



2024

**Nous développons
aujourd'hui le
service public
de demain**

Rapport annuel
2024



Nous développons aujourd’hui le service public de demain

Centrés client, dignes de confiance, engagés

7626 millions

de francs. Les **produits d’exploitation** ont augmenté de 4,8% par rapport à l’exercice précédent.

324 millions

de francs. Le **bénéfice consolidé** est en hausse de 70 millions par rapport à l’exercice précédent.

1556 millions

Le nombre de **lettres** distribuées par la Poste en Suisse a reculé de 5,5% par rapport à l’exercice précédent.

180 millions

Le nombre de **colis** distribués par la Poste en Suisse a reculé de 2,9% par rapport à l’exercice précédent.

183 millions

de **voyageurs** ont été transportés par CarPostal, soit 4,9% de plus que l’exercice précédent.

107 milliards

de francs. Telle est la moyenne du **patrimoine des clients** déposé auprès de **PostFinance**, en hausse de 2,4%.

76 points

La **satisfaction de la clientèle** atteint 76 points sur une échelle de 0 à 100.

64,5%

des **véhicules** dans la **distribution** sont dotés d’une **propulsion alternative**.

Jalons importants	2	Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo	5	Résultat de l’exercice	14
				Résultat financier	16
				Entretien avec Alex Glanzman, responsable Finances	19
		Jalons stratégiques 2021-2024	9	Résultats en matière de durabilité	21
				Entretien avec Christian Plüss, délégué de la Direction du groupe pour la durabilité	25
Stratégie	27	Unités	34		
Stratégie 2025-2028	28	Services logistiques	34		
Pilotage via 7 ambitions stratégiques	30	Digital Services	41		
		Réseau postal	49		
		Services de mobilité	58		
		PostFinance	65		
Technologie et innovation	72	Personnel	79	Responsabilité	87
					

Jalons importants 2024

Au cours de l'exercice sous revue, la Poste a fêté ses 175 ans, investi dans d'attractants segments de marché, continué à transformer les filiales en centres de services, développé de nouvelles solutions adaptées à l'évolution des besoins de la clientèle et accompli des progrès en matière de durabilité. Tour d'horizon des principaux jalons de l'année 2024.

01.01.2024

La Poste célèbre son 175^e anniversaire. Depuis sa création en 1849, elle crée des liens entre les personnes et est le moteur d'une Suisse moderne.

→ Page 95



17.01.2024

Le dossier électronique du patient (DEP) peut désormais être ouvert de manière entièrement numérique dans toute la Suisse. Dans plusieurs cantons, ce service est gratuit.

→ Page 45

18.01.2024

Dans la ville de Genève et dans une grande partie du canton, la Poste distribue les lettres et les colis exclusivement avec des véhicules électriques – sans énergies fossiles et sans bruit.

→ Page 37



15.02.2024

La Poste a lancé sa propre offre de téléphonie mobile. Du nom de «Post Mobile», celle-ci est disponible dans ses filiales en exploitation propre et sur post-mobile.ch.

→ Page 50

18.03.2024

La Poste renforce le rôle de ses filiales en tant que centres de services régionaux: désormais, la Bernerland Bank est présente sur douze sites pour y conseiller sa clientèle en direct.

→ Page 52

03.04.2024

Transmission de fonds à l'international: aux guichets des filiales de la Poste, la clientèle peut faire transférer de l'argent à l'étranger par le biais du prestataire de paiement Western Union, présent dans le monde entier.

→ Page 52

01.05.2024

La Poste ouvre son réseau de filiales et conclut un partenariat avec la Banque du Léman. La banque de détail genevoise renforce ainsi sa présence locale dans 49 filiales romandes.

→ Page 52

29.05.2024

La Poste communique la stratégie prévue pour les quatre prochaines années: les besoins de la clientèle et la transition numérique déterminent les étapes de son développement.

→ Page 27

14.06.2024

Le Conseil fédéral a proposé des adaptations du mandat de service universel. La Poste salue cette décision comme une étape importante pour la modernisation de ce mandat.

→ Page 29



18.06.2024

La Poste exploite désormais 1000 véhicules de livraison électriques pour la distribution des colis.

→ Page 37

20.06.2024

Sur l'axe nord-sud, la Poste conforte l'accès des entreprises suisses au réseau logistique et améliore l'efficacité des transports transfrontaliers. Dans ce cadre, sa filiale lemoli Trasporti inaugure son nouveau siège principal en Lombardie.

→ Page 35

27.08.2024

À Bâle et dans le canton de Bâle-Ville, la distribution se fait entièrement avec des véhicules de livraison électriques de la Poste.

→ Page 37

03.09.2024

La Poste ayant besoin de davantage de points de recharge pour ses véhicules électriques et ses bus, elle s'associe à la société coopérative fenaco pour aménager un réseau de charge rapide couvrant toute la Suisse.

→ Page 60



11.09.2024

Les partenaires sociaux et la Poste ont conclu les négociations relatives à la nouvelle CCT faîtière et aux deux conventions collectives de travail d'entreprise.

→ Page 80

18.09.2024

Cybersécurité: la Poste entend apporter un soutien accru aux autorités, aux ONG et aux entreprises privées pour la sécurisation de leurs réseaux informatiques.

→ Page 42

09.10.2024

Pour la huitième fois consécutive, la Poste est en tête du classement mondial parmi 174 entreprises postales. C'est ce qui ressort du classement annuel réalisé par l'Union postale universelle.

→ post-medien.ch/fr/classement-de-lunion-postale-universelle-la-poste-une-nouvelle-fois-sur-la-plus-haute-marche-du-podium/

29.10.2024

Le recul du volume de lettres, la diminution du nombre de versements au guichet et la baisse de fréquentation dans les filiales n'empêchent pas la Poste de maintenir à 2000 le nombre de sites desservis en Suisse.

→ Page 51

13.11.2024

Depuis 2019, la Poste a mis en service huit nouveaux centres colis régionaux. Dans les années à venir, elle prévoit de rénover ses principaux et plus anciens centres de tri.

→ post-medien.ch/fr/la-poste-va-renover-ses-plus-grands-centres-de-tri/

25.11.2024

La plateforme pour le dossier électronique du patient (DEP) devient plus conviviale et permet aux communautés de référence d'intégrer rapidement de nouveaux services.

→ Page 44



06.12.2024

Nouveau record: entre les jours qui ont précédé le Black Friday et suivi le Cyber Monday, la Poste a trié et distribué 7,5 millions de colis dans toute la Suisse.

→ post-medien.ch/fr/black-friday-et-cyber-monday-la-poste-a-distribue-71-millions-de-colis/

Entretien avec Christian Levrat et Roberto Cirillo

«La Poste doit rester performante – pour 2030 et au-delà»

La Poste clôture l'exercice 2024 sur un résultat solide. Le président du Conseil d'administration Christian Levrat et le directeur général encore en exercice Roberto Cirillo expliquent dans cet entretien comment la stratégie «Poste de demain» a conduit à ce succès, et comment la Poste entend rester pertinente pour la population suisse à l'avenir également.

La clôture de l'exercice 2024 marque la fin des quatre premières années de la période stratégique «Poste de demain». Où en est la Poste aujourd'hui par rapport à 2020?

Roberto Cirillo: La Poste d'aujourd'hui n'est pas la même qu'il y a quatre ans. Nous avons réussi à donner une nouvelle orientation à l'entreprise et à créer des bases solides pour l'avenir. Aujourd'hui, la Poste affiche une bonne santé financière, malgré un environnement de marché difficile et des tendances négatives persistantes dans son activité historique que sont le courrier et les versements en espèces.



Nous avons posé les bases d'une logistique efficace et de services numériques fondés sur la confiance.

Roberto Cirillo
Directeur général



N'était-ce pas déjà le cas auparavant?

Lorsque nous avons développé la stratégie en 2019, le système Poste se trouvait dans une situation très difficile. Le chiffre d'affaires et l'EBIT évoluaient depuis plusieurs années dans la mauvaise direction et la Poste suivait une trajectoire qui n'était pas viable. Des moteurs clés de notre succès historique tels que les volumes de lettres et les opérations au guichet s'érodaient, les taux négatifs montraient de manière implacable les limites du modèle commercial restreint de PostFinance, le numérique et les besoins changeants de la clientèle exigeaient des offres postales totalement différentes. Si nous avions continué sur cette voie, nous n'aurions plus été en mesure de financer nos prestations par nos propres moyens en seulement quelques années. Notre objectif était donc de transformer fondamentalement notre activité. La Poste est un système intégré, raison pour laquelle nous avons dû travailler simultanément à plusieurs niveaux et sur plusieurs dimensions. Nous avons activé tous les leviers possibles afin de renverser la tendance: en regroupant les secteurs des lettres et des colis, nous avons réalisé de nouvelles économies d'échelle. Nous nous sommes développés de manière organique et avons réalisé des acquisitions dans des secteurs en croissance, que ce soit dans le domaine physique,

comme la logistique des marchandises, ou numérique. Nous avons adapté les prix et avons réorganisé l'entreprise pour la rendre plus efficace. Enfin, nous avons massivement investi afin de fournir à notre clientèle l'infrastructure nécessaire et de lui garantir ainsi le haut niveau de qualité qu'elle attend de nous. Notre objectif était et reste de pouvoir assurer le service universel à long terme par nos propres moyens.

Quelle importance revêt donc l'année 2024 à cet égard?

Les vents contraires ont été forts au cours des premières années de mon mandat. La pandémie mondiale, la situation géopolitique, mais aussi le renchérissement et les difficultés d'approvisionnement nous ont fortement sollicités. Et les restrictions réglementaires ne nous ont pas toujours permis de réagir suffisamment rapidement. Cela s'est d'ailleurs vu dans les résultats annuels fluctuants que nous avons enregistrés entre 2020 et 2024. Mais cette tendance négative a rapidement pu être inversée. En 2024, nous avons réalisé une excellente performance, notamment dans nos activités logistiques de base. C'est la preuve irréfutable que la Poste peut rester en bonne santé si elle dispose de la flexibilité et des marges de manœuvre nécessaires.

Quels sont les facteurs ayant conduit à ce résultat positif?

Il s'agit d'une combinaison de différentes mesures prises dans le cadre de notre stratégie et dont les effets se sont fait sentir simultanément en 2024. Nous avons pu profiter de processus plus efficaces, de l'automatisation et d'une meilleure exploitation des ressources. Les adaptations de prix ont porté leurs fruits. Les mesures de gain d'efficacité internes nous ont permis d'optimiser nos structures et nos processus. Et les acquisitions ont apporté de nouvelles compétences, des économies d'échelle et des marges de couverture.



Nous souhaitons trouver des solutions pertinentes à long terme, plutôt que d'axer la réflexion sur des conflits d'objectifs de court terme.

Christian Levrat
Président du Conseil d'administration

La mise en œuvre de la stratégie est régulièrement au cœur des débats publics. La discussion sur l'avenir des filiales, notamment, agite les esprits. Comment gérez-vous cela, M. Levrat?

Christian Levrat: Les débats publics font partie de la Poste comme la Poste fait partie de la Suisse. Les filiales illustrent parfaitement la vitesse à laquelle les besoins de la clientèle évoluent: le courrier ne cesse de perdre en importance et les habitudes dans le trafic des paiements ont radicalement changé. Nous réagissons à cette situation en transformant notre réseau de filiales, en développant de nouvelles offres et en ouvrant les filiales à d'autres prestataires et aux administrations. Ces changements se font toujours en étroite concertation avec les communes. Notre format «filiale en partenariat» enregistre par exemple un taux de satisfaction très élevé.

Les investissements sont eux aussi remis en question. La Poste entend-elle se développer à tout prix?

Nous poursuivons une stratégie de croissance, mais une croissance très ciblée. Nous concentrons ainsi nos investissements sur nos secteurs clés que sont la logistique et la communication en tenant compte de l'évolution des besoins de la clientèle. Cela nous a permis de développer toute une série de nouvelles infrastructures et de nouvelles compétences au cours des dernières années.

Pouvez-vous citer des exemples?

Dans la logistique des marchandises, nous facilitons le transport de marchandises pour notre clientèle grâce au rachat d'entreprises logistiques dans les pays limitrophes. Nous avons également investi dans le domaine de la cybersécurité. En effet, la transmission fiable d'informations, qui implique une sécurité et une confidentialité absolues – autrement dit le secret postal –, est depuis toujours un élément clé de notre ADN. Avec l'essor du numérique, nous voulons garantir le même niveau de sécurité à notre clientèle.

Le contexte reste difficile et les attentes envers la Poste sont élevées de toutes parts.

Comment le groupe Poste compte-t-il aborder les prochaines années?

Christian Levrat: Nous poursuivons résolument la stratégie que nous nous sommes fixée: dans l'ensemble, comme je l'ai dit, nous continuerons de nous développer dans les prochaines années en tenant compte de l'évolution des besoins de la clientèle. Nous voulons nous développer là où la demande de services ou de produits spécifiques augmente et nous nous adapterons là où elle diminue. Nous entendons ainsi être prêts à affronter l'avenir. Nous voulons faire en sorte que notre clientèle puisse continuer de compter sur un service public fiable et durable, tant dans le monde physique que dans le monde numérique. Nous attendons en outre de la Confédération qu'elle pose les jalons nécessaires d'ici 2030 et définisse les prestations qui doivent continuer à être fournies dans le cadre du service universel et leur portée.

Durant la nouvelle période stratégique, qui a commencé le 1^{er} janvier 2025, le groupe sera piloté via sept ambitions. L'une d'entre elles est l'«approche centrée client». La Poste a-t-elle un retard à rattraper en la matière?

Roberto Cirillo: Nous connaissons très bien nos clients commerciaux. Nous travaillons étroitement avec eux, nous comprenons leurs modèles commerciaux ainsi que leurs besoins. Cela nous aide à développer des offres adaptées qui leur apportent une valeur ajoutée au quotidien. Mais à une époque où tout évolue très rapidement et où le numérique ne cesse de gagner en importance, il est aussi essentiel de nous concentrer davantage sur les relations avec notre clientèle privée ainsi qu'avec les PME. Nous devons leur donner accès à toutes les prestations pertinentes et leur offrir un suivi plus complet. Nous devons mieux les comprendre, mieux comprendre leurs besoins et proposer des prestations appropriées.

Monsieur Cirillo, vous quitterez vos fonctions de CEO fin mars. Que souhaitez-vous à la Poste pour l'avenir?

Ces dernières années, nous nous sommes attachés à créer une Poste robuste et viable. Les finances sont solides et la qualité de nos prestations est très élevée. Un nouveau management compétent à plusieurs niveaux de l'entreprise a contribué à cette transformation et en assume la responsabilité. Je le répète: la Poste d'aujourd'hui est complètement différente de celle d'il y a quatre ans. La Poste de demain est déjà une réalité. Pour moi, c'est le moment idéal pour partir. Je quitte une Poste saine dont l'avenir repose sur une orientation claire. Je suis incroyablement fier de ce que nous avons accompli ensemble. Je tiens à remercier de tout cœur le Conseil fédéral, le Conseil d'administration et la Direction du groupe, mais aussi et surtout l'ensemble du personnel, qui fait chaque jour de notre entreprise la meilleure poste du monde. Pour l'avenir, je souhaite à la Poste de continuer de croire en elle et au rôle indispensable qu'elle joue dans la cohésion et le développement de la Suisse, de persévérer sur la voie tracée en veillant résolument à évoluer conformément à la stratégie, d'agir sur le plan de la culture d'entreprise comme «une seule et même Poste», et surtout de bénéficier du cadre légal dont elle a besoin pour développer son activité.

Monsieur Levrat, quelle Poste appelez-vous de vos vœux dans quatre ans?

Christian Levrat: Je souhaite une Poste qui continue de jouer un rôle important dans le quotidien des personnes en Suisse, même après 2030. Une entreprise moderne et innovante qui est proche de sa clientèle et qui propose des prestations en phase avec son temps. Et enfin des prestations qui s'inscrivent dans notre cœur de métier, qui répondent à un véritable besoin, qui sont faciles à utiliser et qui garantissent la sécurité absolue des données.

- Entretien avec Christian Levrat, président du Conseil d'administration, au sujet des sept ambitions stratégiques, page 33
- Entretien avec Alex Glanzmann, responsable Finances, au sujet du résultat financier, page 19
- Entretien avec Christian Plüss, délégué de la Direction du groupe pour la durabilité, au sujet du résultat en matière de durabilité, page 25

Jalons stratégiques

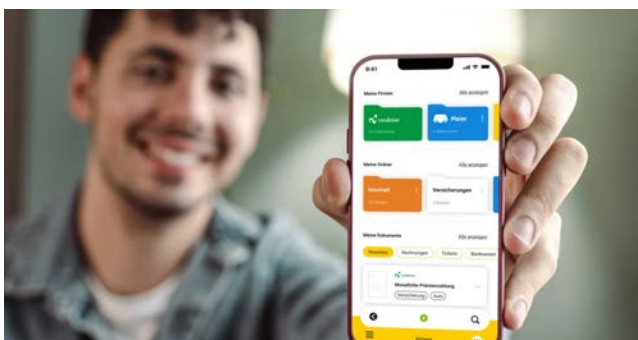
Vers la Poste de demain

La première phase de la stratégie «Poste de demain» est terminée. Avec des mesures axées sur les gains d'efficacité, la transition numérique, l'approche centrée client, la mobilité électrique et la protection du climat, la Poste a transformé son activité. Voici un bref aperçu des principaux jalons de la période 2021-2024.

Gain d'efficacité

Réorganisation de la logistique des lettres et des colis

La Poste fusionne les unités PostMail et PostLogistics au sein de la nouvelle unité du groupe Services logistiques, ce qui lui permet d'assurer des emplois attractifs et de conforter son rôle de prestataire de services pour l'e-commerce suisse, tout en traitant des volumes record de colis.



Mobilité électrique

Des cars postaux respectueux du climat

La Poste prend une décision importante: d'ici 2040, plus aucun de ses cars postaux ne fonctionnera avec des combustibles fossiles.

2021



Transition numérique

Le secret des lettres dans le monde numérique

La Poste crée la nouvelle unité du groupe Services de communication en vue de faire progresser la transformation numérique de la Suisse. Elle introduit la boîte aux lettres numérique avec l'application ePost et elle lance le système de vote électronique.





Transition numérique

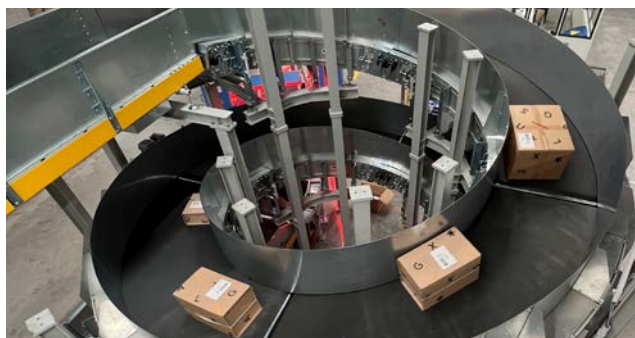
Une solution numérique innovante dans le domaine bancaire

PostFinance s'associe à Swissquote pour lancer l'application «Yuh», une solution numérique innovante qui permet d'investir facilement et sans frais dans des cryptomonnaies, des actions et des fonds de placement.

Gain d'efficience

Traitement des colis à la fois plus rapide et plus écologique

Face à l'augmentation des volumes de colis, la Poste décide de renforcer ses capacités de tri d'ici 2030. En un temps record, elle fait construire deux nouveaux centres colis régionaux à Rümlang (ZH) et à Buchs (AG).



Indépendance financière

Réaction au recul des volumes et au renchérissement

Pour la première fois depuis 18 ans, la Poste augmente les prix des lettres, en accord avec le Surveillant des prix. Ces augmentations sont nécessaires pour maintenir le haut niveau de qualité du service et pour compenser la hausse des coûts dans un contexte de diminution des volumes.

Transition numérique

Renforcement des compétences et du savoir-faire pour les offres numériques

En prenant des participations majoritaires dans diverses entreprises, la Poste poursuit le développement de ses offres en matière de communication numérique, telles que le dossier électronique du patient (DEP) et le système de vote électronique. Elle investit également dans les domaines de la cybersécurité et de la communication avec les autorités.





Approche centrée client

Ouverture du réseau de filiales à des partenaires

Afin de garder toute son importance pour la population suisse, la Poste continue de développer son réseau de filiales et le met à la disposition de partenaires, en engageant de premières coopérations avec des assurances-maladie et des banques.

Climat et énergie

Fixation d'objectifs climatiques et énergétiques ambitieux

La Poste accélère de dix ans la réalisation de ses objectifs climatiques et énergétiques: d'ici 2030, elle entend atteindre la neutralité carbone dans son exploitation propre, et à partir de 2040 le Zéro émission nette dans la chaîne de création de valeur. Elle étoffe pour cela son portefeuille de mesures, notamment dans les domaines de la logistique, de la mobilité et de l'immobilier. Dans le but de développer un programme d'extraction et de stockage du CO₂, la Poste a créé la société Carbon Dioxide Removal SA (CDR).



Climat et énergie

Des progrès majeurs sur la voie de la neutralité carbone

À Zurich et à Berne, la Poste a uniquement recours à des véhicules électriques pour la distribution des lettres et des colis. Le toit du centre logistique de Villmergen (AG) accueille la troisième plus grande installation solaire de la Poste. Basée en Allemagne, la filiale Bächle Logistics GmbH met en service plusieurs camions à propulsion électrique et un autre fonctionnant à l'hydrogène. Le transport ferroviaire est de plus en privilégié, passant de 77 à 84 liaisons journalières.



2023



Transition numérique

Des prestations numériques pratiques et sécurisées

La Poste continue de promouvoir le passage du Login client Poste à SwissID, en visant une solution de connexion unique et sécurisée pour sa clientèle. Dans tous les cantons, la population résidente peut ouvrir le dossier électronique du patient (DEP) par voie numérique depuis son domicile. Le système de vote électronique est mis en place avec succès dans trois cantons et il est utilisé pour la première fois lors des élections fédérales.

Approche centrée client

Nouvelle image, nouveau logo

Pour son 175^e anniversaire, la Poste modernise son logo: il unit les régions linguistiques dans leur diversité et incarne une Poste tournée vers l'avenir.



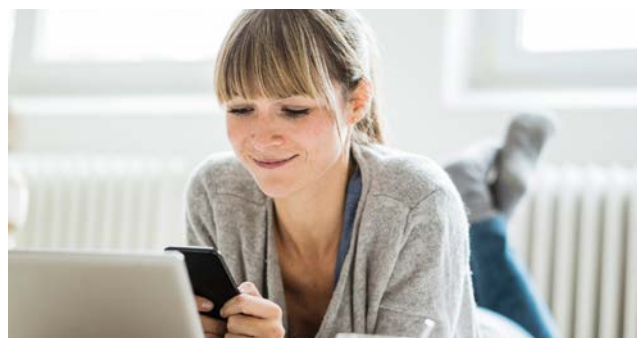
2024

Transition numérique

Développement de la plateforme pour le dossier électronique du patient

Le service numérique de self-onboarding facilite l'ouverture du dossier électronique du patient (DEP) dans toute la Suisse. Dans la plupart des cantons, ce service est gratuit.

→ Page 44



Approche centrée client

Filiales: 2000 sites desservis

Malgré la régression des volumes de lettres et des versements aux guichets, ainsi que la baisse de fréquentation des filiales, la Poste maintient 2000 sites desservis et investit 100 millions de francs dans la modernisation de son réseau de filiales.

→ Page 51

Gain d'efficience

Rénovation des plus grands centres de tri

Ces cinq dernières années, la Poste a ouvert huit nouveaux centres colis régionaux, notamment à Cadenazzo, Untervaz, Wallisellen, Ostermundigen et Vétroz. Ces nouveaux sites lui permettent de faire face à la forte augmentation des volumes de colis et de disposer de davantage de capacité pour un processus de tri flexible. Ainsi, entre les jours qui ont précédé le Black Friday et suivi le Cyber Monday, la Poste a pu trier 7,5 millions de colis et les distribuer dans toute la Suisse, ce qui a constitué un nouveau record.

→ Page 36



Gain d'efficience

Renforcement de l'indépendance financière

La Poste met en œuvre 80 mesures dans le cadre de son programme de gain d'efficacité. À l'instar des mesures tarifaires mises en œuvre, les mesures de gain d'efficacité sont le principal moteur de la croissance du résultat 2024.

