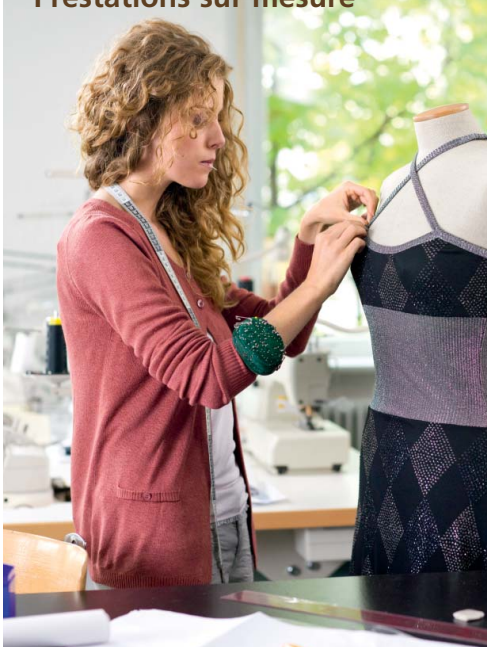


Mieux accompagné



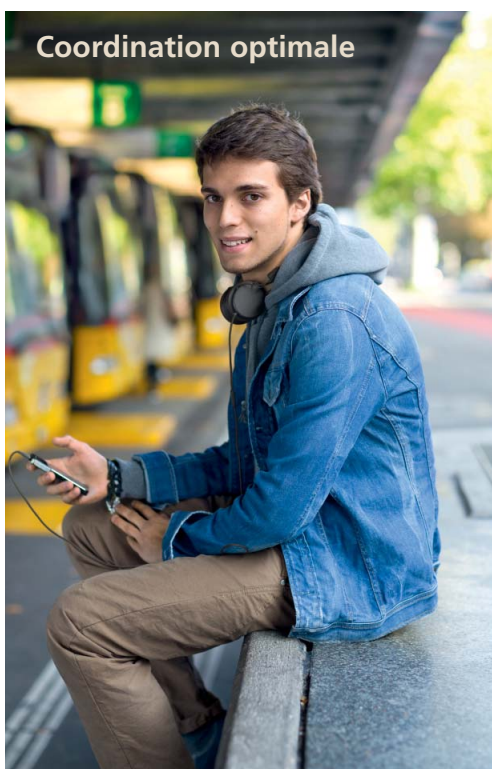
Prestations sur mesure



Solutions complètes



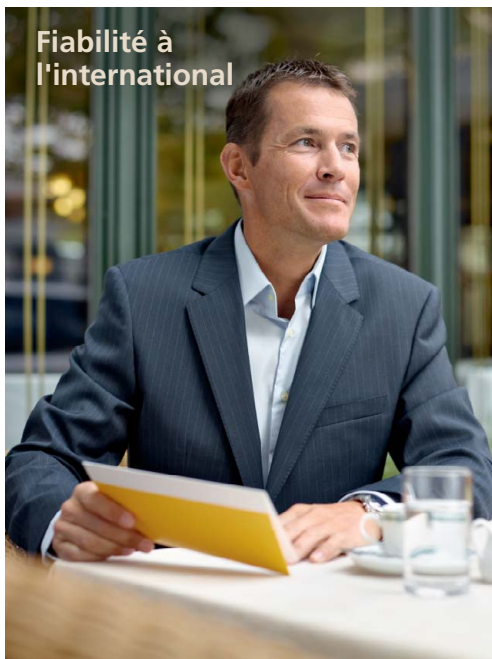
Coordination optimale



Plus d'impact



Fiabilité à l'international



## Des offres de premier ordre pour notre clientèle

Rapport de gestion 2011

**LA POSTE** 

# Nous transportons personnes, biens, argent et informations – de façon fiable, valorisante et durable

## Groupe

### Domaines d'activité

- **Marché de la communication** Lettres, journaux, envois publicitaires, solutions d'information et gestion des données en Suisse, dans la zone transfrontalière et à l'international
- **Marché de la logistique** Colis, exprès et solutions logistiques en Suisse et dans la zone transfrontalière
- **Marché des services financiers grand public** Paiements, dépôt, placements, prévoyance, financement en Suisse et trafic des paiements international
- **Marché des transports publics** Lignes régionales, locales et dans les agglomérations ainsi que gestion de systèmes en Suisse et, ponctuellement, à l'étranger

### Nos résultats en 2011

Indicateur		2011	Objectifs stratégiques
Produits d'exploitation	Millions de CHF	8 599	–
Bénéfice consolidé	Millions de CHF	904	700–800
Fonds propres	Millions de CHF	4 879	–
Degré d'autofinancement des investissements	%	100	–
<span style="color: red;">➤</span> Lettres adressées	Quantité en millions	2 334	–
<span style="color: orange;">➤</span> Colis	Quantité en millions	107	–
<span style="color: cyan;">➤</span> Fonds moyens des clients	Milliards de CHF	88,1	–
<span style="color: green;">➤</span> Nbre de voyageurs de CarPostal	En millions	124	–
Satisfaction de la clientèle	Indice (0 à 100)	79	≥ 75
Effectif	Postes à plein temps	44 348	–
Engagement du personnel	Indice (0 à 100)	83	> 80
Réduction annuelle du CO <sub>2</sub>	Equivalent t CO <sub>2</sub>	3 115	– 15 000*

\* Fin 2013

### Organisation



\* Membre de la Direction du groupe

### Marques



## Marchés et segments<sup>1</sup>

### Marché de la communication

**PostMail** est chargée de la collecte, du tri et de la distribution de lettres, de journaux et d'envois publicitaires destinés à tous les clients en Suisse. Des prestations électroniques complètent son offre.

Indicateur		2011	Informations concernant PostMail	Page
Produits d'exploitation	Millions de CHF	2 575	Qualité de distribution	4
Résultat d'exploitation	Millions de CHF	210	Indice du prix des lettres	5
Lettres adressées			Entretien avec Ulrich Hurni   Courrier intelligent	16
Clientèle commerciale	En millions	1 969	MyNewspaper   Swiss Post Box	19
Envois non adressés	En millions	1 257	Scooters électriques	37
Journaux	En millions	1 342	«Expédition pro clima »	40
Effectif	Postes à plein temps	16 908		

**Swiss Post International** est chargée des activités d'importation et d'exportation de la Suisse et achemine des lettres ainsi que des marchandises de petite taille dans 16 autres pays d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie.

Indicateur		2011	Informations concernant Swiss Post International	Page
Produits d'exploitation	Millions de CHF	780	Dédouanement simplifié	17
Résultat d'exploitation	Millions de CHF	51	Holiday-Infoshop   Publication consacrée aux vacances	20
Lettres, importation et exportation	Millions d'envois	267	goCommerce	21
Colis, importation et exportation	Millions d'envois	4		
Effectif	Postes à plein temps	1 204		

**Swiss Post Solutions** assure et traite les processus de gestion des documents pour notre clientèle commerciale, propose des solutions dialogue et sert d'interface entre les prestations physiques et électroniques.

Indicateur		2011	Informations concernant Swiss Post Solutions	Page
Produits d'exploitation	Millions de CHF	549	Entretien avec Frank Marthaler   ePost Product House	18
Suisse	Millions de CHF	204	Post SuisseID	19
Etranger	Millions de CHF	345	Des solutions complètes pour la Deutsche Bahn	21
Résultat d'exploitation	Millions de CHF	11	Dossier patient électronique   Recensement	32
Domaine d'activité	Nombre de pays	16	Commerce électronique	33
Effectif	Postes à plein temps	6 407		

**Réseau postal et vente** propose aux PME et à la clientèle privée des produits, des services et des conseils personnalisés. Offrant 3600 points d'accès, l'unité est présente dans toute la Suisse (1851 offices de poste, 427 agences, 1226 services à domicile, etc.)

Indicateur		2011	Informations concernant Réseau postal et vente	Page
Produits d'exploitation	Millions de CHF	1 706	Délais d'attente courts	5
Résultat d'exploitation	Millions de CHF	-151	Offensive qualité en 2011   Office de poste ultramoderne	17
Points d'accès	Quantité	3 607	Entretien avec Patrick Salamin   Nouveaux formats	30
Lettres Clientèle privée	En millions	365		
Colis Clientèle privée	En millions	10		
Versements	En millions	189		
Effectif	Postes à plein temps	6 827		

### Marché de la logistique

**PostLogistics** propose à la clientèle commerciale des solutions logistiques standardisées et sur mesure pour l'expédition de colis, d'envois exprès et du service de coursier, ainsi que pour le transport de marchandises et la gestion des stocks.

Indicateur		2011	Informations concernant PostLogistics	Page
Produits d'exploitation	Millions de CHF	1 439	Qualité de distribution	4
Résultat d'exploitation	Millions de CHF	151	Indice du prix des colis	5
Colis Clientèle commerciale	En millions	97	Coca-Cola   Recycling at home	20
Envois exprès	En millions	2,6	SecureCube	21
Effectif	Postes à plein temps	5 345	Entretien avec Dieter Bambauer	36
			Eco-Drive	39
			eShare	40

### Marché des services financiers grand public

**PostFinance** permet à ses clients de gérer leurs finances de façon autonome, grâce à des produits et services de paiement, de dépôt, de placement, de prévoyance et de financement simples, clairs et abordables.

Indicateur		2011	Informations concernant PostFinance	Page
Produits d'exploitation	Millions de CHF	2 451	Office de poste ultramoderne	17
Résultat d'exploitation	Millions de CHF	591	PostFinance Mobile App	18
Comptes clients	Quantité	4 211 627	Paiement par mobile	19
Afflux de nouveaux capitaux	Millions de CHF	8 185	Financement public	32
Fonds moyens des clients	Milliards de CHF	88,1		
Effectif	Postes à plein temps	3 425		

### Marché des transports publics

**CarPostal** gère en Suisse un réseau de 812 lignes s'étendant sur 11 102 kilomètres et incluant 14 356 arrêts. L'entreprise, leader sur le marché du transport régional de voyageurs, a encore étendu son offre dans les villes et les agglomérations.

Indicateur		2011	Informations concernant CarPostal	Page
Produits d'exploitation	Millions de CHF	719	Horaires en temps réel   WiFi gratuit à bord des cars postaux	19
Résultat d'exploitation	Millions de CHF	33	Rôle joué par CarPostal dans les transports publics	31
Nombre de voyageurs en Suisse	En millions	124,3	Entretien avec Daniel Landolf	39
Prestation annuelle	Millions de km	104,3	Eco-Drive   Car postal à pile à combustible et car postal hybride	39
Véhicules	Quantité	2 145	PubliBike	40
Effectif	Postes à plein temps	2 067		

<sup>1</sup> La Poste Suisse et La Poste française prévoient de regrouper leurs activités transfrontalières dans le domaine de l'acheminement du courrier. Sous réserve de l'obtention des autorisations nécessaires, la coentreprise pourrait démarrer ses activités courant 2012. A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012, les services de coursier, les envois exprès et l'acheminement de colis assurés par SPI seront affectés à PostLogistics. Le domaine du courrier sera quant à lui pris en charge par PostMail.

# Nous transportons personnes, biens, argent et informations

Telle est la vision concrétisée par l'ensemble de l'entreprise. Nous nous fondons pour cela sur notre cœur de métier, grâce auquel notre entreprise a prospéré. Nous entendons demeurer performants dans ce domaine, tout en nous améliorant sans cesse.

La Poste Suisse est confrontée à des défis très divers. Les marchés, les technologies et la société évoluent en permanence et en profondeur.

Certes, ces mutations sont associées à des risques, mais elles représentent également nombre d'opportunités à saisir, que ce soit sur les marchés de la **communication**, des **services financiers grand public**, de la **logistique** ou des **transports publics**.

## Sommaire

- 2 **La lettre de Peter Hasler et Jürg Bücher**
- 4 **Des offres de premier ordre pour notre clientèle**  
Entretien avec Jürg Bucher
- 10 **Résultats positifs dans un contexte exigeant**  
Résultat du groupe  
Contexte  
Stratégie  
Résultats des segments  
Perspectives
- 16 **Qualité et innovation – aujourd'hui et demain**
- 24 **Un employeur apprécié et responsable**
- 30 **Pour une Suisse performante**
- 36 **La protection du climat en ligne de mire**
- 44 **Corporate Governance:  
une direction responsable et transparente**
- 54 **Informations détaillées**
- 55 **Comparaison des chiffres clés sur cinq ans**

Le présent rapport de gestion est complété par un **rapport financier** séparé (rapport de situation et comptes annuels), par des **données chiffrées** détaillées ainsi que par un **index GRI**. Vous trouverez les sources des informations fournies en page 54.



### Contenus complémentaires

Ce symbole indique que la version numérique de la page est accessible sur smartphone. Photographiez une page entière à l'aide de la **Post-App** gratuite pour iPhone et Android (**fonction de réalité augmentée**). L'application reconnaît la page et affiche des informations complémentaires telles que des films ou des documents PDF.

Nous avons tous **des exigences** dans certains domaines, que ce soit dans le cadre professionnel, familial ou en déplacement. Nous avons choisi d'illustrer la conception de la **qualité** selon notre **clientèle** à travers 6 situations de la vie courante. Nous donnons vie à cette conception à travers nos **offres de premier ordre**.



Plus  
d'impact

**Les lettres** bénéficient de plus d'attention et ont plus d'impact que les supports de communication électroniques. → Page **9**



Mieux  
accompagné

PostFinance est le premier choix pour les clientes et les clients qui gèrent leurs **finances** de façon autonome. → Page **15**



Prestations  
sur mesure

Nous développons notre **réseau** de points d'accès en permanence et sommes proches de nos clients. → Page **23**



Solutions  
complètes

Numéro un de la **logistique**, la Poste a toujours la solution – du simple envoi aux prestations plus complexes. → Page **29**



Coordination  
optimale

Voyager en **car postal**, c'est l'assurance d'arriver à bon port et à l'heure en toute sécurité. → Page **35**



Fiabilité  
à l'international

A travers les **envois internationaux**, nous relient pays et continents. Nous resserrons également les liens entre **communication physique et numérique**. → Page **43**



**Jürg Bucher**

Directeur général, responsable PostFinance



**Peter Hasler**

Président du Conseil d'administration

«Nous misons sur la **qualité** et sur **l'innovation**. Nous sommes convaincus qu'il s'agit d'une stratégie payante, pour nos clients, pour la Suisse – et pour nous.»

La Poste Suisse  
Viktoriastrasse 21  
3030 Berne

www.poste.ch

A l'attention des lectrices et des lecteurs  
du rapport de gestion de la Poste

Date 15 mars 2012

### Rapport de gestion 2011

Madame, Monsieur,

Comme la plupart des gens, lorsque vous recevez une lettre, vous êtes impatients de savoir ce qu'elle contient. A l'ère du numérique, aucun autre support de communication ne présente un tel facteur émotionnel et ne permet de s'adresser aussi directement au destinataire. Pour maximiser l'impact de sa communication, la clientèle commerciale mise elle aussi sur la bonne vieille lettre. Pour en augmenter encore l'attrait, depuis septembre 2011, des heures de levée plus tardives s'appliquent à de nombreuses boîtes aux lettres couramment utilisées.

Le courrier électronique n'en reste pas moins une solution rapide et souple. Les e-mails et leurs pièces jointes peuvent ainsi être aisément archivés et gérés avec efficacité. Parce que nos clients communiquent à la fois par voie physique et électronique, nous leur proposons des solutions dialogue et documents leur permettant de relier ces deux univers de manière optimale. Avec le système de signature numérique Post SuisseID et IncaMail, un service sécurisé pour l'envoi de courrier électronique, nous offrons à nos clients des possibilités de communication sûres pour leurs activités d'e-business.

Numéro 1 de la logistique, la Poste a toujours la solution – du simple envoi aux prestations plus complexes. Nous livrons dans les délais, quand et là où vous le souhaitez. Avec e-logistics, vous pouvez en outre effectuer le suivi de vos envois, gérer l'expédition, importer des données dans vos systèmes, optimiser les délais de traitement et gagner en transparence tout en réduisant vos coûts.

PostFinance est le premier choix pour les clients désirant gérer leurs finances de façon autonome. Nos solutions électroniques complètes leur facilitent la tâche. Grâce à notre force d'innovation, nous faisons office de précurseurs dans le domaine du paiement par mobile. PostFinance Mobile App permet à nos clients de scanner leurs factures à l'aide de l'appareil photo de leur téléphone mobile et de valider directement le paiement. Difficile de faire plus simple!

Enfin, avec l'accès à Internet à bord des cars postaux, nous créons un nouveau standard pour les transports publics. Cette offre gratuite permet de répondre aux besoins d'information croissants des voyageurs. Pendant leur trajet, ils bénéficient d'une information en temps réel sur écran et via l'App CarPostal.

Nous misons sur la qualité et sur des innovations pratiques. Nous sommes convaincus qu'il s'agit d'une stratégie payante pour nos clients, pour la Suisse – et pour nous.



**Peter Hasler**  
Président du Conseil d'administration



**Jürg Bucher**  
Directeur général

Entretien avec Jürg Bucher

«Nous ne parvenons à séduire la clientèle qu'en lui proposant des **offres de premier ordre.**»



Monsieur Bucher, qu'est-ce pour vous que la qualité?

Me rendre à ma boîte aux lettres à 5h30 en sachant que je vais y trouver mes trois quotidiens, puis acheter du pain frais à la boulangerie à 6h00. Fournir chaque jour des prestations constantes en maintenant une qualité de service élevée.

—  
97,5% des lettres envoyées en courrier A sont distribuées dans les délais. Au niveau international, ce chiffre classe La Poste Suisse parmi les meilleurs prestataires de services postaux. Vous tenez néanmoins à continuer à améliorer la qualité de ces services. Pourquoi?

Dans un contexte où la concurrence ne cesse de s'intensifier, nous ne réussissons que si nous parvenons à séduire notre clientèle en lui proposant des offres de premier ordre. Par conséquent, nous voulons être encore plus à l'écoute de nos clients et leur offrir rien moins que le meilleur. Cela concerne la qualité des produits et des services proposés, la facilité d'accès à nos prestations, sans oublier une qualité de service hors pair, que ce soit avant ou après la vente.

—  
Proximité avec la clientèle, offres de premier ordre, qualité de service hors pair: quelle est la conception de la Poste en la matière?

Etre proches de nos clients signifie tout d'abord les connaître et identifier leurs besoins. Nous nous devons également d'être compétents et disponibles partout et à tout moment. Pour cela, nous disposons de 3600 points d'accès à nos produits et services ainsi que d'un service à la clientèle joignable par téléphone. L'accès en ligne joue un rôle de plus en plus décisif, que ce soit par ordinateur, via smartphone ou tablette PC.

