

LETTRE DE VOS ADMINISTRATEURS



COMMUNICATION
CONSEIL CULTURE
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS



ENGAGÉS ET RESPONSABLES, BÂTISSONS ENSEMBLE LA POSTE 2030.



N° 5 - 1^{er} semestre 2023

Certains éléments d'analyse des activités du Groupe sont volontairement résumés afin de faciliter la lecture, mais vous pourrez les retrouver dans leur intégralité sur l'application CFTD La Poste Groupe disponible dans votre Apple Store ou sur votre Play Store <https://poste.cfdt.app/apiv3/download> ou via le flash code en bas de page. Grâce à cette application vous pourrez également retrouver les flashes infos régulièrement mis en ligne portant sur des sujets d'actualité économique, sociale ou environnementale ayant un impact sur les différentes activités du Groupe en France et à l'international.



2022, LA POSTE GROUPE AURA MONTRÉ SA CAPACITÉ DE RÉSILIENCE

© Preshkova-stock.adobe.com

Malgré les vents contraires, La Poste a su montrer sa capacité à résister. C'est évidemment grâce au travail de l'ensemble des postières et postiers dans le Groupe (*Maison Mère comme filiales*), et cela se traduit par l'intéressement historique (*suite à l'accord signé par la CFTD, FO, CFTC, UNSA, CGC*). C'est également parce que La Poste a transformé son modèle multi-activités : création de la Banque Postale, opération Mandarine (*rapprochement entre LBP et CNP*), deux actes majeurs pour l'ensemble des postières et postiers malgré l'opposition de certaines organisations syndicales. Autre levier de croissance, le pôle autour de Geopost et ses activités internationales qui représente 52% du chiffre d'affaires du Groupe.

La publication des comptes, c'est revenir sur l'année passée, et 2022 aura été particulièrement difficile. Au-delà des chocs de la baisse du courrier, de la concurrence, 2022 aura été marquée par un changement de conjoncture avec la guerre en Ukraine, le ralentissement de l'économie, la hausse des coûts de l'énergie, le retour de l'inflation. Ces éléments diminuent intrinsèquement les moyens de l'entreprise.

Néanmoins, La Poste Groupe aura montré sa capacité de résilience et sa capacité à rebondir ! En effet, si comptablement le résultat est en baisse, en isolant les effets périmètres et changes, le résultat net part du Groupe dépasse le milliard.

Cette « Lettre de vos administrateurs » va tenter de vous montrer la réalité du Groupe au-delà des difficultés de lecture liées aux normes comptables, de partager avec vous l'analyse qu'en font vos deux administrateurs. **Particularité, étant les seuls à représenter les cadres, notre vision porte sur l'ensemble des acteurs du Groupe, parce que vous êtes les premiers acteurs du changement, de la transformation, de la réussite et des défis de La Poste.**



Une inflation annuelle historiquement élevée à +5,2% tirée par l'envolée des cours de l'électricité et du gaz, entraînant une remontée mécanique du taux de Livret A et des taux avec un OAT 10 ans moyen à 1,7%.



Après une année 2021 exceptionnelle, **ralentissement du e-commerce avec un trafic Colissimo en baisse de 10%, un trafic Geopost en baisse de 1%**. Le trafic du courrier continue son repli à 8% (6,7 milliards d'objets), les activités du Réseau sont en retrait de 10%.



Ces dégradations macro-économiques impactent le résultat net part du Groupe d'une baisse de 281M€ par rapport à 2021 après retraitement des événements comptables significatifs de -950 M€ (dépréciations BSCC, DPD Russie et Mediapost pour un montant) partiellement compensés par une reconnaissance d'impôts différés d'un montant de +903 M€.

Le financement des missions de service public assuré !

Le financement des missions de Service public avait été acté en 2021, mais les versements se sont réalisés comptablement sur 2022. **Ces missions sont essentielles pour les françaises et les français, et font intégralement partie de l'identité de La Poste. Leur financement est lui-aussi essentiel, car ces missions continuent d'être déficitaires !**

Service Universel Postal : versement de 520M€ au titre de 2021 et confirmation dans la loi du versement de 520 M€ pour 2022 (dont 20 M€ sous réserve de la QS)

Aménagement du territoire : versement de 73 M€ au titre de 2021 et de 74 M€ pour 2022. Confirmation par la loi de 105 M€ au titre de 2023.

Transport et distribution de la presse : dans l'attente des nouvelles modalités, versement de 84 M€ en 2022.

Missions d'accessibilité bancaire : 321 M€ de compensation en 2022 et confirmation dans la loi de la dotation de 303 M€ au titre de 2023.



La Poste Groupe, d'un modèle industriel vers un modèle de services

2022 aura été marquée par une dégradation macro-économique, géopolitique et réglementaire, qui a impacté les sous-jacents d'activité et les perspectives futures. Malgré tout, l'impact sur les résultats a été modéré et n'a pas limité la politique d'investissements du Groupe, tant en croissance externe qu'en croissance organique.