→ Page 19



Mobilité électrique

1000 véhicules de livraison électriques pour la distribution

La Poste détient le plus grand parc de véhicules électriques de Suisse: désormais, elle utilise aussi ses propres utilitaires électriques à Genève, Bâle, Winterthour et Thoune pour y distribuer lettres et colis sans énergies fossiles. Dans ce cadre, c'est à Bâle qu'a été mis en service son millième véhicule de distribution électrique.

→ Page 37



Résultat de l'exercice

Après quatre années durant lesquelles elle s'est résolument orientée vers les besoins de la clientèle, la Poste est parvenue à stabiliser son résultat. Elle a clôturé l'exercice 2024 sur un bénéfice de 324 millions de francs, soit 70 millions de plus qu'en 2023. Les adaptations des prix lui ont permis de compenser la perte de produits découlant de la diminution du volume des lettres. Les réductions de coûts grâce aux mesures de gains d'efficacité ont également porté leurs fruits. La Poste a fourni un service universel de haute qualité, tout en dépassant les prescriptions légales de la Confédération. Les mesures de réduction de l'impact climatique déploient leurs effets, la clientèle se déclare satisfaite des prestations et le personnel aime travailler à la Poste.

Le rapport financier et le rapport de durabilité sont disponibles au format PDF.

[+ rapportdegestion.poste.ch/telechargements](https://rapportdegestion.poste.ch/telechargements)

Résultat financier

Un résultat stable dans un environnement exigeant

Les adaptations de prix et les mesures de gain d'efficacité portent leurs fruits: en 2024, la Poste a réalisé un bénéfice consolidé de 324 millions de francs, en progression de 70 millions par rapport à l'exercice précédent.

→ Page 16

Entretien

«Le chemin est difficile, mais nos efforts portent leurs fruits.»

Alex Glanzmann, responsable Finances, met en perspective le résultat annuel 2024 et revient sur une période stratégique mouvementée. Quatre années de changement axées sur les besoins de la clientèle ont permis à la Poste de stabiliser son résultat. Grâce à des investissements dans les marchés clés et dans de nouvelles compétences, la Poste est parée pour l'avenir. Mais les défis demeurent.

Entretien avec Alex Glanzmann, responsable Finances:

→ Page 19

Résultat en matière de durabilité

La Poste et ses objectifs ambitieux sont en bonne voie

Les résultats 2024 en matière de durabilité sont éloquents: la Poste a fourni un service universel de qualité et dépassé les prescriptions légales de la Confédération. De plus, les mesures de réduction de l'impact climatique commencent à faire effet, la clientèle se dit satisfaite des prestations postales et le personnel aime travailler à la Poste.

→ Page 21

Entretien

«La Poste a fait un grand pas en avant en matière de durabilité.»

Les clientes et les clients de la Poste attendent par principe de celle-ci des prestations durables. «La Poste voit ceci comme une opportunité et poursuit donc depuis plusieurs années une stratégie résolue en matière de durabilité», souligne Christian Plüss, délégué de la Direction du groupe pour la durabilité.

Entretien avec Christian Plüss, délégué de la Direction du groupe pour la durabilité:

→ Page 25

Résultat financier

Un résultat stable dans un environnement de marché qui reste exigeant

La Poste a clôturé l'exercice 2024 sur un bénéfice consolidé de 324 millions de francs, en hausse de 70 millions par rapport à l'exercice précédent. Le résultat d'exploitation a augmenté pour s'établir à 401 millions de francs, en particulier grâce à l'introduction de mesures tarifaires et de mesures de gain d'efficacité. Toutefois, en raison de la diminution des volumes, il reflète aussi les défis rencontrés dans le domaine des prestations postales de base et démontre la nécessité de poursuivre la stratégie «Poste de demain». La valeur de l'exercice précédent s'élevait à 323 millions de francs.

Après quatre années durant lesquelles elle s'est résolument orientée vers les besoins de la clientèle, la Poste est parvenue à stabiliser son résultat. Se chiffrant à 401 millions de francs, le résultat d'exploitation (EBIT) réalisé est supérieur de 78 millions à celui de l'exercice précédent. Le bénéfice consolidé s'inscrit pour sa part à 324 millions de francs, soit 70 millions de plus qu'en 2023. Les produits d'exploitation s'élèvent à 7626 millions de francs, ce qui représente une hausse de 347 millions par rapport à l'exercice précédent. Les mesures tarifaires introduites début 2024 ont permis de compenser le recul structurel du volume des lettres. Par ailleurs, la Poste est parvenue à réduire ses coûts grâce à la poursuite des programmes de gain d'efficacité au cours de l'exercice écoulé. En raison de la volatilité des taux, l'environnement de marché demeure toutefois extrêmement difficile tant dans le domaine des prestations postales de base que dans celui des activités financières.

Bon résultat de l'exercice grâce aux mesures tarifaires et aux mesures de gain d'efficacité chez Services logistiques

Le résultat d'exploitation de Services logistiques a fortement contribué à la stabilité du résultat consolidé. Se montant à 439 millions de francs, il progresse de 104 millions par rapport à l'exercice précédent. Cette croissance s'explique principalement par les mesures tarifaires mises en œuvre et par l'impact des mesures de gain d'efficacité introduites dès 2023. La diminution structurelle des volumes de lettres (-5,5%), la dégradation du climat de consommation en matière de colis (-2,9%) et le repli des commandes dans la logistique des marchandises ont continué de peser sur le résultat. En revanche, les solutions sectorielles dans la logistique sanitaire se sont avérées solides compte tenu de la situation de la demande, ce qui a permis de continuer à accroître leur contribution au résultat. S'agissant des besoins de la clientèle, Services logistiques a investi, en 2024 également, dans de nouvelles technologies et dans le réseau logistique afin de pouvoir réagir avec flexibilité aux différents volumes et formats.

Digital Services investit dans l'avenir du service public

En 2024, le résultat d'exploitation de l'unité du groupe Digital Services, qui s'appelait Services de communication jusqu'au 31 décembre 2024, s'est inscrit à -67 millions de francs, ce qui reflète le fait que cette unité se trouve encore en phase de développement. Le résultat a pu être amélioré de 5 millions de francs par rapport à l'exercice précédent. Cette progression s'explique, d'une part, par les meilleurs résultats des sociétés et unités existantes dans les domaines Digital Business and Government Solutions et Trusted Interaction Services et, d'autre part, par l'intégration du groupe Diartis et du groupe Open Systems, acquis au second semestre 2024. Au travers de ses investissements dans la lettre numérique, le vote électronique et le dossier électronique du patient (DEP), la Poste contribue de manière déterminante au développement de solutions tournées vers l'avenir, pertinentes pour la société et utiles pour l'économie nationale.

Faits et chiffres

7626 millions
de francs de **produits d'exploitation** (+4,8%)

324 millions
de francs de **bénéfice consolidé** (+70 millions)

10 631 millions
de francs de **fonds propres**

614 millions
de francs
d'**investissements**

100 %
Degré d'autofinancement des investissements

180,0 millions
de **colis** (-2,9%)

1556 millions
de **lettres** (-5,5%)

183,1 millions
de **voyageurs**
CarPostal (+4,9%)

106,6 milliards
de francs de
patrimoine des clients
PostFinance (+2,4%)

76 points
La **satisfaction de la clientèle** atteint
76 points sur une
échelle de 0 à 100.

Recul du résultat en raison de la diminution des volumes au guichet

La baisse des recettes due au recul des volumes chez RéseauPostal n'a pas pu être entièrement compensée au niveau des coûts. S'établissant à -113 millions de francs en 2024, le résultat d'exploitation présente une diminution de 20 millions par rapport à l'exercice précédent. Au cours de la période sous revue, RéseauPostal a enregistré plus de 319 000 opérations de la clientèle par jour (325 000 en 2023) et continue d'être sollicitée malgré le recul des opérations de guichet traditionnelles. Les partenariats avec les assurances, les caisses-maladie, les banques et les autorités ont eu un effet positif sur le résultat de RéseauPostal.

Nombre record de voyageurs chez CarPostal

Totalisant 183,1 millions de voyageurs, CarPostal a signé une année record. Le nombre de personnes transportées a augmenté en particulier sur les lignes prisées pour les loisirs. Dans l'ensemble, l'unité Services de mobilité (CarPostal et Post Company Cars) a vu son résultat d'exploitation progresser de 9 millions de francs, notamment du fait que CarPostal a reçu des indemnités plus élevées de la part de la Confédération et des cantons. Fin 2024, la Poste a lancé un programme de gain d'efficacité dans l'unité Services de mobilité afin de diminuer les coûts administratifs. Elle contribue ainsi à alléger les charges de la Confédération, des cantons et des communes, qui cofinancent le transport régional des voyageurs et le trafic local de CarPostal. En 2024, la Poste a par ailleurs poursuivi l'électrification de ses véhicules de distribution et de ses cars postaux.

PostFinance contrainte à agir face au revirement des taux

Alors que les marchés financiers nationaux et mondiaux ont connu une année mouvementée, PostFinance a enregistré un résultat d'exploitation de 203 millions de francs, soit une baisse de 61 millions par rapport à l'exercice précédent. Le retour à des taux positifs lors des exercices précédents a entraîné une inversion de tendance sur le plan de la rentabilité. Toutefois, les baisses de taux opérées par la Banque nationale suisse en 2024 montrent à quel point l'environnement des taux d'intérêt reste volatil. Par conséquent, il en a résulté des produits d'intérêts inférieurs à ceux de l'exercice précédent. PostFinance doit renforcer son engagement dans les activités indépendantes des taux d'intérêt, par exemple dans le domaine des placements, du négoce, des cartes de paiement ou du trafic des paiements – un secteur dans lequel ses compétences sont avérées.

+ Informations complémentaires sur les résultats financiers dans le Rapport financier 2024 (PDF)

→ Informations sur les résultats en matière de durabilité, page 21

Faits et chiffres en vidéo:

rdg.poste.ch/chiffres-financiers



Chiffres clés du résultat de l'exercice

Groupe | Chiffres clés

2024 avec comparaison par rapport à l'exercice précédent

	Unité	2023	2024
Résultat			
Produits d'exploitation	En millions de CHF	7 279	7 626
dont chiffre d'affaires réalisé à l'étranger ¹	En millions de CHF	711	905
en proportion des produits d'exploitation	%	9,8	11,9
services réservés ²	En millions de CHF	905	940
en proportion des produits d'exploitation	%	12,4	12,3
Résultat d'exploitation	En millions de CHF	323	401
en proportion des produits d'exploitation	%	4,4	5,3
Bénéfice consolidé	En millions de CHF	254	324
Personnel			
Effectif (sans apprentis)	Unités de personnel	34 587	35 106
Étranger	Unités de personnel	1 200	1 784
Financement			
Total du bilan	En millions de CHF	108 866	112 055
dont fonds de la clientèle (PostFinance)	En millions de CHF	89 121	87 979
Fonds propres	En millions de CHF	10 255	10 631
Investissements			
Investissements	En millions de CHF	605	614
Autres immobilisations corporelles, immobilisations incorporelles	En millions de CHF	266	235
Immeubles d'exploitation	En millions de CHF	149	119
Immeubles de placement	En millions de CHF	13	11
Participations	En millions de CHF	140	246
Actifs biologiques	En millions de CHF	37	3
Ratio des investissements autofinancés	%	100	100
Création de valeur			
Flux de trésorerie des activités d'exploitation ³	En millions de CHF	-8 883	6 879
Valeur ajoutée ⁴	En millions de CHF	4 279	4 515
Valeur ajoutée de l'entreprise ⁵	En millions de CHF	-215	-202

1 La définition du terme «étranger» correspond à l'annexe des comptes consolidés 2024, note 6.6 Informations géographiques.

2 Lettres jusqu'à 50 grammes

3 Valeur ajustée (voir rapport financier, annexe sur les comptes consolidés 2023, note 2.2 Adaptation de la présentation des comptes)

4 Valeur ajoutée = résultat d'exploitation + charges du personnel + amortissements - résultat de la vente d'immobilisations corporelles, d'immobilisations incorporelles et de participations

5 De l'ordre de 363 millions de francs (2023: 268 millions de francs), les coûts nets découlant de l'obligation de fournir le service universel sont compris dans la valeur ajoutée de l'entreprise. Voir définition des coûts nets, page 23.

Faits et chiffres en vidéo:

rdg.poste.ch/chiffres-financiers


Entretien avec Alex Glanzmann, responsable Finances

«Le chemin est difficile, mais nos efforts portent leurs fruits»

Alex Glanzmann, responsable Finances, met en perspective le résultat annuel 2024 et revient sur une période stratégique mouvementée. Quatre années de changement axées sur les besoins de la clientèle ont permis à la Poste de stabiliser son résultat. Grâce à des investissements dans les marchés clés et dans de nouvelles compétences, la Poste est parée pour l'avenir. Mais les défis demeurent.

Alex Glanzmann, comment jugez-vous le résultat de l'exercice 2024?

Compte tenu des conditions difficiles, nous avons réalisé un résultat satisfaisant et sommes parvenus à stabiliser le résultat financier de la Poste après un exercice 2024 complexe. Nous avons réalisé un bénéfice consolidé de 324 millions de francs, supérieur de 70 millions à celui de 2023. Les mesures tarifaires et les mesures de gain d'efficacité ont permis d'augmenter le résultat d'exploitation en le faisant passer à 401 millions de francs.

L'exercice 2024 marquait la dernière année de la période stratégique «Poste de demain». La stratégie a-t-elle fonctionné?

Oui, les mesures déployées dans le cadre de la stratégie ont porté leurs fruits. Lorsque nous avons développé cette stratégie en 2019, la Poste était soumise à une forte pression. Le volume de lettres et les opérations au guichet, qui contribuaient jusqu'alors de manière essentielle au résultat, étaient en fort recul et l'environnement des taux était difficile. Ces tendances persistent jusqu'à aujourd'hui. Si nous n'avions rien changé, notre résultat n'aurait cessé de reculer. Avec la stratégie «Poste de demain», nous avons pu réorienter fondamentalement la Poste avec l'objectif de financer notre mandat de service universel avec nos propres moyens à l'avenir également.

Quels sont les principaux moteurs de ce résultat en amélioration?

En 2024, c'est surtout sous l'impulsion de l'unité Services logistiques. Des processus plus efficaces et des mesures tarifaires nous ont permis de plus que compenser le recul continu dans le secteur des lettres et des colis.

Mais comme déjà mentionné, pour rester pertinents, nous devons globalement nous transformer. Ces quatre dernières années, nous avons fortement investi dans notre activité de base afin de nous adapter à l'évolution des besoins de notre clientèle. Dans la logistique, nous avons par exemple augmenté nos capacités de stockage et de traitement, tout en poursuivant l'électrification de notre flotte de véhicules. L'acquisition ciblée d'entreprises dans les secteurs de la logistique de la santé et de la logistique de chantier nous a permis d'acquérir des compétences importantes. Dans le domaine de la communication numérique également, nous avons mis en place de nouvelles infrastructures et compétences. Nous avons développé notre réseau de filiales et ouvert nos sites aux entreprises de services et aux autorités. En parallèle, le groupe dans son ensemble travaillait d'arrache-pied sur les structures et les processus internes.



Nous voulons demeurer pertinents pour la Suisse et fournir le mandat de service universel par nos propres moyens.

Alex Glanzmann
Responsable Finances,
Directeur général par intérim
(dès le 1^{er} avril 2025)

La situation sur le marché demeure exigeante. Comment évaluez-vous le résultat dans ce contexte?

Ces dernières années, notre société a connu de profondes mutations. L'essor du numérique, l'évolution dynamique des besoins de la clientèle mais aussi la situation géopolitique ont des répercussions directes sur notre activité. La diminution des volumes aussi bien en ce qui concerne les lettres que le trafic des paiements est irréversible. En 2024, nous avons traité 5,5% de lettres en moins et les paiements au guichet ont chuté de 10,7%. Après deux années de recul des volumes de colis, nous avons certes pu en traiter davantage pendant la période précédant Noël en 2024, mais la baisse se poursuit si l'on prend en compte l'ensemble de l'exercice. Des produits d'intérêts en repli et la pression croissante sur les marges pèsent en outre sur le résultat de PostFinance. Le recul structurel des volumes et la volatilité des taux d'intérêt, influencés notamment par les décisions de la BNS en matière de taux, restent problématiques pour la Poste.

La Poste est-elle prête pour la nouvelle période stratégique?

Oui, la Poste est bien positionnée. Aujourd'hui, notre logistique est efficace et nous proposons des services numériques fondés sur la confiance. Mais nous ne restons pas pour autant les bras croisés. Au vu de l'environnement exigeant, il sera d'autant plus important de nous développer en permanence et de nous adapter à l'évolution de ce contexte. Nous devons systématiquement orienter nos offres et services en fonction des besoins de la clientèle tout en conservant le contrôle sur nos coûts. Ce n'est qu'ainsi que la Poste pourra rester pertinente pour la Suisse et que nous pourrions fournir le mandat de service public en toute indépendance financière.



Nous devons systématiquement orienter nos offres et services en fonction des besoins de la clientèle.

Alex Glanzmann
Responsable Finances,
Directeur général par intérim
(dès le 1^{er} avril 2025)

Résultats en matière de durabilité

La Poste et ses objectifs ambitieux sont en bonne voie

Les résultats 2024 en matière de durabilité sont éloquentes: la Poste a fourni un service universel de qualité et dépassé les prescriptions légales de la Confédération. De plus, les mesures de réduction de l'impact climatique commencent à faire effet, la clientèle se dit satisfaite des prestations postales et le personnel aime travailler à la Poste.

Au cours de la période stratégique 2021-2024, la Poste a posé les jalons d'un avenir durable et mis en œuvre des mesures efficaces: pour l'environnement, pour la clientèle et pour le personnel ainsi que pour la population suisse, et ce tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Aperçu des principaux résultats en matière de durabilité:

Environnement

En 2024, les objectifs climatiques et énergétiques ambitieux de la Poste ont bien progressé. Les émissions de gaz à effet de serre dans sa propre exploitation (scopes 1–2) sont restées stables. Une réduction de près de 0,8% a été enregistrée par rapport à l'exercice précédent. Celle-ci s'explique par les prestations supplémentaires compensées dans le transport de voyageurs et par les prestations réduites dans la logistique des marchandises, ainsi que par les mesures prises en matière de mobilité électrique et de chauffage sans énergie fossile. Le parc de véhicules de distribution comprend 7300 véhicules électriques qui fonctionnent exclusivement avec du courant vert certifié «naturemade star». Chez CarPostal, 42 véhicules circulent à l'électrique.

En outre, la Poste a pu réduire de manière significative les émissions de gaz à effet de serre dans la chaîne de création de valeur (scope 3), soit environ 18% par rapport à l'exercice précédent. Cette forte diminution est principalement due à la réduction des émissions du portefeuille de placements pour compte propre de PostFinance.

Avec la nouvelle Business Unit «E-Mobility Charging Solutions», la Poste met en place une infrastructure de charge fiable et rentable et garantit l'alimentation en énergie de ses propres véhicules.

En 2024, la Poste a installé de nouvelles installations photovoltaïques avec une puissance supplémentaire de 1,6 mégawatt-crête. La troisième plus grande installation de la Poste a vu le jour en 2024 au centre logistique de Villmergen, premier bâtiment logistique du pays à recevoir la norme de construction durable «Label DGNB Suisse».

En 2024, la Poste a également obtenu la meilleure note de A de la part du Carbon Disclosure Project (CDP) pour l'engagement et la transparence dont elle fait preuve dans le domaine du climat.

Clientèle

En 2024, la satisfaction globale de la clientèle a atteint 76 points sur 100, un résultat inchangé par rapport aux années précédentes. Les efforts de la Poste pour orienter ses prestations vers les besoins de la clientèle ont donc été récompensés. La satisfaction globale des gros clients a atteint, quant à elle, 75 points, soit une hausse de 2 points par rapport à 2023. Concernant la clientèle privée, la satisfaction est restée stable par rapport à 2023, avec 77 points.

Afin de maintenir la sécurité de ses prestations et produits numériques au plus haut niveau, la Poste a recours à un programme bug bounty. Depuis 2024, ce programme fonctionne sans restriction pour la totalité du domaine poste.ch, ce qui conforte la Poste dans son rôle de pionnier.

Faits et chiffres

240 117 t CO₂ éq
Émissions de gaz à effet de serre (scopes 1–2)

1055 GWh
Énergie consommée par la Poste en 2024, dont 17% proviennent de sources renouvelables

12,7 MWp
Puissance installée des propres installations photovoltaïques (+1,6 MWp)

76 points
Satisfaction de la clientèle (échelle de 0 à 100)

82 points
Score de l'indice «Mes responsables de conduite» dans le sondage du personnel (échelle de 0 à 100)

25,4%
de femmes parmi les cadres supérieurs

44,4%
de femmes au Conseil d'administration

3 mia. de CHF
Volume d'achats provenant de 200 secteurs et 40 pays

96,7%
de la population a accès aux filiales de la Poste dans un délai de 20 minutes, à pied ou en TP

97,4%
Taux de distribution ponctuelle des lettres du Courrier A

96,2%
Taux de distribution ponctuelle des colis Priority

Personnel

Dans le dernier sondage du personnel, l'indice «Mes responsables de conduite» affichait le score le plus élevé, avec 82 points sur 100. Là aussi, la Poste peut être fière de sa forte attractivité en tant qu'employeur. En témoigne le nombre croissant de candidatures: en 2024, la Poste a reçu près de 90 000 dossiers, soit environ 30 000 de plus qu'en 2023.

La santé du personnel est un thème cher à la Poste. Le déploiement à l'échelle nationale de sa plateforme en ligne «StayFit», incluant une fonction de chat anonyme, a été un véritable succès. Les collaboratrices et les collaborateurs qui traversent une situation difficile dans leur vie professionnelle et/ou privée peuvent y trouver du soutien.

En matière de transparence des salaires, la Poste est également précurseuse. En effet, elle fait partie des rares entreprises en Suisse à indiquer une fourchette de salaire dans ses offres d'emploi. Cette transparence est enrichie en permanence.

Achats

Les achats annuels de marchandises, de services et de prestations de construction que la Poste réalise auprès de ses fournisseurs répartis dans plus de 200 secteurs et 40 pays s'élèvent à près de 3 milliards de francs. Environ 94% des fournisseurs ont leur adresse de facturation en Suisse.

La Poste a véritablement ancré le thème de la durabilité dans l'organisation d'achats. Elle a par ailleurs développé le «Code de conduite pour les fournisseurs relatif à l'approvisionnement responsable» et a introduit un système de gestion permettant de contrôler le respect du devoir de diligence en matière de droits de l'homme ainsi que des exigences liées à l'environnement dans les chaînes d'approvisionnement. La plateforme de signalement anonyme PosteCourage est à la disposition des parties prenantes qui souhaiteraient signaler des infractions.

Afin de décarboner la chaîne d'approvisionnement, la Poste a introduit au cours de la période stratégique 2021-2024 des critères de durabilité pour les achats supérieurs à 150 000 francs. Ceux-ci sont pondérés de minimum 15%.

Valeur ajoutée économique et sociétale

Le résultat d'exploitation a augmenté pour se situer à 401 millions de francs (exercice précédent: 323 millions de francs). Cette progression a été rendue possible par les mesures tarifaires et de gain d'efficacité. La valeur ajoutée de l'entreprise se chiffre à –202 millions de francs, en progression de 13 millions par rapport à l'exercice précédent. Cette hausse s'explique en particulier par l'augmentation du résultat d'exploitation.

En 2024, la Poste a continué à remplir son mandat légal relatif à l'accessibilité dans tous les cantons: 98,1% de la population a accès à ses prestations dans un délai de 20 minutes (y c. le service à domicile). Dans certains cantons, ces valeurs dépassent nettement l'objectif fixé de 90%. Avec 96,7%, l'accessibilité des services postaux a, dans l'ensemble, été nettement supérieure à la valeur cible.

En 2024, la Poste a dépassé l'ensemble des prescriptions réglementaires en matière de qualité édictées par la Confédération (97% pour les lettres et 95% pour les colis): 97,4% des lettres du Courrier A et 99,1% des lettres du Courrier B, ainsi que 96,2% des colis Priority et 99,6% des colis Economy, ont été distribués dans les délais.

