainsi qu'à leur accessibilité pour tous.

→ [poste.ch/digital](https://poste.ch/digital)



### Mobilité

Passer commande facilement via une application ou par téléphone: avec l'offre de transports à la demande, CarPostal prend en charge les gens là où ils se trouvent pour les conduire là où ils veulent aller, au moment précis où ils le souhaitent, en leur garantissant la fiabilité du service. Autre avantage: la taille du véhicule peut être adaptée en fonction des besoins de la clientèle. Conçues sur mesure, les solutions de transport à la demande conviennent surtout pour les trajets sur les premier et dernier kilomètres dans les zones peu habitées et aux heures creuses.

→ [carpostal.ch/on-demand](https://carpostal.ch/on-demand)

Je préférerais monter à bord d'un car postal à l'endroit et au moment où j'en ai besoin.



Je veux gérer mes finances par voie numérique, de préférence sur mon smartphone.



### Services financiers

Aujourd'hui, nous payons nos factures, investissons dans notre prévoyance vieillesse ou effectuons des opérations de négoce en monnaies numériques en profitant de la commodité d'applications ou de solutions numériques sécurisées. Dans les commerces, au lieu de compter nos pièces et nos billets, nous sortons notre smartphone ou notre carte. À l'avenir, avec les paiements invisibles, le processus de paiement se fera même sur un mode entièrement automatique à l'arrière-plan, comme le permet déjà l'application PubliBike, avec laquelle il suffit d'ouvrir puis de fermer le cadenas du vélo pour un débit automatique du montant dû.

→ [postfinance.ch](https://postfinance.ch)

### Financement du service universel

## Un financement durable pour le service universel du futur

Dans la conception du service universel du futur, le financement est un aspect important. En effet, l'obligation de fourniture de ce service engendre des coûts élevés pour la Poste: en 2022, ils se sont montés à 260 millions de francs. Pour les prestations postales comme pour le trafic des paiements, la Poste assure le service universel par ses propres moyens, sans aucune subvention de la Confédération, qui lui concède uniquement un monopole sur les lettres jusqu'à 50 grammes. Ce monopole résiduel ne couvre toutefois qu'une petite partie des coûts (69 millions de francs en 2022), et il perd constamment de sa valeur, car le volume de lettres transportées diminue d'année en année: depuis 2010, la baisse a été d'un tiers. En parallèle, les prestations numériques sont de plus en plus demandées. Ces évolutions sont un facteur de déséquilibre pour le financement du service universel, qui va continuer de s'accroître si aucune modification n'est apportée au cadre réglementaire.



## La Poste de demain mise sur un service public fort et se concentre sur les marchés existants.

**Roberto Cirillo**  
Directeur général

La Poste veut pouvoir continuer de proposer à la population et à l'économie suisses un service public en phase avec son temps, c'est-à-dire adapté aux besoins et d'excellente qualité, dans toutes les régions du pays. Elle souhaite conserver sa capacité à l'assurer sans l'aide de l'État, mais il faut pour cela faire évoluer le cadre légal actuel et l'adapter aux nouveaux besoins de la population et des entreprises.

## Marchés

La Poste entend rester une entreprise qui n'a pas besoin de l'aide de l'État, ce qui l'oblige à financer ses prestations du service public, de haute qualité, avec les bénéfices qu'elle réalise. Pour continuer de fournir des prestations pertinentes et compétitives dans un univers toujours plus dématérialisé, elle investit dans les marchés où elle opère – logistique, communication, mobilité et services financiers – ainsi que dans son réseau.



**Avec la Poste, une communication sécurisée est possible, quels que soient le canal, l'heure et le lieu.**

**Nicole Burth**  
Responsable Services de communication

### Communication

La Poste transpose dans l'univers numérique ses compétences en matière de transport d'informations et de gestion sécurisée des données. En complément à ses activités analogiques de communication, elle propose aux particuliers, aux entreprises, aux administrations et au secteur de la santé des solutions sûres et simples pour les interactions numériques.

### Mobilité

La Poste relie entre elles les personnes en les faisant bénéficier en Suisse de 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.



**Nous développons à l'intention de notre clientèle des solutions de mobilité innovantes.**

**Christian Plüss**  
Responsable Services de mobilité

**Logistique**

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.



**Nous sommes les professionnels de la logistique qui relient la Suisse au monde.**

**Johannes Cramer**  
Responsable Services logistiques

**Réseau**

**RéseauPostal jette des ponts entre l'univers numérique et l'univers physique.**

**Thomas Baur**  
Responsable RéseauPostal

Les filiales de la Poste sont des centres de services régionaux ouverts à toutes et à tous. Forte de ses nombreux points d'accès, la Poste incarne 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.

**Services financiers**

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, en leur proposant des innovations ingénieuses et des solutions originales pour leur argent, adaptées à la Suisse.



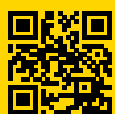
**Nous voulons que chaque cliente et chaque client aient une expérience positive de leur contact avec PostFinance.**

**Hansruedi Köng**  
CEO, PostFinance SA  
(jusqu'en février 2024)



# Logistique

La Poste soude la Suisse et la relie au monde. Elle étoffe ses compétences clés et son offre afin de s'imposer comme un partenaire logistique global pour les flux de marchandises du futur.



**Johannes Cramer**  
en entretien vidéo:  
[rdg.poste.ch/cramer](https://rdg.poste.ch/cramer)



## Logistique des marchandises

### Un réseau logistique renforcé

La Poste réalise des investissements ciblés sur le marché domestique et dans les pays voisins dans le but de relier sa logistique nationale aux flux de marchandises internationaux. En 2023, elle a racheté en Suisse différentes entreprises du secteur logistique possédant des sites proches de la frontière.

## Centres colis régionaux

### Investissements dans le traitement des colis

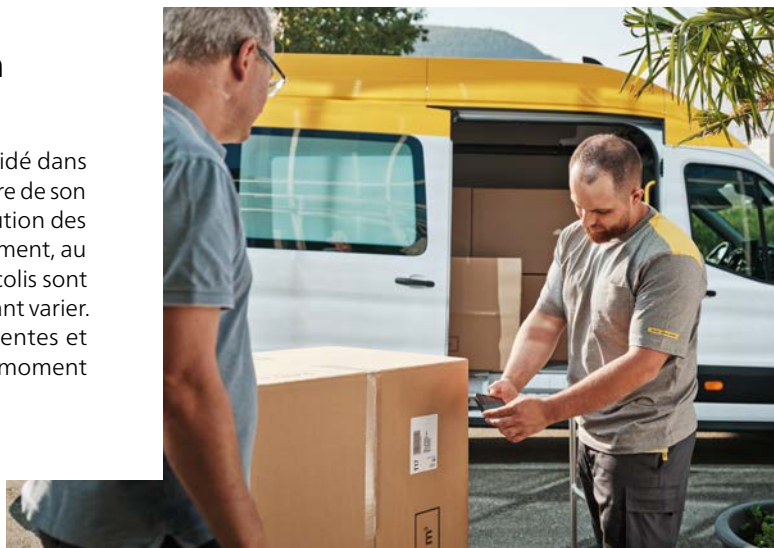
Trois nouveaux centres colis régionaux (CCR) sont entrés en service en 2023: le CCR de Pratteln (BL) traite jusqu'à 10 000 colis par heure pour l'agglomération bâloise, tandis que celui de Wallisellen déleste les centres de tri dans l'agglomération de Zurich; enfin, la Poste a intégré une installation de tri des colis dans le centre courrier de Härkingen, tout y introduisant une nouvelle informatique de tri.

→ [poste.ch/tri-des-colis-haerkingen](https://poste.ch/tri-des-colis-haerkingen)

## Tournées de distribution dynamiques

### Mieux planifier la distribution des colis

Désormais, le personnel de distribution est guidé dans ses tournées par une application: pour que l'ordre de son passage soit encore amélioré lors de la distribution des colis, les tournées sont planifiées systématiquement, au jour le jour, dans l'ordre le plus approprié. Les colis sont distribués en toute fiabilité, seul l'horaire pouvant varier. C'est ainsi que la Poste peut informer ses clientes et clients privés avec davantage de précision du moment prévu de la distribution de leurs colis.



**Parc de véhicules de distribution****40 millions de colis distribués par des véhicules électriques**

Dans les villes de Zurich, de Berne et de Genève, la Poste distribue l'ensemble des lettres et des colis avec des véhicules électriques lui appartenant, sans émissions de CO<sub>2</sub>. Au total, son personnel distribue chaque année quelque 40 millions de colis, partout en Suisse, en recourant à des véhicules électriques.

→ [poste.ch/jalon-logistique-durable](https://poste.ch/jalon-logistique-durable)

**Nouveaux concepts de transport****Transporter plus de colis par le rail**

Grâce à de nouvelles liaisons ferroviaires, la Poste transporte 9 millions d'envois supplémentaires par le rail, ce qui permet d'économiser au total 900 000 kilomètres parcourus par camions et près de 680 tonnes de CO<sub>2</sub> par an.

→ [poste.ch/extension-transport-ferroviaire](https://poste.ch/extension-transport-ferroviaire)

**Logistique de la santé****Des solutions novatrices pour soulager le secteur de la santé**

Partenaire logistique, la Poste soulage le personnel de prestataires de soins tels que les hôpitaux, les cliniques et les services ambulatoires: de l'accomplissement de certaines tâches comme l'approvisionnement ou le transport conforme à la loi à la stérilisation de produits médicaux, en passant par le stockage certifié de médicaments.

**DigitalStamp****Affranchir les lettres et les colis avec la Post-App**

Pas de timbre sous la main? Aucun problème! DigitalStamp permet d'affranchir simplement lettres et colis avec la Post-App et de créer des étiquettes colis. Le paiement est effectué avec TWINT ou une carte de crédit. Le service pick@home est inclus: la Poste prend en charge les colis préaffranchis, pour les retours par exemple.

