

**La Poste tient le cap:**

- **elle a enregistré de bons résultats sur les quatre marchés;**
- **elle exploite les opportunités liées à l'évolution de la société.**

**Exposé de Jürg Bucher**

**Directeur général**

Conférence de presse bilan  
de La Poste Suisse  
Siège principal de la Poste, Berne  
15 mars 2012

SEUL LE TEXTE PRONONCE FAIT FOI

Chers journalistes, Mesdames, Messieurs,

La Poste tient le cap. En 2011, elle a de nouveau réalisé un excellent résultat et maintenu le niveau élevé de l'exercice 2010. L'objectif stratégique d'un bénéfice consolidé compris entre 700 et 800 millions de francs a été largement dépassé. Ce succès est d'abord celui de nos collaborateurs et collaboratrices. Le bon résultat mais aussi le sondage du personnel confirment la forte motivation et l'engagement exemplaire de notre personnel, que je tiens ici à vivement remercier.

Nous avons obtenu de bons résultats sur chacun des quatre marchés, dont la contribution varie selon leur dynamique propre:

- le marché des services financiers grand public représente 65 % du résultat avec 591 millions de francs,
- le marché de la logistique, 17 % avec 151 millions de francs,
- le marché de la communication, 13 % avec 121 millions de francs,
- et le marché des transports publics, 4 % avec 33 millions de francs.

L'objectif d'un rendement conforme à celui de la branche sur tous les marchés et dans toutes les unités du groupe n'a pas encore été atteint.

Comment les différents marchés ont-ils évolué? Sur le **marché de la communication**, les unités du groupe PostMail et Swiss Post International ont très bien maintenu leurs résultats, malgré un léger recul du volume des lettres. La productivité a en outre été nettement améliorée. De son côté, Réseau

postal et vente a ressenti la baisse persistante des opérations de guichet. Swiss Post Solutions continue de progresser et franchit pour la première fois le seuil des 10 millions de francs de bénéfice: la concentration sur la gestion des documents et sur les programmes de fidélisation de la clientèle porte ses fruits en Suisse comme à l'étranger.

A l'avenir, le marché de la communication devra toutefois dégager davantage de bénéfices: 200 millions de francs sont nécessaires. Nous entendons atteindre cet objectif d'une part grâce à des produits supplémentaires provenant d'offres numériques et, d'autre part, grâce à la restructuration du réseau de distribution. Les plus de 3600 points d'accès seront conservés. De nouvelles formes de distribution répondant aux besoins de la clientèle, telles que les points clientèle commerciale et les agences, seront introduites, ce qui permettra aussi de réduire les coûts.

Sur le **marché de la logistique**, la forte hausse de bénéfice enregistrée l'année précédente a pu être consolidée. Le recul du volume des colis s'explique pour l'essentiel par la perte du traitement des colis importés d'Allemagne, dont nous avons entre-temps déjà reconquis une grande partie. Par ailleurs, si la vente à distance a stagné au cours de l'exercice écoulé, elle a repris son essor au début de cette année.

Sur le **marché des services financiers grand public**, nous avons réalisé un résultat record chez PostFinance. Nous avons une nouvelle fois enregistré une forte croissance des fonds de clients ainsi qu'une hausse du résultat des opérations d'intérêts et une augmentation des produits liés aux cartes de

crédit et aux opérations hypothécaires. Par contre, la faiblesse des taux d'intérêt et la forte restriction des possibilités de placement pèsent sur le produit et nous contraignent à baisser les taux d'intérêt client, qui restent toutefois attractifs. PostFinance gère désormais 92 milliards de francs de fonds de clients et a créé près de 160 nouveaux postes à plein temps en 2011.

Le **marché des transports publics** dégage un résultat solide. Grâce à une nouvelle extension de l'offre et aux adaptations tarifaires de l'horaire 2011, les produits d'exploitation ont progressé et le résultat d'exploitation a augmenté de 18 %, ce qui nous permettra de continuer à investir dans la qualité et dans une offre durable de la part de CarPostal. Cette dernière a consolidé sa position en France, où elle poursuivra son développement avec prudence.

Nous mettons entre autres l'accent sur l'amélioration continue de la qualité de nos **services**. La Poste a très bien rempli son mandat de desserte de base: le délai de distribution des lettres et colis est très satisfaisant, avec une ponctualité de plus de 97 %. 97,5 % des lettres en courrier A et 99,3 % des lettres en courrier B sont distribuées dans les délais impartis, tandis que 97,4 % des envois PostPac Priority et 97,7 % des envois PostPac Economy sont parvenus en temps et en heure à leurs destinataires: la Poste dépasse ainsi l'objectif fixé par la Confédération et occupe une excellente position en comparaison avec les entreprises postales des autres pays. Parallèlement, La Poste Suisse fait partie des prestataires européens les plus abordables dans le secteur des lettres et des colis, comme l'atteste l'indice du prix des lettres de l'Université de Fribourg. Les résultats du sondage sur la satisfaction de la

clientèle privée et commerciale restent également stables à un niveau élevé. La lettre a été renforcée grâce à une distribution fiable et ponctuelle; la levée plus tardive des boîtes aux lettres pour 93% de l'ensemble des lettres déposées fait aussi partie des mesures introduites. Nous avons repositionné la lettre sur le marché de la communication comme un moyen de communication suscitant, à l'ère du SMS et de l'e-mail, une attention accrue, davantage d'émotions et un impact plus durable chez les destinataires.