## Des clients satisfaits

Les clientes et les clients de la Poste sont satisfaits. L'enquête menée en 2011 à l'échelle du groupe a débouché sur un indice de satisfaction élevé de 79 points (sur une échelle de 0 à 100 points).

## Des prestations fiables

97,5% du courrier A et 99,3% du courrier B arrivent à destination dans les délais. Pour les colis, ces valeurs s'établissent à 97,4% pour la catégorie PostPac Priority et à 97,7% pour la catégorie PostPac Economy.



## Des délais d'attente courts

En 2011, environ 96% des clients suisses ont attendu sept minutes ou moins avant d'être servis au guichet. Pour 99% d'entre eux, le délai d'attente n'a pas dépassé dix minutes.

Quel que soit le canal utilisé par nos clients, il s'agit de répondre à leurs besoins. Il convient donc de faire évoluer en permanence notre assortiment. Bien entendu, la qualité de nos produits et services ne doit pas faire défaut, et il ne faut pas négliger les critères environnementaux. Enfin, il s'agit également d'être proches de nos clients après la vente, de réagir rapidement aux demandes formulées et de traiter les réclamations avec sérieux – en tirant les enseignements qui s'imposent. Nous évoluons au gré des besoins de notre clientèle.

Concrètement, que fait la Poste pour offrir le meilleur à ses clients?

Depuis 2011, 93% du courrier déposé dans les boîtes aux lettres part après 17h, contre 68% auparavant. Le nombre de boîtes aux lettres levées à partir de 19h est passé de 148 à 469. Les boîtes aux lettres concernées se situent pour la plupart dans de grandes circonscriptions et régions, sur des sites plutôt fréquentés. Cela s'applique également aux 479 boîtes aux lettres levées le dimanche à partir de 17h. Par ailleurs, le nombre de points de retrait PickPost a été étendu en janvier 2012 de 360 à 725. Enfin, nos clientes et nos clients peuvent déposer jusqu'à 16h, dans plus de 200 offices de poste, leurs colis à distribuer le lendemain.

## Des prix avantageux

La clientèle de La Poste Suisse bénéficie de très bonnes prestations à des prix avantageux. Les indices du prix des lettres et des colis attestent que les prix de la Poste sont très avantageux en comparaison internationale. Pour la qualité de la distribution, la Poste fait aussi très bonne figure.

Ces mesures ont permis à la Poste de rendre les lettres et les colis plus attractifs. Qu'en est-il des autres unités?

CarPostal propose un accès gratuit à Internet sur tout le territoire et équipe progressivement ses véhicules. De plus en plus de services financiers peuvent par ailleurs désormais être traités par téléphone mobile. Nous proposons aux clients commerciaux des solutions d'aide à la gestion de leurs documents. Autre possibilité non négligeable: depuis 2011, nos clients peuvent joindre tous les offices de poste directement par téléphone via un seul et unique numéro. Les clients de PostFinance peuvent aussi scanner leurs factures via l'iApp, en utilisant l'appareil photo de leur téléphone mobile et, ainsi, valider directement pour paiement.

Comment ces mesures ont-elles été accueillies?

Nous avons eu beaucoup d'échos positifs sur les mesures mises en place. De nombreux articles de presse ont salué nos efforts, de même que l'Autorité de régulation postale dans son rapport d'activité, qui félicite la Poste pour son engagement. Toutefois, ce sont les clients qui donnent le ton. Or, plusieurs indicateurs indépendants démontrent que ces derniers sont très satisfaits de la Poste.

La qualité a un coût. La Poste investit chaque année des millions de francs supplémentaires. Où fixer la limite?

Ce sont nos clients qui déterminent la valeur de nos prestations. Le prix n'est cependant qu'un élément d'un tout. Ce tout comprend une offre qui doit répondre à leurs besoins, ainsi que des services complets. Il est clair que nous ne pouvons nous permettre aucun compromis sur la qualité. Nos clients ne seront prêts à payer le juste prix que s'ils sont satisfaits.

«Il est clair que nous ne pouvons nous permettre aucun compromis sur la qualité.»

## «Nos collaborateurs et collaboratrices incarnent le visage de la Poste et font notre réputation.»

Quel est le rôle joué par le personnel dans cette offensive axée sur les services?

Nos collaborateurs et collaboratrices incarnent le visage de la Poste et font notre réputation. Ils déterminent chacun des aspects de nos activités: proximité avec la clientèle, produits ou services. Ils accueillent nos clients et placent leurs besoins au cœur de leur action.

La qualité comprend toujours une large part de subjectivité. Comment la Poste aborde-t-elle la diversité des attentes?

En tant que prestataire de services grand public, nous sommes confrontés à un défi majeur: les attentes de notre clientèle sont de plus en plus spécifiques. Nous prenons toutes les demandes au sérieux, ce qui nous permet de réagir rapidement à l'évolution des besoins et d'élaborer de nouvelles offres. Cela implique aussi l'ajustement de notre assortiment et la suppression des services qui ne sont plus sollicités. Certains clients ressentent cela comme une diminution des prestations. En Suisse, les attentes en termes d'étendue et de qualité de l'offre sont très grandes. De nombreuses personnes ignorent cependant l'ampleur réelle de la prestation dont elles bénéficient. Il faut par ailleurs garder à l'esprit que nous avons très bien rempli notre mandat de desserte de base et lancé quantité de nouveaux produits et services au cours des dernières années.

## Des collaborateurs engagés

Les collaborateurs de la Poste se mobilisent pour leur entreprise et pour la clientèle. Selon la dernière enquête, l'engagement du personnel se maintient à 83 points sur 100, soit un niveau élevé. Cet indicateur se compose de facteurs tels que l'investissement dans le travail, l'identification et la rotation du personnel.

## Une protection concrète du climat

L'électricité utilisée pour fournir nos prestations provient entièrement de sources d'énergie renouvelables. Les surfaces extérieures des bâtiments d'exploitation seront bientôt équipées d'installations photovoltaïques. 150 véhicules rouleront au biogaz. A moyen terme, les 7500 scooters de la distribution seront électriques et silencieux. Ils utiliseront de l'électricité issue de sources d'énergie renouvelables produite dans le Jura.

La qualité environnementale des produits joue un rôle de plus en plus déterminant dans les décisions d'achat de nombreux consommateurs. Que leur propose la Poste?

De plus en plus de clients souhaitent en savoir plus sur notre action en faveur de l'environnement. Pour nous, la qualité implique aussi la notion de durabilité. En tant qu'entreprise logistique, la Poste consomme beaucoup d'énergie. La préservation des ressources est donc un aspect décisif. Un programme de mesures et d'investissement complet doit nous permettre de réduire de 15 000 tonnes nos émissions annuelles de CO<sub>2</sub> d'ici fin 2013. Avec le système «pro clima», nos clients peuvent d'ores et déjà compenser l'impact sur le climat engendré par le transport de leurs envois. A compter du 1<sup>er</sup> avril 2012, l'expédition de lettres en Suisse sera sans impact pour le climat. La Poste compensera alors pleinement les émissions de CO<sub>2</sub> liées au service intérieur.

«Pour nous, la qualité implique aussi la notion de durabilité.»



Qu'entreprendra la Poste à l'avenir pour améliorer sa qualité de service?

Nous prévoyons d'investir des dizaines de millions dans les années à venir afin d'offrir à notre clientèle une qualité de service encore supérieure et de continuer à améliorer l'accès à nos produits et à nos prestations. Nous allons lancer des offensives axées sur les services sur tous nos segments de marché, ceci afin d'optimiser encore la fiabilité de traitement et de distribution des envois, qu'une comparaison internationale situe déjà à un excellent niveau. Nous investissons en outre de plus en plus dans les technologies de pointe afin d'améliorer la qualité de distribution du courrier, ainsi que dans la formation de nos collaborateurs.

—  
Vous allez céder votre fauteuil de directeur général de la Poste cette année. La qualité restera-t-elle une préoccupation centrale pour votre successeur?

La Poste est synonyme de qualité. C'est notre atout sur le marché. Cela explique que nous suivions une stratégie axée sur la qualité depuis plusieurs années. Cela ne devrait pas changer.

«Nous prévoyons d'investir des dizaines de millions dans les années à venir afin d'offrir à notre clientèle une qualité de service encore supérieure.»



En tant que publicitaire, le défi majeur auquel je suis confrontée est de gagner la bataille pour obtenir un **bien rare: l'attention du consommateur**. Ce dernier étant actuellement surchargé d'informations et sur-sollicité, ce n'est pas chose aisée.

---

Des offres de premier ordre

---

**Les lettres** bénéficient de plus d'attention et ont beaucoup **plus d'impact** que les supports de communication électroniques, que ce soit **des envois publicitaires** ou de la **correspondance commerciale**.

---

Le traitement du courrier occupe, 24h/24, près de

19 000

collaborateurs et collaboratrices de la Poste, qui veillent chaque jour à ce que

15 mio.

d'envois arrivent dans les délais et attirent l'attention de millions d'individus.

---

Les études le montrent: plus de 70% des Suissesses et des Suisses souhaitent continuer à recevoir leurs factures par courrier.



[www.poste.ch/impact](http://www.poste.ch/impact)



# Résultats positifs dans un contexte exigeant

Les turbulences sur les marchés financiers et la force du franc suisse ont pesé sur l'économie du pays: les exportations ont baissé tandis que la demande intérieure finale a stagné. Malgré ce contexte exigeant, la Poste a tiré son épingle du jeu en 2011.

## NOS RÉSULTATS EN 2011

904 mio.

Le groupe dégage une nouvelle fois un **bénéfice consolidé** satisfaisant.

390 mio.

La **valeur ajoutée** de l'entreprise satisfait aux exigences du Conseil fédéral.

965 mio.

Un **cash-flow** de nouveau positif, atteignant 965 millions de francs.

100%

Des **investissements** intégralement autofinancés (429 millions de francs).

## RESULTAT CONSOLIDÉ

Malgré une conjoncture économique difficile, la Poste a quasiment égalé sa performance de l'exercice précédent avec un résultat d'exploitation de 908 millions de francs et un bénéfice consolidé de 904 millions.

En 2011, les produits d'exploitation ont atteint 8,599 milliards de francs (contre 8,736 milliards en 2010), ce qui correspond à une baisse de 1,6%. La hausse des produits des services financiers n'a

pas suffi à compenser le fléchissement du chiffre d'affaires net des prestations logistiques et des biens commercialisés.

Les charges d'exploitation (7,691 milliards de francs) ont baissé dans une proportion quasiment identique à celle des produits. La réduction des charges est essentiellement due à la compression des charges de personnel et d'exploitation, toutefois partiellement contrebalancée par la hausse des charges des services financiers.

En 2011, la Poste a de nouveau rempli les attentes du Conseil fédéral en dégageant une valeur ajoutée de 390 millions de francs, contre 452 millions en 2010, soit une régression de 14%. Ce recul s'explique par la baisse du résultat d'exploitation ajusté ainsi que par la hausse du coût du capital et du volume moyen de capitaux investis suite au relèvement des exigences en matière de fonds propres pour PostFinance.

EVOLUTION

## Des réactions variées

Les quatre marchés ont réagi différemment aux multiples défis.

Sur le **marché de la communication**, la Poste a ressenti le ralentissement de l'essor économique. L'activité courrier s'est bien portée. Par rapport à l'exercice précédent, le nombre de lettres adressées n'a enregistré qu'une faible baisse tandis que le volume de journaux distribués a diminué d'environ 2%. La demande de prestations du trafic des paiements au guichet a de nouveau chuté alors que le chiffre d'affaires des articles de marque non postaux a évolué favorablement. Swiss Post International a enregistré en Suisse un recul du volume du courrier à l'importation comme à l'exportation et du volume des colis uniquement à l'importation. Enfin, les produits de Swiss Post Solutions ont pâti de l'intégration de sa division Direct Mail dans une coentreprise créée avec la Poste autrichienne.

Le **marché de la logistique** est marqué depuis plusieurs années tant au niveau national qu'international par une concurrence et une pression sur les prix accrues. Les clients, très sensibles aux prix, sont également très exigeants en matière de qualité. En raison de l'évolution des exigences des clients, les secteurs d'activité coursier, envois exprès et colis

recourent toujours plus ceux de l'expédition classique. Un nombre croissant de clients logistiques souhaitent traiter avec un interlocuteur unique et bénéficié de solutions intégrales. Le volume des colis a diminué de 1,4%.

Sur le **marché des services financiers grand public**, PostFinance a enregistré un nouvel afflux de fonds de clients par rapport à 2010. L'établissement financier continue de jouir d'une grande confiance de la part des clients gérant eux-mêmes leurs finances et appréciant les offres simples et avantageuses. En 2011, les fonds moyens des clients s'élevaient à 88,1 milliards de francs, ce qui correspond à une progression de 9,7%.

Le **marché des transports publics** connaît une croissance continue. Mais la pression sur les prix va s'accroître du fait de la réduction des moyens débloqués par les pouvoirs publics en qualité de mandants. Le développement du système de transport public en Suisse nécessitera des investissements considérables dans les prochaines années. En 2011, CarPostal Suisse SA a transporté quelque 124 millions de voyageurs, soit +2,5% par rapport à 2010.



2334 millions  
de lettres adressées

distribuées par la Poste en 2011,  
soit 1,3% de moins qu'en 2010.



88,1 milliards  
de fonds de clients

confiés à PostFinance, soit environ 10%  
de plus qu'en 2010.



107 millions  
de colis

déposés à la Poste par des clients privés et  
commerciaux: un volume presque égal à  
celui de 2010.



124 millions  
de voyageurs

transportés par CarPostal en 2011:  
le marché ne cesse de croître

ENTRETIEN

Thomas Egger  
Responsable Finances ad interim



**Monsieur Egger, quelle est la situation financière de la Poste?**  
La Poste s'appuie sur des bases financières solides. Les quatre marchés sur lesquels elle déploie ses activités contribuent de façon positive à la valeur ajoutée générée par l'entreprise. En 2011, à l'instar des années précédentes, les objectifs financiers du propriétaire ont été remplis.

**A quels défis la Poste est-elle confrontée du point de vue financier?**

La Poste doit encore améliorer ses résultats sur les marchés de la communication et de la logistique afin de réduire sa dépendance du marché des services financiers. Avec la subordination de PostFinance à la FINMA, les exigences en termes de montant des fonds propres évoluent. Par conséquent, à l'avenir également, la Poste devra impérativement enregistrer des bénéfices substantiels pour pouvoir consolider ses fonds propres, assurer le financement de la caisse de pensions, autofinancer ses investissements et continuer à verser un dividende au propriétaire.

**Les tensions sur les marchés financiers ont-elles laissé des traces?**

Grâce à la politique de placement prudente de PostFinance, les répercussions ont jusqu'à présent pu être contenues et sont assez faibles. Les risques liés aux fluctuations de change n'impactent pas réellement la Poste, car les dépenses et les recettes en devises étrangères s'équilibrent plus ou moins.

# Objectifs stratégiques

La Poste Suisse se base sur six objectifs stratégiques pour définir ses priorités et les mesures à mettre en œuvre pour maîtriser les défis qui se posent dans le contexte actuel et atteindre les objectifs qui lui sont imposés.

Création de valeur ajoutée pour:

## LE PROPRIETAIRE



### Finances

...  
Bénéfice annuel de  
700 à 800 millions de francs



### Part de marché

...  
Leader du marché en Suisse:

## LES CLIENTS



### Satisfaction de la clientèle

...  
Au moins 75 points  
(échelle de 0 à 100)

## LA SUISSE



### Desserte de base

...  
Cadre réglementaire



### Développement durable

...  
-15 000 tonnes  
d'émissions annuelles de CO<sub>2</sub> d'ici fin 2013

## LES COLLABORATEURS

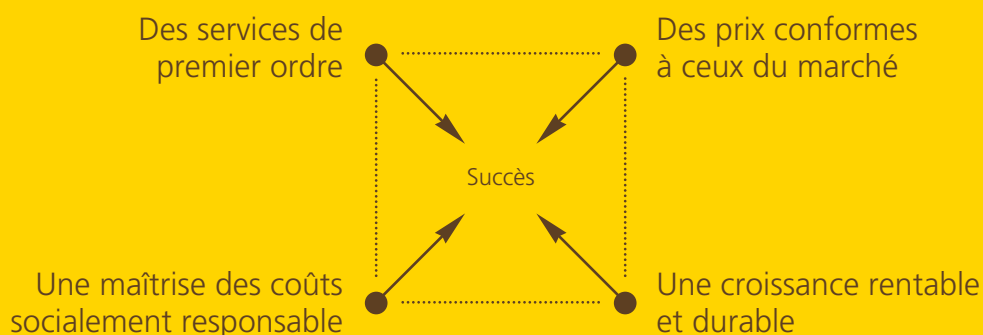


### Engagement du personnel

...  
Au moins 80 points  
(échelle de 0 à 100)

# Orientations stratégiques

La Poste Suisse souhaite tirer le meilleur parti des conditions-cadres existantes. Elle a défini quatre orientations pour réaliser ses objectifs stratégiques.



→ Pour des informations détaillées sur la stratégie, lire le rapport financier, p. 7



**RESULTATS DES SEGMENTS / MARCHES**

## Des résultats positifs sur les quatre marchés

Malgré un contexte exigeant, la Poste a obtenu de bons résultats sur tous les marchés.

Sur le **marché de la communication**, la Poste a enregistré un repli de ses produits d'exploitation de 4% environ, tandis que le résultat a chuté de 26 millions de francs. En dépit du léger recul des produits d'exploitation, PostMail a dégagé un résultat d'exploitation en hausse de 6%, essentiellement dû à l'amélioration de la productivité dans le traitement du courrier. Swiss Post International affiche un résultat en progression, tandis que les domaines International Mail et Courier, Express, Parcel ont connu une évolution positive. Swiss Post Solutions a enregistré une croissance organique corrigée des

taux de change de 7,2%. Parallèlement, son résultat d'exploitation a bondi de 57%. Réseau postal et vente a subi un recul du chiffre d'affaires généré par les versements et par les lettres et colis.

Sur le **marché de la logistique**, PostLogistics a dégagé des produits en baisse de 2,6% et un résultat d'exploitation, également en légère baisse, de 151 millions de francs. Ce fléchissement s'explique par un repli des volumes de colis ainsi que par l'augmentation des charges de personnel, elle-même due aux coûts des retraites anticipées et aux frais de personnel et de prévoyance de nouveaux collaborateurs. Par rapport à 2010, les charges des biens commercialisés et prestations de services ont diminué de 37 millions de francs, no-

tamment en raison de modifications du système de facturation sans impact sur le résultat.