Dans le tableau ci-dessous sont présentées les variations 2021/2022, faisant apparaître des baisses significatives dues à des événements comptables marquants en 2022. C'est le cas pour le résultat d'exploitation qui est en retrait de 2 396 M€ dont 1 980 M€ induits par des dépréciations d'actifs de la BSCC, du numérique, de Mediapost et des résultats de cession. Les effets périmètre impactent également la lecture des comptes, notamment avec la prise de contrôle à 100% de la CNP. Deux points peuvent être relevés : **le résultat d'exploitation qui malgré un contexte difficile reste quasi stable et un free cash-flow qui s'accroît permettant de dégager des marges importantes pour le développement des activités** par croissance externe et investissements, en particulier dans les nouveaux services ou les activités de missions d'intérêt général. Le résultat retenu pour le partage de la valeur créée (intéressement) est celui du RNPG retraité.

Performance opérationnelle	31/12/2022 en M€	31/12/2021 en M€	Variation en M€
Chiffre d'affaires	35 392	34 609	783
Résultat d'exploitation ¹	1 197	3 431	-2 235
Résultat d'exploitation <i>(hors éléments non récurrents significatifs)²</i>	2 392	2 486	-94
Résultat financier	-207	-202	-5
Impôts sur résultat	605	-620	1 225
Résultat Net Part du Groupe (RNPG)	1 203	2 069	-866
RNPG <i>(hors éléments non récurrents significatifs)³</i>	1 250	1 131	119
Free Cash Flow	1 530	248	1 282

¹après quote-part du résultat net des sociétés sous contrôle conjoint

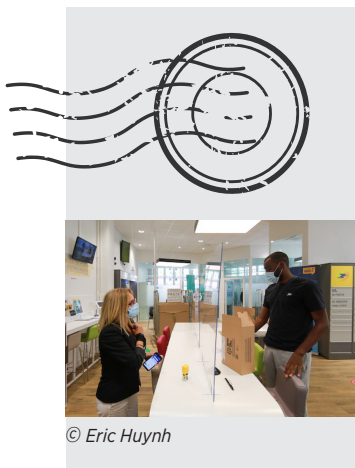
²hors impacts sur le Rex des dépréciations d'actifs liées aux activités Courrier, Mediapost; DPD Russie et impact net d'autres effets comptables

³hors impacts sur le RNPG des éléments mentionnés en (1) et reprise des impôts différés liée à la perspective d'entrée de CNP Assurances dans le périmètre d'intégration fiscale du groupe

BGPN : 2022, l'accélération ? Des signes encourageants...

2022, l'année de l'accélération, titrions-nous en septembre dernier... malgré une décroissance organique* de -2,6% (retraitée des effets périmètre), essentiellement due à la baisse des volumes courrier (-12%) et colis (-11%), la BGPN est tout de même sur une dynamique de hausse, +24,7%, grâce à la baisse des charges du réseau, aux compensations de l'État et au volet numérique (+39 M€ de progression organique du CA de Docapost).

** Organique : CA ou résultat provenant des activités existantes, hors activité de croissance externe appelé « effet de périmètre » ou de change, et hors impact comptable exceptionnel.*



© Eric Huynh



- ▶ On sent un frémissement de l'accélération du numérique porté par Docapost. La croissance externe opérée ces dernières années porte ses fruits et l'entreprise est à l'aube d'un changement d'échelle, le milliard d'euros de CA étant à sa portée à court terme. C'est très encourageant, malgré la déception de LP11 (activités de marketing digital et data/IA). Peut-être faut-il imaginer des synergies plus fortes entre Docapost et LP11, notamment commerciales ?
- ▶ Côté Réseau, l'enjeu est de développer des synergies très fortes avec LBP et les CREC pour converger vers l'excellence client, l'excellence collaborateur et le développement de la part des produits LBP dans le portefeuille des clients. Les compétences Datas/IA et l'animation de communautés transverses de bonnes pratiques commerciales avec .COM1 peuvent y contribuer.

BSCC : Le frémissement des services de proximité humaine

Le CA de la Branche est en décroissance organique de -4,5%, liée à la baisse structurelle du volume courrier compensé en partie par l'augmentation tarifaire, mais aussi à la baisse conjoncturelle du volume colis (-9,8%). La BSCC traite majoritairement du colis BtoC impacté par la baisse de la consommation des ménages. L'activité de Médiapost reste stable malgré la baisse des imprimés publicitaires. Les activités de proximité humaine (santé & autonomie) progressent de +3,7% malgré le recul conjoncturel d'EDE (économies d'énergie) et dans un contexte de marché défavorable. Le résultat d'exploitation retraité est en repli de seulement -93M€ grâce aux efforts des postières et postiers de la Branche pour maîtriser les charges.