**L'évolution des besoins de la clientèle et le grand nombre de nouvelles possibilités technologiques offrent à la Poste de multiples opportunités inédites.**

Nous exploitons ces dernières afin de proposer de nouvelles offres porteuses d'avenir. A titre d'**exemples**, nous avons multiplié par deux le nombre de **points de retrait PickPost** pour les colis, aujourd'hui au nombre de 700 environ. En outre, plus de 200 offices de poste garantissent la distribution le jour suivant d'un colis déposé avant 16 heures.

L'année dernière, PostFinance a largement développé son **App** destinée aux iPhones et aux smartphones fonctionnant sous Android: les clients peuvent désormais scanner et payer leurs factures depuis leur smartphone grâce à **Scan + Pay**. De même, CarPostal répond aux besoins modernes de la clientèle en lui permettant de surfer sur Internet pendant ses trajets en car. En avril, 300 premiers bus seront équipés de la technologie **WLAN** en Suisse orientale, dans le Bas-Valais et en Argovie. Les passagers auront gratuitement accès à Internet. Quant à WebStamp, l'outil en ligne d'impression de timbres-poste

depuis un ordinateur personnel, il remporte un franc succès: en 2011, il a généré un chiffre d'affaires de 20 millions de francs, soit 40 % de plus que l'année précédente.

La **vente à distance** présente un potentiel important: selon nos estimations, 40 % des produits non alimentaires seront livrés par colis d'ici 2020. Nous proposons déjà aux clients importants des services d'e-commerce sur mesure tout au long de la chaîne de valeur. Nous avons développé à l'intention des PME une solution Internet standardisée composée de différents modules intégrables pour le marketing direct, la logistique ou l'e-payment. Cette offre, à laquelle participent plusieurs unités du groupe, est valable en Suisse comme à l'étranger. L'étude publiée en janvier par l'Union postale universelle nous conforte dans notre stratégie: les e-services de La Poste Suisse occupent une position de tête au niveau mondial.

L'**exercice 2012 a bien débuté**: la suite de l'évolution conjoncturelle sera décisive pour le volume des lettres et des colis à traiter. Les taux momentanément très bas et la restriction des possibilités de placement affectent les produits de PostFinance, tandis que le franc fort pèse sur les résultats à l'étranger. En contrepartie, le faible renchérissement atténue l'évolution des coûts. Globalement, nous abordons l'exercice en cours avec une confiance mesurée, mais prévoyons un bénéfice quelque peu en recul par rapport aux deux années précédentes.

Au cours de l'année 2012, qui sera ma dernière à la Poste, le groupe aura différentes **priorités**. La transformation de la Poste en société anonyme sera notre principal défi. Les travaux préparatoires progressent conformément à la planification, de telle sorte que nous serons prêts début 2013. En octobre dernier, nous avons déposé une demande de placement de la société PostFinance SA sous la surveillance de la FINMA. Nous attendons son autorisation cet automne. La coentreprise avec La Poste française sur le marché du courrier transfrontalier et international est également en bonne voie: elle devrait être lancée cet été. Grâce à ce regroupement stratégique, nous entendons disposer de meilleures possibilités d'accompagnement des clients à l'étranger. Notre objectif est ici de devenir un acteur majeur. Un autre axe de l'année 2012 sera le renforcement de la Poste à l'interface entre univers physique et numérique. Outre l'initiative e-commerce déjà citée et menée par l'unité du groupe PostLogistics, PostMail s'apprête par exemple à introduire la boîte aux lettres électronique, tandis que PostFinance va développer la prestation mobile pour faire du smartphone une «banque de poche».

Pour conclure, je souhaite attirer votre attention sur **une autre innovation** reliant les univers physique et numérique. Le rapport de gestion 2011 vous offre comme de coutume un aperçu détaillé de l'exercice écoulé, mais aussi une nouvelle valeur ajoutée multimédia: les textes signalés par un symbole d'appareil photo font l'objet d'informations complémentaires, par exemple sous forme vidéo, auxquelles vous pouvez accéder en photographiant la page

avec la Post-App gratuite. En guise d'exemple, je vous montre le film sur nos efforts en faveur de la protection du climat, à la page 6 du rapport de gestion.

Comme vous pouvez le constater, la Poste tient le cap: nous enregistrons de bons résultats sur les quatre marchés et exploitons les opportunités fournies par l'évolution de la société en lançant de nouvelles offres.

Les **bases** pour un avenir couronné de succès sont **posées!**

Je vous remercie de votre attention.