Sur le **marché des services financiers grand public**, PostFinance a amélioré le résultat d'exploitation de 3,5%. Les opérations d'intérêts, de commissions et de prestations de services ont évolué positivement, contrairement aux versements dans les offices de poste. Les produits d'exploitation ont progressé de 2,3% pour atteindre 1,473 milliard de francs, tandis que les charges d'exploitation ont augmenté de 1,5%. Le développement de la vente a alourdi les charges de personnel.

Enfin, sur le **marché des transports publics**, le résultat de CarPostal affiche une croissance de 18% environ. Grâce à une nouvelle extension de l'offre et aux adaptations tarifaires de l'horaire 2011, les produits d'exploitation ont progressé de 17 millions de francs. Les charges d'exploitation ont augmenté de 12 millions de francs seulement.

Groupe   Résultats des segments/marchés Du 01.01 au 31.12.2011 avec variation par rapport à l'année précédente En millions de CHF, %	Produits d'exploitation		Résultat d'exploitation		Marge	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
<b>Marché de la communication</b>	4826	5017	121	147	2,5	2,9
PostMail	2575	2619	210	199	8,2	7,6
Swiss Post International	780	788	51	49	6,5	6,2
Swiss Post Solutions	549	665	11	7	2,0	1,1
Réseau postal et vente	1706	1769	-151	-108		
<b>Marché de la logistique</b>						
PostLogistics	1439	1478	151	164	10,5	11,1
<b>Marché des services financiers grand public</b>						
PostFinance	2451	2389	591	571		
<b>Marché des transports publics</b>						
CarPostal	719	702	33	28	4,6	4,0
<b>Autres<sup>5</sup></b>	945	968	12	20		
<b>Consolidation</b>	-2565	-2642				
	<b>8599</b>	<b>8736</b>	<b>908</b>	<b>930</b>		


**PERSPECTIVES**

Les perspectives mondiales de croissance sont moroses. En Suisse, si le taux plancher CHF/EUR a apporté une certaine sécurité de planification aux exportateurs, le franc fort continue de peser sur l'économie. En revanche, la faiblesse des taux d'intérêt et l'évolution des revenus réels devraient avoir des retombées positives.

Ces perspectives, jointes à l'intensification de la concurrence, à la persistance du phénomène de substitution, à l'optimisation de leurs envois par les clients commerciaux et à la nécessité de poursuivre la consolidation des fonds propres, ne font que renforcer la détermination de la Poste à poursuivre sa stratégie avec rigueur.

→ Pour des informations détaillées sur l'évolution de l'activité, lire le rapport financier, p. 14





On met tout son cœur dans un premier nid d'amour. Souvent, on fait les travaux de **rénovation soi-même**, excepté ceux de la cuisine et de la salle de bain, généralement confiés à des professionnels.

---

Des offres de premier ordre

---

PostFinance est le premier choix des clientes et des clients qui gèrent leurs finances **de façon autonome**. Nos produits et services de **paiement**, de **dépôt**, de placement, de prévoyance et de financement sont simples, clairs et abordables.

Plus de  
**2,5 mio.**

de clientes et de clients privés détiennent un **compte postal** et une **PostFinance Card**.

---

Nous sommes à la disposition de nos clients 24 heures sur 24 et leur prodiguons des conseils personnalisés dans les offices de poste, les filiales PostFinance ainsi que via nos conseillers et conseillères à la clientèle commerciale, la plate-forme e-finance et notre service à la clientèle.

---

Nous traitons nos clientes et nos clients  
**d'égal à égal.**

---

# Qualité et innovation – aujourd'hui et demain

Le monde est en pleine mutation: les solutions électroniques bouleversent nos modes de vie, de travail et de communication. La Poste suit la tendance et propose elle aussi de nouvelles solutions. Parallèlement, elle investit pour augmenter l'attrait de ses produits et services éprouvés. La lettre reste en effet le support privilégié pour une communication efficace.

## ENTRETIEN

Ulrich Hurni  
Responsable PostMail



Courrier  
intelligent

LETTER ID

Identification et suivi – avec Letter ID, la clientèle commerciale peut savoir gratuitement et à tout instant où se trouve une lettre précise de son envoi en nombre. Elle peut ainsi mieux planifier les étapes suivantes, notamment l'effectif du service à la clientèle.

L'identification univoque de l'envoi lui permet en outre de gérer les retours de façon souple par voie électronique.

## COURRIER

### L'impact fait la différence

En Suisse, la lettre jouit d'une grande popularité. C'est ce qui explique qu'elle est et reste le cœur de métier de La Poste Suisse. Ulrich Hurni, responsable PostMail, nous parle de la lettre, de ses atouts et de son avenir.

Monsieur Hurni, les études\* montrent que la lettre reste un support privilégié malgré la concurrence des médias électroniques. Comment expliquez-vous cela?

La lettre séduit par son impact. Elle offre de nombreuses possibilités pour susciter l'intérêt du destinataire et éveiller sa curiosité, que ce soit à travers le contenu, la présentation ou le matériau utilisé. De plus, la lettre est synonyme de crédibilité et perçue comme une marque d'engagement. Ces caractéristiques la rendent populaire aux yeux des destinataires et poussent de nombreux expéditeurs à la choisir.

Quels principaux enseignements la Poste tire-t-elle de ces études?

Les résultats indiquent que la lettre saura garder sa place dans le monde électronique. Les chiffres confirment ces résultats: en 2011, la Poste a distribué plus de 2,3 milliards de lettres adressées. La diminution des volumes s'est sensiblement ralenti l'an passé. La Poste est convaincue que l'acheminement du courrier restera une activité centrale et un pilier porteur de l'entreprise.

Quelles sont les mesures prises par la Poste pour faire en sorte que la lettre conserve le même attrait à l'avenir?

Nous continuons à investir dans la qualité de nos prestations et dans la modernisation du traitement du courrier. Par exemple, nous instaurons actuellement dans toute la Suisse le tri séquentiel, un système de tri mécanique consistant à ordonner les envois jusqu'à la boîte aux lettres. Une qualité et une efficacité accrues permettront de conserver le bon rapport qualité-prix de la lettre. Nous disposons en outre d'un grand savoir-faire en matière de marketing direct. Nous le transmettons à nos clients et les accompagnons via des solutions adaptées pour leurs envois publicitaires.

#### \* EXTRAITS DES DERNIERES ETUDES

**68%**

des Suissesses et des Suisses estiment que les entreprises dont ils reçoivent des courriers publicitaires sont sérieuses. Ils ne sont que 27% à penser de même pour les entreprises leur envoyant de la publicité par e-mail.

**71%**

des Suissesses et des Suisses, toutes classes d'âge confondues, souhaitent continuer à recevoir leurs factures par voie postale.



[www.poste.ch/impact](http://www.poste.ch/impact)



## SERVICES

# Des heures de levée plus tardives, un accès plus souple et un dédouanement plus avantageux

La Poste investit pour augmenter l'attrait de la lettre: en 2011, 93% des 400 millions de lettres déposées ont été levées au plus tôt à 17 h. De plus, 148 boîtes sont levées à 19 h (du lundi au vendredi) et 222 le dimanche à 17 h. «Cela représente une amélioration notable de nos prestations», déclare Heinz Brunner, responsable du projet Boîtes aux lettres de Réseau postal et vente. Qui plus est, les clients ont la possibilité de localiser la boîte aux lettres la plus proche sur [www.poste.ch](http://www.poste.ch) ou via la Post-App. La formation du personnel et le suivi électronique garantissent la fiabilité du traitement et de la distribution du courrier.

Dans plus de 200 offices de poste, les clients peuvent en outre désormais déposer jusqu'à 16 h leurs colis destinés à être distribués le

lendemain. Le nombre de points de retrait PickPost a passé à 365 en 2011. Les clients en déplacement la journée peuvent ainsi retirer leurs colis à l'endroit le plus pratique pour eux, comme une station-service ou une gare.

Le 1<sup>er</sup> mars 2012, la Poste simplifie sa procédure de dédouanement en accord avec le Surveillant des prix, ce qui se traduira par une baisse des prix, notamment pour l'importation directe de biens bon marché en provenance des pays voisins. Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2011, tous les envois entrant dans le pays via Swiss Post GLS et dont le montant de TVA et la taxe d'importation sont inférieurs à 5 fr. bénéficient d'une procédure de dédouanement gratuit.

## L'OFFICE DE POSTE LE PLUS MODERNE DE SUISSE

# Site postal intégré Horgen 1: tous les services sous le même toit

Vous voulez envoyer un colis à votre filleul pour son anniversaire? Ou vous voulez acheter un nouveau téléphone mobile? Ou établir une planification financière? A Horgen, un même site postal offre toutes ces possibilités. Il s'agit de l'office de poste le plus moderne de Suisse.

### Une offre complète qui séduit

Cet office de poste spacieux et clair est une vitrine de la Poste. Les clientes et les clients y vivent une expérience commerciale moderne: autour de l'espace d'attente central équipé de sièges confortables se répartissent des

présentoirs destinés au conseil bref relatif aux services financiers, quatre espaces-conseil PostFinance, six guichets ouverts et un Post-Shop proposant des articles de marque.

Une batterie de cases postales, un Postomat et un guichet réservé à la clientèle commerciale parachèvent cette offre postale complète, qui séduit les clients.

La Poste ouvrira deux autres sites postaux intégrés en 2012 à Martigny et à Köniz. Si ce nouveau modèle fait ses preuves, d'autres sites suivront.

## Offensive qualité 2011

### MESURES

Investissements dans la technique

...

Dédouanement simplifié

...

Plus de points de retrait PickPost

...

Des heures de levée et de dépôt plus tardives

...

Un personnel formé



## Spacieux et clair

...

A l'office de poste de Horgen 1, les clientes et les clients vivent une expérience commerciale particulière.

«Les habitants de Horgen sont ravis et répondent souvent favorablement aux offres de services financiers de PostFinance.»

Roman Horber, responsable Office de poste Horgen 1

## APPS

# Apps de la Poste: des applications intelligentes qui vous accompagnent partout

Faciles à utiliser, utiles, informatives et rapides - les applications de la Poste ont les réponses à de nombreuses questions. Elles séduisent d'ores et déjà près de 250 000 clientes et clients.

## Post-App – savoir où

Vous recherchez l'office de poste le plus proche, un Postomat ou un guichet CarPostal? Aucun problème: avec la Post-App, quelques secondes suffisent pour savoir comment s'y rendre. L'office de poste est-il ouvert jusqu'à 20 h? Les envois exprès peuvent-ils être déposés le dimanche? La Post-App vous fournit ces informations ainsi que d'autres renseignements utiles. Le suivi des envois permet en outre d'être informé de la progression de l'acheminement des lettres et des colis. Grâce à la liste des tarifs intégrée, les utilisateurs peuvent aussi connaître le prix d'un envoi à destination de la Suisse ou de l'étranger. «La clientèle apprécie le côté polyvalent de la Post-App. La preuve: elle a été téléchargée plus de 246 000 fois», déclare Philipp Leuthold, responsable du projet Médias électroniques.



[www.poste.ch/mobile](http://www.poste.ch/mobile)

## PostFinance Mobile App – savoir combien

Virements, vérification du solde des comptes, rechargement de crédit mobile ou consultation des cours de 15 places boursières: 80 000 clientes et clients utilisent la PostFinance Mobile App, quels que soient l'heure et l'endroit où ils se trouvent. «Le plus petit guichet PostFinance de Suisse tient dans la poche, vous accompagne partout et est ouvert 24 heures sur 24», ainsi Armin Brun, responsable Marché et distribution, décrit-il la PostFinance Mobile App. Avec e-finance, l'application permet même de réaliser directement des opérations financières (paiement de factures électroniques, p. ex.). La PostFinance Mobile App permet également d'effectuer des virements avec des bulletins de versement. Pour cela, il suffit de scanner ces derniers via la fonction Scan + Pay.



[www.postfinance.ch/app](http://www.postfinance.ch/app)

## ENTRETIEN

Frank Marthaler  
Responsable Swiss Post Solutions



### Quel rôle joue Swiss Post Solutions dans la stratégie de la Poste?

Nos clients communiquent de plus en plus par voie électronique. C'est pourquoi nous élaborons pour eux de nouvelles offres servant d'interface entre les univers physique et numérique.

### Que recouvrent ces offres?

On peut citer nos solutions dialogue et documents visant à accroître l'efficacité des processus commerciaux, mais aussi les offres de l'unité ePost Product House, créée en 2011, qui élabore des produits dans le domaine des services postaux électroniques, pour La Poste Suisse et pour d'autres entreprises postales à travers le monde.

### Pouvez-vous nous donner un exemple?

Nous avons élaboré la Swiss Post Box, actuellement commercialisée par PostMail et que nous avons vendue sous licence à l'étranger. D'autres produits sont en cours de conception.

## E-SERVICES

La Poste ambitionne de défier toute concurrence en matière d'innovation. Dans le domaine des e-services, elle a d'ores et déjà atteint son but. En 2011, elle s'est classée en tête du «Postal e-services development index»

de l'UPU. Cet indice compare l'évolution de 93 entreprises postales à travers le monde dans plusieurs domaines: courrier électronique, e-finance, e-commerce et e-government.

«La Poste continue à évoluer, grâce notamment à une gestion des innovations à l'échelle du groupe.»

Pierre-Yves Caboussat,  
responsable Gestion des innovations

## ePOST PRODUCT HOUSE

En 2011, la Poste a centralisé les compétences d'élaboration de solutions électroniques dans une nouvelle entité, ePost Product House: «L'objectif est de commercialiser les produits existants et les nouvelles solutions de manière rapide, compétente et efficace», précise Beat Christen, responsable ePost Product House. L'offre comprend l'identification électronique sécurisée et des solutions de communication pratiques (Post SuisseID, IncaMail et Swiss Post Box).

«Avec «MyNewspaper»,  
chacun décide de  
ce qu'il souhaite lire.»

Roland Glauser  
Responsable «MyNewspaper»



#### «MYNEWSPAPER»

## Le journal sur mesure

Vous souhaitez lire la page sport d'un journal et les informations économiques d'un autre? Avec «MyNewspaper», c'est possible: les abonnés sélectionnent leurs rubriques de prédilection dans un assortiment de publications nationales et internationales, et composent eux-mêmes leur journal suivant leurs centres d'intérêt. Dès le lendemain, la Poste leur livre les articles voulus au format papier ou électronique.



[www.poste.ch/mynewspaper](http://www.poste.ch/mynewspaper)

#### PAIEMENT PAR MOBILE

## Un sésame mobile

Qui ne s'est pas retrouvé sans le sou et affamé ou assoiffé devant un distributeur Selecta? Les détenteurs d'un compte postal ont désormais la solution. Un simple SMS envoyé au 4455 précisant la référence du distributeur débloque comme par magie plus de 2200 distributeurs. Le client n'a plus qu'à sélectionner le produit de son choix. Une inscription unique au service PostFinance Mobile suffit pour bénéficier de cette possibilité.



[www.postfinance.ch/mobile](http://www.postfinance.ch/mobile)

#### POST SuisseID

## A la fois passeport et stylo virtuels

La Post SuisseID est le standard suisse pour l'identification et la signature numériques. Celle-ci permet une utilisation simple de technologies de sécurité de qualité pour un login sécurisé et une signature électronique juridiquement valable. Avec Post SuisseID, les clients de la Poste accélèrent les processus commerciaux électroniques et attestent de l'authenticité de leurs documents.



[www.postswissid.ch](http://www.postswissid.ch)



#### SUISSE ORIENTALE

## Horaires en temps réel

Mon car postal est-il à l'heure malgré les travaux sur la ligne? Quelques secondes suffisent aux voyageurs de Suisse orientale pour obtenir une réponse grâce à l'application d'information en temps réel de CarPostal, qui permet aux clients de s'informer sur toutes les courses CarPostal via leur téléphone mobile. Cette offre va être progressivement étendue à l'ensemble de la Suisse.

#### INTERNET

## WiFi gratuit à bord des cars postaux

Rester connecté gratuitement dans les transports: en 2011, CarPostal a mis en place un projet pilote dans le Bas-Valais pour répondre aux besoins de ses passagers. Pendant quatre mois, 6 véhicules ont été dotés d'antennes WiFi prenant en charge 1500 smartphones et tablettes PC. CarPostal va étendre l'accès gratuit à Internet à tout le pays. Les premiers véhicules seront équipés dès avril 2012.

#### SWISS POST BOX

## La boîte aux lettres électronique

Swiss Post Box est l'équivalent électronique et sécurisé de la boîte aux lettres physique. Elle permet aux clients de la Poste de consulter et de gérer leur courrier physique pendant leurs déplacements, aussi facilement que leurs e-mails. Depuis 2011, la Swiss Post Box est commercialisée sous licence au Royaume-Uni sous le nom d'ePostbox.



[www.swisspostbox.com](http://www.swisspostbox.com)



## «Que puis-je faire pour vous?»

La Poste achemine des biens et des marchandises d'un point A vers un point B. C'est un fait, mais elle assure également beaucoup d'autres services, parfois surprenants, en toute flexibilité et en s'adaptant aux besoins et aux processus de ses clients commerciaux.

### BOISSONS



#### Boissons fraîches

La société Coca-Cola HBC Suisse fournit plus de 62 000 supermarchés, kiosques, cinémas, stades, restaurants et bars suisses en boissons. Elle met à disposition de ses clients 38 000 réfrigérateurs, 4600 distributeurs automatiques et 4400 installations de comptoir. En 2011, la Poste a pris en main pour Coca Cola l'implantation, la maintenance et, si nécessaire, le remplacement des réfrigérateurs, distributeurs automatiques et installations de comptoir.

### RECYCLING AT HOME



#### Quand le café devient vert

Boire un bon café tout en préservant l'environnement: Nespresso et la Poste y contribuent via un programme commun de recyclage depuis chez soi (recycling at home). Le client précise à la commande de ses capsules de café s'il souhaite qu'on lui envoie un sac de recyclage. Lors de sa prochaine commande, il reçoit un SMS ou un e-mail lui indiquant quand déposer le sac plein dans sa boîte à lait. La Poste se charge ensuite de le récupérer et de le transmettre à Nespresso en vue du recyclage. Les clients réagissent bien. En 2012, ce service sera étendu à l'ensemble de la Suisse.



[www.ecolaboration.com](http://www.ecolaboration.com)

### MEILLEURE INFORMATION



#### Destination vacances avec la Poste

Il est primordial d'être bien informé, même en vacances. Vous trouverez sur [www.holiday-infoshop.com](http://www.holiday-infoshop.com) des infos sur les destinations de vacances en Allemagne, en Autriche, dans le Tyrol du Sud et en Suisse. Les agences de voyages y présentent leurs catalogues gratuitement. La Poste assure les envois publicitaires supplémentaires. Elle produit également une publication destinée aux hôtels, qui présente aux clients leurs prestations, des activités de loisirs et les prévisions météorologiques pour leur séjour. Avantage: un client bien informé dépense plus d'argent.



