

Cfdt:

Résolument tournée vers l'avenir

LETTRE D'INFORMATION DES ADMINISTRATEURS CFDT AU CONSEIL D'ADMINISTRATION DU GROUPE LA POSTE

Attention lobbying en cours !

Le service postal universel européen est sous la pression d'un "lobby".



Jean-Yves LAUTRIDOU
Administrateur du groupe La Poste
et membre du comité d'audit

Face à l'érosion des volumes de courrier constatée dans tous les états membres de l'UE, un "lobby" s'est insidieusement constitué, auprès des institutions européennes, afin d'obtenir : soit un assouplissement de l'obligation de levée et de distribution du courrier cinq jours par semaine, soit sa suppression pure et simple.

Ce groupe de pression, constitué d'une grande majorité de postes européennes (mais pas que...) veut faire entériner nombre de dérogations ou transgressions à cette directive... Par exemple, et pour ne citer que ces 2 pays, l'Italie ne distribue déjà plus sa zone rurale que 2 ou 3 jours par semaine et la Poste belge (bPost) envisageait, tout récemment, une adaptation du nombre de jours de distribution en fonction de critères géographiques... (un vote l'en a empêché de justesse). Mais il n'y a pas que ces postes nationales à espérer une modification de la directive... Plusieurs opérateurs privés (qui se sont cassé les dents, il y a quelque temps, à vouloir concurrencer les postes nationales sur un marché du courrier en attrition) imaginent pouvoir revenir dans le jeu, en offrant des prestations de substitution... payantes évidemment.



Yves RENAUD
Administrateur du groupe La Poste
et membre du comité stratégique
et des investissements

Et la Poste française dans tout cela ?

Pour rappel : la distribution 5 jours/7, est le socle universel voulu par la fameuse directive, chaque pays restant libre de proposer un « mieux disant »... À l'exemple de La Poste française qui a fait le choix, dès le début, d'une distribution du lundi au samedi (samedi compris).

S'arc-bouter sur le 6 jours/7, fait consensus entre toutes les organisations syndicales et la direction de La Poste (une sorte d'alliance objective qui ne veut pas dire son nom).

Pour autant, les défis à relever pour maintenir ce statu quo sont considérables (et pas forcément partagés avec le même consensus) :

- endiguer, autant que faire se peut, la chute des volumes courrier,
- investir dans la logistique urbaine ;
- accroître nos capacités de tout livrer « au quotidien » ;
- développer de nouveaux services « du quotidien »...

Bref ! Si La Poste, les postier.e.s, n'arrivent pas à faire rapidement la démonstration, qu'une relation « quotidienne », avec les français.e.s

(client.e.s et usager.e.s) demeure indispensable voire incontournable, alors, l'actuel modèle organisationnel et économique de La Poste ne résistera plus longtemps.

C'est pourquoi, la CFDT s'inquiète du signal de renoncement que ce « lobby » envoie, confortant, d'une part celles, et ceux qui ne croient pas à une alternative au courrier et satisfaisant, d'autre part, celles et ceux qui n'ont absolument aucun intérêt à ce que La Poste aille conquérir de nouveaux « territoires ».

Si ce lobby obtient gain de cause :

- Des milliers d'emplois vont disparaître (pas besoin d'avoir fait math sup, pour comprendre que si les facteurs ne passent plus tous les jours, il n'y en aura plus besoin d'autant) ;
- Les habitants et entreprises des zones rurales seront les plus impactés et le phénomène d'isolement aggravé.

Les administrateurs CFDT suivent donc les agissements de ce "lobby", avec la plus grande attention et sont prêts à "peser" auprès des députés européens pour qu'ils ne cèdent pas à une réécriture de la directive en question.

SOMMAIRE

ATTENTION LOBBYING EN COURS ! :

PAGES 1.

