

La Poste: une entreprise de services suisse innovante

Exposé de Jürg Bucher

Directeur général

Conférence de presse de bilan

La Poste Suisse

Siège principal de la Poste, Berne

24 mars 2010

SEULE LA VERSION ORALE FAIT FOI

Mesdames et Messieurs,

Je suis heureux que la Poste puisse clôturer l'exercice 2009, année de crise mondiale, par des informations positives. Cela ne va pas de soi. Ce résultat , nous le devons à la grande force de la Poste qui est de pouvoir s'appuyer sur plusieurs piliers sains. Au cours des dernières années, la Poste s'est en effet transformée pour proposer de nouvelles offres, ce qui en fait l'une des entreprises de services les plus innovantes de Suisse.

Aussi réjouissant que le passé puisse être, il convient pourtant d'assurer la réussite de la Poste à l'avenir. En effet, nous sommes confrontés à des défis de types divers sur les différents marchés où nous évoluons, à savoir les marchés de la communication et de la logistique, le marché des services financiers grand public et le marché du transport de voyageurs. Nous appliquons différentes stratégies concurrentielles précises en fonction de chaque marché et chaque unité du groupe, chacune d'entre elle devant générer un résultat conforme à sa branche. Au total, nous aurons aussi besoin à l'avenir de réaliser un bénéfice consolidé annuel de 600 à 700 millions de francs. Nous y parviendrons si nous réussissons à trouver un équilibre entre une croissance rentable, des baisses de coûts socialement acceptables, des prix conformes au marché et la promesse faite à notre clientèle de lui fournir chaque jour d'excellentes prestations.

Chacun des quatre marchés de la Poste recèle un potentiel de croissance et de création d'emplois. Il y d'abord le marché logistique. Le volume des colis est en augmentation grâce à la croissance des achats sur Internet. Dominant ce marché, la Poste propose des solutions logistiques le long de la chaîne de création de valeur et est parfaitement armée pour affronter l'avenir grâce à sa prédominance sur le plan de la qualité. Le bon résultat de PostLogistics en cette année de crise 2009 en est la preuve. Par ailleurs, les excellents taux de croissance de PostFinance ces six dernières années soulignent notre potentiel sur le marché suisse des services financiers grand public. La confiance que nous témoigne la clientèle, nos produits attrayants et notre service impeccable sont les garants de notre avenir. La demande dans les transports publics est également en hausse et CarPostal en profite autant en Suisse qu'à l'étranger. Sur le marché de la communication, la Poste détient une position exceptionnelle à l'interface des mondes physique et électronique. A l'avenir, les clients commerciaux et privés devraient pouvoir choisir entre l'expédition physique ou électronique de leur courrier. Nous ferons en sorte que son contenu parvienne dans la forme désirée à son destinataire. Pour ce faire, nous mettons en place de véritables plaques tournantes dans nos centres courrier, lesquels sont les plus modernes du monde. Nous développons de telles solutions pour la Suisse et souhaitons les multiplier à l'étranger. Comme l'a déjà fait La Poste Suisse par le passé, la conquête du marché international se fait à cet égard progressivement et en tenant compte des risques.

Par contre, les capacités d'exploitation doivent être adaptées là où la demande de la clientèle est en recul. La baisse du volume des lettres nécessite ainsi une

diminution des effectifs chaque année. Les volumes moins importants nous permettent de maîtriser très rapidement les volumes exceptionnels dans les centres courrier et de concevoir des offres encore plus attrayantes pour notre clientèle. La fréquentation plus faible de nos offices de poste ne doit pas être uniquement compensée par la diminution des heures d'ouverture des guichets. Nous entendons proposer à notre clientèle des alternatives attrayantes comme les agences, le service à domicile ou les points de retrait PickPost dans les gares et les stations-service. Aujourd'hui, plus de 90% de nos filiales sont ouvertes plus de huit heures par jour, alors que ce pourcentage n'était que de 80% en 2006. Nous entendons également offrir des perspectives professionnelles au personnel touché par des restructurations. Nous trouverons des solutions en collaboration avec les partenaires sociaux.

Les changements intervenant sur les marchés et l'évolution rapide des besoins de la clientèle exigent de la Poste des innovations. Notre entreprise a donc commencé il y a quelques années déjà à investir dans ce domaine. Elle a en outre posé les conditions nécessaires au plan interne pour l'évaluation systématique des innovations et échange intensivement avec le secteur scientifique et d'autres entreprises. A titre d'exemple, je citerai le PostLab que nous avons mis en place à l'Ecole Polytechnique Fédérale, l'EPFL, à Lausanne. Les résultats des laboratoires d'idées de la Poste sont parlants. Vous en trouverez un aperçu dans la documentation, mais j'en mentionnerai déjà quelques-uns.

La transformation du courrier physique en courrier électronique est déjà une réalité, puisque le produit «Swiss Post Box» permet aux clients qui voyagent souvent pour des raisons privées ou professionnelles de recevoir leur courrier dans la messagerie électronique de leur ordinateur ou de leur téléphone portable. Les lettres sont ouvertes au centre courrier, scannées, puis acheminées par voie électronique. La confiance témoignée par la clientèle à la Poste et les compétences technologiques de cette dernière rendent cette offre possible. Le coût de cette prestation innovante reste toutefois élevé et nous nous efforçons de la rendre attrayante en termes de prix et de définir ainsi un modèle commercial intéressant et compétitif pour la clientèle et la Poste.

PostFinance est le seul établissement financier suisse à avoir lancé les opérations bancaires par téléphone portable via sa solution «PostFinance mobile». Celle-ci permet de virer de l'argent d'un compte postal à l'autre, de recharger des crédits de communication sur un portable à prépaiement, de consulter son solde et les mouvements de son compte ou de régler des achats dans des boutiques en ligne et à des distributeurs automatiques. PostFinance compte déjà près de 30 000 utilisateurs de ces services. La décision prise dans les années 90 d'investir dans le e-banking a conduit PostFinance à devenir le numéro un en Suisse dans ce domaine. Aujourd'hui, nous sommes en passe de devenir le numéro dans le domaine du banking par téléphone portable.

Par ailleurs, la Poste aura remplacé d'ici à la fin de l'année l'ensemble de ses anciennes boîtes aux lettres par de nouvelles boîtes plus esthétiques et plus sûres. 10 000 d'entre elles ont déjà été installées aux endroits où se trouvent

effectivement les clients. Il est prévu d'en installer 16 000 en tout. Nous examinons aussi les heures de levée. Les boîtes très utilisées qui sont levées durant la journée devraient aussi être vidées en début de soirée à partir de début 2011.

Mesdames et Messieurs, La Poste Suisse est une entreprise solide qui reconnaît les besoins changeants de la clientèle et qui en tient compte en proposant des offres innovantes. La Poste est armée pour faire face aux défis de l'avenir. Ses 60 000 collaboratrices et collaborateurs s'engagent quotidiennement en faveur de sa clientèle dans l'ensemble de la Suisse et dans de nombreux autres pays du monde. Ils méritent d'être complimentés et c'est pourquoi je leur adresse mes remerciements les plus sincères. Je souhaite que la Suisse et sa population soient fières de disposer de la poste la plus performante du monde.

La Poste transporte personnes, biens, argent et informations de façon fiable, valorisante et durable.

Je vous remercie de votre attention.