## DES SOLUTIONS COMPLETES

# De la BahnCard personnelle au décompte de salaire confidentiel

La Poste Suisse fournit un grand nombre de prestations pour la Deutsche Bahn. Outre la création et la production de sa BahnCard, elle lui propose désormais, avec ePost Select et IncaMail, une solution de communication sécurisée avec ses collaborateurs.

Tournée vers l'avenir numérique, la Deutsche Bahn a chargé la Poste d'opérer le passage de la communication physique à la transmission électronique d'informations aux collaborateurs. Depuis le début 2012, elle remet à la Poste les données relatives aux décomptes de salaire et aux frais de déplacement. Dans un premier temps, la Poste produit des relevés physiques complets. Les collaborateurs reçoivent ensuite une note d'information leur indiquant les modalités d'inscription à ePost Select, qui leur permet d'obtenir, au moyen d'un code personnel, les documents qui les concernent au format électronique, via IncaMail. L'adhésion au système est laissée au choix des collaborateurs.

La technologie IncaMail éprouvée sera utilisée pour la transmission des données. Ce service convivial de La Poste Suisse

permet d'expédier de façon sécurisée et preuve à l'appui des e-mails confidentiels. L'avantage pour la Deutsche Bahn réside dans la réduction des coûts.

### Des processus commerciaux externalisés

Depuis 2007, La Poste Suisse est également mandatée par la Deutsche Bahn pour assurer le traitement des processus commerciaux relatifs à la Bahn. Bien plus que d'une simple carte, il s'agit du plus important programme de fidélisation de la clientèle de la Deutsche Bahn. L'intervention de La Poste Suisse consiste à prodiguer des conseils et à coordonner l'ensemble des processus, de la saisie des données à la production et à la personnalisation de la BahnCard.

## SecureCube

«SecureCube est probablement la plus petite banque au monde.»

Martin Zbinden  
Responsable Marketing et vente

SecureCube permet aux clients commerciaux d'encaisser leurs espèces aisément et en toute sécurité. Ce terminal de versement intelligent dispose d'un lecteur automatique capable de compter des billets de différentes monnaies et de vérifier leur authenticité. Les espèces encaissées sont conservées en sécurité dans le coffre-fort intégré et portées au crédit du compte.

SecureCube s'adresse notamment aux entreprises dont les recettes en espèces sont modestes. Cette solution leur offre un gain de temps non négligeable en leur évitant les décomptes quotidiens fastidieux et les déplacements jusqu'à l'office de poste ou la banque. SecurePost SA se charge du reporting, du vidage et de la maintenance du SecureCube.



## goCOMMERCE

# Simplification de la vente en ligne

Gagner de l'argent rapidement grâce à une mise en ligne performante des produits: un véritable jeu d'enfant, même pour les PME, grâce à goCommerce, la solution de création de boutiques en ligne de la Poste. Le client configure le design de la boutique en ligne, fournie clé en main, et traite les commandes dans le logiciel. La Poste gère les paiements via la plate-forme en ligne intégrée de PostFinance, puis livre les marchandises. «Il s'agit d'une offre complète très appréciée», se réjouit Stefan Altorfer, gestionnaire de produits goCommerce.





---

 Des offres de premier ordre
 

---

Les temps et les hommes **changent et évoluent**. Qu'en est-il de votre robe préférée? Mon travail de couturière consiste à lui redonner la **forme qui convient**. Je suis satisfaite lorsque mes clientes sont contentes du résultat.

Le comportement de la clientèle évolue sans cesse: par conséquent, **nous développons notre réseau en permanence**. Nous sommes là où se trouvent nos clients. A la campagne, nous sommes de plus en plus souvent présents à l'épicerie du village ou à domicile. Dans les villes, on nous trouve dans les nouveaux espaces urbains comme dans les centres économiques. Grâce à la Post-App, nos clients savent toujours où nous trouver **à proximité de chez eux**.

Un

# réseau optimal

pour la Suisse

---

Notre réseau comprend actuellement **3607** points d'accès, dont **1851** offices de poste, **427** agences et **1226** services à domicile.

Forts de **43** filiales PostFinance, parmi lesquelles **17** avec trafic des paiements, et de **933** Postomat, nous assurons nos services financiers au plus près de notre clientèle.

Nos clients peuvent retirer leurs lettres et colis dans **725** points de retrait PickPost (état janvier 2012), à des heures parfois très différentes des horaires d'ouverture des offices de poste. Ils disposent par ailleurs de plus de **15 000** boîtes aux lettres réparties dans tout le pays.

La Poste prend en charge les envois déposés par la clientèle commerciale sur **48** sites entièrement dédiés à leurs besoins spécifiques.

# Un employeur apprécié et responsable

La Poste emploie plus de 61 000 personnes originaires de plus de 130 pays et exerçant plus de 100 métiers différents. Chacune d'elles a une expérience de vie qui lui est propre. La Poste leur propose des conditions d'engagement et des modèles de travail modernes. Qui plus est, elle attache une importance primordiale à la formation professionnelle, à la formation continue et à la promotion de la relève.



## ENTRETIEN

Yves-André Jeandupeux  
Responsable Personnel

**Monsieur Jeandupeux, quels sont les principaux défis qui attendent la Poste?**

Le monde est en mouvement: les attentes des clients évoluent, la concurrence est alerte, la numérisation de la société s'intensifie et la proportion de personnes âgées dépasse de plus en plus celle des jeunes. Nous devons donc également bouger.

**Concrètement, qu'est-ce que cela signifie en termes de politique des ressources humaines?**

Nous devons être ouverts au changement. Par conséquent, nous cherchons à développer une culture de l'innovation et de la performance; nous misons sur la diversité et investissons dans la formation ainsi que dans une gestion durable de la santé.

**A quoi le personnel doit-il s'attendre dans les années à venir?**

Deux grandes questions concerneront directement les collaborateurs: les négociations avec les partenaires sociaux au sujet d'une nouvelle CCT et la consolidation de notre caisse de pensions.

## AVANCER ENSEMBLE

### Des collaborateurs forts pour une Poste forte

Parvenir à concilier travail, vie familiale, loisirs et engagement extraprofessionnel est un aspect de plus en plus important aux yeux du personnel. La Poste en tient compte et propose des conditions de travail intéressantes.

#### Trouver l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle

Un employé qui parvient à réaliser ses projets personnels sera plus performant au travail. C'est pourquoi la Poste encourage l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle et propose des modèles de temps de travail modernes: horaires de travail mobiles, temps partiel (taux d'occupation inférieur à 90%), annualisation du temps de travail, partage de poste (job sharing) ou encore télétravail. En 2011, 48% de l'ensemble des collaborateurs en Suisse travaillaient à temps partiel. La proportion de cadres à temps partiel était de 11% tandis que 25% des hommes avaient un taux d'occupation inférieur ou égal à 90%.

#### La diversité au quotidien

Les collaborateurs de la Poste sont issus de plus de 130 pays et exercent plus de 100 métiers

différents. La notion de diversité va cependant au-delà des considérations de nationalité: la Poste emploie en effet des personnes en situation de handicap, ou de différentes générations et cultures, qui n'ont pas toujours les mêmes styles de vie et qui doivent pourtant travailler en équipe. Cette diversité reflète celle de notre clientèle. Elle nous permet de mieux cerner les besoins de cette dernière. Ce faisant, nous sommes en mesure de créer de la valeur ajoutée pour l'entreprise et pour les clients.

#### CCT Poste: tout sauf dans la moyenne

Environ 95% des collaborateurs du groupe en Suisse (soit près de 36 000 personnes) sont soumis à la CCT Poste. Le montant du salaire dépend de la fonction, de l'expérience et des performances de chacun. La CCT Poste garantit des allocations sociales supérieures à la moyenne, des primes pour performances exceptionnelles ainsi que d'autres avantages tels que des bons pour le personnel, un abonnement demi-tarif, des conditions spéciales chez Mobility® Carsharing, des locations de vacances à prix réduit, etc. Les contrats de travail des cadres et des spécialistes sont en grande partie régis par le Code des obligations. Les conditions de travail au sein de la Poste sont conformes aux normes les plus strictes couramment appliquées dans le secteur et dans le pays.

## → FAITS ET CHIFFRES

Engagement et investissement dans le travail

Un engagement fort du personnel: avec **83** points sur 100, cet indicateur se maintient au niveau de l'année dernière.

Part du travail à temps partiel

**48%** des collaborateurs de la Poste travaillent à temps partiel, dont **24,5%** d'hommes.

Nombre de personnes en formation

**2000** jeunes sont en apprentissage au sein de la Poste.

Femmes occupant des postes à responsabilité

**23,2%** des **5300** cadres sont des femmes.

## ENTRETIENS



Natalia Marcucci, responsable de secteur d'offices de poste, Renens

### L'équilibre entre famille, travail et formation

Pour Natalia Marcucci, mère de deux enfants, occuper un poste de cadre à temps partiel est une solution pratique.

#### Le travail à temps partiel est-il compatible avec un poste à responsabilité?

Tout à fait! Je travaille actuellement à 80%. Cela me permet de fixer mes priorités et d'être réellement efficace.

#### Comment conciliez-vous vie privée et vie professionnelle?

La Poste est d'un grand soutien dans ce domaine. Depuis 2003, j'ai pu tester plusieurs ordres de configuration: deux après-midi de libre, deux matinées de libre, puis une combinaison des deux. A l'heure actuelle, je ne travaille pas le mercredi. La Poste m'apporte également son soutien en matière de perfectionnement professionnel: j'ai passé le module «Leadership» de l'Association Suisse pour la Formation des Cadres (SVF-ASFC) et j'attaque à présent le certificat «Management». Ce que j'apprends en ce moment me servira sûrement dans mon travail, mais aussi dans ma vie privée!



Thomas Gassmann, trainee

### Une opportunité en or

Dans le cadre du programme Trainee du groupe, Thomas Gassmann a passé six mois au sein de SPI Singapore.

#### Vous êtes entré à la Poste en tant que trainee et fraîchement diplômé en économie d'entreprise. Recommanderiez-vous cette voie à d'autres?

La formation est super et très axée sur la pratique. Pour Swiss Post Solutions, j'ai directement travaillé à l'élaboration et à la mise en place d'un système de management environnemental suivant la norme ISO 14001. J'ai pu y faire mes premières expériences dans la gestion de projets et le conseil à la clientèle. Ce travail exige beaucoup d'esprit d'initiative, ce qui est valable également pour le séjour à Singapour.

#### Qu'avez-vous retenu de votre expérience chez SPI Singapore?

C'était très différent! L'atmosphère est très «familiale»; le travail et la vie privée se chevauchent davantage. J'ai adoré pouvoir mettre à profit mon expérience de la gestion de projet et apporter mes propres idées. Cela m'a aidé à poser les bases du système de management.



Barbara Zwahlen, responsable d'équipe suppléante Distribution Ins

### Apprendre tous les jours: c'est cool!

Barbara Zwahlen a obtenu son certificat ValiPoste – elle renforce actuellement ses compétences de gestion.

#### Qu'aimez-vous particulièrement dans votre travail?

J'aime travailler en extérieur et j'apprécie le contact avec la clientèle. L'autonomie dont je bénéficie pendant les tournées me plaît également. Mon nouveau poste est encore moins routinier et me donne accès à plus de responsabilités. Cela me convient.

#### Quelle expérience reprenez-vous des formations proposées sous la forme des modules ValiDist?

La Poste m'a donné un sacré coup de pouce et m'a laissé le temps nécessaire pour suivre les formations. J'ai beaucoup progressé dans le domaine de la logistique. A présent, je suis titulaire d'un diplôme reconnu au niveau fédéral, donc plus recherchée sur le marché du travail.

#### Et maintenant?

On m'a demandé d'acquiescer les compétences de responsable d'équipe. Je m'y suis donc remise. Je suis toujours partante pour apprendre.



## FORMATION ET PERFECTIONNEMENT

# Avec la Poste, on n'a jamais fini d'apprendre

La Poste souhaite améliorer ses performances et sa capacité d'innovation. Elle assure une promotion ciblée de la relève et encourage ses collaborateurs à élargir leurs compétences en permanence.

Dans un sondage réalisé par la société Multichек en 2011, 10 000 jeunes citent la Poste comme l'employeur le plus attractif. Cela nous réjouit, car la Poste occupe actuellement près de 2000 personnes en formation. «Nous veillons à bâtir une relève qualifiée, non seulement pour la Poste, mais également pour l'économie en général», déclare Pierre Marville, responsable Formation professionnelle Poste. «Cela nous confère une responsabilité sociale considérable.» La Poste propose surtout des places d'apprentissage dans le commerce de détail, la logistique, l'informatique et pour des professions commerciales. Devenir médiamaticien, automatique, agent d'exploitation ou encore conducteur de camion – la Poste offre toutes ces possibilités. Toutes les formations sont reconnues par l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie (OFFT).

Les personnes en formation exercent en alternance différentes activités, souvent dans d'autres régions linguistiques. La Poste compte huit offices de poste d'apprentis gé-

rés, avec le concours de collaborateurs expérimentés, par des gestionnaires de commerce de détail en 2<sup>e</sup> et en 3<sup>e</sup> année d'apprentissage. En 2011, quelque 582 jeunes ont terminé leur formation, avec un taux de réussite de 98,8%. Ils ont toutes les chances de réussir sur le marché du travail et sont également très demandés au sein de la Poste. La part des personnes en formation dans les effectifs s'élève à 5,1%.

## Une multitude de cours et de séminaires

Le programme de perfectionnement de la Poste vise à promouvoir les compétences sociales, personnelles, méthodologiques et de gestion. Il combine didacticiels, cours présentiels et réseaux sociaux (chats, blogs, wikis et autres podcasts). Les unités du groupe proposent en outre un vaste choix de cours et de séminaires spécialisés. La Poste soutient les collaborateurs qui souhaitent se perfectionner, le plus souvent en leur apportant une aide financière ou en leur accordant le temps nécessaire.

«La Poste propose chaque année **750 places d'apprentissage** réparties sur **12 métiers**: cela apporte du sang neuf dans l'entreprise.»

La Poste stimule et épanouit. Polyvalence et professionnalisme.

## FORMATION PROFESSIONNELLE

### Logistique

1400 personnes ayant suivi une formation dite de monopole obtiennent un diplôme fédéral tout en travaillant.

### Personnes en fin de scolarité

Une opportunité pour les jeunes sans place d'apprentissage: un préapprentissage pratique au centre courrier.

### Démarrer en tant que trainee

La Poste offre aux jeunes diplômés d'acquérir une expérience pratique via son programme Trainee.

### Fonds pour la formation continue

En 2011, la Poste a investi 5 millions de francs dans la formation de base, le perfectionnement ou la formation complémentaire.



## RESPONSABILITE SOCIALE

### La Poste offre des perspectives

La Poste met tout en œuvre pour éviter les licenciements économiques. Là où des réorganisations s'imposent, elle ne laisse personne sur le carreau. «Nous nous efforçons toujours de trouver une solution qui convienne à toutes les personnes concernées», déclare René Heiz, responsable de l'exécution du plan social. «Nous réfléchissons ensemble à d'éventuelles mesures de qualification ou accompagnons les collaborateurs touchés dans leur recherche de travail via notre Bourse de l'emploi.»

#### Un plan social unique

Depuis janvier 2011, un plan social unique régi par la CCT vaut pour toutes les restructurations. Des mesures d'accompagnement ne sont négociées que si au moins 450 collaborateurs et au minimum 250 postes à plein temps sont touchés par les réorganisations. Le nouveau plan social comprend quatre volets: une aide à la recherche d'emploi en interne et en externe avec maintien du poste, la possibilité d'un départ anticipé associé à des mesures de perfectionnement, l'exercice d'une activité indépendante ou le recours à un prestataire de placement. «Le plan social favorise la collaboration entre les parties pour la recherche d'une solution commune», poursuit René Heiz. L'idée est que les collaborateurs prennent davan-

tage conscience de leurs compétences, de leurs désirs, mais aussi de leur responsabilité.

#### Egalité des chances

Pour la Poste, la notion de responsabilité sociale va cependant plus loin: depuis plusieurs années, elle a à cœur de faire une place aux personnes en situation de handicap, qui sont au nombre de 833 actuellement au sein du groupe en Suisse. Elle fait en outre preuve de souplesse quant à l'âge de départ à la retraite, adapté aux besoins de ses collaborateurs et qui oscille entre 58 et 67 ans selon les cas. Des modèles de retraite partielle sont également en place.

#### Coup de pouce

...  
Pas toujours facile de faire face aux frais en cas de maladie, d'accident ou d'autre événement. La Poste aide ses collaborateurs et ses retraités dans le besoin via des suppléments de salaire ou des prêts intéressants en puisant dans le fonds pour le personnel.

#### Aide à l'évolution professionnelle

...  
Quelles sont mes chances sur le marché de l'emploi interne et externe? La Bourse de l'emploi permet de chercher des solutions avec les collaborateurs via des entretiens de bilan et des séminaires.

#### De bons conseils en situation de crise

...  
Questions financières ou personnelles, conflits, dépendance ou harcèlement: la Poste soutient gratuitement ses collaborateurs en leur apportant une aide et des conseils, en toute confidentialité et neutralité.



«Des conditions de travail exemplaires contribuent à l'attractivité de la Poste en tant qu'employeur.»

Rolf Simon  
Responsable Gestion de la santé

## GESTION DE LA SANTE EN ENTREPRISE

### La Poste crée un «environnement de travail agréable»

«La Poste compte sur des collaborateurs motivés, en bonne santé et performants», déclare Rolf Simon, responsable Gestion de la santé au sein de l'entreprise. Cela justifie son investissement systématique dans ce domaine. Le label «Friendly Work Space®», soit le seul sigle de qualité au monde qui distingue les entreprises qui créent un «environnement de travail agréable», atteste du succès de cette démarche. Au total, six des sept unités du groupe se sont vu décerner ce label. Swiss Post Solutions et les unités de gestion et de services se préparent également à être distinguées. Toutes ont le même objectif: faire en sorte que leurs collaborateurs restent en bonne santé.

#### Prévention des maladies et des accidents

Afin d'assurer la prévention des accidents et des maladies professionnelles, la Poste a créé des bases, des conditions-cadres et des outils pratiques valables pour toutes ses unités. Les supérieurs hiérarchiques suivent des formations pour pouvoir assurer correctement leur rôle d'exemple. De leur côté, les collaborateurs apprennent à éviter les comportements inadaptés et à ménager leur santé dans leur travail quotidien.







Réserver des places de théâtre, faire recoudre des boutons ou encore faire livrer 111 roses rouges à minuit dans la chambre: en tant que concierge, je me dois d'être toujours là pour nos clients. Chacun d'entre eux a ses **propres exigences**. Mon travail est de veiller à ce que **tout aille bien** et qu'ils n'aient à se soucier de rien.