→ [poste.ch/digital-stamp](https://poste.ch/digital-stamp)

**Preference Center****Une communication clients transparente**

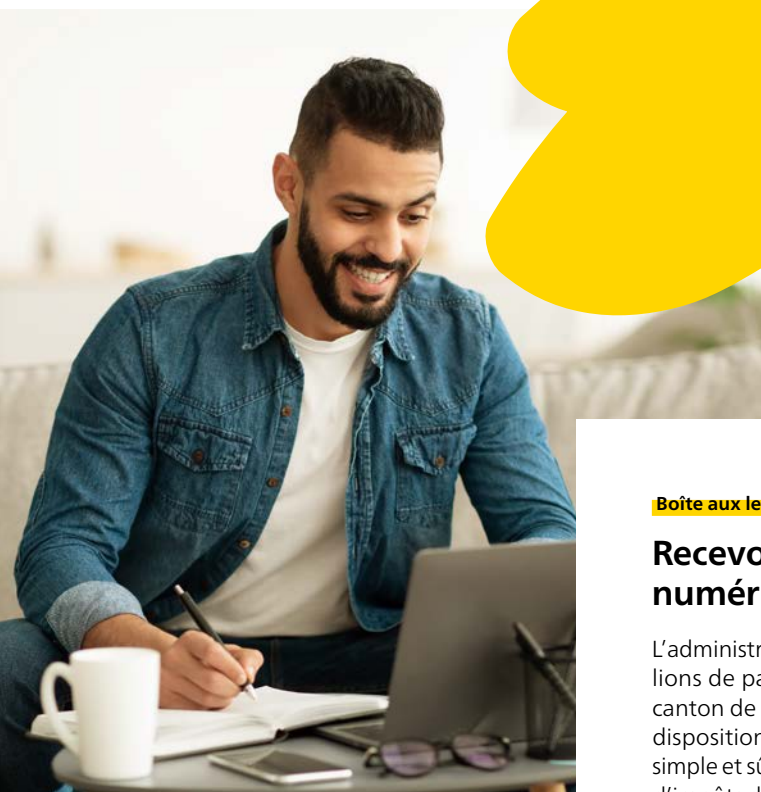
À la question de savoir si la Poste peut collecter et utiliser leurs données, et comment elle peut le faire, ce sont les clientes et les clients eux-mêmes qui répondent dans le Preference Center de l'entreprise. D'un clic de souris, ils peuvent en effet y indiquer facilement s'ils souhaitent des recommandations personnalisées, s'abonner à des newsletters, mettre fin à leur abonnement, etc.

# Communication

La Poste transpose dans l'univers numérique ses compétences en matière de transport d'informations et de gestion sécurisée des données sensibles: en proposant aux particuliers, aux entreprises, aux administrations et au secteur de la santé des prestations numériques sûres et simples.



**Nicole Burth**  
en entretien vidéo:  
[rdg.poste.ch/burth](https://rdg.poste.ch/burth)



## Boîte aux lettres numérique

### Recevoir le courrier du canton par voie numérique

L'administration du canton de Berne envoie chaque année environ 22 millions de pages de documents physiques par la poste. Depuis 2023, le canton de Berne et la Poste ont lancé le service «BE-ePost», mettant à la disposition de la population bernoise une boîte aux lettres numérique simple et sûre. Ceux qui le souhaitent peuvent ainsi recevoir leurs tranches d'impôts dans l'application et les y payer.

→ [epost.ch/fr-ch](https://epost.ch/fr-ch)

## Plateforme de communication

### Plus proche des clientes et des clients

L'entreprise SpotMe, qui a son siège à Lausanne et emploie 120 personnes, est spécialisée dans les plateformes numériques dédiées à la communication sécurisée et confidentielle entre les entreprises et leur clientèle. Cette technologie peut notamment servir à la réalisation d'événements présentiels, hybrides et virtuels, mais aussi être employée lorsque l'échange d'informations confidentielles impose des normes de sécurité élevées.

→ [spotme.com](https://spotme.com)

## SwissID

### Une solution de login éprouvée

Depuis 2023, la Poste se concentre sur une seule solution de login sûre, viable et pertinente sur le plan économique: ils sont plus de 4 millions de clientes et de clients à utiliser SwissID en toute simplicité et sécurité pour se connecter et accéder notamment aux services en ligne de la Poste et de nombreuses autres entreprises et administrations. SwissID n'est pas uniquement la connexion sécurisée et l'identité numérique suisse certifiée pour les applications en ligne qui requièrent une preuve d'identité: elle est aussi une identité numérique et une signature électronique.

→ [swissid.ch](https://swissid.ch)



**Vote électronique**

## Élections et votations électroniques

En Suisse, il est de nouveau possible de voter par voie électronique depuis 2023, grâce au système de vote électronique de la Poste. Un système à vérifiabilité complète a été utilisé pour la première fois lors des élections fédérales organisées en 2023. Le vote électronique est particulièrement apprécié par la «Cinquième Suisse» puisque près de 60% des Suisses de l'étranger ayant voté y ont eu recours. En 2023, le système a été soumis à une nouvelle vérification: lors d'un test d'intrusion public, 2650 hackers ont cherché ses éventuelles failles. Malgré les quelque 55 000 tentatives d'attaque, personne n'a réussi à pénétrer ni dans le système de vote électronique, ni dans l'urne électronique.

→ [poste.ch/e-voting](https://poste.ch/e-voting)

**Dossier électronique du patient**

## Une ouverture en ligne fort pratique

Ouvrir chez soi un dossier électronique du patient (DEP) au format numérique? C'est possible, et il n'est donc plus nécessaire de se rendre dans un point d'ouverture. La personne concernée a juste besoin d'un smartphone, d'un compte de messagerie électronique, d'un passeport biométrique ou d'une carte d'identité, sans oublier ses données de login pour SwissID. Le service développé par la Poste est à la disposition de la population à titre gratuit dans plusieurs cantons.

→ [post-sanela.ch/ouvrir](https://post-sanela.ch/ouvrir)

**Cybersécurité**

## Un rempart contre la cybercriminalité

En rachetant terreActive SA, qui emploie 90 personnes, la Poste conforte ses compétences informatiques dans le domaine de la sécurité numérique. En collaboration avec terreActive et Hacknowledge, l'entreprise romande reprise en 2022, la Poste peut proposer aux entreprises et aux autorités une offre complète de solutions de cybersécurité et accroître la protection des données et informations numériques confidentielles.

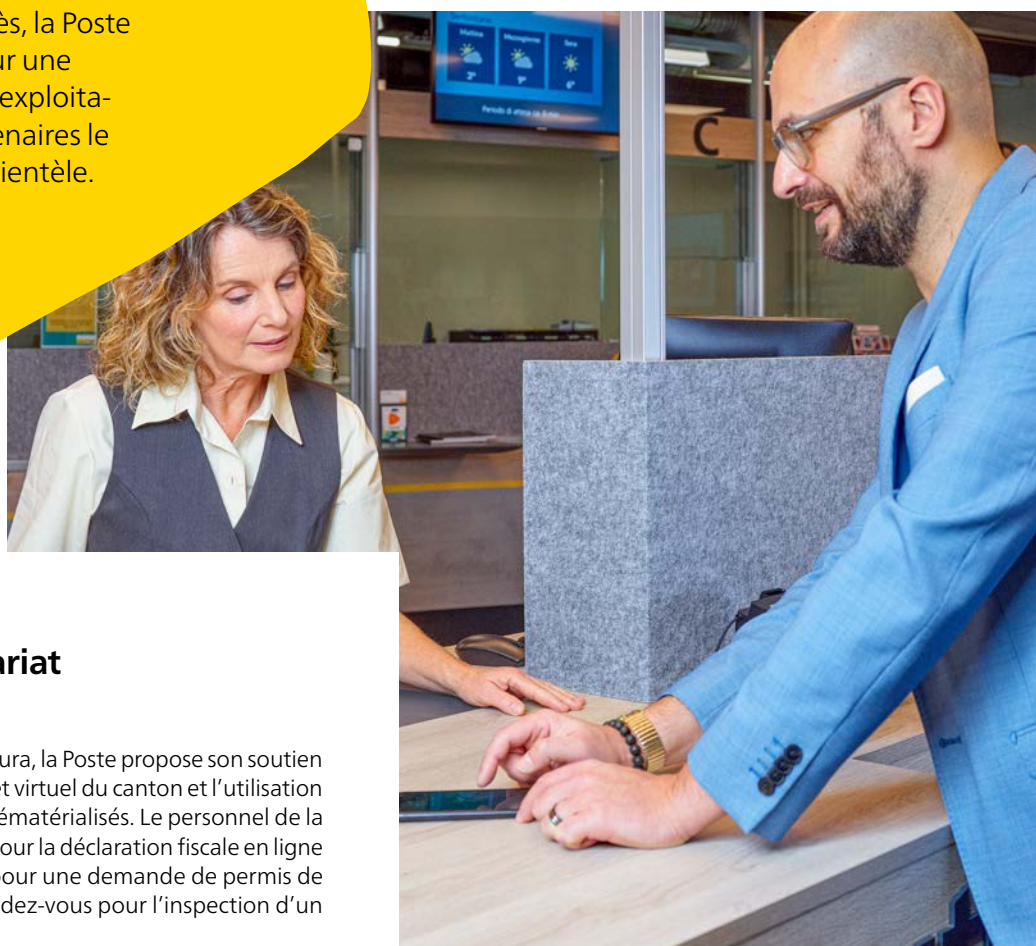
→ [terreactive.ch](https://terreactive.ch)

# Réseau

Forte de ses nombreux points d'accès, la Poste incarne 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.



**Thomas Baur**  
en entretien vidéo:  
[rdg.poste.ch/baur](https://rdg.poste.ch/baur)



## Ouverture du réseau

### Guichet virtuel: un partenariat avec le canton du Jura

Dans les 17 filiales qu'elle exploite dans le Jura, la Poste propose son soutien à la population pour l'inscription au guichet virtuel du canton et l'utilisation de la centaine de services administratifs dématérialisés. Le personnel de la Poste, formé à cet effet, propose son aide pour la déclaration fiscale en ligne ou pour l'obtention d'un acte d'origine, pour une demande de permis de pêche ou encore pour la fixation d'un rendez-vous pour l'inspection d'un véhicule.

- [poste.ch/prestations-numeriques-cantoniales](https://poste.ch/prestations-numeriques-cantoniales)
- [poste.ch/parteneriat-numerique-jura](https://poste.ch/parteneriat-numerique-jura)

## Développement du réseau

### Bienvenue à l'épicerie du village 2.0!

Des concepts innovants et le partenariat avec la Poste sauvent des épiceries de village de la fermeture: à Surselva, dans les Grisons, deux magasins misent sur le numérique. Désormais, ils sont tous deux ouverts 24 heures sur 24. Pour y faire ses achats, il suffit de s'enregistrer une fois. Les clientes et clients scannent ensuite eux-mêmes les articles qu'ils paient, à la caisse, au moyen d'une carte bancaire, de la PostFinance Card, via TWINT ou sur facture. Ils peuvent aussi effectuer leurs opérations postales auprès du personnel, présent uniquement le matin. Une vaste offre postale et de longues heures d'ouverture, telle est la recette d'un succès qui ne se dément pas dans plus de 1250 sites partout en Suisse.