- + Informations complémentaires sur les résultats en matière de durabilité:
Rapport de durabilité 2024 (PDF)
- Informations sur les résultats financiers, page 16

Faits et chiffres en vidéo:
rdg.poste.ch/chiffres-durabilite



Chiffres clés de la durabilité

Groupe | Chiffres clés

2024 avec comparaison par rapport à l'exercice précédent	Unité	2023	2024
Climat			
Émissions de gaz à effet de serre (scope 1-3)	en tonnes de CO ₂ éq	2 101 486	1 770 968
Émissions – scopes 1 et 2 (émissions directes des propres véhicules et bâtiments)	en tonnes de CO ₂ éq	242 051	240 117
Émissions – scope 3 (émissions indirectes de la chaîne de création de valeur)	en tonnes de CO ₂ éq	1 859 435	1 530 851
Énergie			
Consommation énergétique au sein et en dehors de l'organisation	GWh	2 056	2 000
Consommation énergétique au sein de l'organisation	GWh	1 063	1 055
provenant de sources d'énergies renouvelables	%	17	17
Consommation énergétique en dehors de l'organisation	GWh	993	944
Service public			
Points d'accès pour la clientèle	Nombre	4 963	5 003
Accessibilité dans un délai de 20 minutes à pied ou en TP	%	96,7	96,7
Qualité de distribution des lettres du Courrier A	%	97,3	97,4
Qualité de distribution des colis Priority	%	95,7	96,2
Sécurisation de l'indépendance financière			
Résultat d'exploitation	Mio. de CHF	323	401
Valeur ajoutée de l'entreprise	Mio. de CHF	-215	-202
Degré d'autofinancement des investissements	%	100	100
Satisfaction de la clientèle			
Satisfaction globale	Indice (1-100)	76	76
Gros clients	Indice (1-100)	75	77
Petites et moyennes entreprises	Indice (1-100)	74	72
Clientèle privée	Indice (1-100)	77	77
Satisfaction du personnel			
Mes responsables de conduite	Indice (0-100)	83	82
Notre culture d'entreprise	Indice (0-100)	77	76
Santé et sécurité du personnel			
Accidents professionnels	Nombre pour 100 unités de personnel	7,5	7,4
Absences pour raisons médicales	Jours par unité de personnel	9,2	9,8
Formation et développement du personnel			
Apprentis en Suisse	Personnes	1 844	1 887
Taux de formation	%	5,5	5,7
Formations externes	Mio. de CHF	9,2	9,3
Participation aux coûts de la Poste	Mio. de CHF	7,4	7,5
Effectif et fluctuation			
Effectif	Unités de personnel	36 431	36 993
Emplois dans les régions périphériques	Personnes	16 244	15 934
Taux de fluctuation (global)	%	12,8	12,0
Fluctuation volontaire	%	6,4	6,0

Groupe | Chiffres clés

2024 avec comparaison par rapport à l'exercice précédent	Unité	2023	2024
Diversité au sein du Conseil d'administration			
Femmes	%	44,4	44,4
Hommes	%	55,6	55,6
Diversité au sein du management			
Femmes parmi les cadres supérieurs	%	24,2	25,4
Duos de conduite se partageant la responsabilité de direction	%	93	106

+ Autres chiffres clés dans le Rapport de durabilité 2024 (PDF), à partir de la page 81

▶ **Faits et chiffres en vidéo:**
rdg.poste.ch/chiffres-durabilite



Entretien avec Christian Plüss, délégué de la Direction du groupe pour la durabilité

«La Poste a fait un grand pas en avant en matière de durabilité»

Les clientes et les clients attendent de la part de la Poste des prestations durables. Christian Plüss, délégué de la Direction du groupe pour la durabilité, explique comment la Poste répond à ce besoin et pourquoi elle mise sur sept ambitions et quatre dimensions.

En 2023, la Poste a publié pour la première fois un rapport non financier. En 2024, elle en a fait un rapport sur la durabilité. Pourquoi?

Christian Plüss: avec le rapport non financier en 2023, la Poste a fait un premier pas vers la durabilité en présentant ses efforts dans les domaines clés. En 2024, elle a continué sur sa lancée en intégrant les aspects financiers. Adopter une vision globale va de pair avec la stratégie de la Poste. Alors que la durabilité faisait partie des quatre orientations stratégiques dans la première période de la stratégie «Poste de demain», elle fait désormais partie intégrante de la stratégie du groupe. La Poste poursuit sept ambitions dans les quatre dimensions que sont l'économie, le personnel, l'environnement et la société, et relie dans cette optique ses prestations financières et ses prestations non financières. Elle entend ainsi garantir sa pérennité. Le rapport reflète la conception de la durabilité par la Poste.

Comment évaluez-vous l'évolution de la durabilité à la Poste au cours de la dernière période stratégique?

Dans les années 2021 à 2024, l'accent a été mis en particulier sur le climat et l'énergie. La Poste s'est délibérément fixé des objectifs à long terme, à savoir jusqu'en 2030 et 2040.

L'année écoulée a confirmé que la Poste avait fait un grand pas en matière de climat. Elle investit dans des bâtiments durables, par exemple le centre logistique de Villmergen, et distribue les lettres et les colis uniquement avec des véhicules électriques dans les villes de Zurich, Berne, Genève, Bâle, Winterthour et Thoun. En matière de logistique des marchandises, elle a déjà pris les devants pour que d'ici 2030, 20% des kilomètres parcourus avec ses propres véhicules le soient avec des modes de propulsion alternatifs. CarPostal s'est aussi illustrée dans la mobilité électrique, puisque les premières lignes sont déjà électrifiées. La Poste a même avancé son objectif de convertir l'ensemble de la flotte CarPostal à des modes de propulsion sans énergies fossiles à 2035.

Pour y parvenir, elle doit s'équiper d'une vaste infrastructure de charge pour les véhicules électriques, ce qu'elle est en train de mettre sur pied avec un partenaire externe. Pourquoi faire tout cela?

La mobilité électrique est en marche – à la Poste et en Suisse en général. Les besoins en courant de charge et en points de recharge explosent. Pour pouvoir couvrir nos propres besoins et améliorer l'infrastructure de charge en Suisse, la Poste prévoit notamment de mettre en place un réseau de charge rapide à l'échelle de la Suisse pour les véhicules électriques, en collaboration avec la société coopérative fenaco. Elle réunit donc ses forces de manière ciblée dans la nouvelle Business Unit E-Mobility Charging Solutions.



La durabilité fait partie intégrante de la stratégie du groupe.

Christian Plüss
Délégué de la Direction du groupe pour la durabilité

S'engager en faveur de l'environnement est important pour la Poste. Quel est son engagement vis-à-vis de la société?

Grâce à son service public, la Poste crée une valeur ajoutée unique pour la population et les entreprises en Suisse. Avec ses 5003 points d'accès – filiales, filiales en partenariat, service à domicile, My Post Service chez les détaillants, les stations-service, les gares et les kiosques, automates My Post 24 et batteries de cases postales – elle met un réseau dense à disposition. Nous nous engageons aussi bien au-delà du service public.

C'est-à-dire?

La Poste développe des prestations numériques innovantes visant à simplifier le quotidien de sa clientèle. Elle investit notamment dans des prestations numériques comme le vote électronique ou le dossier électronique du patient. L'application ePost, la boîte aux lettres numérique de la Poste, permet d'effectuer des tâches administratives de manière efficace. Pour continuer à se développer, la Poste collabore avec des start-up et des hautes écoles afin de trouver ensemble des solutions innovantes pertinentes pour ses marchés clés. La Poste joue également un rôle de pionnier dans les domaines de la cybersécurité et de l'éthique numérique.

Les prestations de la Poste ne sont possibles que grâce à l'engagement de son personnel. Comment la Poste s'engage-t-elle envers lui?

La Poste offre aux membres du personnel un environnement de travail valorisant ainsi que des conditions d'engagement modernes et équitables. Elle soutient ainsi la conciliation entre vie professionnelle et privée pour toutes ses collaboratrices et tous ses collaborateurs, en leur offrant par exemple la possibilité de travailler à temps partiel ou en jobsharing. En 2024, 106 duos de conduite se sont partagé la responsabilité de direction, un chiffre qui n'a cessé d'augmenter ces dernières années. La Poste leur propose également des possibilités de perfectionnement et de développement.

La transition numérique doit passer par une adaptation et un développement constants des compétences. En 2024, les dépenses en matière de perfectionnement se sont élevées à 9,3 millions de francs en tout, la Poste ayant participé à hauteur de 7,5 millions de francs.

La santé physique et psychique du personnel reste un thème central. La Poste propose des points de contact facilement accessibles, dont une plateforme en ligne disponible 24 heures sur 24, avec des informations en matière de santé et un conseil par chat anonyme. Elle soutient par ailleurs ses collaboratrices et ses collaborateurs dans leur réintégration professionnelle.

Quel rôle les aspects économiques de la durabilité jouent-ils dans la stratégie de la Poste?

La stratégie «Poste de demain» a été élaborée dans l'objectif de permettre à la Poste de se financer par ses propres moyens à long terme. Les nouvelles offres s'attachent systématiquement à répondre aux besoins de ses clientes et de ses clients. En parallèle, la Poste optimise ses coûts et fixe ses prix en tenant compte de l'avenir. Cette ligne de conduite lui permettra ainsi de conserver son importance à long terme et de fournir par là même un service universel et un service public de qualité en les finançant par ses propres moyens. Du reste, malgré la charge financière que représente le service universel, la Poste a versé 1,25 milliard de francs de dividendes à la Confédération au cours des dix dernières années.



Grâce à son service public, la Poste crée une valeur ajoutée unique pour la Suisse.

Christian Plüss
Délégué de la Direction du groupe pour la durabilité



Stratégie

Durant la première phase de sa stratégie «Poste de demain», la Poste a poursuivi le développement de ses compétences clés, à savoir le transport de marchandises et de personnes, la transmission d'informations et les services financiers. Elle maintient le cap pour les quatre prochaines années, en renforçant sa position de leader du secteur logistique, en développant ses prestations numériques et son offre de mobilité et en misant sur l'écoute de la clientèle dans le domaine des services financiers. Les points d'accès physiques seront perfectionnés et leurs pendants numériques, étendus. En réalisant des investissements ciblés, la Poste préservera son rôle essentiel à l'avenir et garantira le niveau de qualité élevé du service universel, qu'elle finance par ses propres moyens. Lors de la prochaine étape qui la mènera vers la «Poste de demain», elle va améliorer sa compréhension globale de la stratégie et s'appuyer désormais sur sept ambitions stratégiques pour transformer le groupe. Afin de créer une valeur ajoutée durable pour la Suisse, la Poste poursuit des objectifs à la fois financiers et non financiers.

Stratégie «Poste de demain»

Besoins de la clientèle et transition numérique donnent le ton

La Poste ne cesse de développer son cœur de métier. Elle s'apprête à entrer dans une ère qui verra la lettre céder son rôle de principal pilier financier. Par ailleurs, elle réalise des investissements ciblés afin de préserver son rôle essentiel à l'avenir et de financer le service universel par ses propres moyens.

→ Page 28

Ambitions stratégiques

La Poste gère sa transformation à l'aide de sept ambitions stratégiques

Lors de la prochaine période stratégique, la Poste va améliorer sa compréhension globale de la stratégie et s'appuyer sur sept ambitions stratégiques pour gérer le groupe. Afin de créer une valeur ajoutée durable pour la Suisse, elle poursuit des objectifs à la fois financiers et non financiers.

→ Page 30

Stratégie «Poste de demain»

Besoins de la clientèle et transition numérique donnent le ton

Poursuivant sa stratégie «Poste de demain», la Poste entend renforcer sa position de leader du secteur logistique, développer ses prestations numériques et son offre de mobilité et miser sur l'écoute de la clientèle dans le domaine des services financiers. Les points d'accès physiques seront perfectionnés et leurs pendants numériques, étendus. En réalisant des investissements ciblés, la Poste préservera son rôle essentiel à l'avenir et garantira le niveau de qualité élevé du service universel, qu'elle finance par ses propres moyens.

Durant la première phase de sa stratégie «Poste de demain» (2021-2024), la Poste a poursuivi le développement de ses compétences clés, à savoir le transport de marchandises et de personnes, la transmission d'informations et les services financiers. Elle a déployé de nouvelles compétences, en particulier dans les domaines de la logistique et de la communication numérique, et investi dans son avenir. Elle a ouvert ses filiales aux entreprises de services et aux administrations et développé son offre en l'adaptant aux besoins de la clientèle. Elle a ainsi posé les bases pour la prochaine étape de sa stratégie (voir Jalons stratégiques 2021-2024 → page 9).

La Poste continue à développer son cœur de métier

Les habitudes sans cesse changeantes de la clientèle et l'instabilité qui caractérise les quatre marchés sur lesquels elle évolue continuent de mettre la Poste à rude épreuve. Sa stratégie définit ses prestations et son rôle d'institution suisse pour l'avenir. La Poste ne cesse de développer son cœur de métier. Elle s'apprête à entrer dans une ère qui verra la lettre céder son rôle de pilier financier. Étant particulièrement consciente de la responsabilité qu'elle a à l'égard de la population, elle tient davantage compte des besoins de la clientèle, qui réclame des offres globales («tout d'un seul tenant»), des prestations numériques et des points d'accès variés. Elle renouvelle sa promesse de simplifier le quotidien de ses clientes et clients et de se développer en tenant compte de leurs nouveaux besoins. Elle complète ses prestations physiques par des offres numériques et réunit ces deux univers en s'assurant qu'il est facile de passer de l'un à l'autre. La Poste adapte notamment son réseau de filiales et développe des points d'accès plus flexibles en termes d'horaires et d'emplacement (par exemple avec les automates My Post 24 et les filiales en partenariat), qui sont plébiscités par la clientèle. Par ailleurs, elle modernise ses filiales, qu'elle transforme en centres de services, tout en continuant d'accorder de l'importance au conseil et à l'accompagnement personnalisés de ses clientes et de ses clients, sur place ou par voie numérique.

Une croissance pérenne sur des marchés spécifiques

En visant une croissance pérenne sur des marchés spécifiques, la Poste s'assure de pouvoir financer également demain, par ses propres moyens, le service universel et un service public adapté aux exigences futures. À cette fin, elle investit principalement dans le maintien, le développement et l'extension de son infrastructure, tout en continuant cependant de miser sur une croissance inorganique dès lors que celle-ci s'avère pertinente, en particulier dans les domaines de la logistique des marchandises et de la communication numérique (plateformes, cybersécurité, publicité). Elle étend son offre de mobilité destinée à la clientèle privée et commerciale et étudie les possibilités de croissance de PostFinance.



Dans la poursuite de son développement, la Poste accorde la plus grande importance aux besoins de la clientèle.



La Poste vise une croissance durable pour pouvoir continuer de financer le service universel par ses propres moyens.

Un engagement social et écologique

Enfin, la Poste continue d'affirmer son engagement social et écologique: elle défend l'idée d'un environnement préservé pour les générations futures en s'appuyant à cet effet sur les progrès technologiques. C'est ainsi qu'elle convertit tous ses véhicules à des modes de propulsion non polluants et met en place une infrastructure de charge sur tout le territoire, son objectif étant de viser la neutralité carbone sur toute la chaîne de création de valeur, à l'horizon 2040. La Poste reste par ailleurs un employeur attractif. Elle assume toujours sa responsabilité envers les membres de son personnel, car ce n'est qu'avec leur soutien qu'existera la Poste de demain.



La Poste entend atteindre la neutralité carbone sur toute la chaîne de création de valeur d'ici 2040.

 Informations complémentaires sur la stratégie, le contexte et les défis de la Poste dans le Rapport financier 2024 (PDF), à partir de la page 18



Un service universel en phase avec son temps: jeter des ponts entre le monde analogique et le monde numérique

Lors de sa séance du 14 juin 2024, le Conseil fédéral a décidé de faire réviser l'ordonnance sur la poste (entrée en vigueur en 2026) et d'élaborer les grandes lignes d'une révision de la loi sur la poste (entrée en vigueur au plus tôt en 2030). La révision de l'ordonnance prévoit une plus grande flexibilité dans la distribution et l'intégration des offres numériques: à l'avenir, la Poste devra distribuer dans les délais au moins 90% des envois, cette part étant aujourd'hui de 97% pour les lettres et de 95% pour les colis. La distribution sera garantie dans les zones habitées à l'année, tandis qu'il est prévu de supprimer l'obligation de distribution à toutes les maisons habitées à l'année. De plus, le service universel sera complété, p. ex. par une lettre numérique, des moyens de paiement en ligne (carte de débit, application de paiement, etc.) et un trafic des paiements sur Internet.

La Poste voit d'un bon œil les adaptations proposées par le Conseil fédéral, celles-ci constituant une première étape importante pour l'instauration d'un cadre réglementaire pérenne. Ce dernier nécessite de procéder sans tarder à une révision complète de la loi.

Ambitions stratégiques

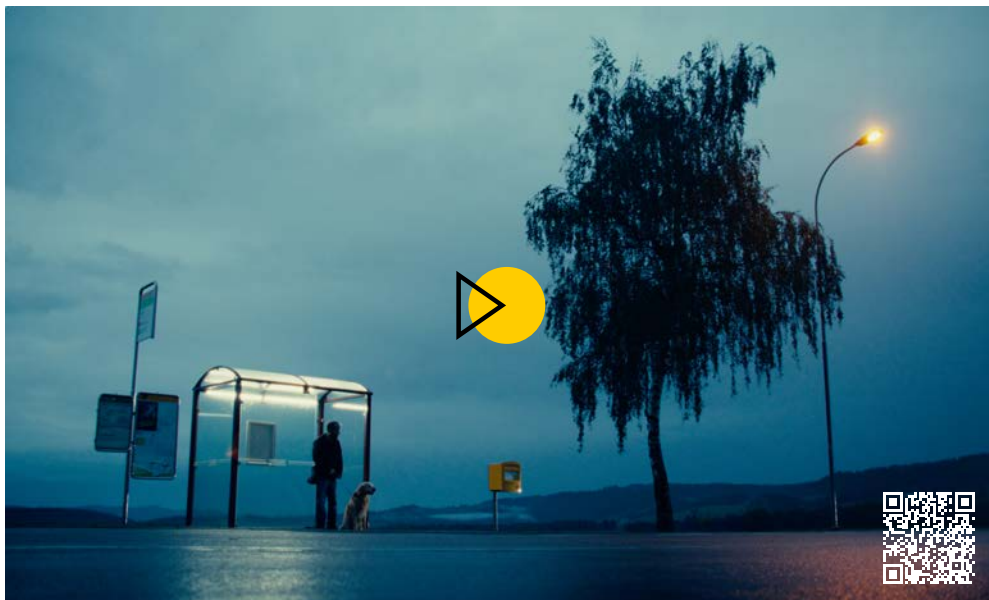
La Poste gère sa transformation à l'aide de sept ambitions stratégiques

Lors de la prochaine étape qui la mènera vers la «Poste de demain», la Poste va améliorer sa compréhension globale de la stratégie et s'appuyer désormais sur sept ambitions stratégiques pour piloter le groupe. Afin de créer une valeur ajoutée durable pour la Suisse, elle poursuit des objectifs à la fois financiers et non financiers.

La stratégie du groupe «Poste de demain» vise à préserver l'importance du rôle de la Poste et de ses prestations à long terme (voir ➔ page 27). «Institution» basée en Suisse, au service de la Suisse, la Poste estime qu'il est de sa responsabilité d'agir de façon durable dans toutes les dimensions: économie, société, personnel et environnement. Au cours de la seconde période stratégique, elle devra parvenir à un équilibre entre, d'un côté, les objectifs économiques (financiers) et, de l'autre côté, les objectifs sociaux et écologiques (non financiers). En définissant sept ambitions stratégiques, la Poste déploie une stratégie du groupe durable: sa réussite passe par l'approche centrée client, la satisfaction du personnel et la protection du climat.



En définissant sept ambitions stratégiques, la Poste déploie une stratégie du groupe durable.



La Poste veut faciliter le quotidien des gens en Suisse et offrir une réelle valeur ajoutée. Elle s'appuie sur sa stratégie pour s'adapter à un environnement en rapide mutation et répondre aux besoins dynamiques de la clientèle.

Économie



Approche centrée client

La Poste s'est fixé un objectif clair: offrir sur le canal de leur choix le même niveau élevé de qualité à l'ensemble de ses clientes et clients, qu'ils soient des entreprises, des autorités ou des particuliers. Son ambition est d'améliorer en permanence l'offre globale et de la développer. Elle peut compter ce faisant sur les membres de son personnel, toujours dans l'air du temps. Ceux-ci connaissent en effet les besoins actuels de leur clientèle et ses attentes futures. Ces précieuses informations poussent la Poste à s'améliorer en permanence, à avoir toujours une longueur d'avance et à proposer précisément ce qui compte vraiment.



Croissance ciblée et durable

La Poste renforce son cœur de métier dans les domaines de la logistique, de la communication, de la mobilité et des services financiers. Elle développe son offre sur des marchés spécifiques. Ce faisant, elle mise sur une croissance durable orientée sur les besoins de la clientèle. Il ne s'agit donc pas de s'agrandir en tant qu'entreprise, mais de rééquilibrer le système Poste. En dépit de sa dépendance actuelle vis-à-vis de marchés en recul, la Poste, en enregistrant une croissance, s'assure des moyens financiers pour de futurs investissements et contribue ainsi de manière non négligeable à son indépendance financière. Elle investit à cet effet dans le développement et l'extension de ses infrastructures, ce qui lui permet de redimensionner les modèles d'affaires existants, tout en envisageant des acquisitions dès lors que des compétences ne peuvent pas être forgées en interne ou obtenues dans le cadre de partenariats.



Indépendance financière

La Poste ne se résume pas aux lettres. En tant que système global, elle a un objectif clair: offrir un service public attractif et travailler en préservant son indépendance financière. Pour y parvenir, elle doit évoluer. Elle adopte deux grandes approches afin de pérenniser son indépendance financière: l'accroissement des recettes par le biais de la croissance et de mesures tarifaires ciblées; l'optimisation des processus d'exploitation en vue de réaliser des gains d'efficacité. L'une et l'autre approche misent sur l'exploitation des synergies au sein des différentes unités. La transformation en Poste de demain est indispensable au vu de l'essor du numérique et du recul du secteur du courrier qui l'accompagne. C'est ainsi que sont jetées dès aujourd'hui les bases pour une Poste viable à même de garantir durablement son indépendance financière.

Société



Pertinence pour la population

L'un des objectifs premiers est de maintenir en Suisse le service universel et le service public au niveau élevé qu'on leur connaît et de les développer en fonction des besoins de la population, de sorte à simplifier le quotidien des gens. À cette fin, la Poste collabore étroitement avec les milieux politiques, le propriétaire et différents groupes d'intérêt. Pour que ses produits et prestations génèrent une véritable valeur ajoutée, elle les optimise en permanence et les enrichit de prestations numériques. Dans le secteur des colis, elle met l'accent sur la commodité, la simplicité et la rapidité, tandis que, sur le marché de la communication, elle revisite le service public en concevant des solutions numériques dans les domaines de la santé, de l'e-government et des plateformes numériques (ePost p. ex.). En matière de mobilité, la Poste favorise notamment les offres de bus sur appel et les systèmes de charge pour véhicules électriques.



Connexion numérique et physique

Aujourd'hui, on a tendance à associer la Poste aux prestations traditionnelles comme le transport physique de colis et de lettres, ce qui, du reste, restera l'une de ses compétences clés à l'avenir. Néanmoins, ses prestations allieront de plus en plus des éléments physiques

et des éléments numériques, l'objectif étant que les particuliers, les entreprises, les organisations et les autorités continuent de communiquer en toute sécurité, via les canaux de leur choix. C'est dans cette optique que l'offre actuelle se numérise tout en s'adaptant aux nouveaux besoins de la clientèle et de la jeune génération. Cela passe notamment par le regroupement et le développement des applications mobiles en une Post-App 2.0 intégrée et par de nouveaux formats tels que les automates en self-service et le conseil à distance dans les filiales.

Personnel



Conditions attrayantes pour le personnel

C'est principalement à son personnel et à l'engagement quotidien de celui-ci que la Poste doit son succès et la confiance placée en elle. Pour réussir aussi à l'avenir, l'entreprise a besoin de collaboratrices et de collaborateurs motivés et compétents. La Poste veut rester un employeur attrayant et être perçue comme une entreprise aux multiples facettes. Elle assume sa responsabilité sociale, prône un style de gestion moderne et propose des conditions d'engagement équitables. En outre, elle offre des emplois attrayants, des activités intéressantes, des modèles de travail et des possibilités de développement modernes ainsi qu'une culture d'entreprise inclusive. C'est ainsi qu'elle pourra recruter de nouveaux membres du personnel engagés et satisfaits et les fidéliser.