En matière de **logistique**, nos **clients** peuvent s'en **remettre entièrement à nous** grâce à une offre parfaitement adaptée à leurs besoins, à une exécution minutieusement coordonnée et à la remise dans les délais au bon endroit.

# 9

centres logistiques modernes répartis dans toute la Suisse, pour une proximité optimale avec la clientèle.

De la simple expédition aux solutions plus complexes: la Poste est numéro 1 en Suisse dans le domaine de la logistique. Envois exprès ou par coursier? Colis ultralégers ou chargements de plusieurs tonnes? Stockage personnalisé, envois vers la Suisse et l'étranger, le tout appuyé par des moyens informatiques? Aucun problème, nous nous occupons de tout.

# Pour une Suisse performante

Couple inséparable depuis plus de 150 ans, la Suisse et son service postal se développent ensemble. La Poste, qui a fourni et continuera de fournir de précieuses prestations à l'économie et à la population suisses, assume également sa responsabilité sociale.

## ENTRETIEN

Patrick Salamin  
Responsable Réseau postal et vente



## DESSERTE DE BASE

### Un réseau optimal et flexible

L'unité Réseau postal et vente est responsable du réseau d'offices de poste, au sein desquels elle veille à satisfaire sa clientèle.

Monsieur Salamin, les offices de poste contribuent largement à la desserte de base. Comment se manifeste cette proximité avec la clientèle?

Pour la plupart des habitants de notre pays, la Poste, ce sont les collaborateurs des offices de poste et le personnel de distribution. Par conséquent, les questions postales d'actualité sont souvent abordées au guichet. Les clients se sentent concernés, notamment lors de modifications du réseau, un sujet à la fois politique et émotionnel. On en oublie souvent que la desserte de base reste garantie: l'accès à l'infrastructure postale doit être assuré en moins de 20 minutes via les transports publics pour au moins 90% des Suisses. Le développement du réseau n'y change rien.

Le réseau postal évolue constamment. Pourquoi?

Les habitudes de la clientèle ont beaucoup changé, les possibilités techniques aussi; cela a des retombées directes sur notre cœur de métier. Aujourd'hui, nous traitons au guichet environ 43,2% de colis, 58,7% de lettres et 26,6% de versements/paiements de moins qu'en 2000. Il était devenu indispensable d'optimiser le réseau postal. Nous entendons proposer nos prestations là où se trouvent les flux de clientèle et sous la forme d'exploitation convenant le mieux à la région concernée. Nous avons donc mis au point différents formats.

Le développement du réseau sera-t-il un jour terminé?

Non, le développement du réseau est maintenant une activité permanente. En outre, il ne faut pas oublier que la desserte de base a un coût, ce qui est normal. Ce coût est toutefois très élevé: c'est également pour cette raison que nous optimisons le réseau postal. Le nombre de points d'accès reste constant, en revanche le format peut varier. Nous remplissons notre mandat de desserte de base et nous nous sommes améliorés en termes de performance et d'écoute de la clientèle. Voilà ce qui compte.

## → NOUVEAUX FORMATS D'EXPLOITATION

### Office de poste avec nouvel agencement

L'office de poste est installé dans un grand magasin, p. ex. un centre commercial, ou constitue une filiale autonome située dans une zone centrale à forte fréquentation. La clientèle, servie par des collaborateurs de la Poste, peut déposer lettres et colis et effectuer des versements sans espèces ainsi que les principales opérations postales.

### Point clientèle commerciale avec personnel ou self-service

Pour le point CC avec personnel, la Poste loue des locaux dans des zones indus-

trielles ou commerciales. L'infrastructure et les heures d'ouverture sont adaptées aux besoins de la clientèle commerciale. Le point CC self-service est un espace ouvert ou séparé des autres locaux auquel les clients ont un accès exclusif. Les deux formats permettent aux clients commerciaux de déposer lettres et colis.

### Agence postale avec personnel

Un partenaire mandaté par la Poste propose les principales prestations postales ainsi que les versements sans espèces. Il sert la clientèle de son magasin à un comptoir séparé.

MOBILITE

## Un service dynamique et réfléchi

CarPostal assure une mobilité énergique et bien pensée. Dans toute la Suisse, jour après jour.



### 6,5 fois le tour de la Terre

Le réseau de lignes de CarPostal, long de plus de 10 000 km, affiche des ramifications comparables à celles de notre système de circulation sanguine. Très performant, le réseau est deux fois plus étendu que l'ensemble du réseau ferroviaire suisse: plus de 2100 véhicules CarPostal empruntent près de 40% du réseau des transports publics suisses pour parcourir environ 100 millions de km par an, soit 6,5 fois le tour de la Terre par jour. CarPostal contribue largement à répondre aux besoins de mobilité toujours croissants de la population. «Notre prestation est plus demandée que jamais dans les transports publics suisses», explique Daniel Landolf, responsable CarPostal. Plus de 3300 collaborateurs de CarPostal et des quelque 200 entrepreneurs CarPostal régionaux mandatés par CarPostal Suisse SA transportent chaque année plus de 120 millions de personnes. Passerelle entre zones rurales et ur-

baines, CarPostal achemine ses passagers jusqu'aux principaux axes de transport public et exploite par ailleurs de nombreuses lignes dans les agglomérations. L'entreprise attache également une grande importance à la préservation de l'environnement et promeut des technologies respectueuses du climat (cf. page 39).

### Une longueur d'avance

CarPostal, qui est la plus importante entreprise de transport par car des transports publics en Suisse, ne s'arrête pas au transport: elle affiche une longueur d'avance dans les fonctions de gestion de systèmes telles que le comptage des voyageurs, le contrôle des titres de transport et l'encaissement comme dans la mise en œuvre de systèmes d'information voyageurs ou en qualité de prestataire global de systèmes de vente. CarPostal propose également ces services à des tiers.

«Les transports publics suisses couvrent l'ensemble du territoire grâce à CarPostal.»

Daniel Landolf,  
responsable CarPostal

CarPostal  
joue un rôle  
central dans  
les transports  
publics suisses.

CHIFFRES CLES

3381

...  
**collaborateurs** (personnel de  
conduite des entrepreneurs  
CarPostal inclus)

2145

...  
**véhicules** CarPostal  
transportent chaque année...

124

...  
**millions** de passagers.

11 102

...  
**kilomètres**: c'est la longueur du  
réseau de lignes de CarPostal.

104

...  
**millions de km**: c'est le trajet  
parcouru par CarPostal en 2011.



## E-TOILE

### Le dossier électronique de patient primé

eHealth Suisse a récompensé e-toile, le dossier électronique de patient développé par la Poste et le canton de Genève.

En février 2011, e-toile a été lancé sous forme d'essai pilote dans quatre communes du canton de Genève. Le dossier électronique de patient, mis au point par La Poste Suisse et le canton de Genève, permet de relier les patients et tous les acteurs médicaux via une plate-forme sécurisée. Les médecins, hôpitaux, pharmacies et laboratoires choisis par le patient ont ainsi accès aux données médicales de ce dernier, lequel est assuré que toutes les informations nécessaires sont à disposition des spécialistes en cas de besoin.

### A l'avant-garde de la cybersanté

eHealth Suisse, l'organe de coordination de la Confédération et des cantons, a fait examiner «e-toile» par une instance indépendante. L'essai pilote obtient la mention «bien» ou «très bien» dans toutes les catégories et se voit attribuer avec le label «Interrégional» la plus haute récompense. Le rapport final qualifie le projet de grand pas en avant dans le développement de la stratégie de cybersanté de la Suisse, offrant le potentiel requis pour constituer une solution exemplaire.

Les patients accèdent à leur dossier électronique aisément et en toute sécurité avec leur carte d'assuré, la SuisselD ou la «carte patient», créée par la Poste dans ce cadre.

Après Genève, d'autres cantons ont exprimé leur volonté de participer à des essais pilotes en collaboration avec la Poste.

«Avec e-toile, nous faisons progresser la cybersanté en Suisse.»

Renato Gunc,  
responsable E-Markets de Swiss Post Solutions

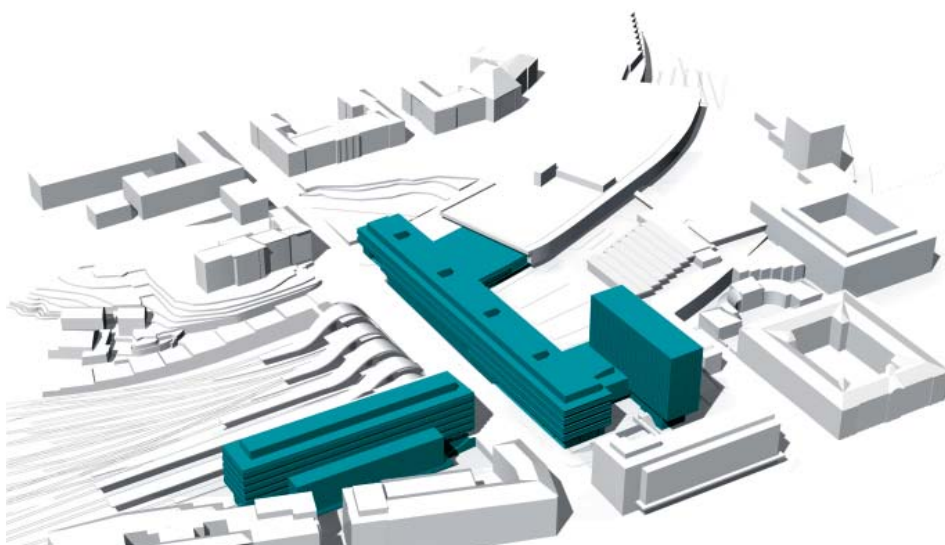
## RECENSEMENT DE LA POPULATION

Depuis 2007, la Poste, mandatée par différents cantons et communes, a contacté par courrier des dizaines de milliers de propriétaires et de gestionnaires d'immeubles dans le cadre du recensement de la population, lequel est effectué chaque année sur la base de registres officiels depuis 2010. La Poste a croisé les données des locataires avec celles des registres et a attribué un numéro à tous les habitants et logements. Pour compléter les données, environ 2000 collaborateurs se sont rendus dans 97 000 bâtiments (711 410 logements). Au total, 1,144 million de logements et 2,548 millions de personnes ont été enregistrés.

## POUVOIRS PUBLICS



PostFinance est numéro 1 sur le marché du financement des villes et communes suisses. Elle accorde ainsi une prime énergétique aux communes obtenant d'ici 2015 le label «Cité de l'énergie» et ayant souscrit auprès de PostFinance un financement d'au moins un an: les communes touchent chaque année 0,02% du montant du financement pendant la durée du contrat. Fin 2011, plus de 550 000 francs avaient déjà été versés.



## IMMOBILIER

# La Poste imprime sa marque dans les villes suisses

Zurich, Berne, Lausanne, Genève, Winterthour ou Frauenfeld: dans toute la Suisse, les anciens centres courrier sont devenus des biens immobiliers attractifs qui contribuent au développement urbanistique et animent les centres-villes. La Poste a d'une part autorisé la réaffectation de ses sites de production et en a cédé une partie, et d'autre part multiplie les projets de grande envergure en tant que maître d'ouvrage.

Ainsi, l'ancienne Schanzenpost laissera la place d'ici 2015 au PostParc, un nouveau centre urbain à la sortie ouest de la gare. Le complexe accueillera bureaux, cabinets ainsi que salles de conférence, de réunion et de

formation, mais aussi commerces et restaurants. Les clients de la Poste y trouveront un office de poste, une filiale PostFinance et une station CarPostal.

### Nouveaux sièges principaux à Berne

WankdorfCity accueillera le nouveau siège principal de la Poste. La construction débutera cette année. De son côté, PostFinance prendra possession d'ici 2013 d'une tour de 13 étages pouvant accueillir 870 collaborateurs, à proximité immédiate de la PostFinance Arena. Ces deux projets représentent un investissement d'environ 424 millions de francs.

## COMMERCE ELECTRONIQUE

# La Post SuisseID dynamise l'e-business



Les relations commerciales électroniques renferment un important potentiel: «De nombreux processus commerciaux peuvent ainsi être simplifiés et accélérés – à l'avantage de la Suisse», a déclaré Doris Leuthard, conseillère fédérale. Cela nécessite un standard d'identification et de signature numériques, mis au point par le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) avec la SuisseID.

La Post SuisseID, basée sur ce standard, fait à la fois office de carte d'identité et de stylo électroniques. Elle permet de prouver son identité en ligne et d'apposer une signature électronique juridiquement valable sur des documents au format PDF.

La Post SuisseID stimule ainsi de manière constante les relations économiques et administratives électroniques: signature de documents, accès externe au site Intranet d'entreprises, consultation du compte fiscal personnel ou encore émission en ligne d'extrait de casier judiciaire. Depuis peu, elle assure également un accès simplifié à la plateforme de jeu Internet Swisslos. «La Post SuisseID enregistre une demande croissante», constate Urs Fischer, Head of Business Area Identity, Security, E-Mail chez Swiss Post Solutions.

## Notre engagement

### INITIATIVES

#### Aide aux jeunes entrepreneurs

PostFinance soutient le STARTUPS.CH-AWARD et offre à chacun des trois lauréats un compte commercial doté de 5000 francs.

#### Opération «Père Noël»

La Poste fait le bonheur des enfants qui écrivent au Père Noël. En 2011, ils étaient 16 077 à recevoir une réponse agréementée d'un petit cadeau.

#### 2 x Noël

Une action menée avec la Croix-Rouge pour offrir des cadeaux de Noël à des personnes démunies en Suisse ainsi qu'à des institutions sociales en Europe de l'Est. En outre, la Poste expédie gratuitement 75 000 colis.

#### Chaîne du Bonheur

En 2011, la Poste a renoncé aux frais liés aux appels aux dons de la Chaîne du Bonheur, soit 200 000 francs.

#### Pro Patria et Pro Juventute

La Poste soutient Pro Patria et Pro Juventute lors de la conception et de la commercialisation de leurs timbres et leur reverse les suppléments.





En tant que spécialiste de l'informatique, je sais qu'en programmation, les **interfaces** jouent un rôle essentiel. Tous les composants doivent être **coordonnés** pour former un système irréprochable. Il est également important que les utilisateurs aient **à tout moment** accès à des **informations** pertinentes et compréhensibles.

---

Des offres de premier ordre

---

Chaque jour, CarPostal transporte des centaines de milliers de passagers sur les lignes régionales et urbaines ainsi que dans les agglomérations. Nous leur offrons une flotte **performante** et **respectueuse de l'environnement**, sécurité et **ponctualité**, des **correspondances assurées** et des **informations en temps réel** sur leur voyage.

Avec

## L'App CarPostal

les voyageurs pourront consulter les horaires en temps réel à partir de juin 2012.

---

## Les informations voyageurs

sur les écrans indiquent les correspondances.

Pour plus de simplicité et de confort.

---

La vue d'un bus jaune évoque immanquablement le car postal. Sa couleur, mais aussi ses collaborateurs et une histoire d'exception font de CarPostal un prestataire pas comme les autres. Emprunter un car postal, ce n'est pas voyager en 1<sup>e</sup> ou en 2<sup>e</sup> classe, mais choisir la **classe jaune**. Une promesse que nos collaborateurs tiennent jour après jour.

# La protection du climat en ligne de mire

Assumer sa responsabilité sociale, économique et écologique: la Poste montre ce qu'elle entend par «action durable» et mise en priorité sur la protection du climat pour préserver l'environnement.

## ENTRETIEN

Dieter Bambauer  
Responsable PostLogistics



OBJECTIF DU GROUPE  
STRATEGIE DE  
DEVELOPPEMENT DURABLE:

**-15 000 t**

Réduction annuelle  
de CO<sub>2</sub> d'ici 2013

SIX ORIENTATIONS

Améliorer l'efficacité  
énergétique

...

Investir dans les  
meilleures technologies

...

Intensifier le recours aux  
énergies renouvelables

...

Des produits écologiques

...

Améliorer les  
compétences

...

S'engager pour la  
protection du climat à  
l'échelle mondiale

## STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DURABLE 2011-2013

### «Nous restons offensifs en matière d'écologie»

La Poste entend réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> de 15 000 tonnes par an d'ici 2013: un progrès pour le groupe comme pour l'environnement. Dieter Bambauer en est convaincu.

Quelle importance la Poste attache-t-elle à la protection du climat?

La Poste participe largement à l'effort de la Suisse pour atteindre les objectifs fixés dans le cadre du protocole de Kyoto. La protection du climat représente pour nous un axe d'action stratégique. Nous évoluons dans des secteurs d'activité à forte consommation d'énergie, notamment sur les marchés de la communication, de la logistique et des transports publics. Nous identifions le principal levier dans le domaine de la mobilité. 16 000 véhicules sont en circulation chaque jour pour le compte de la Poste: ils sont à l'origine de deux tiers des émissions de CO<sub>2</sub> du groupe. Nos locaux présentent également un potentiel d'économie considérable: nous consommons chaque année 6,5 millions de mazout. Ces chiffres expliquent pourquoi nous avons ancré notre engagement écologique global dans la valeur fondamentale «durable» de notre vision d'entreprise.

Comment évaluez-vous le bilan écologique intermédiaire de la Poste?

Nous avons déjà beaucoup progressé et sommes des précurseurs dans ce domaine. Nous promovons l'assainissement énergétique de bâtiments, le transport ferroviaire entre centres courrier et colis, les véhicules routiers respectueux de l'environnement ainsi que les envois neutres en CO<sub>2</sub>. Depuis 2008, toute l'électricité que nous consommons provient de sources d'énergie renouvelables.

Comment la Poste lutte-t-elle pour la protection du climat?

Nous restons offensifs en matière d'écologie. Dans le cadre de notre stratégie de développement durable, nous entendons réduire nos émissions de CO<sub>2</sub> de 15 000 tonnes par an d'ici 2013: un objectif ambitieux qui nous oblige à agir immédiatement.

Quel bénéfice la Poste en tirera-t-elle?

Nous allons réduire significativement nos coûts de carburant et de chauffage alors que les prix de l'énergie sont en hausse. Surtout, nous proposons à notre clientèle des produits et services écologiques convaincants et consolidons notre position sur ce marché à forte croissance. Une protection du climat efficace profite au groupe à long terme.



[www.poste.ch/climat](http://www.poste.ch/climat)



### «PRO CLIMA: NOUS SOMMES PASSES A L'ACTION.»

La protection du climat est un axe de la stratégie de développement durable 2011 à 2013. La Poste regroupe désormais l'ensemble de ses activités liées à la protection du climat sous le label «pro clima: nous sommes passés à l'action». Certaines de ces

activités sont présentées dans ce chapitre.

