



### PASSAGE DE TEMOIN

Le protocole d'accord entre la CFTC et la CFE-CGC, établi dans le cadre de la liste commune aux élections du Conseil d'Administration, a prévu un mandat partagé.

Aujourd'hui, nous voici à mi-mandat et Florence FIMBEL (CFTC) a démissionné le 28 juillet au profit de Ruben DA ROCHA (CFE-CGC) pour siéger en tant qu'Administrateur salarié au Conseil d'Administration jusqu'à fin décembre 2025.



### UN ENVIRONNEMENT MACRO-ÉCONOMIQUE CHAHUTÉ

...QUI IMPACTE L'ÉVOLUTION DU GROUPE.

Le Groupe LA POSTE subit actuellement un 5<sup>e</sup> choc stratégique et des ruptures qui le ralentissent. Après la baisse du Courrier, la concurrence d'Amazon, les taux d'intérêts négatifs, la crise Covid, la guerre en Ukraine et l'inflation, le Groupe LA POSTE montre que sa stratégie basée sur la diversification en fait un modèle solide et résilient.

L'inflation qui perdure avec une montée des taux très rapide, ne profite pas à LA POSTE en raison du taux du livret A et du coût des crédits en cours. Autant de chocs macro-économiques qui génèrent des conséquences sur nos inducteurs d'activité (courrier, colis, réseau et banque). A ceci s'ajoute des événements défavorables comme la baisse du chiffre d'affaires de MEDIAPOST (Oui-Pub -80M€ en 2023), GEOPOST en perte pour la 1<sup>ère</sup> fois de son histoire (stagnation du colis, inflation, concurrence exacerbée) ou encore la réforme des retraites (+370M€ pour les dispositifs de fin de carrière).

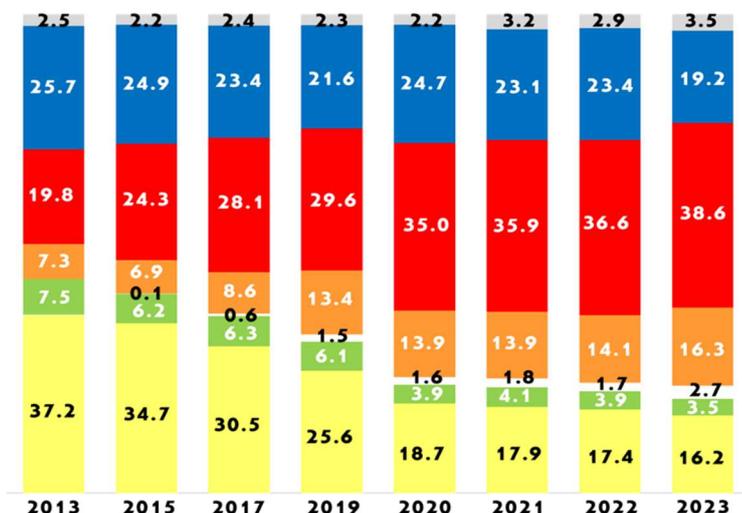
Pour une croissance rentable, le plan stratégique s'inscrit autour de 4 dynamiques :

- Défense du socle historique (courrier – réseau – missions de service public)
- Accélération des moteurs de croissance (logistique et bancassurance)
- Construction de la croissance de demain (confiance numérique et services de proximité)
- Exigence de rentabilité (baisse des charges et rationalisation)

### UN MODELE MULTI-ACTIVITES AU CŒUR DE LA STRATEGIE

Poids relatif du chiffre d'affaires de chaque secteur d'activité

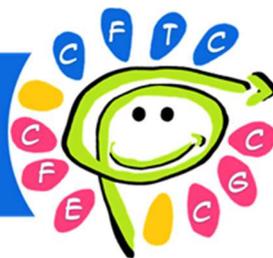
|  |  |
|--|--|
| Numérique et autres                        |  |
| Services financiers                        |  |
| Express international                      |  |
| Colis, logistique et PPI                   |  |
| Nouveaux services de proximité             |  |
| Média et publicités                        |  |
| Courrier traditionnel et services associés |  |



UN GROUPE...

