



COMMUNICATION  
CONSEIL CULTURE  
S'ENGAGER POUR CHACUN  
AGIR POUR TOUS



**ENGAGÉS ET RESPONSABLES,  
BÂTISSONS ENSEMBLE LA POSTE 2030.**



**GROUPE  
LA POSTE**  
Tract N°6

## **ÉLECTION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION MAÎTRISER LA CHAÎNE DE VALEUR E-COMMERCE**

Le marché du e-commerce a été multiplié par 4 entre 2014 et 2020, accompagné d'une croissance forte du petit paquet BtoC, témoin d'une révolution des modes de consommation en Europe et dans le monde. La crise du Covid renforce cette tendance avec des volumes distribués par La Poste en hausse de 20% par rapport à la même période 2019.

### **Quand la livraison devient verte...**

Les eurodéputés viennent d'adopter ce jeudi 8 octobre une ambitieuse loi climat qui acte d'une part la neutralité carbone en 2050, mais surtout une réduction des émissions de gaz à effet de serre de 60 % d'ici 2030.

Les villes se ferment de plus en plus à la livraison carbonée, mettant en place des politiques ZFE (Zones à Faibles Emissions). C'est une bonne nouvelle pour la planète et la santé des humains mais aussi pour le Groupe La Poste qui a investi il y a plus de 10 ans dans une démarche RSE ambitieuse, ce qui lui vaut d'être aujourd'hui n°1 mondial des entreprises les plus performantes en matière de RSE selon Vigeo Eiris (juin 2020).

Dans le même temps, Amazon, à la fois poussée par 300 de ses propres employés qui dénoncent les limites de son modèle pour la planète et par des considérations d'image et de compétitivité, a annoncé que l'entreprise serait carbone neutre en 2040 (10 ans avant l'objectif posé par la Cop21), qu'elle investissait dans 100 000 véhicules électriques, qu'elle consacrait 100M\$ à la reforestation. Jeff Bezos crée le fonds Bezos pour la planète, doté de 10Mds\$ de sa fortune personnelle.

La Poste a un avantage qu'elle doit pousser en investissant massivement et en développant le modèle Urby d'agrégateur de flux entrants/sortants dans les métropoles et en livrant le dernier kilomètre en mode doux. La bagarre pour garder les parts de marché sera rude.

### **Maîtriser la chaîne de valeur du e-commerce**

Amazon réalisait en 2018 en France 6,6Mds€ de chiffre d'affaires sur sa plateforme e-commerce (source Challenge.fr), totalise une audience de son site internet à 31 millions de visiteurs uniques mensuel et atteint une part de marché de 20,3%, loin devant Cdiscount (8,3%) mais moins que dans beaucoup de pays développés. 32% des ses commandes sont expédiées en moins de 2 jours. Amazon donne ainsi le tempo à tout le marché. Aujourd'hui, c'est aussi un logisticien aguerri et très bien équipé (7 plateformes en France), qui développe également la livraison sur le dernier kilomètre et rêve de livrer en un jour.

**Neutralité carbone en 2050 et réduction de 60% des émissions à effet de serre en 2030 : Le parlement européen met la pression !**

**Maîtriser la chaîne de valeur et les données de consommation sont des avantages concurrentiels redoutables**



COMMUNICATION  
CONSEIL CULTURE

**ÉLECTION**  
CONSEIL D'ADMINISTRATION

du **lundi 7** au **jeudi 10**  
**DÉCEMBRE 2020**

**VOTEZ**  
**CFDT**

**Plus de synergie,  
plus de  
coopération, une  
organisation plus  
transversale pour  
mieux servir le  
client.**

La Poste détient actuellement environ 70% de part de marché dans la livraison colis en France, au travers de ses différentes sociétés : Colissimo, Chronopost, Stuart, sans oublier bien entendu l'action de ses facteurs. Les standards de qualité sont différents, les process aussi, difficilement entendables par le client qui pense avoir à faire à La Poste.

La Poste.fr vient de dépasser Amazon en audience du site (35M de VU), mais la vraie différence n'est pas dans l'audience mais dans la qualité et la quantité de données collectées pour mieux servir le client, pour la livraison et pour lui proposer d'autres services comme la vidéo, l'assurance santé, l'abonnement Prime, etc. L'enjeu pour La Poste est de développer une plateforme de e-commerce locale pour capter des données de consommation alimentaire et non-alimentaire de la vie quotidienne. Le confinement a montré que le commerce de proximité devait se digitaliser et s'organiser. La Poste a l'opportunité d'accompagner cette transformation en développant <https://www.mavillemonshopping.fr/fr> connectant cette plateforme à ses réseaux de distribution.

## Articuler l'écosystème de livraison La Poste

La livraison demain sera verte, probablement multimodale et organisée par des agrégateurs de flux qui maîtriseront à la fois la donnée de consommation et de flux en temps réel ainsi que les compétences logistiques pour anticiper les usages du client et le livrer 7/7 jours. Ce sera le fait de grands acteurs mondiaux qui maîtriseront l'ensemble de la chaîne de valeur pour ne pas être totalement ubérisés par Amazon ou AliBaba.

La Poste a l'opportunité de mieux articuler et connecter ses réseaux de distribution, de profiter de la baisse du courrier pour réorganiser les tournées facteurs autour du colis et des services, de maîtriser la qualité de service en gardant une force de travail interne experte, correctement dimensionnée et en harmonisant sa relation client. Grâce à Ascendia, elle a aussi l'opportunité de simplifier la livraison transfrontalière.

**La CFDT veillera également à ce que l'accélération probable de l'automatisation des plateformes et partiellement de la livraison ne se fasse pas au détriment de la qualité de l'emploi et en l'absence de développement des compétences et des parcours de carrière.**

Pour cela, il faudra sûrement travailler différemment entre Branches et Filiales et peut-être imaginer l'organisation du Groupe différemment de celle que nous connaissons.

## ÉLECTION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION DU GROUPE LA POSTE

**RETROUVEZ TOUTE L'INFORMATION SUR L'APPLICATION  
MOBILE CFDT GROUPE LA POSTE**



**DU 7 AU 10**  
**DECEMBRE 2020**

**JE VOTE**  
**CFDT**