**pro clima**  
poste.ch/climat  
Nous sommes passés  
à l'action







## SCOOTERS ÉLECTRIQUES

### Propres et silencieux

2500 scooters électriques sont utilisés par le personnel de distribution: un record européen auquel la Poste ne compte pas s'arrêter.

«Propres et silencieux, ces scooters électriques nous ont électrisés», s'extasie Renato Ercolani, responsable de la flotte de PostMail. Jusqu'à présent, les scooters électriques se sont avérés convaincants sur le plan environnemental comme économique et la Poste agrandit massivement sa flotte. D'ici fin 2012, 4000 scooters et triporteurs électriques de la Poste seront en circulation. La majorité des quelque 7500 scooters de la Poste affichera ainsi une propulsion électrique. D'ici fin 2016, les derniers scooters roulant à l'essence seront progressivement remplacés par des modèles électriques. Aujourd'hui, avec plus de 1500 scooters électriques et 1000 triporteurs électriques, la Poste possède déjà la flotte de scooters la plus respectueuse de l'environnement en Europe et réduit ses émissions de CO<sub>2</sub> de 1500 tonnes par an.

### Puissants, économiques et respectueux de l'environnement

Les scooters électriques présentent plusieurs atouts: ils n'émettent ni gaz d'échappement ni CO<sub>2</sub>, sont silencieux et ne consomment de l'énergie que lorsqu'ils roulent. «Dans le cadre de la distribution du courrier, ce sont des avantages majeurs par rapport aux scooters à moteur à combustion», explique Renato Ercolani. Selon une étude de suivi du projet, les scooters électriques s'avèrent en tous points plus respectueux de l'environnement que les scooters à essence. Pour la Poste, la puissance des véhicules est toutefois déterminante. Arrêts et redémarrages fréquents dans les zones urbaines, longs trajets dans les zones rurales, pentes raides en montagne: les scooters électriques modernes se jouent de toutes les difficultés.

La Poste choisit des modèles à 2 ou 3 roues en fonction du secteur. Le triporteur électrique possède des atouts supplémentaires: une charge utile trois fois plus importante, une sécurité renforcée et un frein de parking assisté garantissant son immobilité à chaque arrêt.

«Nos scooters et triporteurs électriques sont respectueux de l'environnement, silencieux, puissants et sûrs.»

Michaela Knup,  
factrice lettres à Oberhasli (ZH)

## SUR LE TERRAIN

Michaela Knup,  
factrice lettres à Oberhasli (ZH)

**Michaela Knup, vous respirez mieux depuis que vous utilisez un scooter électrique?**

Oui, surtout lorsque je sors les lettres des caisses et des sacs: avant, les odeurs de gaz d'échappement étaient très fortes. Les scooters électriques sont propres, et tellement silencieux que les chiens hésitent parfois à aboyer...

**Vous pratiquez l'enduro et le moto-cross: que pensez-vous de la puissance des scooters électriques?**

Les modèles à 2 roues comme les triporteurs sont très puissants. Les pentes, même les plus raides, ne leur posent aucun problème. L'accélération est également impressionnante.

**Quels sont pour vous les avantages d'un triporteur électrique?**

Sa capacité de charge est énorme: l'arrière peut accueillir jusqu'à 90 kg, ce qui permet de gagner du temps en effectuant un seul trajet au lieu de deux. Le frein de parking assisté est également un atout: plus besoin de perdre du temps et de l'énergie à stabiliser le scooter sur la béquille!

## Objectif propreté

La Poste mise sur quatre sources d'énergie renouvelables: l'eau, le soleil, le vent et le biogaz. Une action inscrite dans la stratégie de développement durable 2011 à 2013.

«Nous ouvrons de nouvelles voies et contribuons à diversifier le mix énergétique».

Brigitt Hausammann,  
spécialiste du développement durable



La Poste, dont le mix énergétique propre est basé sur l'eau et le vent, fait depuis peu appel à l'énergie photovoltaïque et à la biomasse.

Depuis 2008, l'intégralité de l'électricité consommée par la Poste est d'origine **hydraulique ou éolienne**. Depuis 1997, la Poste achète chaque année l'équivalent de la production d'énergie d'une turbine de la plus grande centrale éolienne suisse à Mont-Crosin (Jura), ce qui représente aujourd'hui 600 MWh. Cette électricité lui permet entre autres d'alimenter sa flotte de scooters électriques (cf. page 37).

De nombreux grands bâtiments de la Poste se prêtent parfaitement à la production d'**énergie solaire**. Plus de 20 installations photovoltaïques devraient à l'avenir livrer 6000 MWh par an, soit environ 3% des besoins totaux en électricité du groupe. La planification d'une installation photovoltaïque au centre courrier Zurich-Mülligen est déjà bien avancée: sa

taille atteindra presque deux terrains de football. Des projets similaires sont prévus dans les autres centres courrier et colis ainsi qu'au futur siège principal du groupe au Wankdorf (Berne). La Poste prévoit un investissement de 39 millions de francs.

Les 150 véhicules fonctionnant au gaz sont alimentés en **biogaz** respectueux de l'environnement et de production locale, ce qui a permis à la Poste de réduire de 672 tonnes ses émissions de CO<sub>2</sub> en 2011. «Il s'agit pour nous d'un grand pas en avant vers des véhicules encore plus durables», se félicite David Lengyel, responsable Environnement chez PostLogistics. A Mägenwil, la Poste exploite depuis avril 2011 sa propre station-service de biogaz et de gaz naturel, qui permet à 53 véhicules de faire l'économie des trajets de réapprovisionnement et de réduire le kilométrage de la Poste de 1000 km par mois.

### ORIENTATION STRATÉGIQUE

Intensifier  
le recours  
aux énergies  
renouvelables

### MESURES CLES 2011 – 2016

100%

d'électricité renouvelable  
hydraulique et éolienne

2500

scooters alimentés en  
électricité éolienne.  
7500 d'ici 2016

100%

des véhicules de distribution  
à gaz roulent au biogaz

12 000

m<sup>2</sup>: surface de la 1<sup>re</sup> des plus  
de 20 installations  
photovoltaïques prévues



#### ECO-DRIVE

## Conduite économique

Accélérer rapidement, anticiper et adopter une conduite souple: la conduite écologique (Eco-Drive) permet de réduire sa consommation de carburant de jusqu'à 5%. Il s'agit pour la Poste d'une mesure environnementale cruciale. «Cette technique est en outre plus attractive que l'on ne croit. La vitesse moyenne est supérieure à celle atteinte avec une conduite traditionnelle», souligne David Lengyel, responsable Environnement chez PostLogistics.

L'ensemble du personnel de conduite de PostLogistics bénéficiera d'une formation Eco-Drive d'ici fin 2012. Tous les conducteurs CarPostal seront également initiés à cette technique sur leurs parcours habituels. Adoptant également la conduite écologique avec leurs véhicules privés, les collaborateurs de la Poste apportent une contribution supplémentaire à la réduction des émissions de CO<sub>2</sub>.

#### DES BATIMENTS POSTAUX A FORTE EFFICIENCE ENERGETIQUE

## Assainir pour des économies continues

Réduire sa consommation d'énergie sans perdre en confort? Une réalité dans des bâtiments de la Poste à l'efficacité énergétique améliorée par des assainissements de technique du bâtiment et de nouvelles installations domotiques. La Poste réduit durablement ses coûts de chauffage, de climatisation, d'électricité et d'eau et ainsi ses émissions de CO<sub>2</sub>. Le projet energo, destiné à surveiller et optimiser en permanence les installations domotiques des grands bâtiments, était axé en

#### LES DERNIERES TECHNOLOGIES

## Hydrogène et diesel hybride

«Nous sommes les pionniers de la pile à combustible dans les transports publics suisses», se félicite Nikoletta Seraidou, responsable du projet «Nouvelles technologies automobiles». Cinq **cars postaux à pile à combustible** circulent dans la région de Brugg (AG). La pile à combustible transforme l'hydrogène en énergie électrique et rejette uniquement de la vapeur d'eau. Le fonds de loterie du canton d'Argovie, l'Office fédéral de l'énergie, l'Union européenne et le fonds de la Poste consacré à l'innovation soutiennent le projet pilote de 5 ans. Durant cette période, la Poste entend réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> d'au moins 2000 tonnes. Brugg possède la première station-service d'hydrogène pour bus de Suisse, développée avec l'Institut Paul Scherrer.

En outre, la flotte de CarPostal accueille 10 **cars postaux hybrides** (combinaison d'un moteur électrique et d'un moteur diesel) consommant presque 30% de carburant de moins que des bus diesels comparables.

#### ENTRETIEN

Daniel Landolf,  
responsable CarPostal

**Daniel Landolf, quel rôle joue CarPostal dans la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> de la Poste?**

Un rôle central. Nos 2500 cars postaux consomment environ 45 millions de litres de diesel par an, soit près de deux tiers de la consommation de carburant de la Poste.

**La compétence environnementale est-elle prise en compte lors de l'attribution de lignes?**

Absolument. Cependant, les coûts restent prioritaires, car le développement durable doit également être rentable.

**Qu'apportent les nouvelles technologies automobiles aux clients?**

La satisfaction de voyager avec une entreprise assumant sa responsabilité sociale. La pile à combustible et le diesel hybride sont plus silencieux et consomment moins que le 100% diesel, mais sont aussi très confortables et constituent un premier pas vers une moindre dépendance aux combustibles fossiles.

«La compétence environnementale est prise en compte lors de l'attribution de lignes.»

Daniel Landolf,  
responsable CarPostal



eSHARE

## Mobilité intelligente

L'autopartage préserve nos ressources, surtout lorsqu'il s'agit de véhicules électriques, comme dans le cadre d'eShare.

Première suisse: avec eShare, la Poste lance le premier service d'autopartage avec des véhicules électriques. A Ittigen (BE), Bâle et Spreitenbach (AG), les clients commerciaux et privés soucieux de l'environnement peuvent louer des voitures électriques dans l'une des neuf stations, 24 heures sur 24. «Nous avons démarré en octobre 2010. Un an plus tard, les conducteurs eShare étaient au nombre de 200», résume Andreas Haruksteiner, responsable Développement de la mobilité chez Mobility Solutions SA. Au siège principal de Berne, les collaborateurs de la Poste roulent en eShare pour leurs voyages de service.

A Ittigen (BE), BKW FMB Energie SA et la commune d'Ittigen soutiennent le projet eShare de la Poste. A Bâle, le canton de Bâle-Ville, la commune de Riehen et IWB (Industrielle Werke Basel) participent à eShare. Enfin, à Spreitenbach, un partenariat a été établi avec EKZ (Elektrizitätswerke des Kantons Zürich) et le centre commercial Shoppi Tivoli.

«Avec le projet eShare, nous réunissons des expériences afin de développer l'autopartage de véhicules électriques.»

Andreas Haruksteiner, responsable Développement de la mobilité chez Mobility Solutions SA



PUBLIBIKE

## Win-win-win

Emprunter les transports publics avant de finir son trajet en vélo ou en vélo électrique: le dernier maillon de la chaîne de transport se teinte également de vert grâce à l'engagement jaune.

Des transports publics incluant vélos et vélos électriques? C'est possible grâce à la location en libre-service! Cette solution de transport urbain facile d'utilisation, qui rencontre déjà un franc succès dans de nombreuses métropoles étrangères, vient compléter l'offre des transports publics. Elle est particulièrement adaptée à la Suisse. CarPostal a rapidement identifié son potentiel et donné vie au dernier maillon vert de la chaîne de transport en proposant PubliBike (location de vélos en libre-service). Le projet a vu le jour en coopération avec les CFF et l'entreprise de location de vélos Rent a Bike. Après une phase de test réussie à Lucerne, les deux premières stations ont été mises en service en 2011 à Lucerne et à Brigue.

L'offre PubliBike présente un triple atout: elle garantit un déplacement rapide, permet d'éviter les embouteillages et, dans la mesure où elle n'occasionne ni gaz d'échappement ni nuisances sonores, profite également aux riverains et à l'environnement. «PubliBike profite à tout le monde», souligne Lorenz Lehmann, responsable Développement et solutions mobilité chez CarPostal. La Poste et les villes intéressées travaillent maintenant à la création d'un réseau national de stations de partage de vélos.



EXPEDITION «PRO CLIMA»

## Petit effort, grands résultats

Expédier lettres, colis ou marchandises sans peser sur le climat en contrepartie d'un supplément de quelques centimes? «De plus en plus d'entreprises, d'institutions et de particuliers marquent leur engagement pour la protection du climat en choisissant l'offre «pro clima» de la Poste», constate Marc Amstutz, gestionnaire de produits «pro clima». En 2011, le tri et le transport de 66,7 millions d'envois «pro clima» ont permis de compenser l'émission de 9500 tonnes de CO<sub>2</sub>. Chaque année, la population vote en ligne pour les projets de protection du climat à soutenir. Cette année, la Poste investit la totalité des suppléments «pro clima» dans le projet international certifié Gold Standard «Projet d'énergie éolienne à Çatalca, Turquie» et, pour la première fois, dans un projet de compensation suisse portant sur la production de courant écologique à partir de biomasse.



La totalité des lettres, marchandises et colis ainsi expédiés sont signalés par le label «pro clima».

NOTRE RÉSULTAT

## En bonne voie

La Poste met en œuvre sa stratégie de développement durable 2011 à 2013 avec application. Dans le cadre de l'objectif de réduction de ses émissions annuelles de CO<sub>2</sub> de 15 000 tonnes d'ici 2013, elle a déjà abaissé ces dernières de 3115 tonnes par an à l'aide, entre autres, des mesures présentées ici. La planification de la réalisation des autres mesures est bien avancée. «L'engagement de tous est nécessaire pour atteindre l'objectif visé», juge Nathalie Hürlimann, responsable du projet Développement durable. La Poste réinvestit en outre la totalité des fonds issus de la redistribution de la taxe de la Confédération sur le CO<sub>2</sub> appliquée aux combustibles fossiles dans d'autres mesures de réduction et diminue ainsi ses émissions annuelles de CO<sub>2</sub> d'au moins 1700 tonnes supplémentaires.

Depuis 2008, la Poste a amélioré son bilan énergétique de 4,1% et son bilan carbone de 4,4%. Elle a ainsi réduit non seulement ses émissions de CO<sub>2</sub> en valeurs absolues, mais aussi les émissions relatives de gaz à effet de serre par collaborateur et par produit d'exploitation. Le bilan énergétique et carbone couvre toutes les activités de la Poste en Suisse et à l'étranger, la consommation de carburant due aux transports de personnes et de marchandises, l'énergie consacrée à l'entretien de l'exploitation (électricité, chaleur), les consommables (papier, eau, déchets, fluides frigorigènes), les déplacements professionnels et les trajets des collaborateurs. Le bilan de gaz à effet de serre de la Poste a été certifié par PwC en février 2012.

Les émissions de CO<sub>2</sub> de la Poste sont en baisse constante sur les marchés de la communication, des services financiers grand public et de la logistique. Par contre, malgré les mesures efficaces de CarPostal, les transports publics accusent une hausse due à la forte croissance de l'unité.

PERSPECTIVES

La Poste entend réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> de 15 000 tonnes par an d'ici 2013.

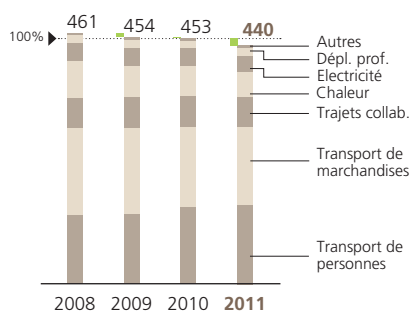
A cet effet, elle introduit et poursuit différentes mesures et prévoit par exemple de remplacer une installation de chauffage au gaz par une pompe à chaleur au centre de calcul Engehalde de PostFinance.

Jour après jour, la Poste s'applique à mettre en œuvre les orientations de sa stratégie de développement durable et prépare son avenir: elle sera ainsi bien moins vulnérable face aux futures fluctuations des prix de l'énergie.

Les milieux politiques et le public attendent également que la Poste, en qualité d'entreprise liée à la Confédération, maintienne des objectifs conformes aux politiques énergétique et climatique nationale et internationale. Une évidence à moyen terme comme à long terme pour la Poste, qui réaffirme ainsi sa position d'entreprise à la fois rentable et socialement responsable.

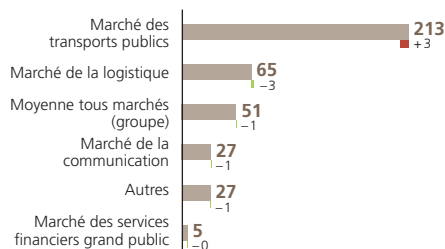
### Group | Emissions directes et indirectes de gaz à effet de serre

Par processus  
2008 bis 2011\*  
2010 = 100%, Equivalent 1000 t de CO<sub>2</sub>



Par marché

2011 avec écart par rapport à l'année précédente  
Equivalent t CO<sub>2</sub> par mio. de CHF de produits d'expl.



\* Nouveau calcul 2008-2009 suite aux modifications méthodologiques et qualitatives en matière de comptabilité environnementale (cf. ci-dessous)

→ COMPTABILITE ENVIRONNEMENTALE

La Poste engendre environ 1% des émissions de CO<sub>2</sub> de la Suisse. «Pour gérer, il faut mesurer»: la Poste identifie et quantifie les sources d'émissions de gaz à effet de serre. La comptabilité environnementale détermine la consommation totale d'énergie et de ressources et met en évidence les potentiels de réduction. Les données obtenues ont permis de définir des objectifs, puis des mesures appliquées dans les domaines présentant un fort potentiel de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>.

La Poste a ainsi comblé les déficits d'information et amélioré la qualité des données. La méthode utilisée, conforme aux normes internationales de rapport de durabilité (Protocole GES, lignes directrices de la Global Reporting Initiative), établit l'empreinte CO<sub>2</sub> globale. La Poste connaît ainsi son bilan écologique, sur lequel elle s'appuie pour déterminer ses actions environnementales.

«La Poste poursuivra de manière conséquente la stratégie de développement durable qu'elle s'est fixée.»

Ronny Kaufmann,  
responsable Politique et  
responsabilité sociale



---

Des offres de premier ordre

---

«Cela n'arrive qu'aux autres». Et pourtant, je me retrouve dans cette situation: plus de passeport, plus d'argent. Et mon avion décolle dans quelques heures. Heureusement, l'Ambassade de Suisse m'a fourni une aide **fiable et rapide**.

La Poste offre à ses clients **l'excellence suisse dans le monde entier** pour leurs envois internationaux de courrier et de marchandises comme dans le cadre de nos solutions documents et dialogue reliant les univers physique et numérique.

Environ

8000

collaborateurs assistent  
nos clients internationaux dans plus de

20 pays

en Europe, en Asie et aux Etats-Unis.