Environnement



Sur la voie du zéro émission nette

La Poste s'engage en faveur d'un environnement préservé pour les générations futures et elle prend ses responsabilités à l'égard de la durabilité écologique. Elle s'est fixé d'ambitieux objectifs pour lutter contre le changement climatique: à compter de 2025, elle assurera la distribution électrique des lettres et des colis dans les centres urbains; à partir de 2030, son propre fonctionnement sera exempt d'émissions de CO₂; enfin, elle vise la neutralité carbone sur l'ensemble de la chaîne de création de valeur à l'horizon 2040.

C'est à cette fin que toute la flotte de la Poste passe à des modes de propulsion sans émission, tandis que l'entreprise incite la clientèle commerciale à utiliser des solutions de mobilité écologiques. Dans le cadre d'une coentreprise avec la coopérative fenaco, la Poste met en place un réseau national de stations de charge pour véhicules électriques. Dans le domaine de l'immobilier, elle améliore l'efficacité énergétique des bâtiments, encourage la production d'énergies renouvelables et fait ériger de nouvelles constructions selon les normes énergétiques reconnues les plus strictes. Elle envisage d'extraire de l'atmosphère les 10% d'émissions de CO₂ probablement inévitables d'ici 2040 et de les stocker durablement. C'est à cette fin que la Poste développe un programme d'extraction et de stockage du CO₂.



Les unités du groupe mobilisées pour réaliser les ambitions stratégiques

Indépendance financière, approche centrée client ou zéro émission nette? Dans les rubriques consacrées aux unités du groupe et aux unités de fonction figurent des icônes représentant celles des ambitions stratégiques auxquelles les mesures décrites apportent une importante contribution.

Une réorientation totale de la Poste?

Christian Levrat, jusqu'ici, la Poste poursuivait deux grands objectifs: croître sur des marchés spécifiques et assurer durablement son indépendance financière. Elle a désormais défini sept ambitions. Peut-on parler de réorientation totale de la Poste?

Non; la Poste continuera de financer le service universel et l'offre de service public par ses propres moyens, en toute indépendance financière. Elle doit, en tant qu'institution, contribuer de manière déterminante au fonctionnement du quotidien des personnes en Suisse, mais aussi, en tant qu'entreprise, garantir le financement pérenne du service universel et des investissements nécessaires. Les sept ambitions tiennent compte de cet équilibre à long terme en favorisant une approche globale de la Poste sur une longue période.

Quels sont les changements concrets induits par cette réorientation stratégique?

Nous donnons encore davantage la priorité à notre clientèle et à ses besoins, en accordant une attention particulière aux besoins de la clientèle privée et des PME. Nous voulons proposer également dans le monde numérique nos prestations permettant un échange intuitif, fiable et sûr d'informations et établir une connexion optimale entre le monde numérique et le monde physique. C'est cette interaction qui doit permettre de différencier durablement l'offre de la Poste de la concurrence, de créer une valeur ajoutée pour la clientèle et de garantir le rôle essentiel de la Poste. Une croissance ciblée et durable, la durabilité écologique et l'attrait de l'entreprise aux yeux de son personnel gardent une place prépondérante dans la nouvelle stratégie. Ces objectifs seront systématiquement poursuivis.

On peut penser que des conflits d'objectifs sont susceptibles de survenir en présence de sept ambitions stratégiques. Considérant cela, comment piloter une entreprise de la taille de la Poste?

La Poste évolue dans un contexte de changements profonds et rapides. Notre monde est toujours plus dynamique et imprévisible, plus complexe tout simplement. Il est essentiel d'évaluer les différentes possibilités et de considérer toutes les dimensions pour rechercher des solutions pertinentes et pérennes à long terme, plutôt que d'axer la réflexion sur des conflits d'objectifs de court terme. C'est la seule façon pour nous de mettre en œuvre une stratégie qui nous guide résolument vers l'avenir et garantisse à la Poste de toujours jouer un rôle essentiel pour la Suisse, l'économie et la population, même à l'horizon 2030.



La Poste continuera de financer le service universel et l'offre de service public par ses propres moyens.

Christian Levrat
Président du Conseil d'administration

Services logistiques

La Poste soude la Suisse et la relie au monde. Elle étoffe ses compétences clés et son offre afin de s'imposer comme partenaire logistique global pour les flux de marchandises du futur.



► **Faits et chiffres en vidéo:**
rdg.poste.ch/chiffres-services-logistiques



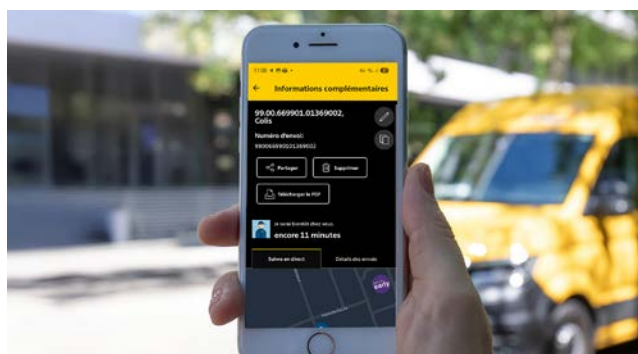
Entretien

«Nous avons mis sur pied une organisation performante, dotée de Business Units fortes»

Dans un environnement complexe, Services logistiques a su se doter d'une solide base opérationnelle, tout en adaptant son infrastructure de façon ciblée. Elle a poursuivi l'électrification de la flotte de véhicules et enregistré des progrès tangibles en 2024.

Entretien avec Johannes Cramer, responsable Services logistiques:

→ Page 36



Suivi des envois

Quand mon colis va-t-il arriver?

Suivi des envois en temps réel: la Poste a mis au point un service qui fournit des informations précises sur la distribution des colis. La veille de la distribution, une plage horaire entre deux et quatre heures est indiquée sous «Mes envois» et, le jour même, elle est réduite entre 40 et 90 minutes.

→ Page 39



Mobilité électrique

La transformation de la flotte dans la distribution bat son plein

La distribution des lettres et des colis est entièrement électrique dans un nombre toujours plus grand de villes suisses. Aujourd'hui déjà, la Poste économise des milliers de tonnes de CO₂ grâce à la mise en circulation de plus de 7000 véhicules électriques. Elle va toujours plus loin en matière de tournant écologique dans le secteur logistique.

→ Page 37

Logistique des marchandises



Iemoli, filiale de la Poste, ouvre un nouveau siège principal en Lombardie

L'entreprise logistique Iemoli Trasporti, filiale de la Poste, est leader sur le marché transfrontalier entre la Suisse et l'Italie pour le transport de produits de première nécessité, de marchandises dangereuses et de biens sensibles à la température. En 2024, elle a ouvert à Turate (IT) un nouveau centre logistique qui se situe à seulement 26 km de Chiasso et 25 km de Milan. Véritable plaque tournante, celui-ci est un site important pour le transport intermodal (route-rail) du réseau logistique international de la Poste sur l'axe nord-sud. Il permet d'améliorer l'efficacité des transports transfrontaliers.

Service universel



Réagir rapidement dans des situations difficiles

Intempéries dévastatrices, coulées de boue et routes ensevelies: en temps de crise aussi, la Poste assure le service universel en mettant en œuvre des solutions efficaces grâce à une logistique précise et à l'engagement à toute épreuve de son personnel.

→ Page 40

Entretien avec Johannes Cramer, responsable Services logistiques

«Nous avons mis sur pied une organisation performante, dotée de Business Units fortes»

2024 n'a pas été de tout repos pour Services logistiques. Quel bilan tirez-vous de l'année écoulée?

Ce fut une phase difficile, durant laquelle nous avons dû relever de nombreux défis complexes, dus notamment à la volatilité des marchés, à l'impact de la situation politique mondiale, à la conjoncture et au climat de la consommation. Je tire néanmoins un bilan positif de 2024, car nous avons pu récolter au cours de cette année les fruits des efforts déployés les années précédentes. Nous avons mis sur pied une organisation stable et performante, dotée de Business Units fortes et d'une solide base opérationnelle. Nous avons adapté notre infrastructure aux besoins, nous nous sommes imposés comme partenaire dans la logistique sanitaire et nous disposons dans la logistique des marchandises d'un réseau viable, solidement implanté en Suisse. Au vu de ces résultats, je suis fier de ce que nous avons accompli, sans compter que le marché des marchandises dans son ensemble affiche de premiers signes de retour à la croissance, ce qui nous rend optimistes.



Où en est Services logistiques en termes de durabilité?

La Poste s'est fixé d'ambitieux objectifs dans ce domaine: assurer une exploitation neutre en carbone à partir de 2030 et atteindre le Zéro émission nette dès 2040. Nous avons poursuivi l'électrification de notre flotte et enregistré des progrès tangibles en 2024. Depuis mi-2024, la distribution est entièrement électrique à Bâle-Ville et dans quelques communes avoisinantes, ce qui fait de Bâle la quatrième ville de Suisse dans laquelle l'énergie utilisée est uniquement électrique. Afin d'être à la hauteur de notre responsabilité à l'égard d'un avenir durable, nous allons poursuivre sur cette voie dans d'autres régions, en 2025.



En 2024, nous avons poursuivi l'électrification de notre flotte.

Comment Services logistiques prend-elle en compte les conditions du marché?

Les conditions du marché sont plus exigeantes que par le passé. Nos secteurs d'activité dépendent fortement de la consommation privée, laquelle se situe à un niveau historiquement bas depuis quelques années. Même si de premiers signes de reprise et une légère croissance du commerce en ligne ont été constatés en 2024, le niveau global reste au-dessous de la moyenne. Selon nous, la croissance devrait se poursuivre au cours des prochaines années. Néanmoins, les conditions du marché resteront volatiles et difficilement prévisibles. Il est donc d'autant plus important de préparer la Poste au mieux afin de pérenniser son succès, même dans un climat d'incertitude.

Où en est Services logistiques dans la mise en œuvre de la stratégie «Poste de demain»?

Après avoir érigé des bases solides au cours des quatre dernières années, nous devons maintenant consolider celles-ci et poser les jalons pour garantir la croissance. Nous ambitionnons, pour 2028 et au-delà, une diversification encore plus grande de notre logistique. Aujourd'hui déjà, nous dépendons moins du secteur du courrier et nos chiffres d'affaires sont plus diversifiés. Au cours des prochaines années, nous ferons du secteur des colis notre pilier principal, sachant que le marché des médias et le marché publicitaire, de même que les activités internationales, représenteront également des piliers importants. Enfin, la logistique des marchandises et les solutions sectorielles gagnent elles aussi en importance. Pour résumer: après avoir diversifié la base de notre chiffre d'affaires, nous mettons l'accent sur une structure des revenus plus durable.



Mobilité électrique

La transformation de la flotte dans la distribution bat son plein

La distribution des lettres et des colis est entièrement électrique dans un nombre toujours plus grand de villes suisses. Aujourd'hui déjà, la Poste économise des milliers de tonnes de CO₂ grâce à la mise en circulation de quelque 7300 véhicules électriques. En se fixant pour objectif ambitieux d'électrifier tout son parc de véhicules de distribution d'ici 2030, elle va toujours plus loin en matière de tournant écologique dans le secteur logistique.

Dès le matin, les véhicules de livraison jaunes de la Poste marquent le paysage urbain. À leur bord, les factrices et facteurs de l'entreprise distribuent chaque jour des milliers de colis, désormais sans odeurs de gaz d'échappement et bruit du moteur en de nombreux endroits où seul le léger ronronnement des véhicules est perceptible. Le jaune lumineux des véhicules a lui aussi évolué, des bandes vertes indiquant que ces véhicules circulent sans émission.

Distribution électrique dans des villes suisses

Le passage à la mobilité électrique est en cours: la Poste utilise uniquement de l'énergie électrique pour la distribution des lettres et des colis à Berne, Zurich, Genève, Winterthour, Thoun et Uster. «Ainsi, la Poste économise chaque année 3200 tonnes de CO₂, ce qui représente 400 tours de la Terre en voiture», indique Johannes Cramer, responsable Services logistiques. «L'électrification de la flotte est une étape importante pour la réalisation des ambitieux objectifs climatiques de la Poste.» Depuis août 2024, la Poste met aussi en circulation uniquement des véhicules électriques pour la distribution à Bâle et dans quelques communes avoisinantes (Allschwil et Binningen p. ex.). Chaque jour, ceux-ci desservent ainsi plus de 1,5 million de ménages.

Développement de l'infrastructure de charge

Sur le site de Bâle CFF, la Poste a installé une nouvelle infrastructure de charge et adapté le système électrique du bâtiment. Sur les 455 offices de distribution que compte l'entreprise à l'échelle nationale, 142 sont aujourd'hui équipés de stations de charge pour véhicules électriques, et leur nombre ne cesse de grandir. L'infrastructure doit être adaptée pour supporter une charge plus forte, en particulier dans les bâtiments anciens. Des investissements de ce type sont également prévus sur d'autres sites, notamment à Thoun et Effretikon, où des véhicules électriques de livraison supplémentaires



Dans les seules villes de Berne, Zurich, Genève, Winterthour, Thoun et Uster, la Poste économise chaque année 3200 tonnes de CO₂.

Johannes Cramer
Responsable Services logistiques

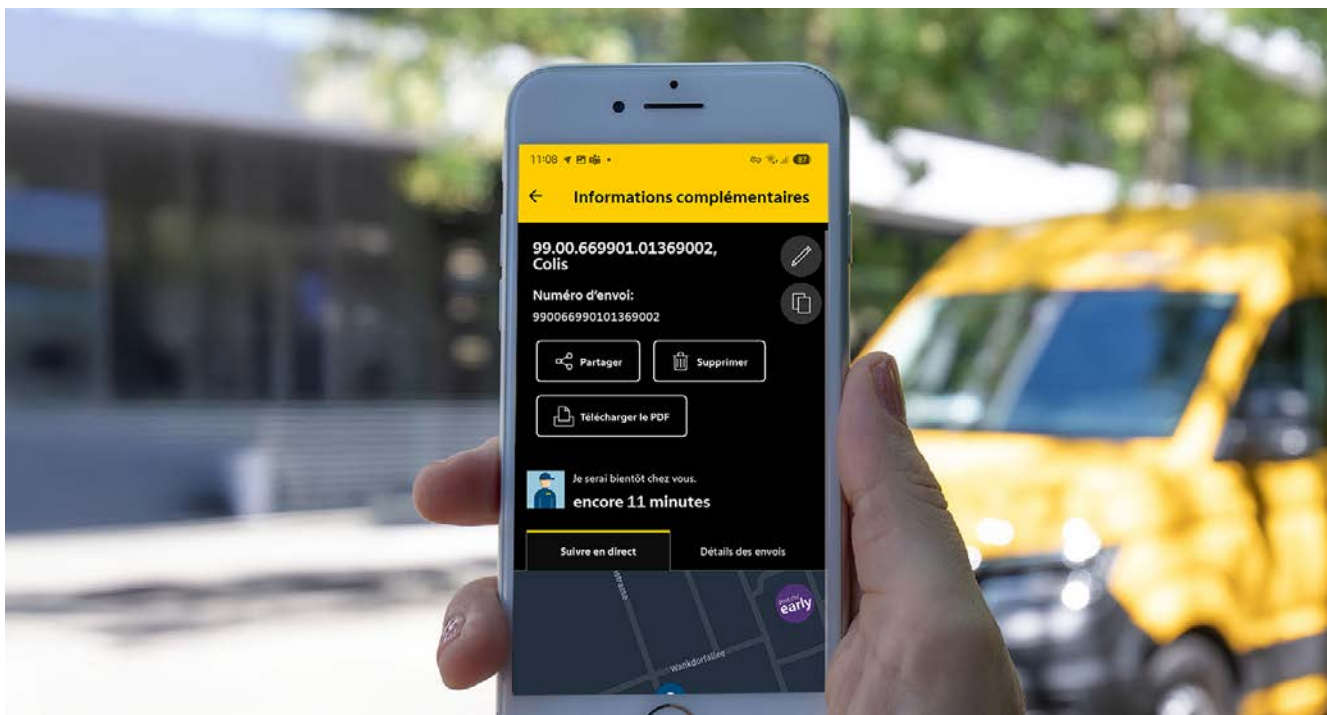
ont été mis en circulation fin 2024. «Nous franchirons une étape importante en 2025, lorsque, à leur tour, Bienne, Lucerne, Lugano et d'autres villes passeront à une distribution 100% électrique», précise Johannes Cramer.

Environ 1300 véhicules de livraison à propulsion électrique

Outre les trois-roues électriques que la Poste utilise depuis un certain temps déjà pour la distribution des lettres et des petits colis, quelque 1300 véhicules de livraison à propulsion électrique sont en circulation, et leur nombre ne cesse d'augmenter. L'objectif est en effet d'utiliser uniquement de l'énergie électrique pour la distribution en Suisse, de Genève à Scuol en passant par Bâle, à compter de 2030. Concrètement, près de 76 millions de colis et 1,4 milliard de lettres seront distribués chaque année de manière écologique. L'utilisation de 100% de courant suisse provenant d'énergies renouvelables est l'un des éléments clés de la stratégie d'électrification de la Poste.

La plus grande flotte électrique de Suisse continue de s'agrandir

Avec 7285 véhicules électriques, la Poste exploite la plus grande flotte électrique de Suisse, laquelle compte 6009 tricycles, 594 véhicules de livraison et 682 autres véhicules utilisés à des fins techniques et logistiques. D'ici 2030, l'entreprise entend convertir à des modes de propulsion alternatifs l'ensemble de sa flotte, soit 10 500 véhicules de distribution. Les kilomètres parcourus par les partenaires de transport externes doivent être plus durables eux aussi: à l'horizon 2030, les modes de propulsion alternatifs devront représenter 5% de ces trajets, de sorte qu'un cinquième des kilomètres parcourus sera sans utilisation d'énergies fossiles.



Suivi des envois en temps réel

Quand mon colis va-t-il arriver?

C'est parce que tout le monde a envie de savoir précisément quand son colis arrivera et d'être informé rapidement en cas de changements que la Poste a développé un nouveau service qui fournit des informations précises sur la distribution des colis: sous «Mes envois», les particuliers obtiennent, la veille de la distribution, une plage horaire entre deux et quatre heures et, le jour même, entre 40 et 90 minutes (actualisée en permanence). Si l'heure de distribution prévue est repoussée considérablement, par exemple en raison de routes encombrées, les destinataires sont informés à temps de la nouvelle plage horaire. Le service propose par ailleurs un lien vers le suivi des colis en temps réel pour les dernières minutes précédant la distribution: la clientèle peut suivre son colis sur une carte en ligne, ce qui lui permet d'organiser la réception de celui-ci en conséquence. Le service de retrait des colis pick@home propose lui aussi des prévisions de distribution désormais plus précises.

Disponible dans toutes les régions de Suisse proposant la distribution des colis pure, le service de renseignement sur l'heure d'arrivée est étendu progressivement aux régions assurant la distribution combinée des lettres et des colis.



Une plage horaire entre deux et quatre heures est indiquée sous «Mes envois» la veille de la distribution.

Garantie du service universel

Réagir rapidement dans des situations difficiles

Intempéries dévastatrices, coulées de boue et routes ensevelies: dans certaines régions, l'année 2024 a posé des défis de taille à la Poste. Grâce à une logistique précise et à l'engagement sans faille de son personnel, celle-ci a cependant pu assurer le service universel pour la population, quitte à recourir parfois à des solutions peu conventionnelles.

En période de crise, la Poste apporte la preuve de sa capacité à trouver rapidement des solutions efficaces, quoi qu'il se passe. Elle a dû le faire à plusieurs reprises lors d'un été 2024 marqué par de nombreuses intempéries et de fortes précipitations.

Lourtier: le courrier arrive par les airs

En juillet 2024, le village valaisan de Lourtier, dans le Val de Bagnes, a été coupé du monde extérieur durant deux semaines, la route y accédant étant devenue impraticable en raison de laves torrentielles. C'est par hélicoptère que le village a été approvisionné en fromage, légumes et autres produits et que le courrier que la postière du village réceptionnait devant la filiale de Lourtier a été acheminé. Mais comment distribuer les lettres et les colis? La factrice a embarqué avec elle son mari à bord de leur véhicule particulier sur lequel elle avait collé un autocollant de la Poste et c'est à deux qu'ils ont assuré la distribution postale.

Une distribution fiable à Brienz

À la suite de fortes pluies, le rez-de chaussée de l'office de distribution de Brienz a été inondé le 12 août. Les membres du personnel se sont mis à l'abri au premier étage et n'ont pu quitter le lieu que tard dans la soirée. La zone des guichets était inondée et l'eau avait charrié des éboulis et des débris. L'accès aux véhicules était bloqué. Le service postal a cependant été assuré: les envois ont été déviés et le personnel de distribution a commencé sa tournée depuis un office de distribution proche épargné par les intempéries. Un jour après la catastrophe, le courrier était de nouveau traité sur le site d'origine, en étant toutefois acheminé dans le local des facteurs par la cage d'escalier, car l'entrée de service était encore inaccessible en raison de la boue et de voitures qui y avaient échoué.

À pied d'œuvre à Baar

De fortes intempéries ont provoqué d'importantes infiltrations d'eau dans l'office de distribution de Baar le 2 septembre. Grâce à l'intervention rapide des pompiers, qui ont pompé l'eau, la situation est restée sous contrôle. Les processus internes de la Poste étant efficaces, aucune interruption d'exploitation notable n'était à déplorer et le courrier a pu être distribué normalement au cours de la matinée. Les membres du personnel ont cependant dû fournir un effort supplémentaire: travaillant main dans la main, ils ont réussi à sécher entre 50 et 80 colis trempés.

La planification logistique au banc d'essai

En plus des offices de distribution, la planification logistique a elle aussi été mise à rude épreuve par les catastrophes naturelles: en juillet, il a fallu dévier provisoirement par le Gothard les tournées qui empruntent normalement le San Bernardino, car des portions de l'A13 étaient endommagées. D'autres événements ont pu en revanche être planifiés plus à l'avance: des routes étant fermées à l'occasion de la tenue, sur le Bürgenstock, de la conférence pour la paix, à laquelle ont participé des personnalités de haut rang, et lors du championnat du monde de cyclisme à Zurich, il a fallu trouver des trajets et des stratégies de distribution alternatives. Ces situations ont représenté des défis supplémentaires pour la logistique qui, pour assurer la distribution, a dû s'adapter rapidement à des conditions qui ne cessaient de changer.



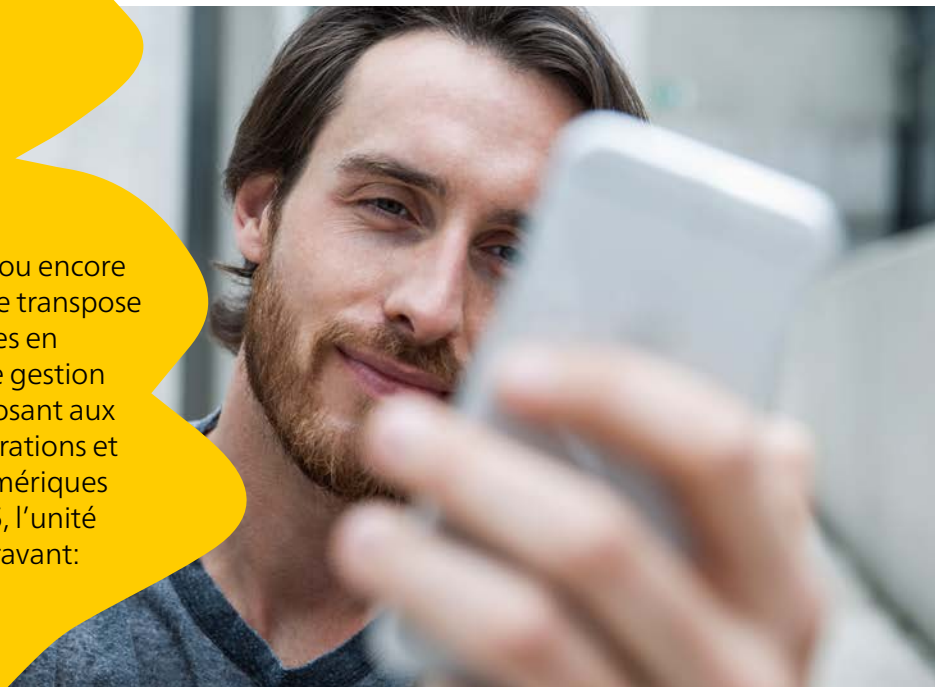
Déterminés, les membres du personnel ont fait preuve d'imagination après les intempéries.