2017, DE BONS RÉSULTATS MAIS

UNE SITUATION FRAGILE

PAGES 2 ET 3

FOCUS SUR LA BAISSSE DES VOLUMES

COURRIER

PAGES 4

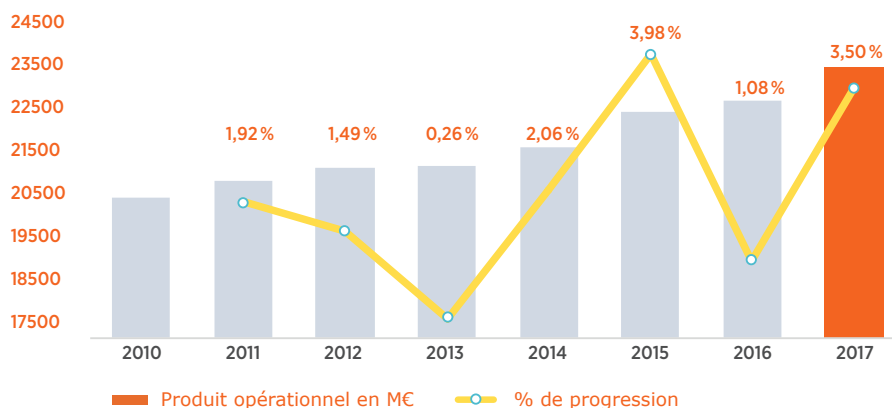
2017, de bons résultats mais une situation qui reste fragile

Les résultats 2017 confirment le poids croissant des activités liées au transport de colis, portées par le développement du commerce électronique. Cela contraste évidemment avec une baisse des volumes du courrier qui, à elle seule, a fait perdre à La Poste 561M€ de CA. Le Groupe

n'a d'autre choix que de poursuivre sa stratégie de diversification, pour être moins dépendant d'une activité en déclin, avec un enjeu majeur : proposer un avenir aux salariés qui travaillent au courrier (près de 50 % de l'effectif total). Cette mutation du Groupe ne pourra se

faire qu'en y associant l'ensemble des postiers, en donnant du sens au travail et en mettant l'humain au centre du projet. Il faudra également que La Poste poursuive sa croissance externe et que ses actionnaires (l'Etat et la Caisse des Dépôts) lui en donnent les moyens.

Evolution du produit opérationnel



Globalement, ces résultats tendent à valider les choix stratégiques opérés par le Groupe depuis maintenant un certain nombre d'années. Face à la baisse inexorable du courrier, il est nécessaire pour La Poste d'être moins dépendante de cette activité qui représentait encore en 2017 37,4 % du Produit opérationnel. Rappelons que l'ambition du plan stratégique est que le CA du courrier représente moins de 20% du CA total en 2020. C'est dans deux ans et nous en sommes loin. Ce qui est certain c'est que, à périmètre constant, un tel objectif ne semble aujourd'hui atteignable que grâce à des opérations de croissance externe en France et à l'international. Encore faudra-t-il que La Poste dispose des moyens de ses ambitions.

Le produit opérationnel (CA des activités commerciales et produit net bancaire) est en progression de 3,5% par rapport à l'année 2016, et de 2% par rapport aux prévisions budgétaires. Ces bons résultats résultent de la combinaison de plusieurs facteurs :

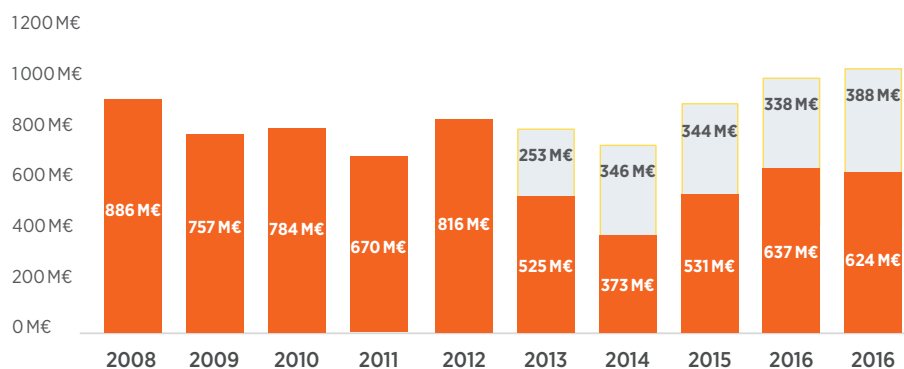
- La croissance externe apporte 297M€ de CA supplémentaire en 2017, principalement par le développement de Geopost à l'international (221M€) mais également celui de la BSCC (73M€)

dans la Silver économie (Asten) et le courrier transfrontalier (Eshopworld).