- [poste.ch/poste-dans-epicerie-village-numerique](https://poste.ch/poste-dans-epicerie-village-numerique)

## Partenariats

### Des prestations d'assurances et de banques à la Poste

Dans les cantons de Berne, de Soleure et de Bâle-Campagne, AXA Suisse propose ses prestations d'assurance dans 72 filiales de la Poste. Cette collaboration représente pour la Poste un nouveau jalon important dans l'ouverture de son réseau de filiales à des entreprises de services et à des autorités. La Banque Migros a elle aussi confirmé et intensifié son partenariat avec la Poste suite aux premières expériences. Les partenariats déjà existants sont développés en permanence.

- [poste.ch/assurances](https://poste.ch/assurances)



**Tenues****Un nouveau look pour le personnel de guichet de la Poste**

Voilà 20 ans que les tenues du personnel des filiales n'avaient plus été changées. La nouvelle collection, qui garantit une certaine individualité, véhicule une image uniforme et cohérente de la Poste. Les collaboratrices et collaborateurs y ont participé activement, en testant le confort, la fonctionnalité et l'entretien des tenues. La Poste accorde de l'importance à une production et une qualité durables. Son personnel dans les filiales pourra probablement porter les nouvelles tenues, fabriquées en Europe, à partir de 2025.

→ [poste.ch/nouveau-look-personnel-de-guichet](https://poste.ch/nouveau-look-personnel-de-guichet)

**Inclusion****Des opportunités pour les personnes en situation de handicap**

Dans le cadre d'un projet pilote, RéseauPostal propose aux personnes en situation de handicap la possibilité de participer à des tâches proposées sur le marché général du travail dans treize filiales et un Contact Center. La phase pilote ayant été concluante, un total de 50 membres du personnel en situation de handicap pourront, d'ici la fin 2024, participer à la vie professionnelle de RéseauPostal pour une durée indéterminée.

→ [poste.ch/chance-marche-du-travail](https://poste.ch/chance-marche-du-travail)

**Automates à colis****My Post 24: expédition et retrait à l'automate**

Recevoir et déposer lettres et colis quelle que soit l'heure, même si la poste est déjà fermée: voilà déjà plus de 10 ans que les automates My Post 24, dont le nombre dépasse actuellement les 270 unités, sont des points d'accès populaires aux prestations postales. Fort pratique: la nouvelle génération d'automates fonctionne avec un smartphone, via la Post-App.

→ [poste.ch/mypost24](https://poste.ch/mypost24)





# Mobilité

La Poste propose des solutions pour une mobilité sur route moderne et durable. Son réseau couvre tout le pays et ses prestations du service public constituent l'épine dorsale de l'économie et de la société suisses.



**Christian Plüss**  
en entretien vidéo:  
[rdg.poste.ch/pluess](https://rdg.poste.ch/pluess)



## Mobilité électrique

### L'avenir du car postal est électrique

Onze cars postaux électriques sillonnent désormais les routes des Grisons dans le respect du climat, preuve en est que cette technologie est également appropriée dans les régions de montagne et que les bus confortables et silencieux ont les faveurs des voyageurs comme du personnel de conduite. La flotte de quelque 2300 cars postaux va passer à un mode de propulsion électrique. Ce sera le cas pour les 100 premiers cars postaux d'ici la fin 2024 et, en 2030, ce chiffre sera déjà passé à 900. À partir de 2028, CarPostal n'achètera plus que des bus sans énergies fossiles.

→ [carpostal.ch/innovation](https://carpostal.ch/innovation)

## Gestion fournisseurs

### Numérisation des processus d'affaires

Pour le déroulement efficace de ses processus d'affaires quotidiens, Post Company Cars mise sur Yarowa, une plateforme numérique dédiée à la gestion des prestataires et des ordres. Le gestionnaire de parcs de véhicules dématérialise ainsi la gestion fournisseurs et le traitement des sinistres, définit des processus de bout en bout, réduit les frais de coordination et économise des coûts, tout en rendant son travail encore plus durable, au bénéfice de la clientèle commerciale.

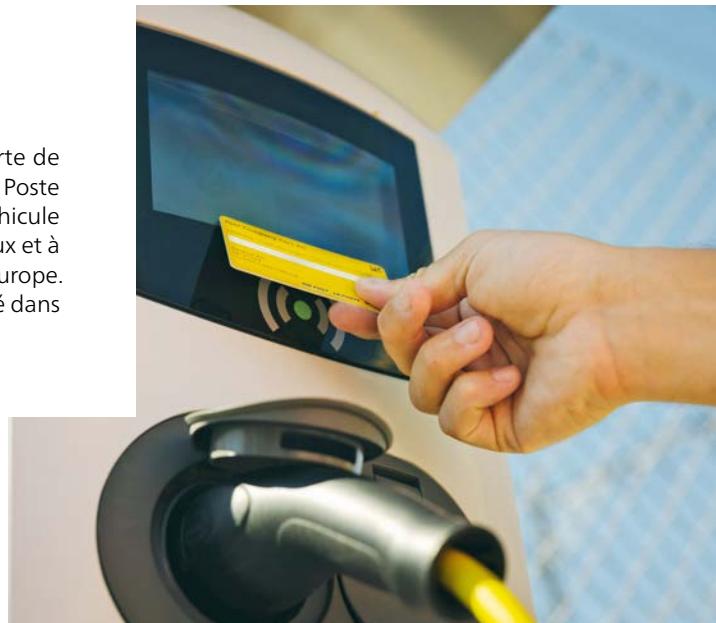
## Centre de compétences

### Des compétences au service de l'électrification

Il faut que la flotte de bus, de véhicules de livraison et de camions roule sans émissions de CO<sub>2</sub> afin que la Poste affiche un fonctionnement interne carbone-neutre à compter de 2030 et atteigne l'objectif de zéro émission nette d'ici la fin 2040. Pour y parvenir rapidement, l'entreprise met en place le «Centre de compétences E-mobilité», notamment dédié à la gestion de l'énergie ainsi qu'aux réseaux et à l'infrastructure de charge. Celui-ci développe par ailleurs des partenariats et des solutions d'e-mobilité pour des tiers.

**Stations de charge****Recharger des véhicules électriques partout**

Grâce à l'application Post E-Mobility ou à la carte de charge de Post Company Cars, le personnel de la Poste peut recharger facilement et rapidement son véhicule électrique aux stations de charge des sites postaux et à plus de 7000 stations de charge en Suisse et en Europe. Le prélèvement d'électricité est saisi et décompté dans le détail.

**Gestion de la flotte****Un service complet pour les PME suisses**

Quelle que soit la taille de leur flotte, nombre de PME suisses misent sur le service complet de la Poste et ses solutions modulaires. Récemment, c'est une flotte électrique neuve qui a été remise à l'ÖKK Kranken- und Unfallversicherungen AG. Le parc de véhicules du groupe Dr. Risch, spécialisé dans les laboratoires médicaux, est désormais géré par la Poste, lui aussi. Post Company Cars est le prestataire de flotte de la Poste. Ses activités vont du financement à la maintenance, à la conclusion de contrats d'assurance et aux solutions de carburant et de charge, en passant par l'exploitation et l'assistance en cas de panne.

→ [postcompanycars.ch](https://postcompanycars.ch)

**Courant ferroviaire****Utiliser le réseau électrique des CFF pour la recharge des bus**

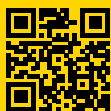
La puissance nécessaire au démarrage d'une rame de train suisse classique pourrait permettre de recharger rapidement les batteries de 20 bus électriques sans solliciter davantage le réseau électrique public. Le réseau du courant ferroviaire pourrait-il donc être aussi utilisé pour les transports publics sur route? C'est à cette réponse que tentera de répondre le dispositif de test de CarPostal et des CFF à compter de 2025: le courant ferroviaire sera utilisé pour recharger les bus électriques à la gare de Gelterkinden.

**Bus sur appel****De la gare au travail sur simple appel**

De la gare de Berne au site d'Engelhalde, un système de bus sur appel destiné au personnel de la Poste remplace, dans le cadre d'un projet pilote, le bus pour le personnel qui roule selon l'horaire. La navette électrique peut être réservée en toute souplesse, via l'application PubliCar. Ce test permet à la Poste d'engranger de l'expérience pour le développement de nouvelles solutions à la demande.

# Services financiers

Avec ses innovations et ses solutions intelligentes pour répondre à tout besoin ayant trait à l'argent et au banking, PostFinance façonne l'avenir pour les personnes en Suisse.



**Hansruedi Köng**  
en entretien vidéo:  
[rdg.poste.ch/koeng](https://rdg.poste.ch/koeng)



## Marché des hypothèques

### CredEx et Valuu, deux alliés de poids

Pour que tout un chacun trouve rapidement et facilement l'offre hypothécaire appropriée sur le marché suisse, PostFinance propose des solutions d'un seul tenant. Soucieuse de conforter sa position, elle a pris une participation dans la place de marché hypothécaire B2B Credit Exchange (CredEx). CredEx assure désormais l'exploitation de Valuu, la plateforme numérique d'intermédiation en crédit hypothécaire.

## Trafic des paiements

### Paiements plus simples et sécurisés

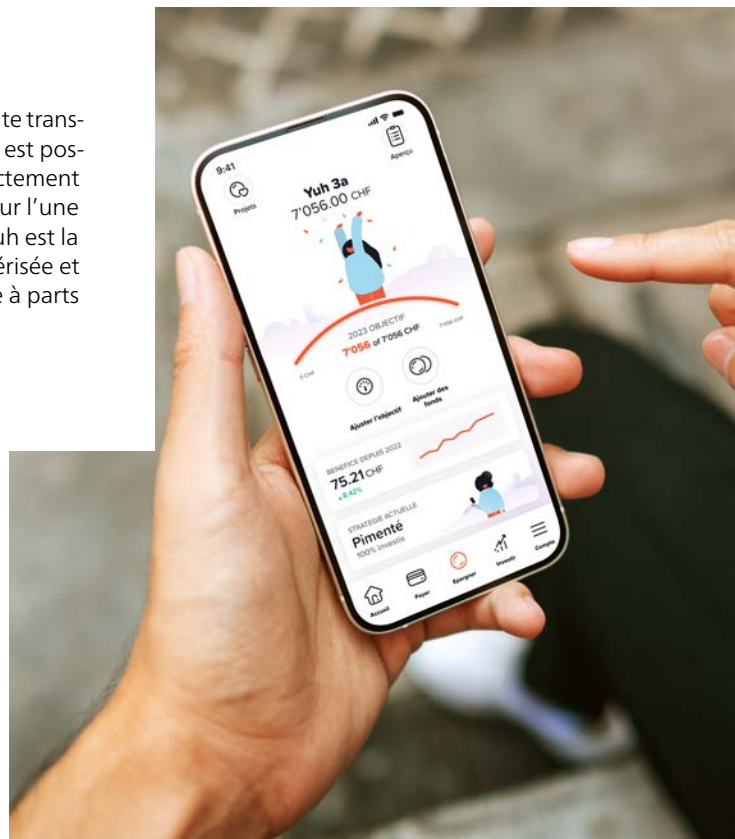
PostFinance ne cesse de développer d'innovantes solutions pour simplifier les paiements. Désormais, la PostFinance Card, combinée à la Debit Mastercard®, peut être utilisée avec Apple Pay pour les paiements. Nul besoin de sortir sa carte, d'appuyer sur des touches ou de remettre de l'argent liquide: la clientèle bénéficie d'un mode de paiement sécurisé. Dès 2024, le paiement dans les boutiques en ligne sera encore simplifié: avec PostFinance Pay, il se fera en toute rapidité et sécurité, via la PostFinance App.



