



Présentation lors de la conférence sur les comptes annuels,

14 mars 2024

Roberto Cirillo, directeur général de la Poste

(La version orale fait foi.)

Herzlich Willkommen, liebe Medienschaffende
Gentili Signore, egregi Signori, stimate giornaliste, stimati giornalisti,
Madame, Monsieur, Mesdames et Messieurs les représentants des médias,

La Poste fait bouger les choses. Elle transporte des personnes, des lettres, des colis, de l'argent, des produits et des données. Parfois même des émotions. La Poste fait bouger les choses, et continuera elle aussi à bouger à l'avenir.

Si la Poste peut faire bouger les choses, elle le doit en grande partie et avant tout à ses collaboratrices et à ses collaborateurs. Ils fournissent chaque jour un service public précieux à notre clientèle, jusque dans les vallées les plus reculées. Les particuliers et les entreprises suisses bénéficient de prestations variées et fiables, qui leur permettent de vivre et de travailler dans notre pays. J'ose même à dire que la vie est un peu plus facile grâce à la Poste.

Et ce, notamment grâce à l'engagement sans faille dont font preuve ses quelque 46 000 collaboratrices et collaborateurs. Je leur adresse mes plus vifs remerciements. Nous devons veiller sur eux.

La Poste fait beaucoup de bonnes choses actuellement et va dans la bonne direction. En parallèle, nous constatons que les besoins de la clientèle évoluent rapidement et sans cesse. La Poste est concernée dans une mesure non négligeable: la transformation numérique va à un rythme fulgurant. Certes, le volume des colis suit une tendance haussière à long terme, mais l'activité de base portant sur les lettres et les versements au guichet est en fort repli depuis des années.

Pour que la Poste reste pertinente et rentable à l'avenir pour ses clientes et ses clients, elle va continuer à s'adapter de manière proactive aux changements d'habitudes de ces derniers. Elle doit se transformer, bouger.



Concrètement, cela signifie que nous nous développons là où les besoins de la population augmentent. Et nous renonçons à des prestations ou les adaptons, si elles ne sont plus nécessaires ou que les besoins évoluent. Ainsi, nous tenons compte au mieux des souhaits de la clientèle.

Et je le répète, car c'est vraiment important pour moi:
La Poste fait bouger les choses, et doit continuer à bouger elle-même.

C'est pourquoi nous concevons aujourd'hui l'activité clé de demain. Pour cela, nous nous appuyons sur notre actuelle stratégie «Poste de demain», avec comme horizon temporel 2030 et au-delà.

Aujourd'hui, nous allons dresser une rétrospective de l'année écoulée et montrer les progrès réalisés avec notre stratégie actuelle. Nous travaillons par ailleurs activement à l'élaboration de la nouvelle stratégie. J'y reviendrai un peu plus tard.

Ces trois dernières années, dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie Poste de demain, nous avons réalisé de grandes choses et établi une base solide pour l'avenir, sur laquelle nous pouvons continuer de capitaliser.

Laissez-moi vous donner des exemples concrets:
Nous avons regroupé nos organisations logistiques dans l'intérêt d'un service complet et durable pour notre clientèle. En regroupant les secteurs des lettres et des colis, nous pouvons continuer à fournir nos prestations avec un niveau de qualité maximal. Nous avons fortement augmenté nos capacités et exploitons les synergies. Le centre courrier de Härkingen, que nous avons équipé d'une machine de tri des colis, en est un parfait exemple. Nous avons mis en service cette installation en septembre dernier.

Nous nous sommes développés au plan national comme international dans la logistique des marchandises, et nous comptons désormais parmi les principaux prestataires en Suisse.

Nous avons considérablement développé nos compétences dans l'e-commerce et le marketing direct en ligne.

Sur le marché publicitaire, nous pouvons désormais proposer des offres cross-média pertinentes. Notre co-entreprise avec La Poste française,



Asendia, est devenue l'un des principaux prestataires de la logistique internationale dans l'e-commerce.

