

# **La Poste est à la pointe du progrès!**

**Exposé de Jürg Bucher**  
**Directeur général**

Conférence de presse bilan  
de La Poste Suisse  
Siège principal de la Poste, Berne  
31 mars 2011

SEULE LA VERSION ORALE FAIT FOI

Mesdames et Messieurs, chers collègues,

La Poste est à la pointe du progrès! Ayant suivi attentivement les évolutions de ces dernières années, elle s'est adaptée de manière systématique aux exigences du marché et a amélioré sa compétitivité, tout en assurant la qualité des prestations relevant de la desserte de base. La Poste y est surtout parvenue en continuant à conjuguer ses activités traditionnelles et les nouveaux outils électroniques. C'est d'ailleurs ce qui explique en partie son succès, rien de moins que le meilleur résultat consolidé qu'elle ait jamais réalisé au cours de son existence, dont nous vous parlerons aujourd'hui.

Il y a un an, ici même, j'avais formulé l'objectif suivant: toutes les unités devaient faire des progrès et obtenir un rendement conforme à leur branche d'activité sur leurs marchés respectifs. Or je suis ravi de constater que nous avons atteint d'une manière générale le premier volet de cet objectif. En effet, les diverses unités du groupe ont amélioré leur résultat ou l'ont plus ou moins maintenu au même niveau. PostFinance, Réseau postal et vente ainsi que Swiss Post Solutions enregistrent un léger bénéfice, alors que PostLogistics dépasse pour la première fois la barre des 100 millions de francs, en dégagant un bénéfice impressionnant de 164 millions de francs. Quant à PostMail, CarPostal et Swiss Post International, elles se maintiennent à un bon niveau, dans un contexte caractérisé par des prix plus équitables. Selon les indices du prix des lettres et des colis calculés par l'Université de Fribourg, La Poste Suisse se place en effet au 6<sup>e</sup> rang parmi les 15 principaux pays ayant fait l'objet de la comparaison pour les prix perçus sur le courrier au guichet,

soit un rang plus bas que l'an dernier en raison principalement de la cherté du franc. S'agissant de l'expédition des colis, où nous occupons la deuxième place l'an passé, nous restons en 2010 la troisième entreprise la plus avantageuse en Europe pour les colis légers affranchis au guichet, et ce en dépit d'une augmentation des prix.

Il ressort toutefois du résultat financier que PostFinance contribue à hauteur de 60% au bénéfice consolidé. Un déséquilibre s'ensuit qu'il convient de rectifier, puisque la Poste est avant tout un groupe actif dans les secteurs de la communication et de la logistique, et non pas une banque.

Le bénéfice de quelque 150 millions de francs réalisé sur le marché de la communication est considérable, mais il est encore insuffisant. Il tient déjà compte de la couverture du déficit structurel du réseau d'offices de poste (~ 200 millions de CHF) ainsi que de la perte liée au transport de journaux (~ 100 millions de CHF) qui se montent en tout à 330 millions de francs environ. Il convient de réduire ces pertes et de consolider encore toutes les sources de revenus de notre groupe hybride. Une Poste vraiment solide doit disposer d'une large assise et obtenir un rendement conforme à sa branche sur tous ses marchés. Par ailleurs, elle doit avoir une latitude suffisante sur le plan entrepreneurial.

Nous continuons aussi à miser sur notre métier de base, le courrier, lequel constitue le pilier du marché de la communication. Nous procédons donc à des investissements pour améliorer encore de manière perceptible la qualité

aux yeux de la clientèle et, donc, pour positionner la lettre comme un moyen de communication attrayant et durable. A cet effet, nous optimiserons les heures de levée des boîtes aux lettres: à partir de l'été 2011, 90% du courrier déposé après 17 heures sera collecté. A l'avenir aussi, les lettres continueront à être distribuées dans les délais habituels; soulignons d'ailleurs que la ponctualité de La Poste Suisse en matière de distribution de lettres et de colis, – 97,7% des envois en moyenne sont distribués dans les délais – reste pratiquement inégalée dans le monde.

Sur nos quatre marchés, le transport physique des personnes, des biens, de l'argent et des informations est et restera la compétence clé primordiale de La Poste Suisse. Les données ci-après relatives à l'exercice 2010 l'attestent:

- PostMail a traité 4,6 milliards d'envois,
- PostLogistics a acheminé 110 millions de colis et d'envois exprès,
- CarPostal a transporté plus de 120 millions de voyageurs
- et l'unité Réseau postal et vente a enregistré l'an dernier 151 millions de contacts clients.