**Solutions 3a****Yuh: investir facilement**

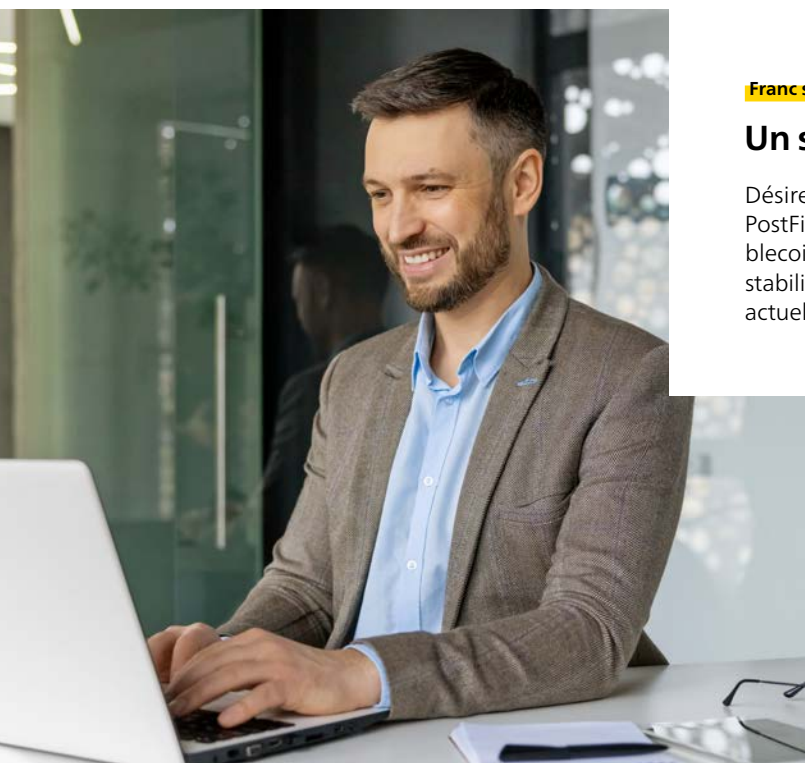
Investir facilement dans le troisième pilier, en toute transparence et à peu de frais: pour la prévoyance, il est possible depuis août 2023 d'ouvrir un pilier 3a directement dans l'application financière Yuh et d'opter pour l'une des cinq stratégies de placement proposées. Yuh est la solution financière de Suisse entièrement numérisée et mobile. L'entreprise indépendante est détenue à parts égales par PostFinance et Swissquote.

➔ [postfinance.ch/yuh](https://postfinance.ch/yuh)

**Monnaies numériques****Négocier des cryptomonnaies et les conserver en toute sécurité**

La demande de cryptomonnaies ne faiblit pas. Partenaire digne de confiance, PostFinance propose depuis début 2024 le négoce et le dépôt sécurisé de monnaies numériques. Les clientes et les clients peuvent acheter et vendre des cryptomonnaies aussi simplement que d'autres actifs et les intégrer dans des portefeuilles de placements traditionnels.

➔ [postfinance.ch/crypto](https://postfinance.ch/crypto)

**Franc suisse numérique****Un stablecoin pour la Suisse**

Désireuse de promouvoir le développement d'un franc numérique, PostFinance conclut un partenariat avec Swiss Stablecoin SA. Les stablecoins sont des monnaies numériques qui se caractérisent par leur stabilité et qui reflètent le cours de monnaies locales. Leur viabilité est actuellement examinée dans le cadre d'un test conjoint de faisabilité.

## Personnel

La Poste fait avancer la Suisse: quelque 46 000 personnes spécialisées dans 100 métiers différents travaillent à son service dans toutes les régions linguistiques, dans tous les cantons et dans 804 communes suisses. Accueillant 1844 personnes en formation dans 19 groupes de métiers différents, la Poste compte parmi les principales entreprises formatrices du pays. Elle aide les jeunes à faire leur entrée dans le monde du travail en mettant à leur disposition des places de stage et en concevant des programmes dédiés aux jeunes diplômés.

En tant qu'employeur, la Poste propose un environnement de travail valorisant ainsi que des conditions d'engagement modernes et équitables. Elle défend la diversité et l'inclusion sous toutes leurs formes: tout le monde peut faire carrière à la Poste, indépendamment du sexe, de la langue ou de l'origine. Afin que l'ensemble de son personnel soit paré pour répondre aux exigences du monde du travail d'aujourd'hui et de demain, la Poste investit à long terme dans des offres de perfectionnement et de formation continue à l'intention de ses collaboratrices et de ses collaborateurs, qui constituent son principal facteur de réussite.



Entretien avec Valérie Schelker

## Façonner le changement ensemble

À l'ère du changement, la Poste introduit de nouveaux métiers, crée des emplois attrayants dans toutes les régions et encourage son personnel à se perfectionner afin qu'il gère avec elle les défis du futur.

### Valérie Schelker, en votre qualité de responsable Personnel, comment vivez-vous les changements qui touchent le monde du travail de la Poste?

Ils sont à la fois passionnants et compliqués, tout en offrant de nombreuses possibilités nouvelles. Ainsi, nous formons depuis 2023 de premières personnes au nouveau métier de Digital Business. En informatique, nous recherchons des spécialistes de l'éthique des données. Grâce aux logiciels intelligents, nous créons des textes et des présentations plus facilement. Nos facteurs colis planifient leur tournée de distribution de manière dynamique, en s'aidant d'une application. Nous soutenons le personnel dans ce processus de changement, tout en attendant de lui qu'il reste dans la course pour son développement professionnel.

### Comment la Poste donne-t-elle un cap au personnel dans ce contexte?

Comme troisième employeur de Suisse, il est de notre devoir d'accompagner et d'encourager le personnel dans son évolution professionnelle. Nous avons mis en place, chez Services logistiques, le programme «Andiamo!», dont les offres vont de l'embauche et de l'intégration au développement et au changement de poste en interne. Dans les filiales, le personnel apprend à prodiguer un conseil global à la clientèle, dans le cadre de l'ouverture du réseau à des partenaires externes. Nombreux sont ceux qui veulent se développer en toute autonomie. Nous pouvons donc aborder l'avenir avec confiance.

### Dans le même temps, la Poste améliore son efficacité. Comment ces deux processus cohabitent-ils?

Ce ne sont pas les machines qui font la Poste, mais les collaboratrices et les collaborateurs. C'est pourquoi nous investissons dans des conditions d'engagement modernes et attrayantes, ainsi que dans le développement de notre personnel.

En parallèle, nous devons être efficaces, comme toute entreprise, l'enjeu étant de trouver un bon équilibre entre ces deux dimensions. Nous innovons aussi en termes d'environnement de travail: d'ici 2030, nous comptons regrouper dans près d'une douzaine de hubs régionaux les surfaces décentralisées qui sont réparties aujourd'hui sur 40 sites. Nous réduisons les temps de trajet domicile-travail et créons des emplois attrayants dans les régions. Enfin, en occupant mieux les surfaces de bureaux, nous économisons des coûts et des ressources.

### Comment les changements se répercutent-ils sur l'organisation de la Poste?

De manière très directe. Car la Poste ne peut réussir à long terme que si elle évolue avec les besoins de sa clientèle. Elle se développe là où la population et les entreprises ont besoin d'elle. À l'inverse, elle recule, ou s'adapte, là où les besoins diminuent ou évoluent. C'est la raison pour laquelle le monde du travail de la Poste est lui aussi en constante mutation. De nouveaux profils voient le jour, d'autres compétences sont recherchées. Nous aidons nos collaboratrices et collaborateurs à évoluer, dans leur fonction actuelle ou dans un changement de poste. Ce soutien fait partie de notre responsabilité sociale. Avec plus de 100 métiers différents, nous proposons en interne de nombreuses possibilités de formation et de développement.

### À quoi tient la cohésion d'un monde du travail de la Poste qui se distingue par sa diversité?

Nous considérons la diversité comme une richesse et comme une chance. Bien sûr, notre personnel ne fait pas face aux mêmes défis selon qu'il travaille chez CarPostal, dans la logistique, chez PostFinance ou au développement de solutions numériques sur le marché de la communication – c'est du reste pourquoi nous avons des solutions adaptées à chaque métier. Mais il partage aussi de nombreuses choses: des valeurs et des objectifs communs, une culture commune. C'est ce qui nous réunit autour de la diversité.



**Nous soutenons le personnel dans le processus de changement, tout en attendant de lui qu'il reste dans la course.**

Valérie Schelker  
Responsable Personnel



## Possibilités d'évolution

## Personnel engagé, réussite assurée

La stratégie «Poste de demain» ne pourrait pas être mise en œuvre sans le personnel, que la Poste a donc à cœur d'accompagner et d'encourager. Par ailleurs, l'entreprise recherche activement de nouveaux talents, en s'appuyant notamment sur sa solide marque employeur.

La numérisation et l'automatisation font évoluer le monde du travail inexorablement, à un rythme très soutenu. Les profils changent, de nouveaux métiers voient le jour, requérant de nouvelles compétences et qualifications. Ce personnel qualifié est recherché sur un marché du travail àprement disputé.

### L'individu reste indispensable

Accentuée par la vague de départs à la retraite de la génération des baby-boomers, 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. En dépit de tous les progrès technologiques, son personnel continue de constituer le cœur de la Poste. Sans lui, l'entreprise ne pourrait pas remplir son mandat de service public.

La Poste est le moteur d'une Suisse moderne. Ce sont ses collaboratrices et ses collaborateurs qui, dans plus de 100 métiers différents, font tourner ce moteur: dans le village de montagne le plus reculé, le facteur emprunte l'escalier en pente raide pour rejoindre le rustico et y distribuer le courrier; au centre de tri, la collaboratrice trie manuellement les envois que la machine ne peut pas traiter; quant à la conseillère à la clientèle, elle cherche une solution individuelle aux demandes du client commercial. Même si la numérisation et l'automatisation soutiennent et accélèrent nos processus et activités, elles ne se substitueront jamais au personnel. Le bon déroulement de ces processus et activités sera toujours le fait de l'individu.