Digital Services

La lettre numérique, le vote électronique ou encore le dossier électronique du patient: la Poste transpose dans l'univers numérique ses compétences en matière de transport d'informations et de gestion sécurisée des données sensibles, en proposant aux particuliers, aux entreprises, aux administrations et au secteur de la santé des prestations numériques sûres et simples. Depuis le 1^{er} janvier 2025, l'unité d'affaires s'appelle Digital Services (auparavant: Services de communication).



► **Faits et chiffres en vidéo:**
rdg.poste.ch/chiffres-digital-services



Entretien

«La refonte de l'unité du groupe est un succès»

L'unité a mené à bien 12 acquisitions. Avec un large portefeuille, Digital Services entend proposer des alternatives numériques fiables et répondre au besoin croissant d'échanger des informations en toute sécurité – aujourd'hui et demain.

Entretien avec Nicole Burth, responsable Digital Services:

→ Page 43

Plateforme de communication ePost



La lettre numérique dans le service universel

À l'avenir, les clientes et les clients pourront choisir librement s'ils souhaitent recevoir leur courrier sous forme physique ou numérique. La plateforme de communication ePost offre d'ores et déjà une solution sûre et flexible. Le secret des lettres reste, quant à lui, assuré à tout moment.

→ Page 46



Plateformes de communication



Nouvel élan pour le dossier électronique du patient

La Poste développe en permanence sa plateforme pour le dossier électronique du patient. Grâce au service numérique de self-onboarding, il est très facile d'ouvrir un DEP, et ce dans toute la Suisse. Dans plusieurs cantons, cette prestation est gratuite.

→ Page 44

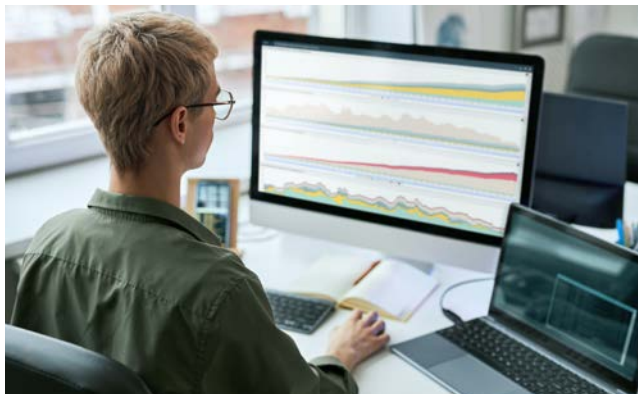
Chiffrement d'e-mails



Envoyer des informations sensibles en toute sécurité

IncaMail, le service de messagerie électronique de la Poste, assure l'envoi fiable, sécurisé et conforme à la protection des données de documents confidentiels, comme les contrats, les factures ou les décomptes de salaire. En 2024, la Poste a modernisé ce service.

→ Page 47



Cryptographie



Solutions pour la sécurité numérique

La cryptographie, ou l'art du chiffrement, protège les informations dans la communication de données contre l'accès non autorisé. À Neuchâtel, la Poste exploite un centre de compétences dédié à la cryptographie, dans lequel les spécialistes développent les technologies de chiffrement les plus modernes.

→ Page 48

Vote électronique



Votations et élections: confortablement et en toute sécurité

Le vote électronique offre à l'électorat et aux autorités de nombreux avantages comme l'enregistrement des votes indépendant de l'heure et du lieu. Il empêche par ailleurs le dépôt de votes invalides. En 2024, le système de vote électronique développé par la Poste a été utilisé avec succès dans les cantons de Bâle-Ville, des Grisons, de Saint-Gall et de Thurgovie, lors des élections et des votations fédérales, cantonales et communales. La sécurité des votes électroniques a été garantie à tous les scrutins et les dépouillements se sont déroulés sans accroc. Les cantons de Genève, de Lucerne et de Neuchâtel prévoient d'utiliser ce système dans les années à venir.

Cybersécurité



Renforcer la sécurité de la communication numérique

Avec le rachat du spécialiste de la cybersécurité Open Systems AG, la Poste souhaite proposer des solutions de communication encore plus sûres aux autorités, aux ONG et aux entreprises privées. La société, dont le siège principal se trouve à Zurich et qui emploie plus de 260 personnes, s'appuie sur un concept de service unique et sur sa propre plateforme pour protéger les transferts de données et les réseaux d'entreprises et d'organisations opérant à l'échelle mondiale, tout en les organisant de manière efficace.

Conseil par vidéo



Essai de vente dans huit filiales

Au cours du premier semestre 2024, la Poste a réalisé un essai de vente dans huit filiales en Suisse alémanique et en Suisse romande: en plus du conseil traditionnel au guichet, un conseil assisté par vidéo a été proposé. Unblu, une société du groupe qui fournit des solutions de communication numériques, rend possible la combinaison entre interactions virtuelles et personnelles. L'échange sécurisé d'informations sensibles est par ailleurs garanti. Grâce au conseil par vidéo, la Poste entend développer une offre de conseil variée pour l'ensemble de ses filiales, afin que les clientes et les clients n'aient pas à se déplacer loin pour trouver un prestataire spécifique.

→ Page 54

Swiss Post Cybersecurity SA



Face aux cyberattaques, l'union fait la force

Le nombre de cyberattaques en Suisse ne cesse d'augmenter: chaque semaine, l'Office fédéral de la cybersécurité (OFCS) reçoit jusqu'à 2500 signalements. Soucieuse de répondre aux besoins de sa clientèle en matière d'interactions sécurisées et de protection des informations, la Poste fusionne ses deux entreprises spécialisées dans la cybersécurité terreActive et Hacknowledge pour former la société Swiss Post Cybersecurity SA. Plus de 150 spécialistes et des Security Operations Centers modernes offrent ainsi aux moyennes et grandes entreprises, de même qu'aux institutions, une défense efficace contre les cybermenaces.

Communication avec les autorités



Renforcer la position dans le domaine des solutions de sécurité numériques

En juillet 2024, la Poste est devenue l'actionnaire majoritaire du groupe Diartis de Lenzbourg. L'expertise de Diartis dans la gestion et la transmission numériques de données confidentielles complète idéalement l'offre de la Poste. La plateforme de Diartis permet aux autorités, aux organisations et à la clientèle d'échanger des informations en toute sécurité, par exemple pour le calcul des aides sociales.

Entretien avec Nicole Burth, responsable Digital Services

«La refonte de l'unité du groupe est un succès»

Nicole Burth, depuis le lancement de l'unité d'affaires Digital Services en 2021, la première période stratégique est arrivée à son terme. Quel bilan tirez-vous?

Le bilan est très positif grâce à la refonte de cette unité du groupe autrefois connue sous le nom de Services de communication. Avec 12 acquisitions réussies et une croissance de 100 à plus de 1500 collaboratrices et collaborateurs, nous enregistrons aujourd'hui d'excellents résultats. Le rachat de Open Systems AG, la plus grande acquisition de Digital Services à ce jour, a été un succès. Nous avons également largement étoffé notre portefeuille avec des prestations B2B4C innovantes et intervenons aujourd'hui dans trois domaines – les plateformes de communication, les logiciels interopérables pour les communes et les PME, ainsi que les services de cybersécurité – comme un fournisseur majeur de solutions numériques sur le marché suisse et à l'étranger. Ces quatre dernières années, nous avons conquis des centaines de clientes et de clients. Je suis fière de ces réussites. Nous avons, certes, atteint notre chiffre d'affaire ciblé, mais nous ne sommes pas encore rentables.



Vous misez sur les acquisitions pour grandir, une stratégie parfois critiquée. Pourquoi adopter une telle approche?

Il est de notre responsabilité de piloter la Poste de manière économiquement efficace et dans le cadre des conditions-cadres en vigueur, tout en mettant en œuvre la stratégie – et ce sans l'aide de fonds publics. Face au recul des opérations de guichet et dans le secteur du courrier, et aux nouvelles habitudes de la clientèle, nous devons nous tourner vers des alternatives numériques. La Suisse a besoin d'acteurs de confiance pour garantir des interactions numériques sûres. Pour développer de telles compétences, il faut passer par une croissance organique, mais également par des acquisitions. Nous nous sommes concentrés en interne sur le service public numérique – autrement dit les plateformes de communication telles que le vote électronique ou ePost, et le dossier électronique du patient.



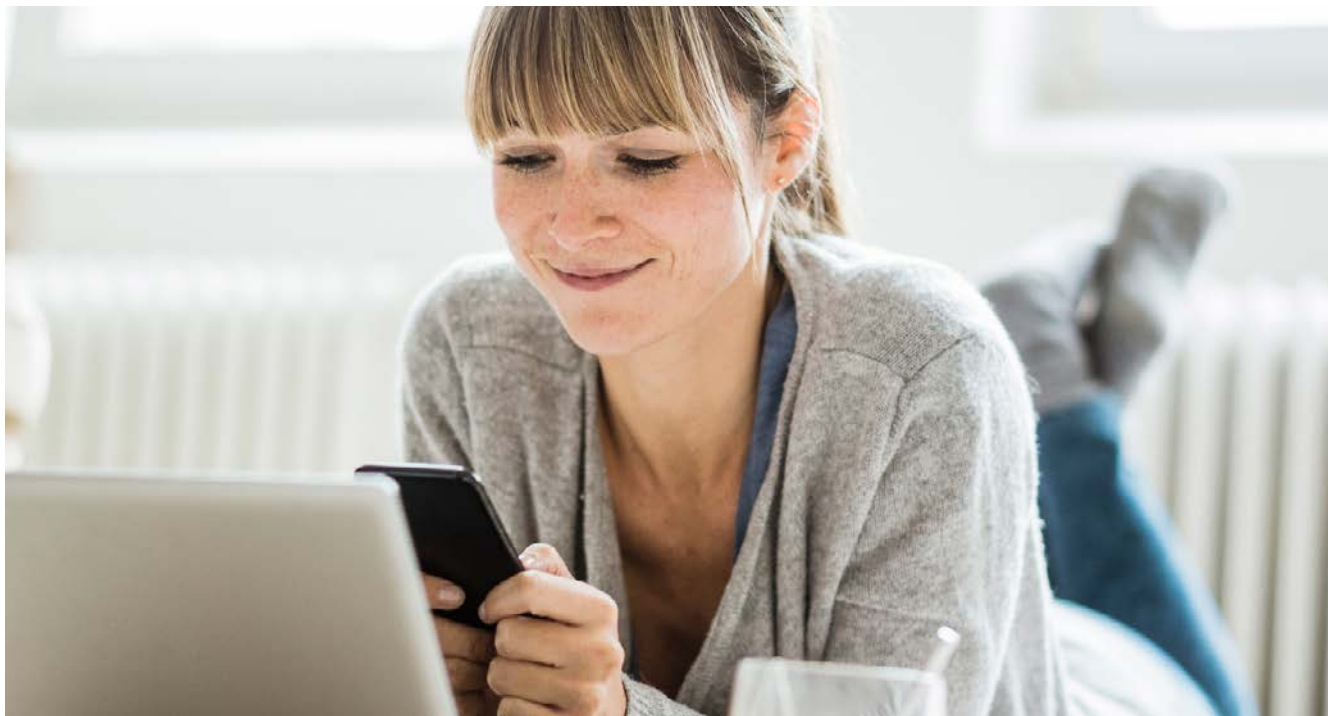
La Suisse a besoin d'acteurs de confiance pour garantir des interactions numériques sûres.

Nicole Burth
Responsable Digital Services

Quand la population suisse pense à la Poste, elle pense surtout aux lettres et aux colis. Concrètement, que représente le travail de l'unité Digital Services pour les personnes?

Nos solutions numériques visent à simplifier le quotidien dans de nombreux domaines de la vie: la gestion des données de santé, le vote en ligne ou la réception numérique des lettres. Avec l'administration et le secteur de la santé, nous concevons des solutions numériques sûres qui complètent le service public. Les citoyennes et les citoyens profitent en outre indirectement de nos offres d'e-government: en pariant sur des processus numériques, les communes voient leur administration s'améliorer et se rapprocher des gens.

Les prestations numériques vont continuer à gagner en importance. Nous n'allons pas ressusciter le guichet classique ou la lettre physique. Nous allons proposer des alternatives numériques fiables grâce à un large portefeuille et répondre au besoin croissant d'échanger des informations par voie numérique en toute sécurité – aujourd'hui et demain. Peu importe que les personnes connaissent Digital Services en tant qu'unité du groupe Poste, mon objectif est qu'elles utilisent nos solutions numériques dans leur quotidien. Cela vaut également pour la clientèle commerciale. Assurément, le changement de nom nous aidera à éviter des quiproquos avec l'unité Communication de la Poste.



Plateformes de communication

Nouvel élan pour le dossier électronique du patient

La Poste encourage activement la transition numérique dans le secteur de la santé. En tant que principal fournisseur du dossier électronique du patient (DEP), elle développe sans cesse sa plateforme afin de fournir des solutions conviviales et extensibles. Ainsi, elle favorise des processus plus efficaces, renforce la compétence en matière de santé de la population et améliore la qualité du traitement.

Le dossier électronique du patient (DEP) est un élément central dans le développement du secteur de la santé suisse. Ses avantages sont concrets: les utilisatrices et les utilisateurs peuvent autoriser de manière ciblée l'accès aux professionnels de la santé à des documents tels que les rapports de sortie d'hôpital ou les résultats radiologiques, tout en conservant une vue d'ensemble sur leurs données. Grâce au service numérique de self-onboarding de la Poste, il est très facile d'ouvrir un DEP, et ce dans toute la Suisse. Dans de nombreux cantons, ce service est même gratuit. Dans d'autres, il faut s'acquitter d'une taxe unique de 15 francs. Les parents peuvent aussi ouvrir un DEP pour leurs enfants et le relier à leur propre dossier – une solution centralisée pour toute la famille.

La Poste en tant que leader du DEP sur le marché

Plus de 90% des dossiers de patient ouverts à ce jour passent par la plateforme exploitée par la Poste et destinée aux «communautés de référence» qui fournissent le DEP. La Poste exploite sa propre communauté de référence par le biais de sa société Post Sanela Health AG: active dans 18 cantons, elle représente la plus grande communauté de référence en Suisse avec plus de 35 000 dossiers ouverts. La communauté de référence continue son extension avec de nouveaux établissements de santé et partenaires. Depuis fin 2024, Sanela est également responsable du DEP dans le canton du Tessin. En tout, ce sont quelque 1300 établissements de santé qui collaborent avec Sanela à l'échelle du pays.

Dans la mesure où des données personnelles sensibles sont enregistrées et échangées de manière structurée via le DEP, il est important de les protéger au moyen d'une technologie moderne. Pour ce faire, la Poste s'est associée avec Trifork, une entreprise établie au niveau international dans les solu-



Le DEP doit devenir un allié du quotidien, tant pour les particuliers que pour les professionnels – exactement comme le smartphone.

Nicole Burth
Responsable Digital Services

tions de santé numériques, pour introduire une nouvelle plateforme technique plus conviviale et qui facilite l'intégration de services supplémentaires, par exemple en lien avec la médication ou la prescription. Une avancée certaine, aussi bien pour le prestataire de services que pour la population.

Accès mobile au DEP désormais disponible

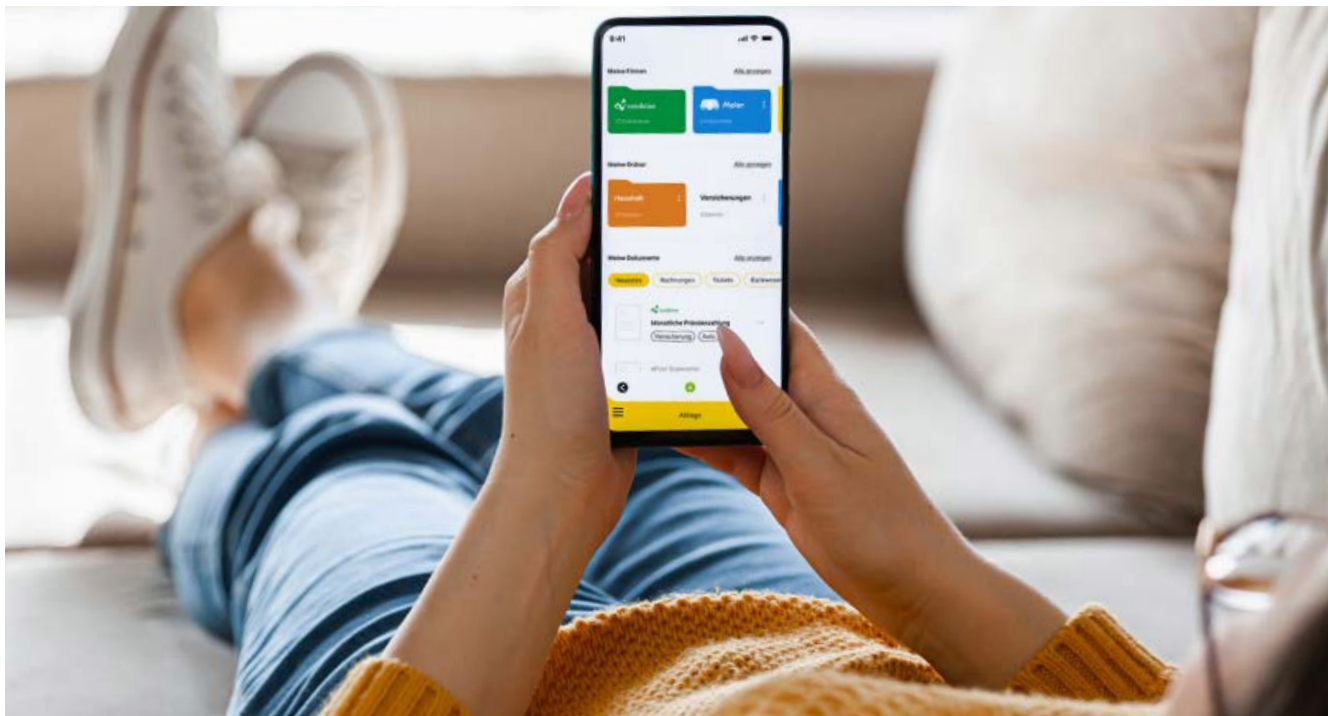
En 2024, Sanela a été la première communauté de référence à introduire un module vaccinal. Les utilisatrices et les utilisateurs peuvent ainsi enregistrer en ligne leurs vaccinations et les maladies infectieuses qu'ils ont contractées, et télécharger un carnet de vaccination depuis le DEP. De leur côté, les professionnels de la santé peuvent gérer et mettre à jour les données de vaccination. Les vaccinations sont saisies dans le DEP sous forme de données structurées, afin de permettre le développement d'autres fonctionnalités, par exemple un rappel de vaccination envoyé à l'utilisatrice ou à l'utilisateur.

Pour encore plus de flexibilité, la Poste a étendu l'accès au DEP via une solution mobile. Avec l'application ePost, il est possible de consulter ses documents de santé à tout moment – avec bien entendu les mêmes normes de sécurité élevées que dans la version navigateur.



Nouvelles impulsions pour le dossier électronique du patient

À l'automne 2024, le Conseil fédéral a décidé de promouvoir de manière ciblée l'utilisation du dossier électronique du patient et de remanier en profondeur les bases légales. Il est prévu qu'un seul et unique fournisseur mette à disposition l'infrastructure technique. La Poste salue cette décision de principe et est prête à soutenir activement les réformes. Il s'agit maintenant de s'appuyer sur les progrès réalisés à ce jour pour garantir les investissements et continuer sur cette lancée.



Plateforme de communication ePost

La lettre numérique dans le service universel

Le Conseil fédéral soutient l'idée que la lettre numérique fasse partie du mandat de service universel de la Poste à partir de 2026. Les clientes et les clients pourraient dès lors choisir librement s'ils souhaitent recevoir leur courrier sous forme physique ou numérique. La plateforme de communication ePost offre d'ores et déjà une solution qui répond au besoin d'une option de distribution moderne, sûre et flexible.

Toute personne désireuse de recevoir son courrier confortablement par voie électronique plutôt que dans sa boîte aux lettres peut faire appel au service de scannage ePost de la Poste. Quelque 5000 particuliers et 1500 clients commerciaux, parmi lesquels figurent également des communes et des administrations, le font déjà via la plateforme ePost. Le fonctionnement est le suivant: chaque lettre est ouverte mécaniquement avant d'être lue par un scanner de pointe. En quelques millisecondes, l'appareil numérise le recto et le verso et lui appose un code individuel. Puis le système identifie l'adresse du destinataire et attribue automatiquement l'envoi. Les données chiffrées sont ensuite transmises directement au compte ePost de la ou du destinataire – via l'application ou l'interface web, en garantissant à tout moment le secret des lettres. Mais que se passe-t-il avec les contenus particuliers comme un faire-part de mariage ou le dessin réalisé par le filleul? Tous les envois qui ne sont pas numérisés sont automatiquement déposés dans la boîte aux lettres du domicile.



L'application ePost est la boîte aux lettres numérique officielle de la Suisse.

La clientèle commerciale utilise le canal de son choix

ePost Service SA développe et exploite la plateforme de communication ePost, à laquelle l'application ePost, la boîte aux lettres numérique officielle de la Suisse, appartient également. Sur la plateforme, les clients commerciaux peuvent envoyer leur correspondance commerciale à leur clientèle via le canal de leur choix: sous forme numérique dans ePost, en tant qu'eBill, e-mail ou SMS. L'envoi physique par courrier reste aussi possible. Grâce à la plateforme de communication ePost, les clients commerciaux atteignent toujours leurs destinataires via le canal le plus efficace et le plus avantageux – qu'il soit numérique ou physique. En scannant la correspondance physique entrante, les entreprises obtiennent un enregistrement numérique, peuvent traiter toute leur correspondance de manière centralisée et entièrement électronique, l'automatiser, accélérer leurs processus – et réduire les coûts.

Chiffrement d'e-mails

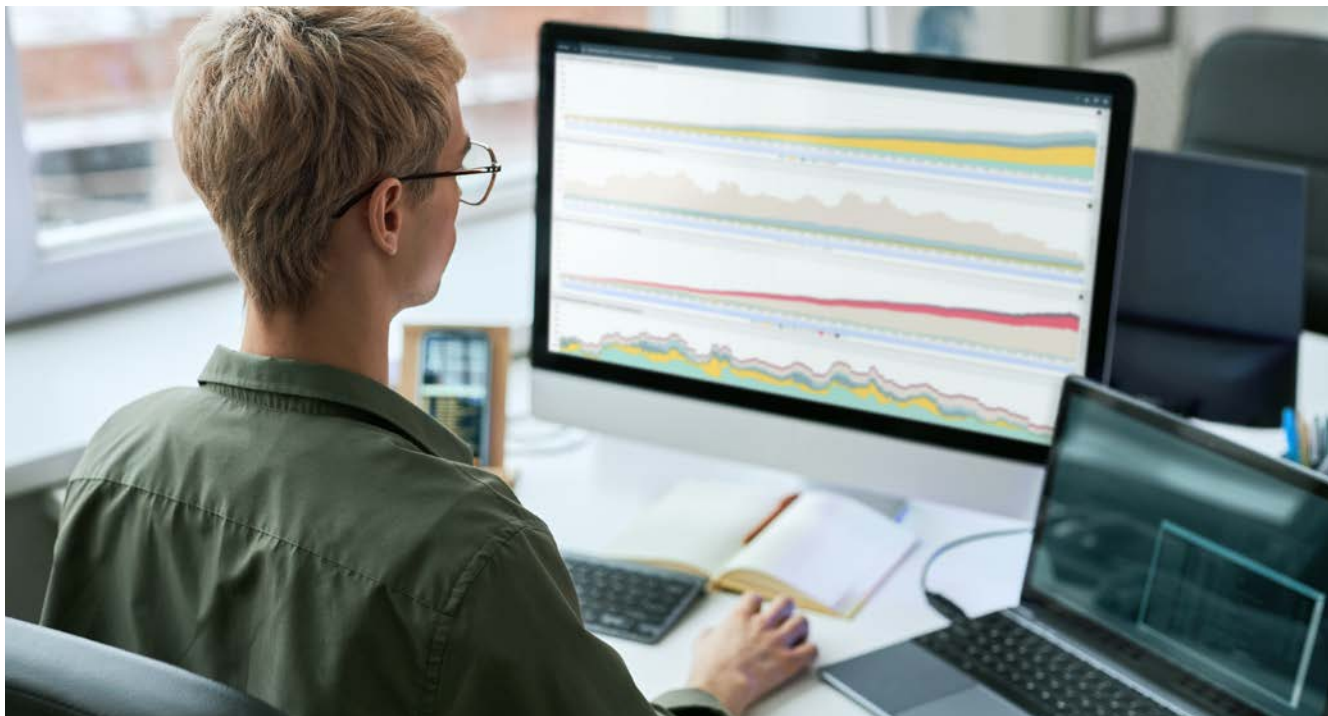
IncaMail: envoyer des informations sensibles en toute sécurité

IncaMail, le service de messagerie électronique de la Poste, assure l'envoi fiable, sécurisé et conforme à la protection des données de documents confidentiels, comme les contrats, les factures ou les décomptes de salaire. Avec ce service, les messages sont chiffrés de sorte que seuls les destinataires peuvent les lire. La sécurité des informations est ainsi renforcée et la protection des données garantie. Les données sont envoyées et réceptionnées via des serveurs situés en Suisse.