- La baisse des charges d'exploitation : en 2017 elles sont en diminution de 429M€ (soit -2,9%). L'évolution est principalement imputable à des dotations nettes aux amortissements provisions et dépréciations.
- La croissance organique (interne), apporte 661M€ de CA supplémentaire

en 2017, sort 2,9% d'augmentation. Une fois encore ces bons résultats sont portés par Geopost (+498M€) qui surfe sur la croissance du commerce électronique et voit ainsi validée sa stratégie de développement à l'international. Notons toutefois les bons résultats de la Banque Postale (+184M€) dans un contexte de baisse des taux pourtant peu favorable à la banque de détail.

Un Résultat d'exploitation (REX) toujours « dopé » par le CICE



Depuis maintenant 5 ans le REX est « dopé » par le Crédit impôt compétitivité emploi (CICE). L'année 2017 ne déroge pas à la règle. Avec 388M€, le CICE représente plus de 38% du REX. Sans cet apport ce dernier serait de 624M€ et non de 1012M€.

Alors que ce dispositif a souvent été décrié, les administrateurs CFDT ont toujours soutenu l'idée qu'il avait contribué de manière positive au développement du Groupe et donc à la défense de l'emploi.

Nous rentrons toutefois dans une zone d'incertitude, avec en 2018 une baisse d'un point du CICE (il passera de 7% à 6% de la masse salariale), puis sa suppression en 2019. Il sera alors remplacé par une baisse des charges. Nous espérons juste que, comme on nous le certifie, les fonctionnaires seront bien éligibles à cette mesure.

Focus sur les branches

| Secteur opérationnel | Produits opérationnels | | | Résultat d'exploitation | | |
|--|------------------------|---------------------|--------------|-------------------------|---------------------|--------------|
| | 2017 | Evolution 2017/2016 | | 2017 | Evolution 2017/2016 | |
| | En M€ | En M€ | En % | En M€ | En M€ | En % |
| Services-Courrier-Colis | 11424 | 70 | 0,62% | 600 | 16 | 2,74% |
| Geopost | 6816 | 650 | 10,54% | 430 | -8 | -1,83% |
| La Banque Postale | 5687 | 85 | 1,52% | 870 | 36 | 4,32% |
| Réseau | 3991 | -142 | -3,44% | -25 | -53 | -189,29% |
| Numérique | 672 | 63 | 10,34% | -20 | -14 | -233,33% |
| Immobilier | 828 | -15 | -1,78% | 126 | 108 | 600,00% |
| Autres secteurs et éliminations ¹ | -5308 | 104 | -1,92% | -970 | -49 | -5,32% |
| Total | 24110 | 815 | 3,50% | 1011 | 36 | 3,69% |

¹Dans les comptes consolidés, le chiffre d'affaires réalisé entre métiers est éliminé.

Branche Services-Courrier-Colis (BSCC)

Chiffre d'affaire et REX BSCC détaillé par activité

| | CA 2017 | % / Produit opérationnel Groupe | REX 2017 | % du REX Groupe |
|---------------|---------|---------------------------------|----------|-----------------|
| Courrier | 9016 | 37,40 % | 390 | 38,54 % |
| Colis | 1748 | 7,25 % | 176 | 17,39 % |
| Filiales BSCC | 659 | 2,73 % | 34 | 3,36 % |
| | 11423 | 47,38 % | 600 | 59,29 % |

Le chiffre d'affaires de la branche Services-Courrier-Colis s'élève à 11,424 Md€ et affiche une légère progression de 0,62 % par rapport à 2016.