### Des compétences pour la Poste de demain

L'essor de la numérisation a d'ores et déjà modifié de nombreux métiers, et cette mutation va encore s'accélérer. «Il est donc d'autant plus important pour l'employeur Poste d'accompagner son personnel et de lui proposer suffisamment tôt d'indispensables possibilités d'évolution», précise Valérie Schelker, responsable Personnel. Misant sur la formation continue et la promotion ciblée du personnel, elle sensibilise les responsables de conduite qui, dans leur rôle de coach, soutiennent leurs collaboratrices et collaborateurs au travers d'un bilan individuel pour ensuite les encourager dans leur développement. Les possibilités ne manquent pas. La Poste propose p.ex. le développement dans la fonction actuelle, l'élargissement du domaine d'activité, un changement temporaire de poste ou encore des cours informatiques ou linguistiques et des formations de conduite certifiées.

### Créer une marque employeur attractive

Pour attirer le meilleur personnel qualifié et le fidéliser, la Poste veut s'imposer comme employeur attractif, en interne comme en externe, en s'appuyant principalement sur des conditions d'engagement équitables, une culture d'entreprise valorisante, une conduite intervenant en soutien, des contenus de travail ayant du sens et des possibilités d'évolution attractives. Elle mise sur une marque employeur crédible et unique pour positionner au mieux les sujets d'avenir innovants, les diverses possibilités de travail et de développement ainsi que d'attractives conditions de travail. Toutes les mesures de recrutement et de fidélisation du personnel sont guidées par la devise principale «Peins l'avenir en jaune».



## i

### Conventions collectives de travail (CCT)

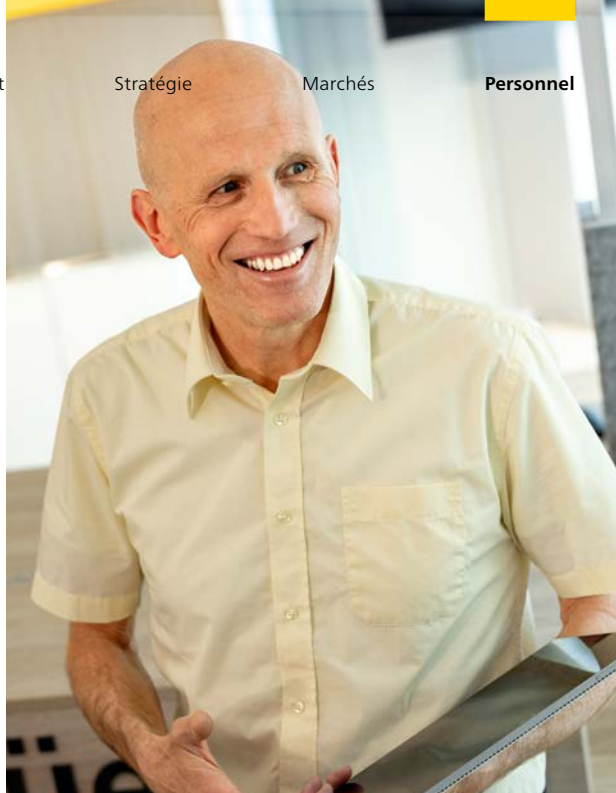
#### Un partenariat social de qualité

La Poste accorde une importance particulière à des conditions d'engagement attractives et équitables. C'est dans cet esprit qu'elle assure depuis de nombreuses années un partenariat social éprouvé avec les syndicats syndicom et transfair. Ceux-ci et l'entreprise ont pour mission commune de définir pour le personnel des conditions d'engagement modernes, qui permettent en même temps à la Poste de viser la réussite économique. Actuellement, ces dispositions sont ancrées dans sept conventions collectives de travail (CCT), qui régissent le travail. Les conventions collectives de travail (CCT) Poste CH et PostFinance SA ainsi que la convention CCT faitière arriveront à expiration à la fin 2024. Les négociations pour ces contrats ont été entamées à l'automne 2023.

#### Une CCT sectorielle pour 40 000 factrices et facteurs

Les quelque 40 000 personnes employées actuellement dans le secteur de la distribution distribuent quotidiennement des colis, des lettres, des journaux et de la publicité dans toute la Suisse. Leurs bases d'engagement ne reposaient sur aucun standard minimal, jusqu'à ce que les principaux employeurs et associations du marché suisse de la logistique ainsi que les syndicats syndicom et transfair négocient et ratifient en 2023 la «CCT sectorielle Distribution Suisse». Le dernier mot revient au Conseil fédéral. Si ce dernier approuve la demande d'extension, la CCT sectorielle Distribution pourra entrer en vigueur.

→ Rapport non financier, page 48



### Ce que la Poste a à offrir à son personnel

#### Des horaires et un environnement de travail flexibles

Travail mobile, télétravail, temps partiel ou emploi partagé, congé sabbatique, temps partiel pour les seniors ou départ progressif à la retraite: la Poste aide tous les membres de son personnel à concilier vie privée et vie professionnelle. D'ici 2030, elle mettra en place, partout en Suisse, près de douze «hubs de bureaux». En plus d'être bien situés, modernes et adaptés aux besoins, ceux-ci encourageront les rencontres personnelles, le réseautage, l'esprit d'innovation et l'intégration de nouvelles collaboratrices et de nouveaux collaborateurs.

#### Renforcer la diversité

Indépendamment du sexe, de la langue, de l'origine, du handicap ou de l'âge, tout le monde doit avoir la possibilité de faire carrière à la Poste. Cette dernière défend la diversité et l'inclusion de son personnel, ainsi qu'un environnement de travail valorisant et sans discrimination. Des événements et des cours de formation organisés régulièrement à l'intention du personnel et des responsables de conduite sensibilisent à ces thèmes et favorisent les rencontres sans préjugés. Les membres du personnel peuvent par ailleurs s'engager au sein de divers réseaux internes pour échanger entre eux.

#### Apprentissage tout au long de la vie

La Poste encourage ses collaboratrices et collaborateurs à être acteurs de leur évolution professionnelle. Elle soutient l'apprentissage tout au long de la vie au travers d'une offre diverse et variée: formations spécialisées et de conduite certifiées, possibilités informelles d'échanger, formats d'apprentissage en ligne, etc. Le programme «digital champions» permet aux membres du personnel de renforcer leurs compétences numériques à l'aide de modules d'auto-apprentissage, de sessions d'experts et de possibilités de réseautage.

#### À travail égal, salaire égal

La Poste plaide pour l'égalité et la transparence salariales. C'est à cette fin qu'elle indique désormais dans ses offres d'emploi relevant de la CCT le salaire initial et le possible écart salarial. Elle est l'une des premières entreprises à procéder de la sorte en Suisse. Elle accorde également une grande importance à l'égalité salariale entre les sexes. Comme le montre la dernière analyse des salaires, la part de la différence salariale inexplicable est dans toutes les unités de l'entreprise nettement inférieure au seuil de tolérance de 5% accepté par la Confédération. Il s'agit d'un excellent résultat que la Poste compte encore améliorer.

#### Ancrer la conception de la gestion

Confiance, approche centrée client et engagement sont les valeurs sur lesquelles repose la culture d'entreprise de la Poste. Axé sur la transformation à l'échelon du groupe, le programme de leadership «En viadi» permet à la Poste d'ancrer en son sein la nouvelle conception de la gestion, en accompagnant les responsables de conduite et en les qualifiant. Ce sont eux, en effet, qui définissent les conditions-cadres et un environnement valorisant, qui sollicitent et encouragent leurs collaboratrices et collaborateurs selon leurs points forts et qui, dès lors, sont responsables en grande partie de l'efficacité de la collaboration.

#### Promouvoir la santé et la motivation

Soucieuse de leur santé mentale et physique, la Poste motive ses collaboratrices et collaborateurs dans ce sens. Or, les absences sont en augmentation depuis quelques années, en Suisse et à la Poste. C'est pourquoi la Poste investit dans la prévention, notamment dans la formation des responsables de conduite. Désormais, les membres du personnel peuvent contacter les conseillères et conseillers sociaux ou en orientation de carrière de la Poste via un chat de conseil anonyme (uniquement en allemand pour l'instant) accessible sur la plateforme numérique StayFit, où ils trouvent également des informations diverses et variées.

→ Rapport non financier, page 44

→ Rapport non financier, page 46

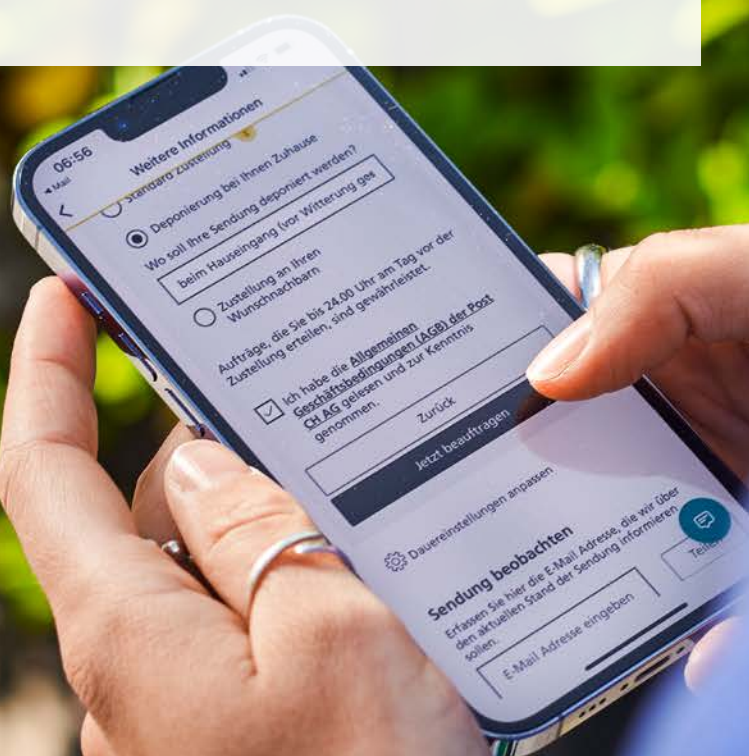
→ Rapport non financier, page 42



## Technologie et innovation

Le cœur de métier de la Poste repose sur un paysage technologique solide, moderne et en constante évolution sur le plan numérique. Sans cela, une distribution ponctuelle des lettres et des colis ne serait pas possible. Pour continuer à fournir à l'avenir également des prestations de très haute qualité et répondre aux souhaits de la clientèle, la Poste mise résolument sur l'élargissement continu de ses compétences. Ainsi, elle ne se contente pas de faire entrer le secret postal dans le monde numérique, elle rend aussi les processus internes plus efficaces en recourant à des technologies innovantes telles que l'automatisation des processus par la robotique, l'intelligence artificielle (IA) et des grands modèles de langage. Par ce biais, elle décharge également le personnel des tâches répétitives. De leur côté, les clientes et les clients profitent, grâce à l'IA, de nouvelles prestations pratiques qui correspondent précisément à leurs besoins.