En 2024, IncaMail a été entièrement modernisé afin d'augmenter la sécurité et la convivialité du service. Dans le cadre de ce développement, la Poste a reçu le soutien de ses sociétés du groupe Tresorit et ePost Service SA: depuis fin 2024, la clientèle d'IncaMail profite d'une nouvelle interface utilisateur au design intuitif et d'un nouveau Centre admin avec des possibilités de paramétrage personnalisées. L'envoi de documents de salaire en Suisse passe désormais directement par la plateforme de communication ePost, la boîte aux lettres numérique de la Poste. L'utilisation s'en trouve simplifiée, pour un niveau de sécurité inchangé.



**Les données
sont envoyées et
réceptionnées via
des serveurs situés
en Suisse.**



Cryptographie

Solutions pour la sécurité numérique

La cryptographie, ou l'art du chiffrement, protège les informations dans la communication de données moderne contre l'accès non autorisé. La Poste, qui assure le transport sûr des lettres et des colis depuis 175 ans, étend son mandat à l'ère du numérique en préservant le secret des lettres numériques. Dans cette optique, elle a ouvert en 2019 un centre de compétences dédié à la cryptographie à Neuchâtel, qui développe des technologies de chiffrement ultramodernes afin de les utiliser dans ses solutions, par exemple dans le système de vote électronique. Aujourd'hui, ce centre spécialisé qui emploie quelque 55 collaboratrices et collaborateurs établit des standards pour l'avenir numérique de la Suisse et collabore avec l'Université de Neuchâtel et de nombreux instituts de recherche.

Centre d'innovation tourné vers la sécurité numérique

Au centre de cryptographie, des spécialistes de la cryptographie, mais aussi du développement de logiciels et de l'architecture informatique, travaillent sur des solutions innovantes dans le but de protéger les interactions numériques. L'idée est de permettre aux particuliers, aux entreprises et aux autorités d'échanger des informations en temps réel, sans compromettre leur sécurité et leur confidentialité. Au cours des cinq dernières années, les équipes ont développé plus de 20 applications pour la Poste, dont le système de vote électronique qui est déjà utilisé dans quatre cantons.

Journées portes ouvertes réussies

En juin, le centre de cryptographie a ouvert ses portes au public. De nombreuses visiteuses et visiteurs ont eu la chance de tester le système de vote électronique, d'ouvrir un dossier électronique du patient et de participer à des ateliers sur la sécurité informatique.



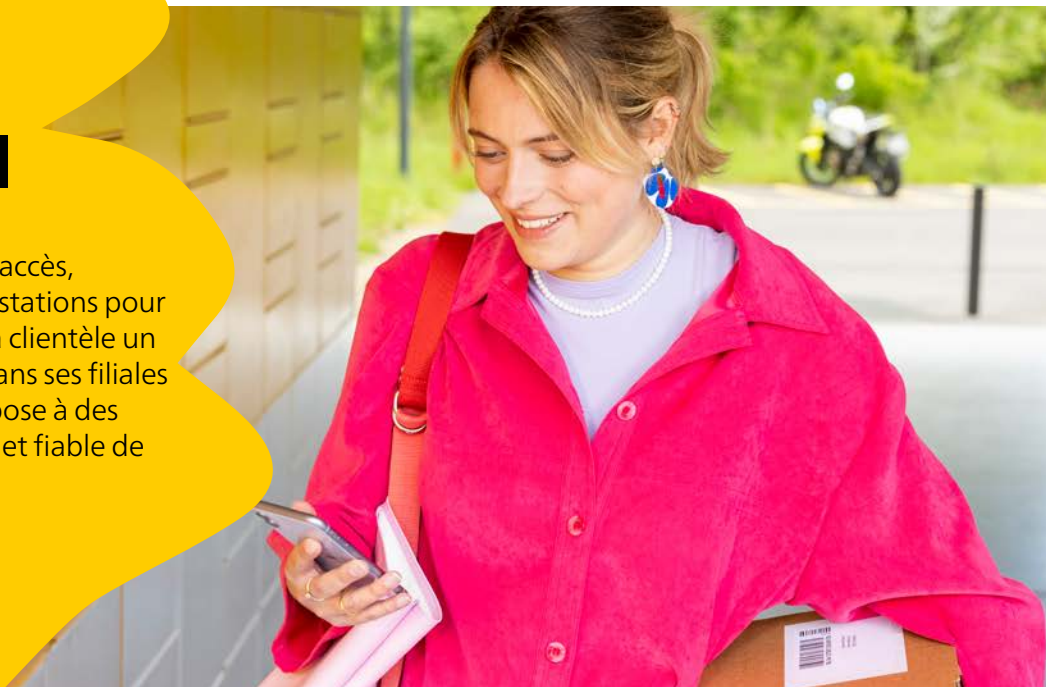
Au centre de compétences dédié à la cryptographie, la Poste développe des technologies de chiffrement ultramodernes.

RéseauPostal

Forte de ses nombreux points d'accès, la Poste incarne le réseau de prestations pour une Suisse moderne et offre à sa clientèle un accès facile à une offre variée. Dans ses filiales en exploitation propre, elle propose à des partenaires le suivi personnalisé et fiable de leur clientèle.



► **Faits et chiffres en vidéo:**
rdg.poste.ch/chiffres-reseau-postal



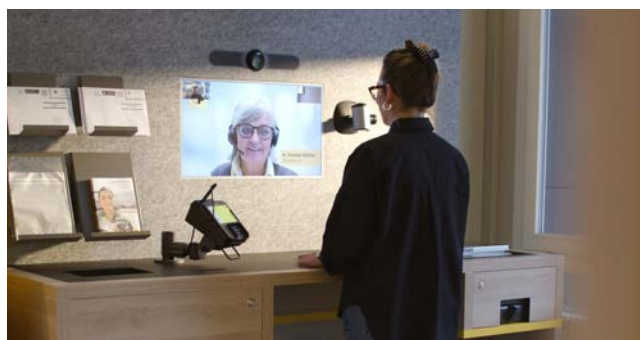
Entretien

«Nous avons ouvert nos filiales à des partenaires et les avons transformées en centres de services»

En 2024, RéseauPostal a ouvert ses filiales à des partenaires issus de secteurs tels que les assurances, les caisses-maladie, les banques et les administrations, et a lancé Post Mobile, l'abonnement mobile jaune. Au cours des prochaines années, la Poste entend investir dans la transformation de ses filiales. Retour en arrière et regard vers l'avenir.

Entretien avec Thomas Baur, responsable RéseauPostal:

→ Page 51



Conseil par vidéo



Une offre de service moderne

Désormais, la Poste propose des solutions vidéo dans une vingtaine de filiales. Ces nouveaux formats numériques permettent aux clientes et aux clients de soumettre leurs demandes par vidéo. La Poste entend ainsi réduire les temps d'attente dans ses filiales et simplifier le traitement des opérations postales.

→ Page 54



Ouverture du réseau



Les filiales deviennent des centres de services modernes

Afin de pallier au recul des opérations postales traditionnelles, la Poste ouvre ses filiales à des partenaires sélectionnés, créant ainsi de véritables centres de services modernes dans lesquels les clientes et les clients peuvent bénéficier de services variés sous un même toit.

→ Page 52



Contact Center



Numérique et personnel: le Contact Center de la Poste est là pour toutes et tous

Qu'est-ce qui différencie les baby-boomers, les millennials et la génération Z? Ils n'ont pas recours aux mêmes canaux de communication quand ils posent une question à la Poste: les anciens téléphonent, les plus jeunes chattent. Le Contact Center de la Poste tient compte de ces préférences en proposant de nouvelles solutions numériques.

→ Page 56

Post Mobile



Une offre mobile attrayante

Pendant 20 ans, la Poste a proposé des smartphones et des abonnements de divers prestataires dans ses filiales. En février 2024, elle a lancé sa propre offre sous le nom de «Post Mobile» et se concentre sur son partenariat avec le prestataire de télécommunications Salt. Cette offre est disponible dans les filiales en exploitation propre ou en ligne sur post-mobile.ch. Depuis août 2024, «Post Mobile» est également en vente dans quelque 420 filiales Volg.

+ post-mobile.ch

Entretien avec Thomas Baur, responsable RéseauPostal

«Nous avons ouvert nos filiales à des partenaires et les avons transformées en centres de services»

En 2024, RéseauPostal a lancé Post Mobile, l'abonnement mobile jaune. Quel regard portez-vous sur ce lancement?

J'en suis ravi et très fier! Après avoir vendu des smartphones et des abonnements d'autres prestataires pendant 20 ans, nous avons pu lancer notre propre produit. La première année de Post Mobile a été couronnée de succès, les objectifs annuels ont été atteints et la part de marché a considérablement augmenté. Entre-temps, nous avons étendu les points de vente de Post Mobile à 420 filiales Volg. Depuis juin, on trouve même une boutique pop-up Post Mobile à la Bahnhofstrasse de Zurich. Grâce au partenariat avec Salt, nous développons continuellement notre offre. Et plus de 4000 collaboratrices et collaborateurs ont déjà souscrit un abonnement.

Quelles ont été les mesures mises en œuvre avec succès par RéseauPostal au cours de la période stratégique 2021-2024?

Nous avons ouvert nos filiales à des partenaires issus de secteurs tels que les assurances, les caisses-maladie, les banques et les administrations. Ce faisant, nous avons fait un grand pas vers l'objectif de transformer nos filiales en centres de services modernes. Désormais, les clientes et les clients peuvent y régler diverses questions bancaires et d'assurance en plus de leurs opérations postales. Nous souhaitons continuer à nous développer dans ce domaine afin de créer un réseau de prestations facile d'accès et ancré localement pour une Suisse moderne.

Quels défis avez-vous rencontrés?

Après de nombreuses années marquées par un réseau stable ainsi que par un fort recul des volumes de lettres et des opérations de versement, nous avons entamé la nécessaire transformation du réseau. Notre objectif est de rester proche des gens à l'avenir également. C'est pourquoi nous investissons massivement dans la modernisation de nos filiales afin d'en garantir une exploitation durable et pérenne. Mais cela signifie également que nous devons transformer une partie des filiales en exploitation propre, lesquelles deviennent par exemple des filiales en partenariat ou sont remplacées par le service à domicile.

Quelles orientations stratégiques sont particulièrement importantes pour RéseauPostal en 2025?

Nous allons poursuivre notre stratégie éprouvée «Poste de demain» dans les années à venir, et l'adapter de manière ciblée. L'accent sera mis sur le développement du réseau – physique et numérique – en fonction de l'évolution des besoins de la clientèle. Dans ce contexte, le conseil personnalisé et le renforcement des compétences numériques de notre clientèle resteront essentiels. Aujourd'hui et demain, sur place dans les régions et aussi de manière numérique.

Quel impact la transformation des filiales en centres de services a-t-elle sur le personnel?

Nous devons la mise en œuvre réussie de la stratégie actuelle à notre personnel qualifié et motivé. Il me semble donc important de souligner que, même avec la transformation prévue du réseau, nous continuerons à engager du personnel dûment formé de manière ciblée, dans l'objectif notamment de compenser la fluctuation et les départs en retraite attendus.



Nous investissons dans la modernisation de nos filiales afin d'en garantir une exploitation pérenne.

Thomas Baur
Responsable RéseauPostal



Ouverture du réseau

Les filiales deviennent des centres de services modernes

Afin de pallier au recul des opérations postales traditionnelles, la Poste ouvre ses filiales à des partenaires sélectionnés, créant ainsi de véritables centres de services modernes dans lesquels les clientes et les clients peuvent bénéficier sous un même toit de services variés – des assurances aux prestations bancaires.

Avec ses nombreux sites répartis dans toute la Suisse, la Poste offre aux entreprises une plateforme unique leur permettant de proposer leurs services directement à la population. Les banques et les caisses-maladie, notamment, saisissent cette opportunité pour établir et entretenir un contact direct avec leur clientèle, malgré l'essor du numérique. «Ce faisant, nos partenaires profitent de l'image positive de la Poste et du grand capital confiance dont jouit notre personnel», déclare Thomas Baur, responsable RéseauPostal. L'ouverture du réseau postal rencontre donc un vif intérêt dans les milieux économiques, raison pour laquelle de nouveaux partenaires stratégiques ont rejoint l'aventure en 2024.

Virements internationaux avec Western Union

Désormais, toutes les filiales proposent l'offre du prestataire de paiement Western Union permettant d'envoyer de l'argent dans plus de 200 pays. Western Union étend ainsi considérablement son réseau en Suisse. «Avec Western Union, nous proposons dans nos filiales une prestation indispensable à de nombreuses personnes, notamment lorsqu'elles souhaitent envoyer de l'argent à des proches résidant à l'étranger», explique Thomas Baur.

Banque du Léman: des synergies en Suisse romande

Depuis 2024, la Banque du Léman est présente dans 75 filiales de la Poste facilement accessibles en Suisse romande. Ce nouveau partenaire propose des prêts hypothécaires et des solutions de financement principalement à la clientèle romande. Sur demande, le personnel de la Poste transmet les coordonnées des clientes et des clients intéressés à l'établissement bancaire.



Nos partenaires profitent de l'image positive de la Poste et du capital confiance dont jouit le personnel.

Thomas Baur,
Responsable RéseauPostal

Bernerland Bank: expansion dans le Seeland

La Bernerland Bank est désormais représentée dans 12 filiales postales du Seeland bernois. À Zollikofen, des collaboratrices et des collaborateurs de la Bernerland Bank proposent des conseils financiers; dans les 11 autres filiales, le personnel de la Poste organise des rendez-vous pour la clientèle auprès de la banque. Ce partenariat permet à la Bernerland Bank d'étendre sa portée et d'assurer le suivi de nouveaux groupes de clientèle directement sur place.

Les opérations postales traditionnelles évoluent

Les filiales de la Poste accusent une baisse de fréquentation dans les opérations postales traditionnelles, car les services quotidiens tels que le paiement des factures ou l'envoi de colis se déroulent de plus en plus par voie numérique. C'est pourquoi la Poste mise sur de nouvelles offres et sur les prestations de partenaires sélectionnés. «Seules de nouvelles prestations et une clientèle supplémentaire permettront à nos filiales de conserver leur pertinence auprès de la population», explique Thomas Baur. «La baisse de fréquentation de la clientèle dans les opérations postales traditionnelles nous oblige à nous réorienter.» La collaboration étroite que la Poste entretient avec ses partenaires lui permet de remplir son mandat de service universel tout en garantissant le maintien de ses filiales.

Avec ses nouveaux partenaires issus du secteur financier, ce sont désormais six prestataires de services financiers qui sont représentés au sein du réseau de filiales, parmi lesquels PostFinance, la Banque Migros et la Cornèr Banque. Sans compter les assurances, les caisses-maladie et les administrations telles qu'Assura, AXA, Groupe Mutuel, le canton du Jura, Swiscaution et Sympany qui proposent leurs services dans les filiales de la Poste. La Poste prévoit de continuer à développer la collaboration avec des partenaires, dans l'objectif de positionner encore davantage le réseau de filiales comme un centre de services pour la population.



Conseil par vidéo

Une offre de service moderne

Désormais, la Poste propose des solutions vidéo innovantes dans une vingtaine de filiales, permettant ainsi aux clientes et aux clients de soumettre leurs demandes via une caméra. Ces nouveaux formats numériques vont permettre à la Poste de réduire d'éventuels temps d'attente dans les filiales tout en simplifiant encore plus les opérations postales de la clientèle au guichet.

Les visioconférences et les discussions en ligne font depuis longtemps partie de notre quotidien. Avec la mise en place du conseil par vidéo, la Poste introduit désormais cette technologie dans les filiales et complète le guichet classique par des formats de vidéo-conseil. «Grâce aux technologies modernes et à nos prestations éprouvées sur place, nous jetons un pont entre le monde physique et le monde numérique. Les premiers retours montrent que les clientes et les clients apprécient cette nouvelle offre», indique Beat Studer, responsable Développement des ventes et des filiales.

Qu'il s'agisse de commander un extrait de casier judiciaire, de faire une demande de réexpédition ou d'ouvrir un compte de prévoyance 3a de PostFinance, les clientes et les clients peuvent désormais choisir de se faire conseiller par vidéo au sujet de leurs opérations postales et bancaires plutôt qu'au guichet de leur filiale. Des conseillères et des conseillers qui se connectent à distance depuis un Contact Center ou un hub de conseil leur répondent directement et en toute simplicité.



**Nous jetons un pont entre
le monde physique et le
monde numérique.**

Beat Studer
Responsable Développement des ventes et des filiales

La Poste teste actuellement deux formats différents qu'elle prévoit d'introduire dans les filiales en exploitation propre et les filiales en partenariat de tout le pays.

Conseil par appel vidéo:

La cliente ou le client bénéficie d'un conseil simple et personnalisé dans un environnement sécurisé et discret.

Service par vidéo:

Les opérations postales nécessitant un conseil personnalisé peuvent être effectuées aussi bien par vidéo qu'au guichet classique. La Poste peut ainsi réduire les temps d'attente aux heures de pointe et pallier au manque de personnel.

Sécurité et confidentialité grâce à Unblu

Ce service se base sur la technologie d'Unblu, une société du groupe appartenant à l'unité Digital Services. La Poste utilise déjà cette technologie dans le cadre du Contact Center et de la Post-Finance App. Celle-ci garantit la sécurité et la confidentialité des informations sensibles, un point essentiel pour la Poste et la qualité de ses conseils.



Contact Center

Numérique et personnel: le Contact Center de la Poste est là pour toutes et tous

Qu'est-ce qui différencie les baby-boomers, les millennials et la génération Z? Ils n'ont pas recours aux mêmes canaux de communication quand ils veulent poser une question à la Poste: les anciens téléphonent, tandis que les plus jeunes chattent ou envoient des messages par WhatsApp. Le Contact Center de la Poste tient compte de ces préférences en proposant de nouvelles solutions numériques.

Chatbot, WhatsApp ou appel téléphonique? À chaque génération son canal de communication de prédilection. Les besoins de la clientèle évoluent et, avec eux, le Contact Center de la Poste et les tâches de ses quelque 300 collaboratrices et collaborateurs. Le Contact Center de la Poste ne reçoit pas seulement 130 000 appels téléphoniques et 40 000 demandes écrites par mois, il traite également quelque 10 000 live chats, 35 000 messages par chatbot, 4000 messages par WhatsApp et 4000 demandes via les médias sociaux.



Ces possibilités de contact variées nous permettent de réagir de manière très personnelle aux demandes de notre clientèle.

Alican Magliocca
Responsable d'équipe au Contact Center

À chaque personne sa solution: les canaux de communication flexibles de la Poste

Le **chatbot** de la Poste est un assistant numérique disponible à toute heure du jour et de la nuit, également le dimanche, qui apporte une réponse automatique aux questions simples de la clientèle telles que le statut d'un colis. En cas de demande plus complexe, il transfère celle-ci à une collaboratrice ou à un collaborateur du Contact Center. Le chatbot est entraîné en permanence afin d'optimiser au maximum le service à la clientèle.

Lorsque le chatbot atteint ses limites, les clientes et les clients peuvent communiquer en temps réel avec une collaboratrice ou un collaborateur via le live chat. Cette personne a accès aux échanges précédents avec le chatbot, ce qui lui permet d'apporter une aide immédiate. Le live chat est proposé en plusieurs langues.

Il est également possible de contacter la Poste via **WhatsApp**. L'intelligence artificielle (IA) se charge de répondre aux questions simples, par exemple concernant le suivi d'un envoi. En cas de demande plus complexe, la discussion est transférée à une ou un spécialiste du Contact Center, qui répond personnellement à la clientèle pendant les heures de bureau.

L'**automatisation des e-mails** de la Poste fait appel à l'intelligence artificielle pour analyser les e-mails entrants ainsi que les messages issus des formulaires de contact et pour saisir des informations telles que les numéros d'envoi. L'IA propose des processus de traitement adaptés et automatise certaines étapes de travail, permettant ainsi de gagner du temps et de réduire le travail administratif. Pour autant, les réponses aux e-mails continuent d'être rédigées personnellement par des collaboratrices et des collaborateurs.

Avec le **service voice to text**, la requête téléphonique de la cliente ou du client est enregistrée sous forme de message vocal et convertie immédiatement et automatiquement en texte. Le message texte est ensuite transmis à la personne compétente, juste avant que celle-ci ne soit mise en relation avec la cliente ou le client au téléphone, ce qui lui permet de répondre immédiatement et de manière ciblée à la demande. Le Contact Center peut ainsi mieux réagir, de manière plus rapide et plus flexible, aux besoins de la clientèle.

Dans le cadre de l'**automatisation des processus par la robotique (APR)**, des robots numériques exécutent des processus préprogrammés et traitent des tâches routinières telles que les demandes de recherche, par exemple pour un colis non reçu, ce qui réduit considérablement la charge de travail ultérieure du personnel.

Les appels téléphoniques et les visites en personne dans les filiales restent, surtout pour la génération plus âgée, la méthode privilégiée pour clarifier les demandes grâce à un contact direct avec une collaboratrice ou un collaborateur.



Grâce aux nouvelles technologies, les questions de routine obtiennent des réponses plus rapides, ce qui augmente la satisfaction de la clientèle et décharge le personnel.

Alican Magliocca
Responsable d'équipe au Contact Center

Faits et chiffres

300

personnes sont employées au Contact Center Poste

130 000

appels téléphoniques et 40 000 demandes écrites sont traités chaque mois par le Contact Center

35 000

messages sont traités chaque mois par chatbot

10 000

messages live chat et 4 000 questions par WhatsApp parviennent chaque mois au Contact Center

4 000

demandes sont reçues chaque mois via les **canaux de médias sociaux**

45 à 90 secondes

est le temps d'attente moyen au téléphone

5 à 7 minutes

est la durée moyenne d'un **live chat**

8 heures

au maximum sont nécessaires au traitement des e-mails

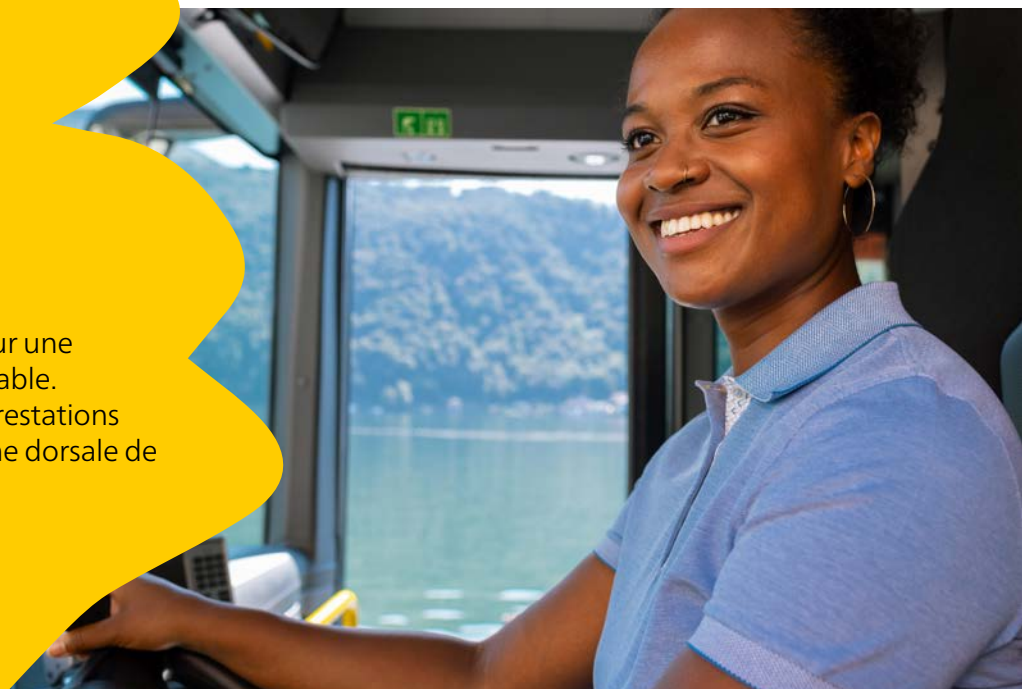
Services de mobilité

La Poste propose des solutions pour une mobilité sur route moderne et durable. CarPostal relie tout le pays et ses prestations du service public constituent l'épine dorsale de l'économie et de la société suisses.