DES ENTREPRISES...

TOUS POSTIERS !



### OUI-PUB = NON-SENS ?

L'EXPERIMENTATION DE OUI-PUB, L'INFLATION SUR LE PRIX DU PAPIER ET LA TRANSITION ENVIRONNEMENTALE IMPOSENT A MEDIAPOST UNE PROFONDE MUTATION DE SA STRATEGIE OMNICANAL.

C'est un non-sens d'affirmer que l'imprimé publicitaire est moins vertueux écologiquement que le digital ! L'analyse du cycle de vie d'un imprimé, réalisé en 2020 par QUANTIS, montre que celui-ci a un impact environnemental moindre que son équivalent 100% digital.

**Informez-vous et scannez ce QR Code pour les détails de l'étude réalisée par Quantis !**



Les grands acteurs de la distribution alimentaire et spécialisée ont annoncé une réduction drastique de l'utilisation de l'imprimé publicitaire en 2023, ce qui a pour effet une diminution de moitié des volumes et une perte de 80M€ de chiffre d'affaires.

### Coup dur pour les Médiapostiers qui subiront une accélération du transfert de zone de distribution de l'imprimé publicitaire aux facteurs !

C'est donc près de 900 personnes concernées et accompagnées en mobilité interne au sein de MEDIAPOST, de la BSCC ou encore du Groupe (COLISSIMO, CHRONOPOST...)

**L'impact économique et social doit être chiffré.** Ce sera l'objectif d'un rapport d'évaluation remis au Parlement à l'automne 2024 qui devra prendre en considération l'ensemble des impacts d'une communication numérique comparativement à une communication papier.

En attendant, MEDIAPOST prépare son avenir avec plusieurs hypothèses : désengagement du Marché, faillite d'une concurrence confrontée aux mêmes difficultés, décision gouvernementale d'instaurer le Oui-Pub ou encore résistance de certains annonceurs.



### DEPART DE PHILIPPE HEIM APRES 3 ANS A LA TETE DE LBP



LE GROUPE LA POSTE A ANNONCE LE 2 AOUT, LE DEPART DE PHILIPPE HEIM, PRESIDENT DU DIRECTOIRE DE LA BANQUE POSTALE.

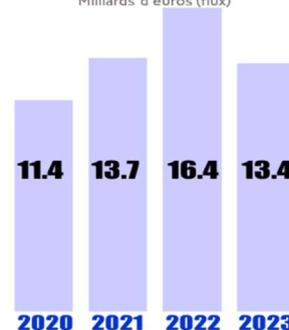
Son départ coïncide avec le jour de publication des résultats du premier semestre 2023 du Groupe La Poste. La Banque Postale fait état d'un bénéfice net en hausse de 44 % au premier semestre, dopé par CNP Assurance. Le produit net bancaire a pour sa part, grimpé de 23,1 %. Toutefois la Banque de détail a connu

un premier semestre difficile avec des résultats affectés par la hausse des taux de l'épargne réglementée (Livret A) et la pression sur les marges de crédit liée à l'application du taux d'usure.

L'activité de la Banque de financement et d'investissement, dédiée aux grands groupes, institutions et collectivités locales, a également souffert sur la période, avec un résultat net divisé par deux, à 99M€. Enfin, La Banque Postale est arrivée en dernière position du test de résistance mené par l'Autorité Bancaire Européenne et la Banque Centrale Européenne.

Stéphane DEDEYAN, directeur de CNP Assurances, filiale de La Banque Postale assurera l'intérim jusqu'à la désignation du nouveau président par le Conseil de surveillance (à noter que la nomination du futur PDG de La Banque Postale est désormais soumise à l'approbation de la Banque Centrale Européenne).

Production de crédit aux particuliers LBP  
Milliards d'euros (flux)



UN GROUPE...

DES ENTREPRISES...

TOUS POSTIERS !