En tant que partenaire fiable, la Poste entend faire avancer toute la Suisse au moyen de solutions informatiques dignes de confiance, en l'accompagnant sur la voie de la transformation numérique. Quel que soit le moment et l'endroit – à domicile, en déplacement ou au travail.





Entretien avec Wolfgang Eger

## Pourquoi la Poste mise sur les innovations numériques

Des prestations fiables et sûres dans la communication numérique sont la clé du succès de demain – ces mêmes prestations qui ne cessent de gagner en importance dans le service public. Dans ce contexte, la stratégie de croissance de la Poste est aussi une stratégie de numérisation.

### Wolfgang Eger, en tant que responsable Informatique/Technologie, que signifie pour vous la transition numérique pour la Poste?

Le numérique bouleverse la sphère privée et professionnelle à vitesse grand V. Pour s'imposer, il faut identifier rapidement les nouveaux besoins de la clientèle sur le plan numérique et y répondre, tout en restant compétitif. L'utilisation et la maîtrise d'outils technologiques et innovants sont des facteurs de réussite décisifs pour la Poste de demain. C'est pourquoi notre stratégie est aussi une stratégie de numérisation. Les destinataires doivent pouvoir décider eux-mêmes comment, où et quand ils souhaitent recevoir leur courrier. Pour cela, il faut trouver des solutions à la fois numériques et hybrides capables de faire le lien entre les deux mondes. La Poste restera ainsi un partenaire de premier plan pour le service public numérique en Suisse.

### Comment votre unité Informatique et Technologie fait-elle avancer la transformation de la Poste?

Nous nous orientons vers le développement des compétences dans la communication numérique, en ciblant des solutions simples et sûres. Nous faisons aussi en sorte de lier très étroitement ces compétences aux activités commerciales: notre modèle de collaboration «embedded IT» entre I/T et les unités d'affaires permet de trouver les bonnes applications, d'essayer de nouvelles choses, d'apprendre et de proposer ensuite de meilleures solutions numériques, plus économiques et davantage adaptées aux besoins de la clientèle.

### Quel rôle jouent des thèmes comme l'Internet des objets, l'intelligence artificielle ou la cybersécurité?

Ces trois thèmes ont une grande importance notamment pour l'avenir informatique de la Poste: grâce à l'automatisation des processus par la robotique, à l'intelligence artificielle et aux grands modèles de langage, la Poste gagnera en efficacité et en rapidité. Mais la sécurité de l'information prime avant tout, pour l'ensemble du groupe. En effet, seul un système fiable peut envisager un passage au numérique. À ce jour, la Poste emploie déjà plus de 200 spécialistes de la cybersécurité. Nous avons également assuré notre sécurité en devenant l'actionnaire majoritaire de terreActive, une entreprise spécialisée dans la cybersécurité basée en Argovie, et de la société vaudoise Hacknowledge.

### Quels sont les principaux défis à venir?

Outre le maintien de systèmes performants, nous prévoyons d'axer les prochaines années sur l'utilisation de nouvelles technologies et de solutions orientées vers la dématérialisation dans toutes nos unités, sans pour autant renoncer à nos normes de sécurité éthiques élevées. Chaque jour, nous tendons à trouver un équilibre entre le rythme de mise en œuvre, l'apprentissage et l'adaptation continus, la numérisation des processus pour le personnel et le développement de l'expérience client numérique.

### Faits et chiffres

## 280

vagues de phishing contre la clientèle, **40 000 attaques de virus** et **8 millions de spams** sont interceptés chaque mois par la Poste.

## 800

applications développées en interne, **700 technologies logicielles** et **5300 bases de données** sont exploitées à la Poste.

## 60

téraoctets de données sont sauvegardés sur les plateformes de la Poste.



### Technologies numériques innovantes

## Comment la Poste optimise ses prestations grâce au numérique

Des robots chargés de la logistique aux services de chatbot pour répondre à la clientèle: en recourant à de telles technologies numériques innovantes, la Poste perfectionne ses processus internes et décharge le personnel des tâches répétitives au quotidien. De son côté, la clientèle profite de nouvelles prestations pratiques grâce à l'IA.

Comment parvenir à développer de nouvelles prestations grâce au numérique et rendre celles existantes plus conviviales? Que faire pour gagner en efficacité et en rapidité au quotidien? Ce genre de questions déclenche des processus d'innovation dans toutes les unités de la Poste: du marketing au service à la clientèle, en passant par les services douaniers et la logistique hospitalière.

### Des solutions de communication variées autour de l'IA

La Poste lance le produit minimum viable (MVP) «Text Creator with AI» qui utilise la technologie de ChatGPT. Ce service génère des propositions de texte pour les lettres, adaptées aux besoins individuels et qui peuvent être imprimées, affranchies et envoyées. Dans le Contact Center également, la Poste mise sur le numérique et l'IA pour fournir un service plus efficace qui évolue en fonction des besoins de la clientèle: Voice-to-Text, chatbot, live chat ou WhatsApp en sont des exemples. De plus, l'IA et l'automatisation des e-mails permettent de répondre aux demandes 24 heures sur 24. Grâce aux grands modèles de langage, la Poste

intègre un système de chatbot dans son manuel de conseil à la clientèle. Le chatbot est en mesure de répondre directement à des questions spécifiques du personnel, ce qui évite à ce dernier des recherches fastidieuses. En matière de technologie vocale, la Poste n'est pas non plus en reste: grâce à un nouveau skill Alexa, il est notamment possible de suivre les envois ou d'utiliser le service «pick@home».

### Automatisation des processus par la robotique dans le dédouanement

L'automatisation des processus par la robotique (APR) permet d'automatiser les tâches grâce aux robots logiciels. Ainsi, plus de 80 processus APR ont déjà pu être introduits au sein de la Poste. Le traitement des documents de dédouanement manquants en fait partie: le robot déclenche le contact avec la cliente ou le client par voie numérique, recueille les informations nécessaires via un formulaire en ligne et les joint à l'envoi sous forme de PDF. De même, si l'on souhaite déclarer une marchandise, l'IA peut nous aider puisqu'elle s'est entraînée sur plus de 8 millions d'envois de lettres et de colis importés. Elle indique si un



### Digital Innovation Center

L'innovation ne relève pas exclusivement d'un savoir-faire technologique ou de connaissances spécialisées. C'est pourquoi la Poste a mis sur pied le Digital Innovation Center. Avec son équipe virtuelle transfonctionnelle, il soutient les différentes unités du groupe dans le développement de solutions numériques et fait le lien entre le monde de la technologie et le monde des affaires.

## Solutions clients numériques

**ePost, la boîte aux lettres numérique**

Grâce à la boîte aux lettres numérique ePost, il est possible de recevoir, d'envoyer, d'archiver et de suivre le courrier sous forme numérique, mais aussi d'effectuer des paiements et de signer des contrats. Avec ses solutions simples, cette plateforme de communication permet aux particuliers de faire des économies de temps et de papier, et aux entreprises et aux administrations de transmettre des données sensibles en toute sécurité.

+ dossierpatient.ch

**Élections et votations électroniques**

En 2023, le Conseil fédéral a autorisé le système de vote électronique de la Poste. Les électrices et les électeurs peuvent ainsi participer aux élections et aux votations en Suisse et à l'étranger depuis leur ordinateur, smartphone ou tablette. Ce système développé par la Poste et destiné aux cantons et aux communes s'appuie sur une technologie de pointe et garantit à la fois le secret du vote et une vérifiabilité complète.

+ poste.ch/e-voting

**Une communication fiable et sûre**

Personne ne doit pouvoir écouter les conversations privées, même si elles ont lieu en ligne. Les plateformes de communication de la Poste, destinées aux entreprises, y veillent. Grâce à des outils comme la co-navigation et les appels vidéo, le personnel peut communiquer en toute sécurité avec la clientèle. La Poste propose également une solution sécurisée pour organiser des manifestations physiques, hybrides et virtuelles, qui tient compte des normes de sécurité élevées en la matière.

+ spotme.com

+ unblu.com

**IncaMail: échanger des données en toute sécurité**

IncaMail est la solution de la Poste pour envoyer aux destinataires souhaités des documents confidentiels, tels que des contrats ou des données personnelles, de manière chiffrée et traçable. Il suffit de l'installer directement à partir du client de messagerie habituel ou du logiciel de gestion: sa mise en place est rapide et son utilisation simple. En outre, IncaMail se conforme à toutes les dispositions en matière de protection des données.

+ poste.ch/incamail

**Numérisation du secteur de la santé**

La Poste est convaincue de l'utilité du dossier électronique du patient (DEP) en tant qu'élément central de la numérisation du secteur de la santé. Aujourd'hui déjà, six fournisseurs du dossier électronique du patient, ou communautés de référence, issus de toutes les régions linguistiques du pays misent sur la Poste en tant que partenaire technologique.

+ dossierpatient.ch

**La cybersécurité sous haute surveillance**

S'il est difficile de prévenir les cyberattaques, il est en revanche possible d'éviter les dommages: pour cela, il est essentiel de réagir vite. Les services des spécialistes de la cybersécurité de la Poste s'assurent que les menaces dirigées contre l'infrastructure informatique des entreprises et des administrations sont détectées et signalées dans les plus brefs délais – afin de prendre les mesures adéquates à temps.

+ hacknowledge.ch

+ terreactive.ch

**Enregistrement et partage de fichiers en toute sécurité**

Qu'il s'agisse de communiquer, de transférer des données ou de collaborer dans le cloud, la collaboration numérique est rapide, efficace et pratique. Or, le contexte commercial implique souvent des informations sensibles et le respect de prescriptions légales strictes. En tant que spécialiste de la sécurité des données, la Poste propose des solutions simples et fiables pour le transfert de données, la collaboration et le stockage, qui se prêtent tout particulièrement aux administrations.

+ tresorit.ch

**Identité numérique digne de confiance**

De nombreuses offres en ligne ne fonctionnent pas sans identification de la personne devant son écran. Avec le login SwissID, SwissSign inaugure la solution de connexion intersectorielle et offre d'autres solutions conviviales en matière de certificats, de signatures et d'authentification, qui s'intègrent parfaitement aux processus existants et aux systèmes informatiques.

+ swissid.ch

envoi est assujéti aux droits de douane ou s'il peut être exempté de redevances. Auprès des grands prestataires d'e-commerce, les robots sont en mesure de distinguer les différents types de demande, mais aussi de prendre des décisions, d'analyser des données, de suivre les envois et d'interagir avec les clientes et les clients: une solution d'automatisation qui réduit considérablement les délais d'exécution.