---

Nous garantissons aux clients commerciaux expédiant des envois physiques un **accès efficace aux marchés émergents**. Sociétés de vente à distance, éditeurs, établissements financiers et entreprises de tourisme assurent leur réussite à l'international en recourant à nos **solutions d'expédition spécifiques**.

La Poste Suisse offre aux entreprises actives sur le marché mondial des **solutions intégrées d'externalisation des processus métiers**, qu'il s'agisse d'administrer documents et informations ou de garantir une gestion professionnelle de la relation client.



# Corporate Governance: une direction responsable et transparente

La Poste Suisse applique depuis plusieurs années le Code suisse de bonne pratique pour le gouvernement d'entreprise établi par economiesuisse et structure son rapport conformément à la directive sur les informations relatives à la Corporate Governance de Swiss Exchange.

---

## Structure du groupe et actionnariat

---

### Statut juridique et propriété

La Poste Suisse est une entreprise autonome de droit public appartenant exclusivement à la Confédération. Les unités d'organisation du groupe sont présentées dans l'organigramme du volet, tandis que les participations sont décrites dans le cadre du périmètre de consolidation à la page 94 du rapport financier.

---

### Pilotage par la Confédération

La Confédération pilote la Poste en lui assignant des objectifs stratégiques dont elle contrôle la réalisation à l'aide d'un rapport annuel spécifique et de rapports sur le personnel (loi sur le personnel de la Confédération et ordonnance sur les salaires des cadres). Voir également la politique d'information à la page 53.

---

## Présentation des comptes du service universel

En vertu de la directive de l'Autorité de régulation postale concernant la présentation des coûts du service universel et la preuve du respect de l'interdiction des subventions croisées, la Poste est tenue de détailler les coûts, les recettes et les résultats du service universel et des services libres ainsi que les coûts du réseau postal couvrant l'ensemble du territoire. KPMG SA, l'organe de contrôle mandaté par l'Autorité de régulation postale, vérifie chaque année que la Poste a bien satisfait à ces exigences. En 2011, les coûts du service universel se sont montés à 3,6 milliards de francs environ. Cette

année également, ils ont pu être couverts par les recettes du monopole et des services non réservés.

Au cours de l'exercice, la participation aux coûts d'infrastructure était de 187 millions de francs (198 millions en 2010). Elle comprend les coûts structurels du dépôt et de la vente en dehors du réseau postal nécessaire à son fonctionnement. Si ce calcul théorique n'a aucune influence sur le résultat financier de la Poste, il se répercute sur les résultats des segments de PostMail et de Réseau postal et vente.

---

## Structure du capital

En 1998, la Confédération a pourvu la Poste d'un capital de dotation non rémunéré de 1,3 milliard de francs. Depuis 2004, la Poste verse chaque année à la caisse de pensions une somme millionnaire à trois chiffres tirée de son bénéfice (100 millions en 2011). Une autre part

du bénéfice revient à la Confédération (200 millions en 2011). Le reste est affecté aux fonds propres; à la date de référence, ceux-ci s'élevaient à 4,879 milliards de francs (années précédentes: 4,224 milliards).



---

## Conseil d'administration

### Composition

Le Conseil d'administration de La Poste Suisse était composé, au 31 décembre 2011, de neuf membres, nommés par le Conseil fédéral pour quatre ans. Conformément à la loi sur l'organisation de la Poste, le Conseil d'administration assume une fonction de contrôle et de surveillance, mais aussi de pilotage dans les questions stratégiques.

Les membres n'entretiennent pas de relations d'affaires avec La Poste Suisse ni avec ses sociétés; aucun d'entre eux n'a assumé de fonction dirigeante au sein de La Poste Suisse ou de l'une des sociétés du groupe au cours des trois dernières années. En vertu de la législation postale, le personnel doit être représenté de manière appropriée au Conseil d'administration. En 2011, les représentants étaient Susanne Blank et Michel Gobet.

Aucun changement n'a eu lieu durant l'exercice.

---

### Peter Hasler



---

### Président du Conseil d'administration

Né en 1946, Suisse, membre depuis 2010  
Dr. iur.

#### Comités

- Organisation, Nomination & Remuneration
- Audit & Risk
- Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances
- PostFinance

#### Parcours professionnel

- Juriste et assistant du président du conseil d'administration de Flug- und Fahrzeugwerken Altenrhein AG (FFA)
- Secrétaire de l'Association patronale suisse de l'industrie des machines (ASM)

- Directeur de l'ASM
- Directeur de l'Union patronale suisse
- Vice-président de la Caisse nationale suisse d'assurance en cas d'accidents (Suva)
- Membre de plusieurs commissions fédérales

#### Principaux mandats

- Conseil de l'Hôpital universitaire de Zurich (président)
- Caisse suisse de voyage, Reka (président de la coopérative)
- SIZ AG, Schweizerisches Informatikzertifikat (vice-président du conseil d'administration)

---

### Dominique Freymond



---

### Membre du Conseil d'administration, vice-président

Né en 1954, Suisse, membre depuis 2002  
Lic. ès sciences naturelles

#### Comité

- Organisation, Nomination & Remuneration (responsable)

#### Parcours professionnel

- IBM Suisse et IBM Europe (divers postes dans la vente, le marketing et la gestion)
- Unisys Suisse et Unisys Autriche (membre de la direction, responsable du service à la clientèle)
- Canton de Vaud (Chancelier d'Etat)
- Unisys Europe centrale (vice-président et directeur général Suisse)

- Groupe TKS-Teknosoft SA (directeur général)
- management & advisory services, mas SA (associé-proprétaire)

#### Principaux mandats

- Corti SA (membre du conseil d'administration)
- mas et mas investments SA (membre du conseil d'administration)
- SolvAxis SA (président du conseil d'administration)
- STERCI SA (membre du conseil d'administration)
- Institut Suisse des administrateurs, isade (vice-président)

**Andreas Schlöpfer****Membre du Conseil d'administration, vice-président**

Né en 1947, Suisse, membre depuis 2009  
Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques,  
juridiques et sociales de St-Gall

**Principaux mandats**

– Aucun

**Comité**

– Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances  
(responsable)

**Parcours professionnel**

– International Trade Centre UNCTAD/GATT  
(conseiller en marketing)  
– Nestlé (directeur général France, Russie, Thaïlande/  
Indochine, Zimbabwe et global business head/  
senior vice president des aliments pour enfants)

**Nicola Thibaudeau****Membre du Conseil d'administration**

Née en 1960, Suisse / Canada, membre depuis 2006  
Dipl. Ing. Mech. de l'Ecole Polytechnique de Montréal

**Comité**

– PostFinance

**Parcours professionnel**

– IBM Canada (collaboratrice scientifique)  
– Cicorel SA (directrice)  
– Mecanex SA (propriétaire, directrice générale)  
– Conseillère indépendante  
– MPS Micro Precision Systems SA  
(directrice générale, déléguée du conseil  
d'administration)

**Principaux mandats**

– CSS Assurance-maladie SA  
(membre du conseil d'administration)  
– CSS Fondation du personnel (membre)  
– MPS Micro Precision Systems SA  
(déléguée du conseil d'administration)  
– MPS Décolletage SA, à Court  
(Présidente du conseil d'administration)  
– SLS-TT AG, Institut Paul Scherrer à Würenlingen  
(membre)

**Susanne Blank****Membre du Conseil d'administration, représentante du personnel**

Née en 1972, Suisse, membre depuis 2008  
Lic. rer. pol.

**Comité**

– Audit & Risk

**Parcours professionnel**

– Office fédéral de la statistique  
(révision de l'indice suisse des prix à la consommation)  
– Travail.Suisse, organisation faitière des travailleurs  
(responsable Politique économique et membre de la  
direction)

**Principaux mandats**

– Caisse nationale suisse d'assurance en cas d'accidents  
SUVA (membre du conseil d'administration)  
– Commission tripartite fédérale pour les mesures  
d'accompagnement à la libre circulation des personnes  
(membre)  
– Commission de surveillance du fonds de compensation  
de l'assurance-chômage (membre)  
– Commission de la statistique fédérale (membre)

**Marco Durrer****Membre du Conseil d'administration**

Né en 1952, Suisse, membre depuis 2009  
Dr. ès sc. pol. (relations internationales),  
MALD, The Fletcher School, Tufts University, Etats-Unis

**Comité**

– PostFinance (responsable)

**Parcours professionnel**

– Credit Suisse Lausanne / New York / Zurich  
(assistant de Josef Ackermann / Investment banking)  
– Deutsche Bank (Suisse) SA, Genève  
(responsable Vente et trading)  
– Lombard, Odier, Darier, Hentsch & Cie Genève/Zurich  
(group management, responsable de succursale Zurich)

– Valiant Banque Privée SA, Berne (directeur général et  
membre de la direction du groupe Valiant Holding SA)  
– Conseiller financier indépendant

**Principaux mandats**

– Picard Angst Asset Management SA  
(vice-président du conseil d'administration)  
– Banque Piguet Galland & Cie SA  
(membre du conseil d'administration)  
– DGM Immobilién AG  
(président du conseil d'administration)

**Adriano P. Vassalli****Membre du Conseil d'administration**

Né en 1954, Suisse, membre depuis 2010  
Expert économiste diplômé

**Comités**

– Audit & Risk (responsable)  
– PostFinance

**Parcours professionnel**

– Revisuisse SA (réviseur et consultant à Berne,  
fondateur de la filiale de Lugano)  
– Arthur Andersen (fondateur et responsable des filiales  
de Lugano et de Berne, partenaire international)  
– Studio di consulenza e di revisione  
(fondateur et propriétaire)

**Principaux mandats**

– ATTEST audit & consulting SA  
(président du conseil d'administration)  
– Cassa pensioni dei dipendenti dello Stato del Cantone  
Ticino (membre du comité)  
– Croce Rossa Svizzera, Sezione del Luganese (président)  
– FONDAZIONE ELSA VASSALI-COMIZZOLI  
(président de fondation)

2	La lettre des dirigeants du groupe
4	Des offres de premier ordre pour notre clientèle
10	Résultats positifs dans un contexte exigeant
16	Qualité et innovation – aujourd'hui et demain

24	Un employeur apprécié et responsable
30	Pour une Suisse performante
36	La protection du climat en ligne de mire
44	Corporate Governance

## Philippe Milliet



### Membre du Conseil d'administration

Né en 1963, Suisse, membre depuis 2010  
Diplômé en pharmacie de l'Université de Lausanne, MBA, Ecole des Hautes Etudes Commerciales de l'Université de Lausanne

#### Comité

– Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances

#### Parcours professionnel

- Galenica Holding SA (analyste/programmeur et assistant du président de la direction générale)
- Pharmatic SA (analyste/programmeur et responsable de projet)

- McKinsey (associé, engagement manager)
- Galenica SA (responsable centres de distribution, responsable opérations et directeur général de Galexis SA)
- Unicable (directeur général)
- Galenica SA (responsable direction générale Santé, membre de la direction générale du groupe)
- Bobst Group (membre du Comité de direction du Groupe, responsable de la Business Unit Sheet-fed)

#### Principaux mandats

– Aucun

## Michel Gobet



### Membre du Conseil d'administration, représentant du personnel

Né en 1954, Suisse, membre depuis 2010  
Lic. phil. hist.

#### Comités

- Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances
- Organisation, Nomination & Remuneration

#### Parcours professionnel

- Service archéologique cantonal de Fribourg (direction de chantiers)
- Union PTT (secrétaire central et secrétaire général suppléant)
- Syndicat de la Communication (secrétaire central)

#### Principaux mandats

- Swisscom (Suisse) SA (membre du conseil d'administration)
- UNI Global Union (trésorier, member of World Executive Committee, member of European ICTS Steering Committee)

## Kerstin Büchel



### Secrétaire générale

Née en 1970, Suisse / Allemagne / Suède, membre depuis 2009  
Lic. rer. pol.

#### Parcours professionnel

- UBS SA Suisse / Bâle et Zurich, ainsi que UBS SA Italie, Rome (junior key people, product management, conseil clientèle, events, business development and strategic marketing, asset and liability management, international client reporting)
- Valiant Banque Privée SA (responsable Développement du marché et service des ventes)

#### Principaux mandats

– Aucun

### Rôle et méthode de travail du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration approuve les fondements de la politique d'entreprise, la stratégie du groupe, y compris la planification financière stratégique, le système des prix à l'intention du DETEC, les normes de présentation des comptes, le budget, le rapport à l'intention du propriétaire et de l'Autorité de régulation postale ainsi que les grands projets stratégiques. Il nomme en outre les membres de la Direction du groupe, approuve les conventions collectives de travail et les salaires des membres de la Direction du groupe. Le Conseil d'administration s'est réuni

douze fois en 2011. Le directeur général et le responsable Finances participent aux séances du Conseil d'administration, avec voix consultative.

Le Conseil d'administration se constitue lui-même. Le président nomme le secrétaire général. La limite d'âge de 70 ans vaut pour tous les membres du Conseil d'administration. De plus, la durée de leur mandat est limitée à douze ans. En outre, quatre comités permanents, investis d'une fonction consultative et au sein desquels siège d'office le président du Conseil d'administration, sont chargés de préparer les décisions. Enfin, le Conseil d'administration peut à tout moment constituer des comités temporaires ou

des groupes de travail pour traiter de dossiers particuliers. Aucune représentation réciproque au sein des conseils d'administration n'existe entre la Poste et d'autres entreprises.

Le président du Conseil d'administration dirige les séances de l'organe et le représente à l'extérieur. Il exerce la haute surveillance sur la Direction du groupe, soumet des propositions pour la nomination des membres de la Direction du groupe et échange des informations avec le propriétaire et le directeur général. Il approuve en outre le programme de révision annuel de l'unité Révision interne.

#### Comité Audit & Risk

Composé de trois membres, le comité assiste le Conseil d'administration, notamment pour l'examen de la comptabilité, du rapport financier et de la gestion des risques. Il est responsable de la création et du développement de structures de surveillance internes appropriées et veille au respect des dispositions légales. En outre, il évalue régulièrement la gestion des risques de la Poste et le respect de l'accord en matière de trésorerie conclu avec l'Administration fédérale des finances. Il étudie les observations et les recommandations des organes de révision interne et externe, avant de soumettre d'éventuelles propositions au Conseil d'administration. En 2011, le comité a organisé six séances auxquelles ont participé le directeur général, le responsable Finances et la responsable Révision interne.

#### Comité Organisation, Nomination & Remuneration

Le comité s'est réuni six fois en 2011. Il est investi, vis-à-vis de l'ensemble du Conseil d'administration, d'une fonction consultative en matière de nomination, de révocation, de détermination des salaires versés aux membres de la Direction du groupe et de définition du mandat de négociation salariale annuelle avec les associations du personnel.

#### Comité Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances

Le comité traite de la stratégie en matière de fusions et d'acquisitions ainsi que des différentes alliances stratégiques. Il identifie et examine les opportunités en matière de participations, fusions et acquisitions ainsi que d'investissements et alliances. Il accompagne la fondation, la liquidation et la vente de sociétés du groupe, de sociétés associées et de participations. Le comité s'est réuni cinq fois en 2011.

#### Comité PostFinance

Le comité PostFinance se consacre à la gouvernance des activités de PostFinance en matière de placements, contrôle les risques opérationnels de l'unité et accompagne le projet de transfert de l'unité dans la société PostFinance SA. En 2011, il a organisé cinq réunions.

L'ensemble des tâches qui ne sont pas explicitement réservées au Conseil d'administration relèvent de la compétence de la Direction du groupe. Les tâches et les compétences des membres et du président du Conseil d'administration ainsi que des membres de la Direction du groupe se fondent sur les dispositions de la loi sur l'organisation de la Poste et sur le règlement d'organisation édicté par le Conseil d'administration.

### Instruments d'information et de contrôle

#### Rapports

Le Conseil d'administration reçoit des rapports mensuels sur la situation du groupe et des différentes unités opérationnelles par rapport à l'exercice précédent. Les rapports mensuels comprennent également des budgets, des valeurs prévisionnelles et des indicateurs sur les marchés ainsi que sur le personnel et les innovations.

Par ailleurs, le Conseil d'administration reçoit chaque trimestre des rapports sur les finances et le controlling de projet et est informé par le comité Audit & Risk du respect du budget, de la planification financière stratégique et des directives stratégiques du Conseil fédéral. Il obtient également les procès-verbaux de la Direction du groupe, les rapports trimestriels de la gestion des risques (cf. page 87 du rapport financier), de la trésorerie, de la communication et de la révision interne. Au début de chaque séance du Conseil d'administration, le directeur général et le responsable Finances dressent un tableau de la situation de l'entreprise.

#### Système de contrôle interne des processus financiers

La Poste exploite un système de contrôle interne (SCI) qui, de manière précoce, identifie, évalue et couvre au moyen de contrôles clés les processus financiers ainsi que les risques de la tenue et de la présentation des comptes. Le Conseil d'administration et la Direction du groupe reçoivent une fois par an un rapport sur l'état de développement du SCI.

2	La lettre des dirigeants du groupe
4	Des offres de premier ordre pour notre clientèle
10	Résultats positifs dans un contexte exigeant
16	Qualité et innovation – aujourd'hui et demain

24	Un employeur apprécié et responsable
30	Pour une Suisse performante
36	La protection du climat en ligne de mire
44	Corporate Governance

### Révision interne

L'unité Révision interne rend compte de ses activités en permanence au comité Audit & Risk et annuellement à l'ensemble du Conseil d'administration, tous les rapports étant remis au président de ce dernier et à l'organe de révision externe. L'unité Révision interne de la Poste respecte les normes internationales et notamment les principes relatifs à l'intégrité, à l'objectivité, à la confidentialité, aux compétences professionnelles et à l'assurance qualité. Subor-

donnée au président du Conseil d'administration, elle est indépendante de la Direction du groupe, responsable au plan opérationnel.

Intermédiaire financier directement soumis à l'autorité de contrôle

Depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2011, La Poste Suisse est soumise à la FINMA en matière de blanchiment d'argent, domaine dans lequel elle fait désormais l'objet d'une surveillance usuelle dans la branche.

## Direction du groupe

### Composition

Les huit membres de la Direction du groupe et le directeur général sont nommés par le Conseil d'administration. Ils sont chargés de la gestion opérationnelle des unités d'organisation dont

ils sont responsables. Le directeur général représente la Direction du groupe devant le Conseil d'administration. Il n'existe aucun contrat de gestion avec des sociétés ou des personnes physiques en dehors du groupe.