Par ailleurs, nous nous sommes positionnés de manière très forte sur le numérique. Grâce à ePost, nos clientes et nos clients peuvent aujourd'hui déjà décider du courrier qu'ils souhaitent recevoir physiquement dans leur boîte aux lettres et de celui qu'ils préfèrent recevoir par voie numérique, où qu'ils se trouvent dans le monde. Depuis l'an dernier, des cantons comme ceux de Berne, de Saint-Gall et de Lucerne ont recours à notre plateforme pour envoyer directement leurs informations dans les boîtes aux lettres électroniques.

Nous jouons un rôle clé dans le secteur de la santé, qui fonctionne traditionnellement de manière très analogique. Nous avons désormais posé les bases de l'introduction d'un dossier électronique du patient uniforme et digne de confiance. Depuis l'été dernier, les personnes intéressées peuvent tranquillement ouvrir un dossier électronique du patient depuis chez elles.

Autre avancée dont je me réjouis personnellement: notre système a permis pour la première fois en 2023 la tenue d'élections et de votations par voie numérique. Début mars, c'est le canton des Grisons qui a vécu une grande première puisque cinq communes ont pour la première fois permis à leur population de voter par voie électronique. J'en suis extrêmement fier.

La Poste joue donc de plus en plus un rôle moteur en matière d'innovation et de fiabilité dans une Suisse toujours plus connectée. Elle crée des ponts entre les prestations numériques et analogiques pour les personnes, les organisations et les autorités. Elle apporte une valeur ajoutée pour la Suisse.

Par ailleurs, nous avons à cœur de léguer un environnement préservé aux générations futures. C'est pourquoi nous prenons aujourd'hui nos responsabilités pour l'environnement de demain. Nous poursuivons un objectif climatique ambitieux et avons déjà réalisé des progrès tangibles. Dans les villes de Berne et de Zurich, nous distribuons les lettres et les colis à notre clientèle uniquement avec des véhicules électriques depuis début 2023. C'est également le cas à Genève depuis mi-janvier 2024. Exactement comme nous l'avions promis.



Avec nos nouveaux partenaires, nous faisons progressivement évoluer nos filiales vers des centres de services dans lesquels la clientèle bénéficie d'une offre de services variée.

Comme vous pouvez le voir dans tous les exemples cités: nous sommes là pour la population suisse. En personne ou en ligne, sur place ou en déplacement. En fonction des souhaits de nos clientes et de nos clients. Ces derniers doivent être satisfaits du service de la Poste, aussi bien sur place en face à face que par voie numérique.

Dans ce contexte exigeant sur les marchés, il y a des segments où nous avons moins bien avancé que prévu. La concertation avec les partenaires susceptibles d'intervenir dans nos filiales prend, par exemple, plus de temps. De plus, la phase de mise en place et d'investissements correspondants dans l'unité Services de communication, en d'autres termes les prestations numériques, dure plus longtemps que nous ne l'avions imaginé en 2020.

Il y a deux raisons principales à cela:

Premièrement, les conditions-cadres au plan économique et réglementaire sont difficiles. Elles empêchent en partie de proposer rapidement des offres rentables et modulables. Un exemple très concret est celui du secteur E-Health, où les prescriptions réglementaires et la complexité du marché sont très élevées.

Deuxièmement, pour l'unité Services de communication, les entreprises qui correspondent à la Poste et à sa stratégie ne sont pas légion. Nous examinons avec soin chaque acquisition.

Nous sommes convaincus que l'évolution vers le numérique constitue une composante incontournable du service public, car la population utilise de plus en plus les avantages des offres numériques. Le service public doit marquer le quotidien de la majorité de la population du pays. Autrement, ce n'en est pas un. Une chose est donc claire: le service public doit vivre avec son temps. Le quotidien des personnes en Suisse est entré dans l'ère numérique. C'est pourquoi le service public de la Poste doit emprunter la même voie.

L'année dernière, nous avons réalisé un bon résultat malgré un contexte difficile, notamment grâce à l'engagement sans faille de nos collaboratrices et de nos collaborateurs. C'est la preuve que notre stratégie porte ses fruits. Et cela nous rend confiants dans notre capacité à rester performants



à l'avenir, même dans des conditions difficiles. Ainsi, nous continuerons à être là pour la population suisse. Fiables, dignes de confiance, stables. C'est ce à quoi nous aspirons pour l'avenir, et c'est pourquoi nous nous transformons en partant d'une base solide et construisons aujourd'hui la Poste de demain.