**Des robots employés dans la logistique hospitalière**

La Poste apporte son soutien logistique aux hôpitaux grâce à des robots: à l'hôpital Triemli de Zurich, quatre robots s'occupent de distribuer des consommables médicaux durant la nuit, de manière autonome, entre les 34 étages de l'établissement, tout en éliminant les consommables usagés. Capables de porter plus de 450 kg de marchandises, ils peuvent aussi se déplacer en toute autonomie jusqu'à une durée de 10 heures. Ils représentent un soutien indéniable pour le personnel médical qui peut se consacrer davantage aux soins des patients.



# Responsabilité

La Poste assume sa responsabilité entrepreneuriale en tenant compte de manière égale de trois dimensions: la réussite économique, le comportement écologique et l'engagement en faveur du bien commun et de la société. Le comportement écologique comporte de nombreuses facettes, en particulier dans une entreprise comme la Poste qui est présente sur des marchés très différents les uns des autres. Dans le domaine du climat et de l'énergie, la Poste améliore son efficacité énergétique et augmente la part des énergies renouvelables dans sa consommation énergétique. La Poste dans son ensemble, y compris sa chaîne de valeur, aura atteint l'objectif Zéro émission nette en 2040, en investissant dans la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et dans les technologies d'extraction de ses émissions résiduelles. Elle s'engage en faveur de l'application de conditions de travail équitables et de la mise en œuvre de mesures écologiques par ses fournisseurs. La Poste rend à la population de Suisse une part de ce qu'elle lui doit en encourageant des projets sociaux et culturels. Son engagement comme partenaire principal de Suisse Rando, par exemple, en témoigne.



## Rapport non financier

Publié en 2023 pour la première fois, le rapport non financier complète le rapport financier et le rapport annuel. Il met l'accent sur des aspects sociaux, sociétaux, écologiques, éthiques et de gouvernance.

→ [Rapport non financier 2023 \(PDF\)](#)



## Climat et énergie

# La Poste s'engage en faveur d'un futur durable

Assumant ses responsabilités à l'égard de la société, de l'environnement et de l'économie, la Poste met tout en œuvre pour atteindre d'ici 2040 l'objectif de zéro émission nette, à tous les niveaux, principalement au travers de mesures de réduction.

Comptant parmi les principales entreprises de transport et de logistique en Suisse, la Poste dispose d'un levier très puissant pour réduire les émissions de CO<sub>2</sub> et améliorer l'efficacité énergétique dans le cadre de la protection du climat. C'est du reste à cette fin qu'elle poursuit d'ambitieux objectifs climatiques et énergétiques: à compter de 2025, elle distribuera lettres et colis sans émissions de CO<sub>2</sub> dans les centres urbains de Zurich, Berne, Bâle et Genève. À partir de 2030, elle entend miser sur un fonctionnement interne entièrement carbone-neutre. Il s'agit notamment de passer à des modes de propulsion alternatifs, d'utiliser de l'électricité issue à 100% de sources d'énergies renouvelables suisses et d'abandonner la production de chaleur à partir de combustibles fossiles. À compter de 2040, l'ensemble de la chaîne de création de valeur et, donc, de l'entreprise n'occasionnera plus aucune émission nette. La Poste vise l'objectif ambitieux de zéro émission nette d'ici 2040. À partir de 2030, elle neutralisera les émissions résiduelles qui ne peuvent être évitées: en plus de ses activités de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>, elle se consacrera à l'extraction du CO<sub>2</sub> de l'atmosphère. Signe important de la mise en œuvre systématique des différentes activités, l'objectif climatique de la Poste, qui s'aligne sur les ambitions les plus élevées de la Science Based Targets initiative (SBTi), a été contrôlé et validé cette année.

## Exemplarité en matière de durabilité

«Le changement climatique est l'un des plus grands défis auquel est confrontée notre époque. Il est de notre responsabilité d'agir dès aujourd'hui», indique Christian Plüss, responsable Services de mobilité et délégué de la Direction du groupe à la durabilité, pour expliquer ce qui motive la Poste à réaliser ses objectifs climatiques et énergétiques. «À l'heure actuelle, nous mettons en œuvre diverses mesures qui visent la réduction efficace de nos émissions de CO<sub>2</sub>. Nous avons déjà réalisé

d'importants investissements à cet effet.» Par exemple dans l'infrastructure, indispensable pour le tri et la distribution durables des lettres et des colis; dans l'efficacité énergétique des centres de traitement, dotés de grandes installations photovoltaïques sur les toits, ou encore dans un parc de véhicules respectueux du climat. Outre les quelque 6900 scooters électriques pour la distribution des lettres et des colis, les véhicules de livraison à propulsion électrique sont toujours plus nombreux. À eux seuls, ses véhicules électriques permettent à la Poste d'éviter chaque année l'émission de près de 9700 tonnes de CO<sub>2</sub>.

Les lignes de car postal passent elles aussi progressivement à la mobilité électrique: d'ici 2040, les quelque 2300 véhicules de la flotte devront sillonner les routes de Suisse sans énergie fossile.

## Envoi «pro clima»

Dans le cadre de l'envoi «pro clima», les émissions de CO<sub>2</sub> sont compensées à 100% pour l'ensemble des lettres et colis acheminés par la Poste. La compensation du CO<sub>2</sub> s'effectue via des projets de protection du climat de haute qualité, en Suisse et à l'étranger.

## Faits et chiffres

## 2025

À partir de 2025, la distribution des lettres et colis dans les centres urbains sera électrique.

## 2030

La Poste mise sur un fonctionnement interne entièrement carbone-neutre à partir de 2030.

## 2040

À partir de 2040, la Poste et toute sa chaîne de création de valeur atteindront le zéro émission nette.

## SBTi

La Science Based Targets initiative a validé l'objectif climatique de la Poste.

## i

## Tripler la production interne d'énergie solaire

Toits, façades et surfaces de circulation libres: la Poste utilise les surfaces appropriées, sur et près de ses bâtiments, pour aménager de nouvelles installations photovoltaïques. Alors qu'aujourd'hui, les 34 installations existantes produisent un peu plus de 11 mégawatts-crête (MwC), leur puissance passera à 30 MwC après cet aménagement. Cette énergie solaire permet de couvrir les besoins en électricité de 6666 ménages une année durant. En investis-

sant au cours des prochaines années près de 40 millions de francs dans l'aménagement de nouvelles installations photovoltaïques, la Poste soutiendra l'électrification de sa flotte, tout en accroissant son indépendance énergétique. La troisième plus grande installation solaire de la Poste, d'une surface de 7540 m<sup>2</sup>, est actuellement réalisée sur le toit du centre logistique de stockage, à Villmergen.

**Neutralisation du CO<sub>2</sub>**

# Extraire les émissions résiduelles de l'atmosphère

Ce que la Poste ne parviendra pas encore à éviter à partir de 2030 sera neutralisé, autrement dit extrait de l'atmosphère et stocké. Deux méthodes naturelles sont actuellement au centre de son attention: la production de charbon végétal et la gestion durable des forêts.



La Poste entend réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> de 90%, notamment en électrifiant sa flotte. Mais qu'en est-il des quelque 10% d'émissions résiduelles? La Poste prévoit de les extraire de l'atmosphère à partir de 2030. Elle a fondé la société Poste CDR SA (Carbon Dioxide Removal) en lui confiant la mission de développer des méthodes et des mesures d'extraction et de stockage durable des émissions résiduelles qu'elle occasionne.

**Le charbon végétal fait avancer la Poste**

Le charbon végétal, utilisé par exemple comme additif pour le béton sans impact pour le climat, s'avérant être un excellent puits de carbone, la Poste soutient le développement d'un projet de production à Maienfeld (GR): la société Inkoh AG y produit du charbon végétal à partir de résidus de bois forestiers non traités provenant de Suisse, au moyen d'un procédé de pyrolyse.

**Une gestion durable des forêts**

Les forêts extraient elles aussi le CO<sub>2</sub> de l'atmosphère, en particulier si leur exploitation est durable. Pour que le carbone fixé dans le bois soit stocké durablement, il faut que le bois coupé soit utilisé durablement, par exemple dans la construction. Afin de mettre en œuvre cette méthode, la Poste a acheté en Thuringe (Allemagne) une forêt de 2400 hectares.

«La production de charbon végétal et la gestion durable des forêts alliées à l'utilisation durable du bois sont de premières étapes importantes vers la neutralisation carbone», indique Philipp Mäder, directeur de CDR SA.

▶ [poste.ch/elimination-co2](https://poste.ch/elimination-co2)

**Achats**

## Assumer l'obligation de diligence

Véhicules de livraison, vêtements, papier ou stylos à bille: la Poste achète chaque année des marchandises et des prestations pour un montant de quelque 3 milliards de francs. Ses fournisseurs opèrent dans plus de 200 secteurs et 40 pays. Cette collaboration est basée sur le «code de conduite pour les fournisseurs relatif à l'approvisionnement responsable», que ceux-ci doivent accepter. Ils s'engagent ainsi à respecter les droits de l'homme, à interdire le travail des enfants, à payer des salaires équitables et à protéger l'environnement et le climat tout au long de la chaîne d'approvisionnement. La Poste a pu constater, lors d'un

contrôle circonstancié, que ses fournisseurs ne présentent aucun risque fondé lié au travail des enfants. Ce constat est notamment le fruit de l'engagement de longue date de la Poste dans le domaine de l'achat durable de pièces textiles, ce secteur renfermant des risques accrus. Membre de l'ONG indépendante Fair Wear Foundation, la Poste connaît particulièrement bien ses fournisseurs de vêtements. Dans d'autres groupes de marchandises, elle s'emploie à mieux connaître les chaînes d'approvisionnement et à réduire les risques en matière de protection des droits de l'homme.



**En optant pour des achats responsables, nous protégeons les individus et l'environnement.**

Alex Glanzmann  
Responsable Finances





## Randonnée

# Des sentiers qui relient les gens, pour des souvenirs inoubliables

Partenaire principal de Suisse Rando, la Poste soutient le sport le plus populaire en Suisse. Elle s'engage en faveur d'un réseau de sentiers de 65 000 kilomètres, unique en son genre. Son offre d'activités et d'expériences autour de la randonnée s'adresse principalement aux familles.

Où aller? Les mordus de randonnée trouvent sur le site web [poste.ch/randonner](https://poste.ch/randonner) des idées d'excursions, des événements pour toute la famille et des conseils pratiques, sans compter que la Poste publie chaque année une carte de randonnée contenant de nouveaux sentiers. Des guides à quatre pattes, Emma la marmotte ou Hans le bouquetin par exemple, aident les randonneurs à trouver des sentiers adaptés aux familles.