► Faits et chiffres en vidéo:

rdg.poste.ch/chiffres-services-de-mobilite



Entretien

«Nous développons nos offres pour les transports publics, la logistique interne et la clientèle commerciale»

CarPostal développe des offres ciblées pour les transports publics, la logistique interne et la clientèle commerciale afin de répondre à l'évolution et à l'augmentation des besoins du marché. L'électrification du parc de véhicules demeure un axe prioritaire.

Entretien avec Christian Plüss, responsable Services de mobilité:

→ Page 60

Sur demande



Des solutions adaptées aux besoins pour une mobilité flexible et durable

Au lieu de suivre un horaire fixe, les véhicules CarPostal répondent aux réservations individuelles passées via l'application ou par téléphone: avec le service à la demande, CarPostal prend en charge les personnes là où elles se trouvent pour les conduire là où elles veulent aller. En 2024, CarPostal a lancé plusieurs projets axés sur les besoins.

→ Page 64



Transport public de voyageurs



L'électrification s'intensifie chez CarPostal

En tant que principale entreprise de transports publics par car en Suisse, CarPostal entend migrer toute sa flotte vers des modes de propulsion alternatifs. En 2024, un nouveau concept de TP a notamment été mis en œuvre dans la vallée de Saas, avec des bus électriques et des véhicules de navette.

→ Page 62

Mobilité électrique

Mille véhicules de livraison électriques au service de la distribution

La Poste a mis en service son millième véhicule de livraison à propulsion électrique. Elle continue donc de développer sa flotte électrique et se rapproche de son but: distribuer les lettres et les colis sans utilisation d'énergies fossiles dans toute la Suisse à partir de 2030. Avec plus de 7000 véhicules électriques, la Poste possède d'ores et déjà la plus grande flotte électrique du pays. Le prestataire de flotte Post Company Cars est responsable de l'approvisionnement et de l'exploitation des véhicules.

→ Page 37

Solutions de mobilité

Concevoir une mobilité d'entreprise multimodale et durable

En 2024, Post Company Cars et Urban Connect ont conclu un partenariat afin de proposer aux entreprises des solutions de mobilité globales, multimodales et durables. Via une plateforme commune, le personnel des entreprises clientes pourra accéder de manière flexible à un écosystème de véhicules à faibles émissions (voitures, scooters et vélos électriques) en réservant sur une seule et même application. Cette plateforme simplifiera également l'intégration des parcs de véhicules existants et permettra de mesurer le taux d'utilisation et les émissions.

+ postcompanycars.post.ch/fr/pages/news/2024/partenariat-strategique-entre-urban-connect-et-post-company-cars

Engagements exceptionnels

Intervention rapide: CarPostal assure la mobilité post-intempéries

Suite aux intempéries de l'été 2024, la mobilité a été maintenue grâce à des concepts d'urgence: après qu'un glissement de terrain a paralysé la vallée de Saas, CarPostal a rapidement mis en place un horaire de substitution jusqu'à Stalden et organisé un horaire d'urgence avec des bus et du personnel disponibles pour la partie coupée de la vallée. Dans le Val Mesolcina, où l'A13 a été partiellement endommagée, le personnel de CarPostal a assuré un service spécial avec des horaires d'urgence et des navettes. À Brienz (BE), CarPostal a introduit un service de remplacement après que la ligne ferroviaire entre Interlaken Est et Meiringen a été interrompue.

YellowDrive

Réserver en ligne des véhicules de fonction pour une location temporaire

Petites voitures, breaks, SUV ou utilitaires légers: avec YellowDrive, les entreprises peuvent réserver à la dernière minute un véhicule de fonction adapté à leurs besoins pour un ou plusieurs mois – facilement et rapidement via la boutique en ligne de Post Company Cars. Hormis le carburant, tout est compris dans le prix de location, de l'assurance à l'immatriculation. Avec cette nouvelle offre, le plus grand prestataire de flotte indépendant de toute marque en Suisse répond au besoin croissant de la clientèle commerciale de bénéficier d'un abonnement véhicules.

+ postcompanycars.post.ch/yellowdrive

Gestion de la flotte

Calculer les coûts de la flotte en quelques clics

Qu'est-ce qui est plus important qu'obtenir une remise lors de l'achat d'une flotte? Les dépenses de carburant, d'assurance, d'impôts, d'entretien, de réparations, d'intérêts et d'amortissement sur la durée d'utilisation du véhicule – autrement dit les coûts totaux, le chiffre clé du total cost of ownership (TCO). Pour avoir un aperçu rapide des coûts de la flotte en seulement trois étapes, Post Company Cars a mis au point un calculateur du TCO gratuit. Cet outil, qui renseigne également sur les économies possibles avec une gestion complète de la flotte, est en outre utilisé par Post Company Cars pour attirer de nouveaux clients commerciaux.

Avertisseur à trois tons

Un son emblématique depuis 100 ans

Avec la couleur jaune, l'avertisseur à trois tons est le principal signe distinctif de CarPostal. Il fait partie de l'inventaire acoustique de la Suisse: pour de nombreuses personnes, le mot «car postal» évoque des courses d'école ou des excursions sur des routes sinueuses de montagne, ainsi que le fameux «Tu-Ta-Tut». Depuis 100 ans, l'avertisseur à trois tons retentit – un anniversaire que CarPostal n'a pas manqué de fêter avec la population. Le personnel de conduite a notamment actionné l'avertisseur à trois tons le 17 juillet 2024 lors de l'action suisse «Klaxonnonnons à l'unisson».

Entretien avec Christian Plüss, responsable Services de mobilité

«Nous développons nos offres pour les transports publics, la logistique interne et la clientèle commerciale»

2024 a été l'année du changement pour l'unité Services de mobilité. Comment l'orientation stratégique a-t-elle évolué?

Le développement de la stratégie de mobilité de la Poste sous l'égide de Services de mobilité a été au cœur des réflexions. À partir de 2025, la collaboration au sein de l'unité d'affaires sera renforcée avec les entreprises existantes CarPostal et Post Company Cars et complétée par les unités Solutions de mobilité et Solutions de charge. Avec cette intégration, nous poserons les bases pour assurer notre pérennité sur le marché suisse de la mobilité. Nous développons des offres ciblées pour les transports publics, la logistique interne et la clientèle commerciale afin de répondre à l'évolution et à l'augmentation des besoins du marché. Dans ce contexte, CarPostal doit miser davantage sur l'efficacité pour espérer réaliser les économies de coûts escomptées par les commanditaires et soulager les pouvoirs publics – sans impacter le personnel de conduite ni les voyageuses et les voyageurs.

Quels ont été les principaux défis à relever?

La décarbonation progressive de notre flotte a été et reste un défi de taille. Pour CarPostal, cette opération est conséquente: outre la mise en place d'une toute nouvelle infrastructure de charge, elle doit aussi adapter les plans d'affectation de ses véhicules. Par ailleurs, la disponibilité des bus fonctionnant sur batterie est encore limitée dans la mesure où peu de fabricants peuvent remplir nos exigences, et c'est compter sans les difficultés de livraison. Chez Post Company Cars, nous avons une longueur d'avance: en milieu d'année, nous avons mis en service le millième véhicule de livraison électrique. Ainsi, nous faisons un pas de plus vers notre objectif 2030 de distribution sans utilisation d'énergies fossiles en Suisse.

Quelles sont vos attentes pour l'unité Services de mobilité en 2025?

L'électrification de notre flotte reste une étape majeure, en particulier dans le transport de voyageurs concessionnaire où la demande de solutions de mobilité durables ne fait que croître. Dans le même temps, la pression exercée par les coûts nous oblige à persévérer dans notre efficacité et notre capacité d'innovation. Dans le secteur non concessionnaire, nous travaillons sur des offres de mobilité innovantes, comme les services à la demande, dans le but d'atteindre une croissance ciblée et durable. Un autre axe prioritaire est l'infrastructure de charge qui est essentielle pour le mode de propulsion électrique. Dans ce domaine, outre les stations de charge pour notre usage propre, nous développons notre partenariat avec la coopérative fenaco afin d'offrir un réseau de charge accessible à la clientèle privée. Avec cette initiative, nous entendons également encourager l'acceptation et l'utilisation générales des véhicules électriques en Suisse.

Quels sont les développements dans le secteur de la clientèle commerciale?

Le marché de la mobilité en Suisse est synonyme d'opportunités de croissance intéressantes, en particulier pour la clientèle commerciale. Il existe ici un potentiel de réussite, porté par des offres attrayantes telles que la gestion de flotte, les solutions à la demande ou les solutions innovantes pour la mobilité du personnel. Grâce à des solutions flexibles et orientées vers la clientèle, nous aspirons à nous établir en tant que prestataire de services complet dans la mobilité B2B. Nous comptons également développer la gestion de la flotte pour les tiers et ainsi élargir notre offre de services pour la clientèle commerciale.



Nous voulons offrir un réseau de charge accessible au public pour les véhicules électriques.

Christian Plüss
Responsable Services de mobilité
(jusqu'au 31 janvier 2025)

Stefan Regli prend la direction de l'unité Services de mobilité

Le Conseil d'administration de la Poste a nommé Stefan Regli nouveau responsable de l'unité du groupe Services de mobilité. Il a succédé à Christian Plüss le 1^{er} février 2025 et est désormais membre de la Direction du groupe. Stefan Regli est un responsable de conduite expérimenté au sein de la Poste. Ancien responsable de l'unité «Lettres et colis national», il a notamment contribué au regroupement du secteur des lettres et du secteur des colis.



Je me réjouis de développer des solutions innovantes pour la mobilité en Suisse et de contribuer ainsi au développement durable.

Stefan Regli
Responsable Services de mobilité
(à partir du 1^{er} février 2025)



Transport public de voyageurs

L'électrification s'intensifie chez CarPostal

CarPostal poursuit sa stratégie résolument électrique. En tant que principale entreprise de transports publics par car en Suisse, CarPostal entend migrer toute sa flotte vers des modes de propulsion alternatifs. En 2024, un nouveau concept de TP a notamment été mis en œuvre dans la vallée de Saas, avec des bus électriques et des véhicules de navette.

Avec 45 bus à batterie en service à ce jour, CarPostal prouve que la mobilité électrique fonctionne – même dans des conditions géographiques difficiles. «En tant que principale entreprise de transports publics par car en Suisse, nous voulons jouer un rôle de pionnier en matière de mobilité respectueuse du climat», explique Mark Bögli, responsable Transformation EIMo chez CarPostal. «D'ici 2035, nous allons migrer toute notre flotte, soit quelque 2300 véhicules, vers des modes de propulsion alternatifs, ce qui permettra de supprimer les émissions de CO₂ issues des véhicules.» Étant donné que, dans le transport régional des voyageurs et dans le trafic local, CarPostal collabore étroitement avec la Confédération, les cantons et les communes, qui lui commandent et cofinancent son offre, la conversion de la flotte a lieu d'entente avec ces partenaires. Au premier trimestre 2025, 100 cars postaux à propulsion électrique circuleront déjà sur les routes suisses, alimentés exclusivement en électricité issue de sources d'énergies renouvelables suisses.

En route dans le respect du climat dans la vallée de Saas

Pari réussi pour les 11 cars postaux électriques mis en service dans les Grisons: le bus à batterie peut lui aussi circuler facilement, même dans les régions de montagne. Depuis 2024, quatre nouveaux cars postaux à propulsion électrique circulent aussi dans la vallée de Saas en hiver pour transporter les voyageuses et les voyageurs de Saas-Grund et Saas-Almagell à Saas-Fee. Les cars postaux rallient directement la station inférieure de l'Alpin Express, pour le plus grand bonheur des mordus de sports d'hiver. Deux navettes électriques ont également été introduites à Saas-Fee et circulent toutes les six minutes le week-end. Ces véhicules modernes et accessibles, qui font partie d'une offre de transports publics largement développée pour les locaux et les touristes, permettent de se déplacer dans la vallée de Saas de manière respectueuse du climat – et de façon bien plus silencieuse.



D'ici 2035, nous allons migrer notre flotte vers des modes de propulsion alternatifs, ce qui permettra de supprimer les émissions de CO₂.

Mark Bögli
Responsable Transformation EIMo

Ce projet a ouvert la voie à d'autres développements dans le Haut-Valais: ainsi, des cars postaux électriques ont été mis en service à l'été 2024 sur différentes lignes à des fins de test. Il est maintenant prévu d'électrifier également le bus urbain Brigue-Glis / Naters / Bitsch avec six bus à partir de décembre 2025.

Une transition sous le signe de la globalité

«La transition est bien plus que le simple remplacement de véhicules», indique Mark Bögli. «La mobilité électrique va de pair avec un nouveau système global: l'horaire, les véhicules, l'infrastructure de charge et l'occupation des effectifs doivent être soigneusement coordonnés.» Pour l'instant, l'accent est mis sur les bus à batterie, avec une autonomie moyenne d'environ 250 kilomètres par charge. Il est possible d'augmenter l'autonomie quotidienne du véhicule en rechargeant plusieurs fois par jour la batterie – soit à de brefs intervalles aux terminus, soit durant les pauses au dépôt, par exemple à midi. Dans les régions de montagne, les batteries peuvent même être rechargées pendant la descente, lors du freinage. «La technologie des batteries évolue rapidement et améliorera considérablement la capacité et la rentabilité des bus à batterie dans les années à venir», ajoute Mark Bögli. «Plus un bus à batterie parcourt de kilomètres, plus il devient rentable.»



À la demande

Des solutions adaptées aux besoins pour une mobilité flexible et durable

Les solutions adaptées aux besoins offrent aux voyageuses et aux voyageurs une mobilité flexible, en particulier dans les régions faiblement peuplées. Au lieu de suivre un horaire fixe, les véhicules de CarPostal répondent aux réservations individuelles passées via l'application ou par téléphone. «Avec le service à la demande, CarPostal prend en charge les personnes là où elles se trouvent pour les conduire là où elles le souhaitent», résume Fabian Heil, responsable On demand. Ce concept écologique a pour intérêt d'éviter des courses à vide. À Appenzell, à Thusis et dans le canton de Vaud, l'offre à la demande (On demand) fait déjà partie du service de transports publics.

Projets pilotes: une réussite

En 2024, CarPostal a lancé plusieurs projets innovants axés sur les besoins: ainsi, dans le canton de Saint-Gall, le «PubliCar Uzwil» complète désormais les lignes à courses régulières aux heures de pointe par une offre de porte à porte. Cette offre s'adresse aux 2500 collaboratrices et collaborateurs de la société Bühler AG basée à Uzwil, dans le but de rendre les transports publics plus attrayants pour les pendulaires et de réduire les émissions. Dans la commune vaudoise de Gland, des navettes électriques ont été mises en service à l'automne 2024. Elles étaient disponibles sur demande ou pouvaient être regroupées en une plus grande navette, complétant ainsi les lignes à courses régulières. L'avenir de cette solution est actuellement à l'étude. Pour la première fois, CarPostal a également proposé un service à la demande lors du festival du film de Locarno, avec 13 véhicules prêts à transporter les festivalières et les festivaliers. «Avec ces projets, CarPostal montre que les solutions numériques à la demande, conçues sur mesure, offrent une réelle valeur ajoutée, aussi bien pour les petites communes que pour de grands événements», conclut Fabian Heil.



Avec le service à la demande, CarPostal prend en charge les personnes là où elles se trouvent pour les conduire là où elles le souhaitent.

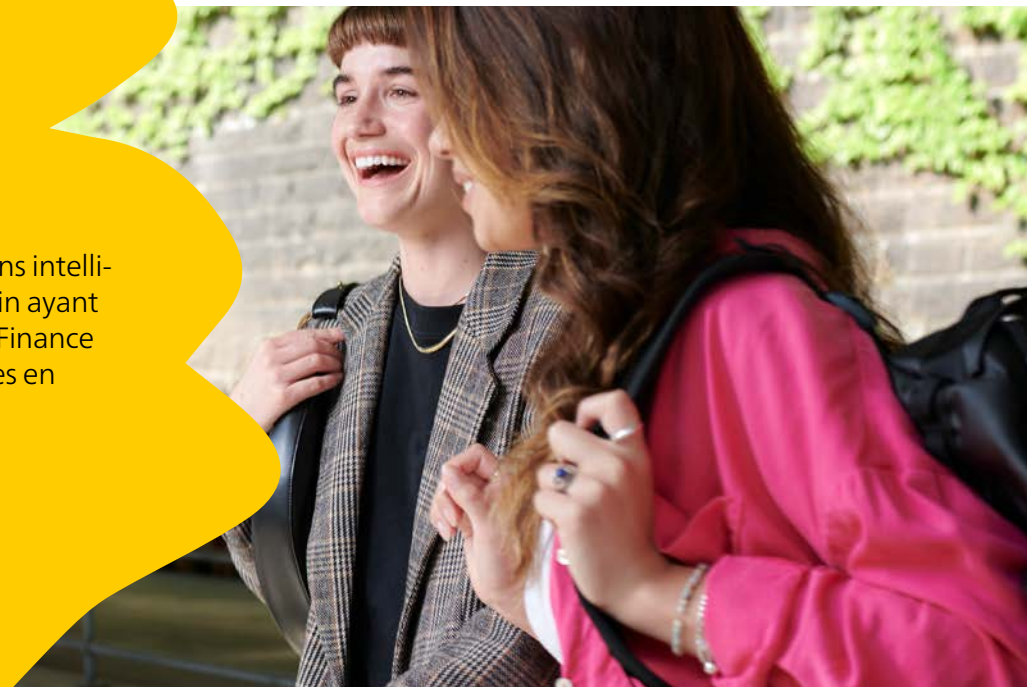
Fabian Heil
Responsable On demand

PostFinance

Avec ses innovations et ses solutions intelligentes pour répondre à tout besoin ayant trait à l'argent et au banking, PostFinance façonne l'avenir pour les personnes en Suisse.



► **Faits et chiffres en vidéo:**
rdg.poste.ch/chiffres-postfinance



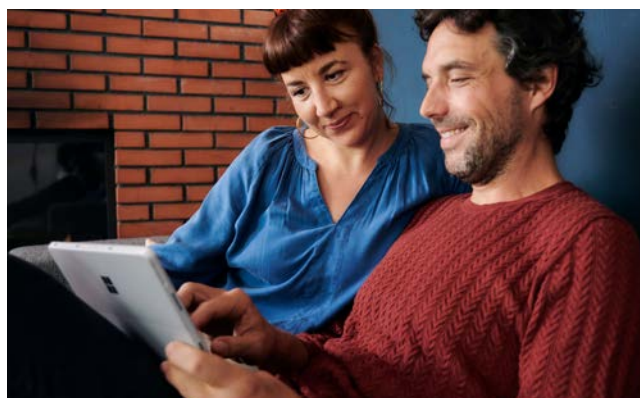
Entretien

«PostFinance comprend les besoins de sa clientèle»

PostFinance est la première banque suisse d'importance systémique à lancer une offre de cryptomonnaies. Avec des plans d'épargne en ETF, actions et certificats thématiques, les placements peuvent désormais être effectués sur un mode automatisé. Le nouveau système de vidéo-conseils est bien accueilli.

Entretien avec Beat Röthlisberger, CEO de PostFinance:

→ Page 67



E-trading

Plans d'épargne pour les ETF, les actions et les certificats thématiques

PostFinance est la première grande banque de détail de Suisse à proposer à sa clientèle l'ouverture de plans d'épargne en ETF, actions et certificats thématiques sur sa plateforme d'e-trading. Le fonctionnement est aussi simple que celui d'un ordre permanent.

→ Page 71



Cryptomonnaies

PostFinance lance une offre de plans d'épargne en cryptomonnaies

PostFinance propose à sa clientèle d'investir facilement et en toute sécurité dans des cryptomonnaies et de conserver celles-ci. Toute personne intéressée peut passer par e-finance ou la PostFinance App pour placer régulièrement de petits montants dans un plan d'épargne en cryptomonnaies.

→ Page 69

Trafic des paiements



Solutions de paiement optimisées pour le commerce

Un commerce qui propose tous les principaux modes de paiement sans espèces participe à la satisfaction de la clientèle et optimise le traitement des paiements. Grâce à l'offre Combo Modes de paiement lancée en 2024, les commerces peuvent, indépendamment de l'établissement bancaire de leur compte commercial, traiter l'ensemble des modes de paiement sans espèces habituels, tels que les cartes de débit, les cartes de crédit et les paiements mobiles, par le biais d'un seul et unique contrat avec PostFinance. PostFinance peut ainsi proposer un processus global de paiement au point de vente, d'un seul tenant et en lien direct avec ses prestations bancaires.

MoneyFit



Transmettre les compétences financières de manière attrayante

MoneyFit, l'offre gratuite pour l'apprentissage des compétences financières, continue de s'étoffer: outre les écoles et les entreprises formatrices, PostFinance accompagne désormais également les parents dans l'éducation financière de leurs enfants. Le nouveau guide à l'usage des familles propose des conseils pratiques de spécialistes et des recommandations pour s'exercer à la gestion de l'argent à la maison. Quant au corps enseignant, il trouvera sur le site Internet remanié des vidéos inspirantes, des challenges interactifs et des quiz conçus pour animer les cours et familiariser les élèves avec les questions financières.

Conseil par vidéo



Adapter les filiales aux besoins de la clientèle

Pour améliorer le service dans les zones de vente, PostFinance optimise l'expérience client en transformant ses filiales et en y introduisant le conseil par vidéo. L'idée est de traiter plus efficacement les demandes et de dégager du temps au profit du conseil personnel et de la vente. La première filiale réaménagée a ouvert ses portes à Lausanne fin 2024. Dès 2025, les 15 autres filiales seront à leur tour modernisées et adaptées aux besoins de la clientèle. PostFinance a par ailleurs mis en place le conseil par vidéo: où qu'ils se trouvent, les clientes et les clients peuvent être conseillés en ligne, sans avoir à se déplacer dans une filiale. Les retours sont positifs: nombreux sont ceux-ci qui apprécient le gain de temps, tout en trouvant que le conseil par vidéo est plus personnel qu'un appel téléphonique.

Assurances-vie



PostFinance élargit son offre

PostFinance a lancé, en collaboration avec AXA, le produit d'assurance-vie «Plan de capital SmartFlex». Cette assurance de capital du pilier 3b est idéale pour le placement unique de valeurs patrimoniales à des fins de prévoyance ou de planification successorale. Une partie du montant est investi dans un fonds en actions diversifié, l'autre partie constitue un capital sécurisé qui rapporte des intérêts. Outre des possibilités de modifications flexibles, ce plan de capital offre également des options de sécurité gratuites et, sous certaines conditions, des paiements exonérés d'impôts ainsi que des privilèges en matière de succession et de faillite.

Entretien avec Beat Röthlisberger, CEO de PostFinance

«PostFinance comprend les besoins de sa clientèle»

Beat Röthlisberger, vous êtes le CEO de PostFinance depuis le 1^{er} juillet 2024. Comment jugez-vous le résultat de l'exercice 2024?

PostFinance a enregistré en 2024 un résultat d'exploitation de 203 millions de francs, soit une baisse de 61 millions par rapport à l'exercice précédent. Les produits d'exploitation ont diminué de 64 millions pour s'établir à 1897 millions. Les opérations d'intérêts sont la principale source de revenus de PostFinance. Durant la période sous revue, il en a résulté des produits d'intérêts inférieurs de 72 millions de francs à ceux de l'exercice précédent. Les récentes baisses de taux opérées par la Banque nationale suisse montrent à quel point l'environnement des taux d'intérêt reste volatil. Ces taux en baisse assombrissent les perspectives de redressement de nos marges.