© N. Vergès LM Influence-Havas-LP



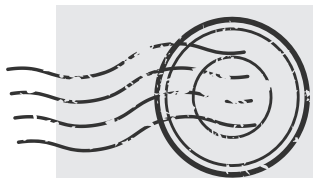
- ▶ Jusqu'où ira-t-on dans l'optimisation des coûts ? Nous constatons lors de nos déplacements que cela tend très fortement les équipes, au détriment de la qualité parfois et de la santé des postiers par l'alourdissement de la charge de travail dont on mesure les effets dans le baromètre d'engagement Groupe (Le paquet « surcharge, organisation trop de tâches, de réunions, d'heures, fatigue et outils déficients » cumule à 18% de perceptions négatives en 2022). Il est probablement temps d'attaquer très sérieusement le traitement de l'absentéisme de courte durée, véritable fléau dans nos organisations, qui coûte cher tant financièrement qu'en alourdissement de la charge pour les présents.
- ▶ Les investissements dans l'outil productif ont été maintenus malgré à 75% du montant 2021, et vos administrateurs seront attentifs à ce que le niveau d'investissements reste à la hauteur des enjeux de transformation.
- ▶ La nouvelle gamme courrier a raté sa communication de lancement mais elle reste importante pour créer de la valeur par la vente de services qu'elle génère (« lettre services plus » notamment).

LBP : Une banque en croissance

Le PNB est en croissance organique de + 4,8% (périmètre et change constants) grâce à une activité commerciale dynamique (crédit immo (encours +8%), conso (encours +7,1%), livret A (encours +3,8%), la banque de financement et d'investissement (production de financements +10,2%, affacturage +21,4%)) et une bonne année chez CNP qui fait mieux que le marché en vie, notamment à l'international. Le coût du risque est maîtrisé, le coefficient d'exploitation s'améliore et le résultat net part de groupe



© Nicolas Gouhier-Havas-LP



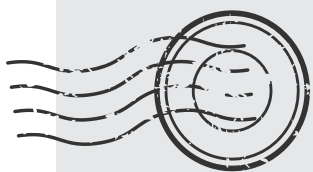
à changes et périmètre constants progresse de +15,2%. La banque Postale investit plus de 100M€ par an pour améliorer les process IT afin de se mettre au niveau des meilleurs standards de place (digitalisation des process de bout en bout, réclamation, assurance vie, crédit immobilier et signature électronique dans les parcours clients). Un modèle de croissance robuste et autoportant.



► Les bons résultats de la banque postale permettent de maintenir le rythme des investissements dans l'outil de production et dans le capital humain pour atteindre en 2025 l'excellence opérationnelle. Ils démontrent aussi la bonne tenue d'un des deux moteurs de croissance de La Poste Groupe et l'intérêt que représente la diversification du modèle pour la création et le partage de la valeur. Si nous n'avions pas fait l'opération Mandarine, le groupe serait déficitaire depuis 3 ans.

► Nous sommes encore au milieu du gué. Une très grande coopération doit être mise en œuvre avec le Réseau pour atteindre les objectifs fixés en 2025 au travers des offres, du marketing, de la data pour doper le taux d'équipement de nos clients et monter sur le podium de la satisfaction client.

► L'accélération dans le patrimonial est à souligner même si nous restons vigilants à ne pas oublier nos autres clientèles et en particulier les plus fragiles.



Géopost : Un moteur de croissance équilibré qui tient malgré les vents contraires

Géopost a consolidé ses positions en Europe, a accéléré le développement de ses différentes activités : les livraisons hors domicile (+40% en volume), la livraison alimentaire (+1% en CA), la santé (+22,8% en CA), la logistique urbaine et la livraison spécialisée, et tout cela malgré un tassement des volumes colis (-1,3%). Le Chiffre d'affaires a progressé de +2,4% en organique grâce à la hausse tarifaire et au bon mix entre BtoB et BtoC. Le CA d'Ascendia a progressé de 16%, essentiellement sur ses activités de chaîne de valeur du e-commerce. Le résultat opérationnel, bien que largement positif, baisse sous l'impact de la dépréciation des activités en Russie lié au retrait du pays. Soulignons enfin que les investissements ont été maintenus à 92% par rapport à 2021.



© Christine Martin - La Poste



► Le modèle de Géopost est résilient malgré sa sensibilité aux soubresauts géopolitiques.

► La politique « employer/partner of choice » menée sur le plan mondial commence à porter ses fruits et à améliorer la qualité des relations entre Géopost et ses sous-traitants avec des impacts positifs sur la qualité de service et la fidélisation des clients. C'est un atout précieux en temps de crise. Cela milite pour accentuer les investissements dans le capital humain, notamment en réaffirmant l'engagement social et sociétal du Groupe (via l'accord mondial signé en 2016 portant sur la reconnaissance du fait syndical, la maîtrise de la sous-traitance, la dignité dans le travail, la rémunération, etc).

► Géopost vient de voir sa trajectoire « zéro émission nettes carbone 2040 » approuvée par le SBTi (Science Base Target Initiative, agence de notation RSE). C'est un formidable levier commercial et d'image pour la marque employeur.



© Rangizzz-stock.adobe.com

Une dynamique d'investissement maintenue !

Le Groupe a continué sa dynamique d'investissements externes à hauteur de 4,3 Md€ sur le périmètre LBP et 900 M€ hors banque. Les investissements internes ont été soutenus : 1,2 Md€ sur la BSCC et Geopost, mais aussi en achat de véhicules. 500 M€ sur le pôle bancaire.



Restons en contact !
Téléchargez l'application CFDT
La Poste Groupe disponible sur
Google Play et App Store