Les mesures tournées vers l'avenir qui ont déjà été adoptées permettent d'améliorer l'offre proposée à notre clientèle et de gagner en efficacité. L'adaptation des prix contribue déjà à stabiliser le résultat de l'année en cours.

Chez PostFinance, la hausse des taux d'intérêt aura également un effet positif sur le résultat de notre filiale bancaire dès cette année.

Outre les développements stratégiques, vous êtes ici aujourd'hui pour en savoir plus sur la performance de la Poste en 2023.

Nous avons réalisé l'année dernière un chiffre d'affaires de 7,279 milliards de francs suisses. Ce chiffre est comparable à celui de l'année 2019, c'est-à-dire l'année juste avant la pandémie de coronavirus. Le résultat d'exploitation de 323 millions de francs ainsi que le bénéfice de 254 millions de francs sont, eux aussi, pratiquement identiques aux chiffres de 2019.

Cette performance nous a permis de réaliser l'an dernier 605 millions d'investissements bruts financés par nos propres moyens, soit 27% de plus qu'en 2022. Depuis le lancement de notre stratégie, nous avons réalisé 1,75 milliard d'investissements bruts, dont la majeure partie a été consacrée au développement de notre infrastructure, par exemple dans de nouveaux centres colis régionaux et dans des installations de tri. Nous avons également investi dans le développement de nos offres numériques et dans la durabilité.

Ces chiffres montrent que nous avons résolument investi afin de rester pertinents aux yeux de notre clientèle.

Nous avons donc essentiellement investi dans le développement de notre activité. Par rapport à la période 2019-2020, nous avons même doublé ces investissements chaque année! Exactement comme nous l'avions annoncé.



Je suis heureux de pouvoir vous dire également que nous avons surmonté toutes les conséquences négatives de la pandémie, tant sur le plan financier que sur celui de la qualité de nos prestations. Mais ce n'est pas tout. Nous avons aussi pu renforcer notre bilan! Nous disposons désormais de plus de 10 milliards de fonds propres. La Poste jouit par ailleurs toujours d'importantes liquidités de l'ordre d'un milliard et ne présente aucun endettement net. Alex Glanzmann vous fournira plus de détails à ce sujet.

Sur la base de ce résultat et de ce bilan financier, nous travaillons d'arrache-pied au développement de la stratégie pour la période 2025 à 2028. L'orientation de la stratégie actuelle est la bonne. Nous l'adaptions là où cela est nécessaire, si l'évolution des conditions l'exigent. Concrètement, nous travaillons par exemple sur les modalités de développement du réseau pour qu'il réponde mieux aux besoins de la clientèle. Notre volonté est notamment d'investir dans le réseau afin d'y déployer des technologies modernes. En parallèle, nous entendons améliorer la pertinence pour nos clientes et nos clients, tout en gagnant en efficacité. Nous serons ainsi en mesure d'assurer à l'avenir la capacité de financement d'un réseau de filiales et de points d'accès à la Poste couvrant l'ensemble du territoire national. À l'heure actuelle, je ne peux pas vous donner plus d'informations sur la nouvelle stratégie, puisque comme je vous l'ai dit, nous y travaillons encore activement.

Ce que je peux vous dire en revanche, c'est que nous nous attachons à réaliser de solides fondations pour la Poste de demain. Grâce à des offres modernes et innovantes. Pour notre clientèle, notre personnel, notre propriétaire, la population et l'économie suisses.

Depuis 175 ans, la Poste est présente pour la population suisse. Et nous ne comptons pas nous arrêter aujourd'hui. La Poste restera au service de la population. C'est ce à quoi nous nous employons chaque jour.

Nous nous engageons pour une Poste sur laquelle la Suisse peut compter. Afin que notre clientèle puisse bénéficier d'un service public fort et durable autofinancé par les recettes de la Poste, aujourd'hui comme demain, dans le monde physique comme dans le monde numérique.

Vous l'aurez compris, la Poste veut faire bouger les choses, et continuera de le faire à l'avenir.

Merci de votre attention.