Avec 3600 points d'accès, nous continuons en outre à exploiter l'un des réseaux de distribution les plus denses du monde, qui permet d'offrir les services relevant de la desserte de base dans toutes les régions du pays à une distance raisonnable. Par distance raisonnable, on entend la distance que parcourt, à pied ou avec les transports publics, 90% au moins de la population en l'espace de 20 minutes en moyenne – 30 minutes si un service à domicile a

été mis en place – pour se rendre dans un office de poste traditionnel ou dans une agence. Sur la base du relevé de la population datant de l'an 2000, la valeur 2010 se situe légèrement en dessous de 90%. Il a été convenu avec l'Autorité de régulation postale que la méthode de calcul serait modifiée et que le relevé de la population de 2010 serait utilisé à partir du troisième trimestre 2011. Des simulations effectuées avec la nouvelle base de données font état de valeurs se situant largement au-dessus de 90%.

L'avenir de la Poste est toutefois hybride. Les solutions à l'interface du courrier papier et du courrier électronique constituent une chance pour la Poste. Citons par exemple les services internes de courrier et la gestion des documents de grandes entreprises ou l'application mobile «Swiss Post Box». S'agissant de cette dernière, nous venons d'engager une coopération au plan international avec Siemens qui nous permet d'optimiser encore les processus de numérisation et de proposer nos compétences à d'autres entreprises postales.

Les prestations sur mesure définies pour les entreprises dans le domaine du commerce électronique sont d'autres exemples de notre savoir-faire dans ce domaine. La Poste gère notamment la cyberboutique de Pro Juventute et propose d'un seul tenant toutes les solutions allant de la gestion des stocks, du transport, de l'e-finance jusqu'au service à la clientèle. A l'avenir, les prestations d'e-commerce existeront aussi dans une forme standardisée pour les entreprises de plus petite taille qui souhaitent se faire connaître au-delà de

leur région. La Poste peut en outre soutenir une telle démarche avec des publipostages.

Le commerce électronique et les achats en ligne renforcent la position de PostLogistics, qui exploite des installations de tri des colis ultramodernes et propose des prestations complémentaires, comme la prise en charge et le suivi des envois sur Internet ou l'offre PickPost.

Depuis les années 90, PostFinance joue un rôle de pionnière dans le domaine des services bancaires électroniques. Avec 1,22 million de clients e-finance, nous sommes le leader incontesté dans ce secteur. Par ailleurs, 100 000 clients ont adhéré à PostFinance Mobile, service qui leur permet d'effectuer leurs transactions financières au moyen d'un téléphone portable. Son extension est prévue cet automne.

CarPostal tient elle aussi compte des besoins croissants de ses clients en matière de mobilité, en testant en Valais un accès WiFi gratuit à bord de ses cars postaux. Grâce à cet équipement, la transmission de données se fait de manière très rapide au profit des voyageurs qui utilisent des ordinateurs portables et des smartphones lors de leurs déplacements. Si cet essai pilote se révèle concluant, nous proposerons un accès WiFi gratuit dans l'ensemble de la flotte de CarPostal. Par ailleurs, le numéro un des transports publics sur route développe des systèmes informatiques de pilotage de l'exploitation et de comptage des voyageurs pour d'autres entreprises de transports publics ou communautés tarifaires.

Afin de pouvoir rester à la pointe du progrès dans le domaine technologique, nous avons mis en place au sein de l'unité du groupe Swiss Post Solutions l'unité ePost Product House, laquelle débutera ses activités le 1<sup>er</sup> avril 2011. Ce centre de compétences exploitera le potentiel inhérent aux solutions électroniques pour les différentes unités du groupe et leurs clientèles.

Après l'adoption de la nouvelle législation postale, c'est la transformation de la Poste, établissement de droit public, en société anonyme et la création de PostFinance SA qui nous préoccupent actuellement. Le changement de statut juridique en SA nous permettra d'avoir une plus grande marge de manœuvre et, donc, d'améliorer encore notre compétitivité, ce qui profitera avant tout à nos clients. Notre personnel sera également gagnant, dans la mesure où seule une entreprise performante et concurrentielle peut assurer des emplois attrayants sur la durée. L'an dernier, je vous avais annoncé ici même que nous rechercherions avec nos partenaires sociaux des solutions pour les cas de restructuration. Depuis lors, cet accord social qui garantit des perspectives professionnelles et propose des départs à la retraite anticipée généreux, est devenue une réalité. Même après sa transformation en société anonyme, dans le cadre de laquelle le personnel sera engagé sur la base du Code des obligations après un délai transitoire de deux ans au maximum, la Poste demeurera un employeur socialement responsable offrant des conditions d'embauche équitables et attrayantes, conformes aux meilleures normes sectorielles et nationales. Nous engagerons d'ailleurs des négociations à propos d'une nouvelle convention collective de travail avec les syndicats.

Pour finir, j'aimerais citer un exemple qui illustre la modernité de la Poste, à savoir les appareils multitouch ou multi-tactiles installés ici aujourd'hui, que nous utilisons notamment dans les foires et qui permettent d'obtenir des informations sur l'histoire de La Poste Suisse et sur les nouveautés figurant dans notre assortiment. Ces appareils montrent clairement que la Poste est une entreprise à la pointe du progrès qui allie de manière équilibrée tradition et modernité.

Je vous remercie de votre attention et passe la parole à Markus Zenhäusern, le responsable Finances.