Le partenariat avec Suisse Rando existe depuis déjà 2017. «La couleur jaune n'est pas notre seul dénominateur commun», indique Melanie Schmid, responsable Live Communications, pour expliquer l'engagement de la Poste. «Au même titre que la Poste, les balises sur les sentiers de randonnée sont un symbole de l'identité suisse, elles incarnent la qualité et la fiabilité, par-delà les barrières linguistiques et les régions.»

### Un engagement varié

La Poste encourage en outre les projets dédiés à des chemins de randonnée tout particulièrement adaptés aux familles et qui n'auraient pas pu être réalisés sans aide financière. Ses collaboratrices et collaborateurs volontaires peuvent consacrer une journée de travail à l'entretien du réseau de

sentiers. La Poste participe par ailleurs à la passionnante série d'événements «Coop Rando Famille», riche d'énigmes et d'histoires. Enfin, elle veille à ce que les randonneurs arrivent à destination et en repartent: ses suggestions de randonnée sont accessibles facilement, en car postal.

## Engagements

### Locarno Film Festival

La Poste est sponsor du Locarno Film Festival depuis 22 ans. Dans ce cadre, elle soutient désormais le BaseCamp dédié aux jeunes artistes et réalisateurs. CarPostal, partenaire de transport, propose un service de navettes gratuit.

[+ poste.ch/locarno-festival](https://poste.ch/locarno-festival)

### Musée de la communication

Swisscom et la Poste sont les entités fondatrices du Musée de la communication, à Berne, dont le concept moderne attire des visiteuses et visiteurs de toute la Suisse. L'entrée est gratuite pour le personnel.

[+ poste.ch/sponsoring](https://poste.ch/sponsoring)

### 2 x Noël

Offrir à ceux qui sont démunis, telle est l'idée de «2 x Noël». Partenaire logistique de l'opération, la Poste a réceptionné 54 050 colis qu'elle a remis à la Croix-Rouge suisse pour leur distribution. Pendant deux jours, des collaboratrices et collaborateurs bénévoles de la Poste ont prêté main-forte à la CRS pour le tri.

[+ zweixweihnachten.post.ch/fr](https://zweixweihnachten.post.ch/fr)

### Opération Père Noël

Chaque année, la Poste reçoit plus de 30 000 lettres adressées au Père Noël. Une équipe composée de huit lutins de la Poste répond aux lettres des petits et des grands par un message affectueux.

[+ poste.ch/lettres-pere-noel](https://poste.ch/lettres-pere-noel)

---

## À propos du rapport

### Structure des documents

Le rapport 2023 de la Poste comprend les documents suivants:

- La Poste Suisse SA:
  - Rapport annuel 2023
  - Rapport financier 2023 (rapport annuel, gouvernance d'entreprise et comptes annuels du groupe, de La Poste Suisse SA et de PostFinance SA)
  - Rapport non financier 2023
- PostFinance SA:
  - Rapport de gestion 2023
  - Rapport sur les questions non financières 2023
  - Publication des fonds propres en vertu de l'importance systémique au 31 décembre 2023
  - Publication des fonds propres au 31 décembre 2023
  - Publication des risques financiers liés au climat pour l'exercice 2023

Ces documents peuvent être consultés en ligne et téléchargés à l'adresse

→ [rapportdegestion.poste.ch/telechargements](https://rapportdegestion.poste.ch/telechargements) ou sur → [postfinance.ch/rapport](https://postfinance.ch/rapport).

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 d'exemplaires imprimés

La version imprimée du rapport annuel et du rapport financier de la Poste peut être commandée à l'adresse → [poste.ch/commande-rapportdegestion](https://poste.ch/commande-rapportdegestion). Celle du rapport de gestion de PostFinance est disponible sur → [postfinance.ch/rapport-gestion](https://postfinance.ch/rapport-gestion). 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](https://poste.ch)

### Conception et gestion de projet

Deborah Paglialonga,  
Communication Poste, Berne  
Andreas Sturm, phorbis Communications SA, Bâle

### Texte

Rédaction Poste, Berne  
Sandra Schindler, Mareike Fischer, 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 de l'impression et du papier:

Le présent rapport a été imprimé sur du papier entièrement recyclé et sans azurant optique, certifié FSC®, avec compensation du CO<sub>2</sub> (→ [myclimate.org/01-24-220592](https://myclimate.org/01-24-220592)). Le papier BalancePure® porte le label écologique Ange Bleu (→ [blauer-engel.de](https://blauer-engel.de)), qui distingue les produits particulièrement respectueux de l'environnement, ainsi que le label écologique de l'Union européenne (→ [ecolabel.eu](https://ecolabel.eu)). Il est aussi certifié FSC® (→ [fsc.org](https://fsc.org)) et «Cradle to Cradle Certified Silver» (→ [c2ccertified.org](https://c2ccertified.org)).



imprimé en  
suisse

## Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

		2019	2020	2021	2022	2023
<b>Résultat</b>						
Produits d'exploitation	millions de CHF	7 168	6 548	6 877	6 859	7 279
réalisés sur le marché libre	% des produits d'exploitation	85,4	84,8	86,1	86,0	87,6
dont chiffre d'affaires réalisé à l'étranger <sup>1</sup>	% des produits d'exploitation	14,8	9,5	9,1	9,9	9,8
Résultat d'exploitation	millions de CHF	450	258	515	358	323
réalisé sur le marché libre	% du résultat d'exploitation	75,1	68,2	79,8	87,7	91,3
Bénéfice consolidé	millions de CHF	255	178	452	295	254
Fonds propres	millions de CHF	6 834	6 906	8 918	9 884	10 255
<b>Création de valeur</b>						
Valeur ajoutée de l'entreprise <sup>2</sup>	millions de CHF	-17	-125	-8	-96	-215
Valeur ajoutée	millions de CHF	4 616	4 180	4 376	4 296	4 279
distribuée au personnel	millions de CHF	3 764	3 529	3 448	3 496	3 516
distribuée aux bailleurs de fonds externes	millions de CHF	75	50	44	66	71
distribuée aux pouvoirs publics	millions de CHF	32	28	55	37	45
distribuée au propriétaire	millions de CHF	50	50	50	50	50
distribuée à l'entreprise	millions de CHF	695	523	779	647	597
<b>Emplois</b>						
Effectif (sans apprentis) <sup>3</sup>	unités de personnel	39 670	39 089	40 144	34 072	34 587
Apprentis Suisse	personnes	1 894	1 863	1 860	1 839	1 844
Emplois régions périphériques <sup>4</sup>	personnes	16 073	15 655	16 660	16 224	16 244
Taux de fluctuation (départs volontaires)	% de l'effectif moyen	5,1	4,1	5,0	6,2	6,4
Licenciements pour raisons économiques	unités de personnel	78	57	85	25	43
<b>Conditions d'engagement, salaires et indemnités</b>						
Engagement selon CCT Poste	% de l'effectif	79,6	79,6	80,3	81,0	80,3
Salaire minimal selon CCT Poste <sup>5</sup>	CHF par année	47 620	47 820	50 451	50 653	52 503
Salaire moyen du personnel	CHF par année	82 741	83 636	84 490	84 629	85 552
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe	CHF par année	582 289	575 822	583 501	575 349	576 393
Ecart salarial <sup>6</sup>	facteur	7,0	6,9	6,9	6,8	6,7
<b>Gestion de la santé</b>						
Accidents professionnels	nombre pour 100 unités de personnel	6,4	6,1	7,4	7,0	7,5
Jours d'absence pour raisons médicales <sup>7,8</sup>	jours par collaboratrice/collaborateur	13,3	13,3	7,7	9,4	9,8
<b>Diversité</b>						
Femmes	% de l'effectif	45,0	44,1	43,0	42,0	41,3
Nationalités représentées	nombre	140	142	143	147	141
Femmes au Conseil d'administration	%	33,3	33,3	33,3	40,0	44,4
Femmes à la Direction du groupe <sup>9</sup>	%	12,5	12,5	25,0	25,0	25,0
Femmes parmi les cadres supérieurs	%	17,1	19,8	21,6	22,6	24,2
Femmes parmi les cadres intermédiaires et inférieurs	%	23,8	22,3	22,8	21,8	22,3
<b>Démographie</b>						
Age moyen du personnel	années	46,1	46,0	45,8	45,8	46,1
<b>Utilisation des ressources<sup>10</sup></b>						
Consommation d'énergie	GWh	1 538	1 495	2 063	2 098	2 058
Consommation au sein de la Poste	GWh	875	850	1 092	1 085	1 060
de sources renouvelables	%	20,2	20,1	16,2	16,1	16,6
Consommation hors de la Poste	GWh	663	645	971	1 013	998
<b>Impact sur le climat (scopes 1 à 3)<sup>10</sup></b>						
Scopes 1 et 2 (propres activités)	tonnes d'équivalents CO <sub>2</sub>	191 014	185 794	249 034	247 987	241 221
Scope 3 (reste de la chaîne de création de valeur)	tonnes d'équivalents CO <sub>2</sub>	248 132	242 573	1 943 364	1 958 481	1 860 903

1 La définition du terme «étranger» correspond à l'annexe des comptes consolidés 2023, note 6.6 Informations géographiques.

2 La valeur ajoutée de l'entreprise intègre les coûts nets de l'obligation de service universel à hauteur de 268 millions de francs (2022: 260 millions; 2021: 257 millions; 2020: 231 millions; 2019: 281 millions). Pour une définition des coûts nets, voir le rapport financier en page 18.

3 Les valeurs jusqu'à et y compris l'année 2021 comprennent les effectifs de l'unité d'affaires vendue Swiss Post Solutions.

4 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 2019 à 2020 ne sont pas comparables avec celles de 2021 et de 2022.

5 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).

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

7 Le maintien de l'engagement de collaboratrices et de collaborateurs présentant une absence de longue durée est géré différemment selon la branche et l'entreprise. Afin d'assurer la comparabilité avec les données de l'Office fédéral de la statistique (OFS) et d'autres entreprises en Suisse, le présent calcul tient compte des absences jusqu'à six mois au maximum du personnel à temps plein.

8 Les valeurs de 2021 et 2022 ont été ajustées sur la base de la définition figurant dans la note 7. Les valeurs de 2019 et 2020 ne peuvent pas être comparées avec celles de 2021 à 2023.

9 Les valeurs de 2019 à 2022 ont été ajustées.

10 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 de 2021 et 2022 sont recalculées avec effet rétroactif en cas d'acquisitions ou de ventes de sociétés du groupe, ou en cas de modifications de la qualité des données. Les valeurs de 2019 et 2020 ne peuvent pas être comparées avec celles de 2021 à 2023.



071.44 fr (238268) 03.2024

La Poste Suisse SA  
Wankdorfallee 4  
Case postale  
3030 Berne  
Suisse

Téléphone +41 848 888 888  
[poste.ch](https://www.poste.ch)