Le Courrier

Sans surprise, le CA du courrier, sous l'effet de la baisse des volumes courrier (-6,8%), est en diminution de 131M€. L'augmentation de 3,2% du prix du timbre les élections et les nouveaux services, ne suffisent pas à compenser les 561M€ de CA en moins inhérents à cette diminution des volumes, que doit subir La Poste depuis de nombreuses années.

Sans surprise, le REX affiche, lui, un résultat de -98M€ par rapport à 2016.



Le Colis: Colissimo

L'évolution des volumes de colis étant inversement proportionnelle à celle du courrier, le chiffre d'affaires « Colis » est en progression de 89M€, porté par une forte croissance de l'activité, avec un trafic de 318 millions d'objets en augmentation de 8,1%. Cela se traduit par un Rex à 176M€ en progression de 39M€. Il s'agit donc d'un bon résultat, surtout si on se souvient qu'il y a seulement quatre ans, en 2014, le CA de Colissimo était en baisse de 0,5% et les volumes de 2,7%.

Une synergie à trouver

Pour continuer sur cette trajectoire, Colissimo met un œuvre un nouveau schéma industriel, permettant de viser le traitement d'une majorité d'objets en J+1. Encore faudra-t-il trouver une juste complémentarité avec Geopost, dont le développement repose également sur la croissance du B to C (Business to consumer : des entreprises aux consommateurs finaux). Cette synergie entre les entités du Groupe sera d'ailleurs nécessaire dans un proche avenir. En effet, comme nous l'avions évoqué dans notre précédente lettre, menacées d'asphyxie par ce développement du fret urbain, les villes imposeront très rapidement des mesures contraignantes (péage urbain, livraisons avec des véhicules propres, ...). La logistique urbaine a donc certainement de l'avenir et La Poste une carte à jouer, notamment parce qu'elle dispose de foncier au cœur et en périphérie proche des grandes métropoles. Face à ces contraintes politiques, il sera nécessaire de repenser la livraison du dernier kilomètre. Demain, il semblera impensable qu'une même adresse soit livrée, comme c'est le cas aujourd'hui, par trois sociétés d'un même Groupe, avec des véhicules qui entrent à moitié pleins et ressortent complètement vides. C'est pourtant ce qui se passe aujourd'hui.

L'avenir passera donc par le développement d'une synergie entre Geopost et la BSCC, « Chronofacteur » (livraison de Chronopost par les facteurs) a montré la voie, il faut aller plus loin.



Geopost

Une fois encore, Geopost aura « nourri » la croissance du Groupe avec un CA en augmentation de 650 M€ porté par une forte croissance des volumes : + 9,8% (1228 millions de colis ont été distribués en 2017). Illustration de ce phénomène, depuis 2010

le CA de Geopost aura doublé passant de 3,4 Md€ à 6,8 Md€.

La part du « B to C » (Business to consumer : des entreprises aux particuliers) continue de progresser et représente désormais 37% des volumes.



