

LE PLAN STRATEGIQUE DU GROUPE

Les leviers de la croissance

Le Plan Stratégique **La Poste 2030, engagée pour vous** sera déployé autour de 3 dynamiques.

- Conforter le socle des activités historiques
- Accélérer le développement par les moteurs de croissance
- Préparer de nouveaux modèles pour la croissance de demain



Les missions de service public

L'accélération de la baisse de volume du courrier et le solde négatif du service universel postal mettent en évidence le déficit des missions de service public estimé pour 2020 à 1,6 milliards d'euros. Cette situation met en péril les activités historiques du Groupe et entrave son développement.

A la suite des rapports Chaise et Launey, commandités par le Sénat et le Gouvernement, une compensation au déficit du Service Universel de 500 millions d'euros sera versée par l'Etat. En contrepartie le Groupe doit travailler à une refonte tarifaire et revoir son offre pour plus de rentabilité.

Le J+1 est maintenu en synergie avec Chronopost.

Le J+2 sera accompagné d'une offre plus lente à J+3 à un tarif abordable permettant de rationaliser le coût du transport.

Sous réserve d'une qualité de service dans les attendus, appréciée par l'ARCEP, 20 millions d'euros supplémentaires pourraient être versés.

Le développement

Le développement du Groupe est porté par la diversification des services (ex. : la silver économie*), le e-commerce, la logistique, le numérique ou encore la bancassurance diversifiée et internationale.

La création d'une 5ème branche autonomie de la Sécurité sociale conduit à un renforcement des actions de l'Etat sur le volet santé de la silver économie*.

La Poste peut ainsi faire valoir son expertise au service des territoires dans le prévention de la santé, le repérage des fragilités, l'identification en matière d'aides sociales ou sanitaires, la prévention de la dépendance et le maintien de l'autonomie grâce à son réseau de facteurs au cœur du dispositif.

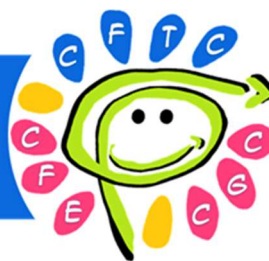
*ensemble de mesures sociales et économiques destinées aux personnes âgées de plus de 60 ans..



UN GROUPE...

DES ENTREPRISES...

TOUS POSTIERS !



La crise sanitaire ayant dopé les volumes et les résultats dans le domaine du e-commerce et de la logistique, le Groupe a l'ambition de renforcer ses parts de marché à l'international dans ces domaines, dès le démarrage du Plan Stratégique 2030 :

- **Acquisition à 100%** d'ESHOPWORLD par ASENDIA (Filiale du Groupe La Poste), société basée à Dublin, dont le chiffre d'affaires 2020 a atteint 900 millions d'euros.
- **Prise de participation majoritaire** au capital de SPEEDY (69,81%), acteur de référence sur le colis/express en Bulgarie et en Roumanie (CA : 135 millions d'euros).
- **Acquisition à 100%** de BK PHARMA et BK SNELTRANSPORT par DPD Pays-Bas (expert du transport en température contrôlée de produits alimentaires et pharmaceutiques).

La Banque Postale, quant à elle poursuit sa stratégie de développement à l'international :

- **Acquisition** de AVIVA Italie par CNP Assurance qui devient le 5ème assureur sur la vie en Italie.
- **CNP Assurances** a renouvelé pour 20 ans son accord de distributeur exclusif avec le réseau CAIXA ECONOMICA FEDERAL au Brésil.

Une transformation des modèles du Groupe

Ce premier semestre voit la création d'une **Branche Grand Public Numérique** (BGPN) qui unit les destins du Réseau, du Numérique et du volet commercial Grand Public de la BSCC.

Outre un nouvel organigramme, avec un comité exécutif national et un comité exécutif territorial et digital, cette branche disposera de son propre compte de résultat qui permet de mesurer la création de valeur sur le Grand Public.

La BGPN portera le chiffre d'affaires Grand Public SCC et celui du Numérique.

La Banque Postale, à qui le coût du Réseau est refacturé, continue de porter le Produit Net Bancaire.

3 axes pour une coordination à 100% autour du client :

- Tirer toute la puissance du digital
- Incarner la coopération au sein du Groupe
- Créer une vraie politique de segmentation qui parte des usages clients.

Pour un objectif : faire de la BGPN la vitrine du Groupe La Poste.

Pour accompagner cette ambition, un programme d'investissements prévoit l'amélioration des conditions de travail des postiers et d'accueil des clients, par la mise à niveau de l'équipement informatique (PC, Smarteo), le traitement des irritants (pannes, process inadaptés) via le plan Colibri, l'amélioration continue des process SI avant une refonte totale et une rénovation de chaque bureau au moins tous les 10 ans.



UN GROUPE...

DES ENTREPRISES...

TOUS POSTIERS !