#### Jürg Bucher



#### Directeur général, responsable PostFinance

Né en 1947, Suisse, membre depuis 2003  
Lic. rer. pol., économiste (éco. d'entreprise et publique)

#### Parcours professionnel

- Economie et administration (journaliste, collaborateur scientifique)
- PTT (directeur financier suppléant, responsable Controlling, responsable Développement d'entreprise)
- La Poste Suisse (PostFinance: responsable suppléant, responsable Marketing, responsable PostFinance, directeur général de la Poste)

#### Principaux mandats

- innoBE SA (membre du conseil d'administration)
- Bern Arena Stadion SA (membre du conseil d'administration)

#### Ulrich Hurni



#### Responsable PostMail, directeur général suppléant

Né en 1958, Suisse, membre depuis 2009  
Employé de commerce et secrétaire d'exploitation à la Poste  
EMBA de l'Université de Zurich

#### Parcours professionnel

- La Poste Suisse (PostFinance: développement de systèmes informatiques, Telecom: contrôleur de gestion/projet, Swiss Post International: directeur, PostMail: responsable suppléant, responsable)

#### Principaux mandats

- Aucun

---

**Jean-Pierre Streich**


---




---

**Responsable Swiss Post International**


---

Né en 1946, Suisse, membre depuis 1999  
Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques,  
juridiques et sociales de St-Gall, économiste d'entreprise

**Parcours professionnel**

- Migros (directeur du développement logiciel de Migros-Industrie, directeur financier et informatique à la conserverie Bischofszell SA, directeur informatique de la communauté Migros)
- Mövenpick SA (membre de la direction du groupe, responsable Marketing et communication / Ressources humaines / Informatique et environnement)

- La Poste Suisse (responsable Développement du groupe / Informatique / Stratégie internationale, responsable Swiss Post International)

**Principaux mandats**

- Aucun

---

**Daniel Landolf**


---




---

**Responsable CarPostal**


---

Né en 1959, Suisse, membre depuis 2001  
Bachelor of Science (B.Sc.), économiste d'entreprise

**Parcours professionnel**

- Credit Suisse SA (commerce de devises, trafic des paiements international)
- Direction générale des PTT (services Economie d'entreprise, Marketing central / stratégies et analyses)
- La Poste Suisse (directeur adjoint Services des automobiles, responsable Développement d'entreprise CarPostal, directeur suppléant CarPostal, directeur CarPostal, responsable CarPostal / CarPostal Suisse SA)

**Principaux mandats**

- Caisse suisse de voyage, Reka (membre du conseil d'administration)
- Union des transports publics (membre du comité et du comité directeur)
- Service d'information pour les transports publics, Litra (membre du comité et du comité directeur)
- Sensetalbahn SA (vice-président du conseil d'administration)
- Mobility Solutions SA (membre du conseil d'administration)

---

**Yves-André Jeandupeux**


---




---

**Responsable Personnel**


---

Né en 1958, Suisse, membre depuis 2005  
Lic. sc. soc. et pol., psychologie ment. de l'Université de Lausanne

**Parcours professionnel**

- Orientation professionnelle, canton du Jura (conseiller en orientation professionnelle)
- Gastrosuisse, Lausanne (responsable du bureau de la Suisse romande)
- Posalux SA, entreprise de machines-outils (responsable du personnel)
- Canton de Neuchâtel (responsable du personnel)

- CC&T SA, cabinet de conseil en entreprise (partenaire associé, responsable de la gestion des compétences)
- SKYGUIDE (responsable du personnel)
- La Poste Suisse (responsable Personnel)

**Principaux mandats**

- Caisse de pensions Poste (président du conseil de fondation)
- Pensimo Management SA (membre du conseil d'administration)

---

**Frank Marthaler**


---




---

**Responsable Swiss Post Solutions**


---

Né en 1964, Suisse, membre depuis 2007  
Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques,  
juridiques et sociales de St-Gall, économiste d'entreprise

**Parcours professionnel**

- IBM (sales executive, key account manager)
- EDS (directeur vente et marketing)
- La Poste Suisse (responsable Gestion des clients stratégiques, responsable Clients stratégiques et solutions)

**Principaux mandats**

- Aucun

---

**Patrick Salamin**


---




---

**Responsable Réseau postal et vente**


---

Né en 1958, Suisse / Irlande, membre depuis 2007  
Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques,  
juridiques et sociales de St-Gall, économiste d'entreprise  
et politologue

**Parcours professionnel**

- Colgate-Palmolive SA (senior product manager)
- Cartier Suisse SA (directeur marketing)
- Zweifel Pomy-Chips SA (responsable des exportations)
- Cruspi SA (directeur)
- La Poste Suisse (responsable Marketing et vente Réseau postal, responsable Réseau postal et vente)

**Principaux mandats**

- Aucun

2	La lettre des dirigeants du groupe
4	Des offres de premier ordre pour notre clientèle
10	Résultats positifs dans un contexte exigeant
16	Qualité et innovation – aujourd'hui et demain

24	Un employeur apprécié et responsable
30	Pour une Suisse performante
36	La protection du climat en ligne de mire
44	Corporate Governance

### Markus Zenhäusern



### Responsable Finances, directeur général suppléant

Né en 1962, Suisse, membre de 2008 jusqu'au 31.10.2011  
Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques,  
juridiques et sociales de St-Gall, dr. rer. pol. de l'Université  
de Fribourg

#### Parcours professionnel

- Groupe Coopers & Lybrand (auditeur et consultant)
- Hero (responsable Controlling du groupe)
- Habasit (directeur financier et membre de la direction du groupe)
- Ciba (regional finance director East Asia)

- Sika AG (directeur financier et membre de la direction du groupe)
- La Poste Suisse (responsable Finances)

#### Principaux mandats

- Schaffner Holding SA (membre du conseil d'administration)
- Liechtensteinische Post AG (membre du conseil d'administration)

### Thomas Egger



### Responsable Finances a.i.

Né en 1969, Suisse, membre depuis le 01.11.2011  
Diplômé HES en économie d'entreprise, Rochester-Bern  
Executive M.B.A. Université de Berne/Rochester New-York

#### Parcours professionnel

- Société de Banque Suisse (conseil à la clientèle)
- SBC Warburg Dillon Read (auditeur)
- UBS SA (responsable Management Support, responsable Business Controlling Clientèle individuelle Suisse, responsable Business Controlling Private Banking Suisse)
- Valora Management AG (responsable suppléant Finances, responsable Controlling du groupe et trésorerie)

- La Poste Suisse (responsable suppléant Finances, responsable Comptes, controlling et stratégie du groupe, responsable Finances a.i.)

#### Principaux mandats

- Aucun

### Dieter Bambauer



### Responsable PostLogistics

Né en 1958, Suisse / Allemagne, membre depuis 2009  
Dr. oec. WWU, JLU

#### Parcours professionnel

- DWP (consultant, conseiller logistique)
- AGRAVIS (responsable du secteur Logistique)
- MD Papier (membre de la direction, logistique, informatique)
- Kühne + Nagel Management AG (membre de la direction)
- Deutsche Bahn AG (EVP Freight Logistics)
- Schenker Schweiz SA (directeur général)
- Hangartner SA (directeur général)

- La Poste Suisse (responsable PostLogistics)

#### Principaux mandats

- Membre du comité directeur de la chaire de gestion logistique, Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall

### Changements survenus au cours de l'exercice

Début novembre 2011, Markus Zenhäusern a été remplacé pour raisons de santé par Thomas Egger, désormais responsable Finances a.i.

---

## Indemnisation

---

### Politique

Lors de la fixation du montant des indemnités versées à la Direction du groupe, le Conseil d'administration prend en compte le risque encouru par l'entreprise, la taille de celle-ci, les salaires pratiqués dans la branche et les règles relatives à la rémunération des cadres supérieurs de la Confédération.

### Fixation des indemnités

La rémunération se compose d'un salaire de base fixe et d'un bonus de prestation pouvant atteindre au maximum 40% du salaire de base annuel brut (50% pour le directeur général) et basé sur la moyenne des prestations des deux dernières années. Le bonus de prestation dépend des résultats du groupe (40%), de ceux de l'unité d'organisation (40%) ainsi que de la contribution personnelle (20%). Les membres de la Direction du groupe reçoivent en outre un abonnement général des CFF en 1<sup>re</sup> classe, un véhicule de fonction, un téléphone portable, une indemnité forfaitaire mensuelle pour frais ainsi que les avantages dont bénéficie l'ensemble du personnel. La Poste paie aussi les primes de leur assurance-risque. En cas de contributions personnelles exceptionnelles, des primes de performance individuelles peuvent être versées.

Aucun membre de la Direction du groupe ni aucune personne qui leur est proche n'a bénéficié d'autres honoraires, rémunérations, garanties, avances, crédits, prêts ou prestations en nature. Le bonus de prestation et le salaire de base des membres de la Direction du groupe sont assurés comme suit: jusqu'au montant maximal possible de 334 080 francs auprès de la Caisse de pensions Poste (primauté des cotisations); pour les revenus supérieurs à ce montant, par le biais d'une assurance pour cadres (primauté des cotisations). Les primes relatives à la prévoyance vieillesse sont prises en charge

à parts égales par l'employeur et l'employé. Les contrats de travail se fondent sur le Code des obligations. Aucune convention ne définit les éventuelles indemnités de départ des membres de la Direction du groupe et du Conseil d'administration. Le délai de résiliation des membres de la Direction du groupe est de douze mois.

### Montant des indemnités

#### Conseil d'administration

Le Conseil fédéral fixe le montant des indemnités versées aux membres du Conseil d'administration. Ceux-ci (incluant le président) ont reçu au cours de l'exercice une rémunération globale, prestations accessoires et autres prestations incluses, de 1 120 300 francs (honoraires, prestations accessoires et autres prestations). En 2011, les prestations accessoires et les autres prestations d'un montant total de 335 300 francs ont été incluses dans la rémunération globale. Les honoraires du président du Conseil d'administration ont atteint 225 000 francs. Les prestations accessoires et les autres prestations se sont élevées à 27 650 francs.

#### Direction du groupe

Au cours de l'exercice, les neuf membres de la Direction du groupe ont reçu une rémunération globale, prestations accessoires incluses, de 4 964 384 francs (salaires de base, prestations accessoires, bonus de prestation et indemnité de départ). Comme pour le Conseil d'administration, les prestations accessoires d'un montant total de 379 950 francs ont été incluses dans la rémunération globale. Le bonus de prestation découlant des objectifs atteints en 2011 et versé en 2012 s'est monté à 1 189 434 francs. Le salaire de base du directeur général s'est élevé au total à 550 000 francs et son bonus de prestation à 236 720 francs. Compte tenu de sa contribution personnelle, il a reçu pour 2011 une prime individuelle de 75 000 francs.



2	La lettre des dirigeants du groupe	24	Un employeur apprécié et responsable
4	Des offres de premier ordre pour notre clientèle	30	Pour une Suisse performante
10	Résultats positifs dans un contexte exigeant	36	La protection du climat en ligne de mire
16	Qualité et innovation – aujourd'hui et demain	44	Corporate Governance

---

## Organe de révision

Depuis 1998, KPMG SA, mandaté par le Conseil fédéral, est l'organe de révision externe de La Poste Suisse et le réviseur des comptes consolidés. Orlando Lanfranchi occupe le poste

de réviseur en chef pour la deuxième année consécutive. Durant l'exercice, la Poste a réglé à KPMG SA un total de 2,428 millions de francs d'honoraires de révision et de conseil.

---

## Politique d'information

Outre le rapport sur les objectifs stratégiques et les rapports sur le personnel (cf. page 44), l'Autorité de régulation de la Confédération reçoit un rapport annuel. Enfin, la Poste soumet à son propriétaire son rapport de gestion pour

approbation. Les principales questions sont abordées lors de rencontres régulières entre les représentants de la Confédération et les organes de la Poste.

## Informations détaillées

### Contenus complémentaires



Ce symbole indique que la version numérique de la page est accessible sur smartphone. Photographiez une page entière à l'aide de la Post-App gratuite pour iPhone et Android (fonction de réalité augmentée). L'application reconnaît la page et affiche des informations complémentaires telles que des films ou des documents PDF.

### Documents connexes

Outre le rapport de gestion, le rapport 2011 inclut les documents suivants:

- Rapport financier 2011 (rapport de situation et comptes annuels)
- Données chiffrées (présentation complète des chiffres clés)
- Index GRI (index des matières conforme aux prescriptions de la Global Reporting Initiative)

Ces documents peuvent être consultés sous forme électronique à l'adresse [www.poste.ch/rapportdegestion](http://www.poste.ch/rapportdegestion). Le rapport de gestion est par ailleurs disponible sous forme imprimée.

### Commande du rapport de gestion et du rapport financier

Des exemplaires imprimés du rapport de gestion et du rapport financier peuvent être commandés en ligne à l'adresse [www.poste.ch/commande-rapportdegestion](http://www.poste.ch/commande-rapportdegestion). Les collaborateurs de la Poste peuvent s'en procurer par la voie ordinaire de commande des imprimés.

## Impressum

### Edition et contact

La Poste Suisse  
Communication  
Viktoriastrasse 21  
Case postale  
3030 Berne  
Suisse

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

### Conception et gestion de projet

Corinne Santschi, Communication Poste, Berne  
Andreas Sturm, phorbis Communications SA, Bâle

### Texte

Finances Poste, Berne  
Marcel Suter, Sandra Schindler et Dominik Rothenbühler,  
Klarkom GmbH, Berne

### Diagrammes

Finances Poste, Berne  
Andreas Sturm, phorbis Communications SA, Bâle  
Diagrammes fondés sur le concept du prof. Rolf Hichert

### Photos

Marc Wetli, Zurich, et sources diverses

### Maquette et composition

Walter Stähli et Franck Schirmer,  
phorbis Communications SA, Bâle

### Relecture et traduction

Service linguistique Poste, Berne

### Impression

Neidhart + Schön AG, Zurich, Suisse

Numéro ISSN 1661-9501



No. 01-12-979916 – [www.myclimate.org](http://www.myclimate.org)  
© myclimate – The Climate Protection Partnership



MIXTE  
Papier issu de  
sources responsables  
FSC® C005019

Le présent rapport de gestion  
a été produit sans impact sur le climat.

## Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

		2011	2010	2009	2008	2007
<b>Résultat</b>						
Produits d'exploitation	millions de CHF	8 599	8 736	8 558	8 980	8 712
générés sur le marché libre	% des produits d'exploitation	84,0	83,2	80,8	79,6	78,3
générés à l'étranger	% des produits d'exploitation	12,7	13,9	16,3	17,9	20,0
Résultat d'exploitation	millions de CHF	908	930	721	812	866
générés à l'étranger	% des produits d'exploitation	5,7	2,6	4,9	4,0	7,0
Bénéfice consolidé	millions de CHF	904	910	728	825	909
Fonds propres	millions de CHF	4 879	4 224	3 534	2 857	2 470
<b>Création de valeur</b>						
Valeur ajoutée de l'entreprise	millions de CHF	390	452	272	416	559
Valeur ajoutée	millions de CHF	5 187	5 268	4 983	4 875	4 925
distribuée au personnel	millions de CHF	4 026	4 076	4 032	3 873	3 851
distribuée aux bailleurs de fonds externes	millions de CHF	14	20	14	22	20
distribuée aux pouvoirs publics	millions de CHF	13	12	9	10	13
distribuée au propriétaire	millions de CHF	200	200	200	170	300
distribuée à l'entreprise	millions de CHF	934	960	728	800	741
<b>Emplois</b>						
Effectif (sans apprentis)	unités de personnel	44 348	45 129	44 803	44 178	43 447
à l'étranger	%	15,0	16,1	15,6	14,2	12,7
Apprentis	personnes	1 942	1 824	1 690	1 571	1 473
Emplois Suisse	personnel Poste sur 100 employés	1,31	1,34	1,33	1,30	1,29
Emplois régions périphériques	personnes	20 418	20 603	20 776	21 319	21 069
Taux de fluctuation (départs volontaires)	% de l'effectif moyen	3,9	3,5	3,1	5,3	4,7
Licenciements pour raisons économiques	personnes	95	116	99	97	110
<b>Conditions d'engagement, salaires et indemnités</b>						
Engagements selon CCT Poste	en % des unités de personnel	64,3	65,4	66,5	71,2	74,1
Salairé minimal selon CCT Poste	CHF par année	44 823	44 379	44 071	42 746	41 826
Salairé moyen du personnel	CHF par année	81 293	81 082	80 361	78 141	77 160
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe	CHF par année	504 986	495 590	491 200	492 781	487 611
Ecart salarial *	facteur	6,2	6,1	6,1	6,3	6,3
<b>Gestion de la santé</b>						
Accidents professionnels	nombre pour 100 unités de personnel	6,9	7,5	6,5	6,3	5,5
Absences par suite de maladie ou d'accident	jours par collaborateur	10,8	10,5	10,4	10,7	11,0
<b>Diversité</b>						
Hommes	%	52,3	52,1	51,5	51,5	51,1
Femmes	%	47,7	47,9	48,5	48,5	48,9
Nationalités représentées	nombre	140	133	117	121	119
Femmes au Conseil d'administration	%	22,2	22,2	25,0	20,0	22,2
Femmes à la Direction du groupe	%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Femmes parmi les cadres supérieurs	%	7,6	8,2	8,7	7,7	9,3
Femmes parmi les cadres moyens et inférieurs	%	22,1	21,5	20,5	20,2	-
<b>Démographie</b>						
Age moyen du personnel	années	44,4	44,2	43,4	43,2	42,9
<b>Utilisation des ressources</b>						
Consommation d'énergie	GJ	3 131 103	3 224 440	3 158 211	3 265 716	-
Consommation directe (champ 1)	GJ	2 561 346	2 593 125	2 520 381	2 579 871	-
de sources renouvelables	%	0,91	0,47	0,47	0,40	-
Consommation indirecte (champs 2-3)	GJ	569 757	631 315	637 830	685 845	-
de sources renouvelables	%	94	93	96	92	-
<b>Impact sur le climat (champs 1-3)</b>						
Impact sur le climat	équivalent t CO <sub>2</sub>	440 391	453 360	453 502	460 783	-
Intensité CO <sub>2</sub> de la création de valeur	équ. t CO <sub>2</sub> million CHF val. ajoutée	84,9	86,1	91,0	94,5	-
Intensité CO <sub>2</sub> des emplois	équivalent t CO <sub>2</sub> emploi à plein temps	9,5	9,6	9,7	10,1	-

\* Facteur = rémunération moyenne des membres de la Direction du groupe par rapport au salaire moyen du personnel

Des explications sur les chiffres clés et un aperçu complet de ces derniers figurent dans les «Données chiffrées sur le rapport de gestion 2011», disponible en ligne à l'adresse [www.poste.ch/rapportdegestion](http://www.poste.ch/rapportdegestion).

La Poste Suisse  
Viktoriastrasse 21  
Case postale  
3030 Berne  
Suisse

Téléphone +41 58 338 11 11

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