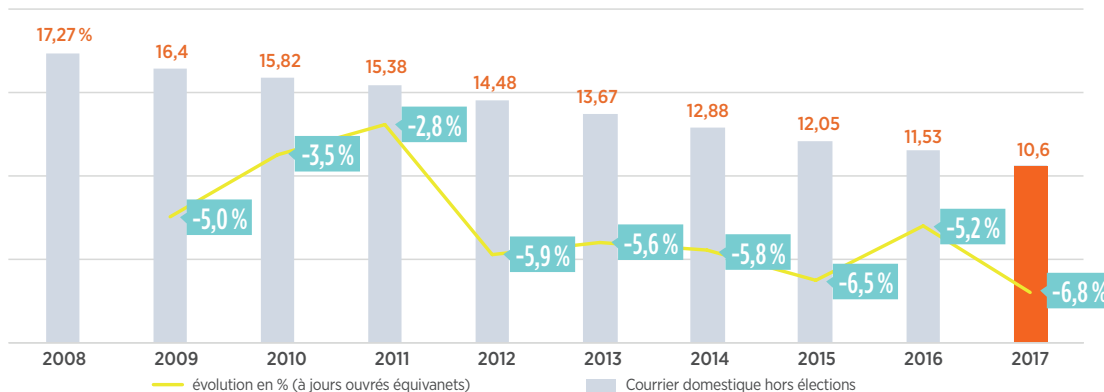
La Banque Postale



La Banque Postale enregistre un Produit net bancaire (PNB) de 5687 millions d'euros, progression de 1,5% (et même 3,4% à périmètre constant). Son activité de banque de détail, est directement impactée par des taux historiquement très bas, mais progresse néanmoins de 1,5%. La diversification des activités de la Banque apporte également sa contribution aux résultats avec une

progression du PNB de 6,3% du pôle de gestion d'actifs à 145 M€ et le pôle assurance dont le PNB augmente de 12,1% à 222 M€. Quoi qu'il en soit, et même fragilisée par la baisse des taux, la Banque postale est restée le premier centre de profit du Groupe La Poste en 2017 avec un résultat d'exploitation de 876M€ (+4,4%).

Focus sur la baisse des volumes courrier

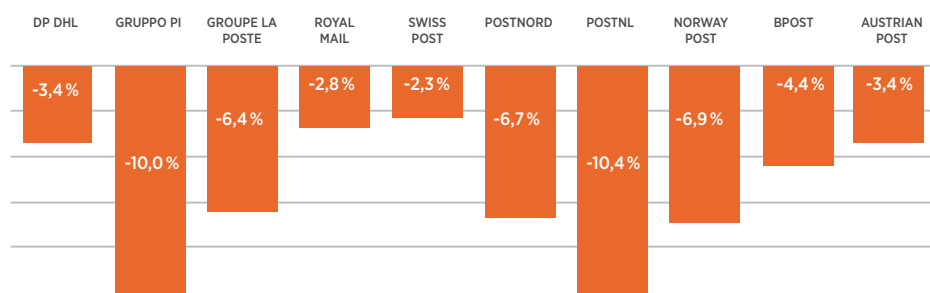


Comme le montre le graphique, la baisse des volumes courrier continue inexorablement. Elle s'est même accélérée en 2017 avec une diminution de 6,8% contre 5,2% en 2016.

Cette diminution des volumes est à l'œuvre dans l'ensemble des postes européennes. On peut toutefois noter que certaines d'entre elles sont plus impactées que d'autres. Ainsi alors que POSTNL subit est confrontée à une baisse moyenne de -10,4%, SWISS POST voit ses volumes baisser uniquement de -2,3%

en moyenne et DP DHL -3,4%. Cela s'explique par un attachement plus fort de certains pays au support papier, mais également par des choix stratégiques. SWISS POST par exemple n'a pas augmenté ses tarifs postaux depuis de nombreuses années. La baisse des volumes est alors moins forte, mais le CA ne cesse de décroître quand même. Il n'y a donc pas de remède miracle, mais un contexte général auquel chaque poste apporte une réponse stratégique adaptée à son marché.

Moyenne annuelle d'évolution du courrier 2012-2016



Nous sommes bien face à une disruption de notre métier historique, qui a conduit le Groupe à diversifier ses activités, avec notamment le développement de celles liées au transport des colis, la création de la Banque Postale et la conquête des nouveaux marchés que sont la « silver économie » et le numérique.

La Poste est confrontée à un double défi pour les prochaines années. Il sera économique avec une baisse de dépendance du chiffre d'affaires au courrier.

Il sera également social. En effet, près de 50% des salariés travaillent sur cette activité en attrition. Paradoxalement, si les volumes du courrier baissent les villes s'étendent. Il y a donc plus de points de contacts à distribuer, ce qui conduit à une extension des tournées et donc à une dégradation prévisible des conditions d'exercice du travail, que ne peuvent suffire à compenser les innovations technologiques. La réponse ne pourra venir, comme le souhaitent d'autres postes européennes, d'une révision du service universel postal.

Elle se trouvera dans le cadre de la concertation et du dialogue social, comme l'a démontré l'accord « facteur » signé en février 2017 par la CFDT.