En dehors de la question des propres marges, comment se traduit la baisse des taux pour la clientèle?

Concrètement, elle se traduit par un rendement négatif pour les dépôts d'épargne en termes réels, c'est-à-dire quand on considère les produits d'intérêts moins le renchérissement. Par conséquent, selon l'horizon de placement visé, il faudrait absolument que nos clientes et nos clients songent à effectuer des placements dans des titres ou des produits de fonds, sachant que nous sommes là pour les conseiller sur leurs choix. Les clientes et les clients qui ont des hypothèques profitent en revanche d'excellentes conditions.

PostFinance se revendique comme un établissement financier innovant.

Sur quels fondements?

PostFinance a été la première banque suisse d'importance systémique à introduire une offre de cryptomonnaies. C'est indéniablement un point fort, qui met en évidence sa capacité d'innovation. Nous pouvons donc affirmer fièrement que nous sommes perçus comme étant plus progressistes que nombre d'autres banques en ce qui concerne la blockchain et les actifs numériques. Avec cette nouvelle offre mise en place depuis février 2024, nous proposons à notre clientèle et à toute la Suisse un accès sûr et fiable à diverses cryptomonnaies, en facilitant ainsi l'entrée dans le monde des actifs numériques, et ce avec toute la transparence nécessaire. Autre exemple: les plans d'épargne en ETF, actions et certificats thématiques que PostFinance a introduits en 2024 et qui permettent à la clientèle d'avoir facilement accès aux marchés financiers dans des conditions avantageuses. Avec plus de 30 ETF, près de 300 actions des principaux indices et divers certificats thématiques, il est possible d'investir régulièrement et sur un mode automatisé, en adaptant les placements à ses propres possibilités financières et en exploitant l'opportunité de constituer un patrimoine dans la durée. PostFinance comprend les besoins de sa clientèle et conçoit des offres destinées à y répondre.

Que fait PostFinance pour ses clientes et ses clients?

Elle s'attache à optimiser leur expérience en réaménageant ses filiales, mais aussi en proposant des vidéo-conseils, le but étant de traiter plus efficacement les demandes et de dégager du temps pour le conseil personnalisé. La première filiale réaménagée a ouvert ses portes à Lausanne fin 2024 et les quinze autres filiales feront également peau neuve à partir de 2025. Les vidéo-conseils ont cela d'intéressant qu'ils peuvent être dispensés en ligne, quel que soit l'endroit où se trouvent les clientes et les clients. Les retours sont positifs.



PostFinance voit dans le développement durable une chance à saisir.

Beat Röthlisberger
CEO de PostFinance

La durabilité est un thème important dans l'univers bancaire. Quelle est la démarche de PostFinance sur ce plan?

PostFinance a opté pour une stratégie progressive en matière de développement durable, dans lequel elle voit une chance à saisir. Nous nous mobilisons dans des domaines tels que l'environnement, le climat, la diversité, l'équité des chances et l'inclusion, mais aussi la transparence. Nous assumons notre responsabilité sociale en tant qu'organisation et nous développons graduellement notre offre de marché durable pour la clientèle. Par ailleurs, nous agissons aussi et d'abord en interne, en proposant à notre personnel un programme de formation continue consacré à la durabilité et comportant trois niveaux. D'ici 2028, nous allons former un maximum de collaboratrices et de collaborateurs sur ce thème et l'ancrer encore plus solidement dans les pratiques et la culture de l'entreprise.



Cryptomonnaies

PostFinance lance une offre de plans d'épargne en cryptomonnaies

PostFinance élargit son offre et permet à sa clientèle d'investir facilement et en toute sécurité dans des cryptomonnaies et de conserver celles-ci. En souscrivant un plan d'épargne en cryptomonnaies, les personnes intéressées peuvent placer régulièrement de petits montants dans 16 cryptomonnaies, directement depuis e-finance ou la PostFinance App.

En 2024, PostFinance a été la première banque suisse d'importance systémique à lancer une offre complète de cryptomonnaies. La clientèle peut ainsi par elle-même acheter, vendre et conserver en toute sécurité seize cryptomonnaies différentes, dont le bitcoin et l'Ethereum, entre autres, le tout en seulement quelques clics via e-finance ou la PostFinance App.

Premiers pas faciles à partir de 50 dollars américains

Chez PostFinance, le négoce de cryptomonnaies est simple et transparent. La banque permet d'entrer facilement dans l'univers des cryptomonnaies à partir de 50 dollars américains par transaction ou taux d'épargne. Le plan d'épargne en cryptomonnaies représente une option particulièrement intéressante, qui fonctionne comme un plan d'épargne en fonds traditionnel et permet d'investir régulièrement de petits montants dans les cryptomonnaies. La procédure reste la même: les plans d'épargne sont gérés directement via e-finance ou la PostFinance App, et les montants sont débités automatiquement. Grâce au partenariat avec la cryptobanque Sygnum, soumise à la régulation de la FINMA, PostFinance s'assure que les fonds des clients sont protégés de manière optimale et que les transactions se déroulent dans des conditions transparentes et équitables.

Négocier des cryptomonnaies dans un environnement sécurisé

Avec cette nouvelle offre de cryptomonnaies, PostFinance s'adapte à l'évolution des besoins de la clientèle. En effet, il y a longtemps que les cryptomonnaies ne sont plus un investissement de niche réservé aux personnes initiées et qu'elles se sont fait une place au sein de la société. Les jeunes générations, notamment, souhaitent de plus en plus investir dans les actifs numériques. «Les investisseurs et les investisseurs ont cependant peur des risques associés aux bourses non réglementées et privilégient un traitement sécurisé via un établissement financier reconnu», déclare Alexander Thoma, responsable Digital Assets chez PostFinance. «En tant que principale banque de détail de Suisse, PostFinance a la possibilité de faciliter l'accès de millions de personnes à cette nouvelle catégorie de placements grâce à une offre conviviale et entièrement intégrée.»



Chez PostFinance, le négoce de cryptomonnaies est simple et transparent.

Actifs numériques pour tous

Alexander Thoma, pourquoi PostFinance propose-t-elle le négoce de cryptomonnaies?

Les cryptomonnaies représentent une possibilité de placement supplémentaire qui, à côté des produits classiques comme les actions et les emprunts, vient répondre à une forte demande dans le segment alternatif, au même titre que l'immobilier ou les matières premières. Près d'un quart de la population suisse est cliente de PostFinance, ce qui nous donne un levier certain pour attirer un grand nombre de personnes vers le négoce de cryptomonnaies. De plus, nous sommes convaincus que la technologie de la blockchain recèle un potentiel important pour l'avenir du secteur financier.

Qu'est-ce qui fait la particularité de l'offre de cryptomonnaies de PostFinance?

Avec notre devise «La cryptomonnaie pour tout le monde», nous proposons le négoce de cryptomonnaies le plus simple et le plus accessible de Suisse. En tant que principale banque de détail, nous garantissons à notre clientèle que ses valeurs numériques sont conservées en toute sécurité.

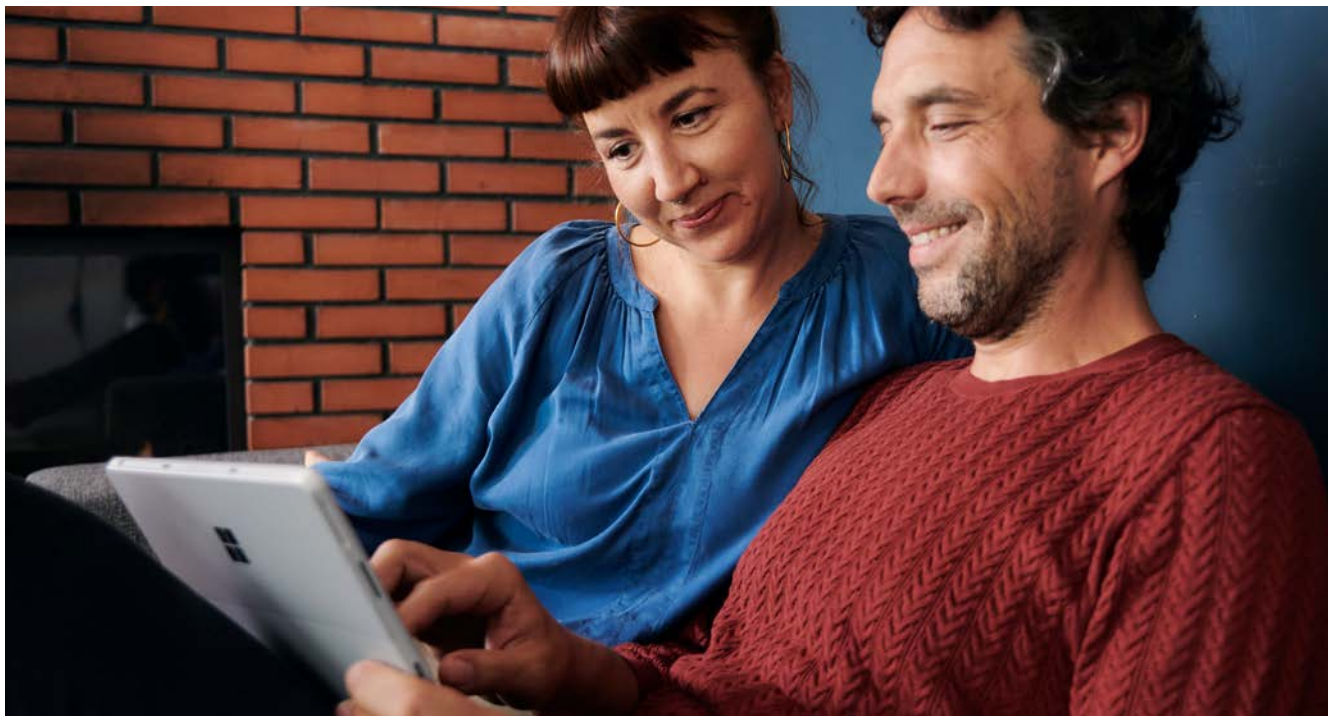
Quel rôle joue la stratégie en matière de cryptomonnaies dans l'avenir de PostFinance?

Notre objectif est de devenir la première banque de détail pour les actifs numériques en Suisse. Dans cette optique, nous ne nous concentrons pas seulement sur le négoce, mais aussi sur des fonctions d'avenir, comme le staking, c'est-à-dire la détention de cryptomonnaies dans un portefeuille avec des revenus et des transferts, ou l'échange rapide et sécurisé de valeurs numériques.



Nous proposons le négoce de cryptomonnaies le plus simple et le plus accessible de Suisse.

Alexander Thoma
Responsable Digital Assets



E-trading

PostFinance propose des plans d'épargne en ETF, actions et certificats thématiques

PostFinance est la première grande banque de détail de Suisse à permettre à sa clientèle d'ouvrir des plans d'épargne en ETF, actions et certificats thématiques sur sa plateforme d'e-trading. «Pour simplifier, un plan d'épargne fonctionne comme un ordre permanent», explique Philipp Merkt, Chief Investment Officer chez PostFinance. Les investisseuses et les investisseurs achètent des titres de manière automatisée et régulière – sur une base hebdomadaire, bihebdomadaire, mensuelle ou trimestrielle – via la plateforme d'e-trading de PostFinance. Il s'agit d'une opération simple et avantageuse, raison pour laquelle les plans d'épargne sont à la mode et toujours plus populaires». En outre, les plans d'épargne offrent une grande flexibilité: ils peuvent être mis en pause à tout moment et le montant maximal à investir peut être adapté facilement aux possibilités financières du moment.



Pour faire simple, le plan d'épargne fonctionne comme un ordre permanent.

Philipp Merkt
Chief Investment Officer

Offre de plan d'épargne complète

Dans e-trading, les clientes et les clients ont au total 30 ETF différents à leur disposition. ETF est l'acronyme de «Exchange Traded Fund», à savoir des fonds négociés en bourse qui reflètent directement la performance d'un indice, comme le SMI par exemple. Contrairement à de nombreux fonds traditionnels, les ETF sont gérés de manière passive, ce qui implique des coûts de gestion et d'exploitation moins élevés. Avec les plans d'épargne en actions, les clientes et les clients peuvent acheter dans e-trading quelque 300 actions des principaux indices tels que SMI, DAX ou Dow Jones. Plusieurs certificats thématiques de PostFinance sont également éligibles au plan d'épargne.



Technologie et innovation

La Poste est bien plus qu'une entreprise logistique: son cœur de métier repose sur un paysage technologique solide, moderne et en constante évolution sur le plan numérique, qui est développé et exploité en grande partie par ses quelque 1500 collaboratrices et collaborateurs IT. Pour continuer à fournir des prestations de très haute qualité et répondre aux souhaits de la clientèle, la Poste ne cesse d'élargir ses compétences. Ainsi, elle ne se contente pas de faire entrer le secret postal dans le monde numérique, elle rend aussi les processus internes plus efficaces et décharge le personnel des tâches répétitives en recourant à des technologies innovantes. De leur côté, les clientes et les clients profitent, par exemple grâce à des solutions basées sur l'IA, de nouvelles prestations pratiques qui correspondent précisément à leurs besoins.

Entretien

«Une Poste moderne ne peut renoncer à l'IA»

Les activités de la Poste reposent sur l'informatique. Il est donc primordial que l'entreprise soit visionnaire sur des thèmes comme ceux de l'intelligence artificielle ou de la cybersécurité et qu'elle donne les moyens à son personnel de gérer ces solutions avec responsabilité.

Entretien avec Wolfgang Eger, responsable Informatique/Technologie:

→ Page 76

Pénurie de main-d'œuvre qualifiée

Des solutions attrayantes pour assurer l'avenir

La pénurie de spécialistes informatiques met la Poste face à d'énormes défis. Celle-ci y répond en agrandissant des sites nationaux et internationaux, en encourageant la diversité, notamment linguistique, et en favorisant la collaboration inter-générationnelle et des modèles de travail attrayants (p. ex. le workation).

→ Page 77

Cybersécurité



La Poste étend son programme bug bounty

La Poste investit dans une stratégie de cybersécurité proactive et invite des hackers éthiques du monde entier à tester les applications numériques qu'elle a développées afin de combler d'éventuelles failles de sécurité avant qu'elles ne soient exploitées.

→ Page 78

Suivi des envois en temps réel, dossier électronique du patient ou encore vidéo-conseils dans les filiales: dans toutes les unités du groupe et les RH, l'innovation et la transformation numérique sont d'importants sujets que la Poste a concrétisés de diverses manières en 2024. En voici quelques exemples:

Un monde du travail en mutation



Les compétences numériques, un facteur de réussite

Essor du numérique, automatisation, données et IA: le monde du travail évolue à toute vitesse. C'est pourquoi la Poste a à cœur de faire aussi évoluer son personnel et d'assurer sa formation au numérique, en lui offrant de nombreuses possibilités de développement.

→ Page 83

Recrutement



Faciliter le processus de candidature grâce au numérique

Chaque année, la Poste recrute près de 3800 personnes et reçoit plus de 90 000 candidatures. Pour que le déroulement du processus soit aussi simple et efficace que possible, elle mise sur diverses innovations numériques.

→ Page 85



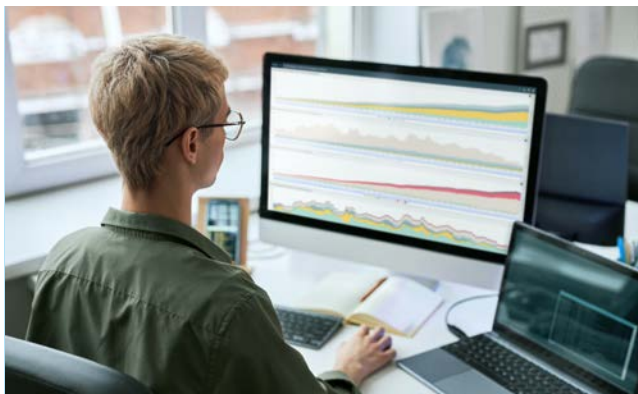
Plateformes de communication



Un nouvel élan pour le dossier électronique du patient

La Poste développe en permanence sa plateforme pour le dossier électronique du patient. Grâce au service numérique de self-onboarding, il est très facile d'ouvrir un DEP, partout en Suisse. Dans de nombreux cantons, ce service est gratuit.

→ Page 44



Cryptographie

Solutions pour la sécurité numérique

La cryptographie, ou l'art du chiffrement, protège les informations dans la communication de données contre tout accès non autorisé. Dans le centre de compétences que la Poste dédie à ce domaine à Neuchâtel, des spécialistes développent des technologies de chiffrement ultramodernes.

→ Page 48

Plateforme de communication ePost

La lettre numérique dans le service universel

À l'avenir, les clientes et les clients pourront choisir de recevoir leur courrier sous forme physique ou sous forme numérique. La plateforme de communication ePost offre d'ores et déjà une solution sûre et flexible en la matière, en garantissant à tout moment le secret des lettres.

→ Page 46

Vote électronique

Votations et élections: en toute simplicité et sécurité

Le vote électronique offre à l'électorat et aux autorités de nombreux avantages comme l'enregistrement des votes indépendant de l'heure et du lieu. Il empêche par ailleurs le dépôt de votes invalides. En 2024, le système de vote électronique développé par la Poste a été utilisé avec succès dans les cantons de Bâle-Ville, des Grisons, de Saint-Gall et de Thurgovie, lors des élections et des votations fédérales, cantonales et communales. La sécurité des votes électroniques a été garantie à tous les scrutins et les dépouillements se sont déroulés sans accroc. Les cantons de Genève, de Lucerne et de Neuchâtel prévoient d'utiliser ce système dans les années à venir.

Chiffrement d'e-mails

Envoyer des informations sensibles en toute sécurité

IncaMail, le service de messagerie électronique de la Poste, assure l'envoi fiable, sécurisé et conforme à la protection des données de documents confidentiels, comme les contrats, les factures ou les décomptes de salaire. En 2024, la Poste a modernisé ce service.

→ Page 47



Suivi des envois en temps réel

Quand mon colis va-t-il arriver?

Suivi des envois en temps réel: la Poste a mis au point un service qui fournit des informations précises sur la distribution des colis. La veille de la distribution, une plage horaire entre deux et quatre heures est indiquée sous «Mes envois» et, le jour même, elle est réduite entre 40 et 90 minutes.

→ Page 39



Vidéo-conseil

Une offre de service moderne

Désormais, la Poste propose des solutions vidéo dans près de 20 filiales. Ces nouveaux formats numériques permettent aux clientes et aux clients de soumettre leurs demandes par vidéo. La Poste entend ainsi réduire les temps d'attente dans ses filiales et simplifier le traitement des opérations postales.

→ Page 54

Contact Center

Numérique et personnel: le Contact Center de la Poste est là pour toutes et tous

Qu'est-ce qui différencie les baby-boomers, les millennials et la génération Z? Ils n'ont pas recours aux mêmes canaux de communication quand ils veulent poser une question à la Poste: les anciens téléphonent, les plus jeunes chattent. Le Contact Center de la Poste tient compte de ces préférences en proposant de nouvelles solutions numériques.

→ Page 56

Solutions de mobilité

Concevoir une mobilité d'entreprise multimodale et durable

En 2024, Post Company Cars et Urban Connect ont engagé un partenariat afin de proposer aux entreprises des solutions de mobilité globales, multimodales et durables. Via une plateforme commune, le personnel des entreprises clientes pourra accéder de manière flexible à un écosystème de véhicules à faibles émissions (voitures, scooters et vélos électriques) en réservant sur une seule et même application. Cette plateforme simplifiera également l'intégration des parcs de véhicules existants, tout en permettant de mesurer le taux d'utilisation ainsi que les émissions.

+ postcompanycars.post.ch/fr/pages/news/2024/parteneriat-strategique-entre-urban-connect-et-post-company-cars

YellowDrive

Réserver en ligne des véhicules de fonction pour une location temporaire

Petites voitures, breaks, SUV ou utilitaires légers: avec YellowDrive, les entreprises peuvent réserver à la dernière minute un véhicule de fonction adapté à leurs besoins pour un ou plusieurs mois – facilement et rapidement via la boutique en ligne de Post Company Cars. Hormis le carburant, tout est compris dans le prix de location, de l'assurance à l'immatriculation. Avec cette nouvelle offre, le plus grand prestataire de flotte indépendant de toute marque en Suisse répond au besoin croissant de la clientèle commerciale de disposer d'un abonnement véhicules.

+ postcompanycars.post.ch/yellowdrive

À la demande

Des solutions adaptées aux besoins pour une mobilité flexible et durable

Au lieu de suivre un horaire fixe, les véhicules CarPostal répondent aux réservations individuelles passées via l'application ou par téléphone: avec le service à la demande, CarPostal prend en charge les personnes là où elles se trouvent pour les conduire là où elles le souhaitent. En 2024, CarPostal a lancé plusieurs projets axés sur les besoins.

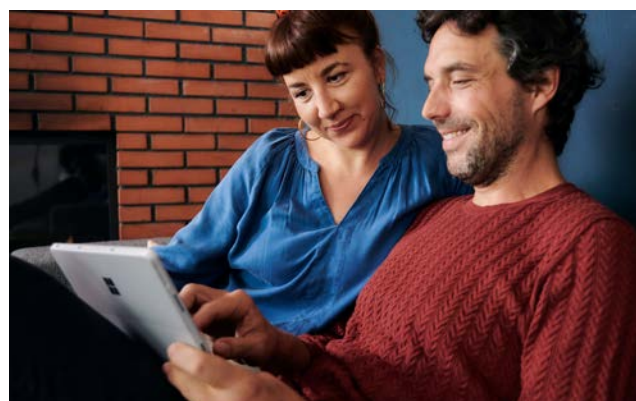
→ Page 64

Cryptomonnaies

PostFinance lance une offre de plans d'épargne en cryptomonnaies

PostFinance propose à sa clientèle d'investir facilement et en toute sécurité dans des cryptomonnaies et de conserver celles-ci. Toute personne intéressée peut passer par e-finance ou la PostFinance App pour investir régulièrement de petits montants dans un plan d'épargne en cryptomonnaies.

→ Page 69

**E-trading**

Plans d'épargne pour les ETF, les actions et les certificats thématiques

PostFinance est la première grande banque de détail suisse à proposer à sa clientèle l'ouverture de plans d'épargne pour les ETF, les actions et les certificats thématiques sur sa plateforme d'e-trading. Le fonctionnement est aussi simple que celui d'un ordre permanent.

→ Page 71

Vidéo-conseil

Adapter les filiales aux besoins de la clientèle

Pour améliorer le service dans les zones de vente, PostFinance optimise l'expérience client en transformant ses filiales et en y introduisant le conseil par vidéo. L'idée est de traiter plus efficacement les demandes et de dégager du temps au profit du conseil personnel et de la vente. La première filiale réagencée a ouvert ses portes à Lausanne fin 2024. Dès 2025, les 15 autres filiales seront à leur tour modernisées et adaptées aux besoins de la clientèle. PostFinance a par ailleurs déployé le conseil par vidéo: où qu'ils se trouvent, les clientes et les clients peuvent être conseillés en ligne, sans avoir à se déplacer dans une filiale. Les retours sont positifs: nombreux sont ceux-ci qui apprécient le gain de temps, tout en trouvant que le conseil par vidéo est plus personnel qu'un appel téléphonique.

Entretien avec Wolfgang Eger, responsable Informatique/Technologie

«Une Poste moderne ne peut renoncer à l'IA»

Logistique, banking, transport de données numériques: les activités de la Poste reposent sur l'informatique. Pour la Poste de demain, il est indispensable de faire preuve d'anticipation en matière d'intelligence artificielle, de cybersécurité et de nouvelles interfaces clientèle numériques, mais aussi de former le personnel pour qu'il utilise ces solutions avec responsabilité et en connaissance de cause.

Wolfgang Eger, dans quels domaines la Poste utilise-t-elle l'intelligence artificielle?

Au cours des trois dernières années, nous avons engagé près de 150 personnes pour exploiter pleinement le potentiel de l'intelligence artificielle (IA). Notre démarche porte sur les solutions d'automatisation, le monde du travail numérique et la gestion de nos données de manière responsable. Sur les différents projets lancés dans toutes les unités de l'entreprise, nous en avons déjà réalisé près de 20 portant sur l'IA, notamment pour les formalités douanières et l'estimation des volumes dans la distribution, sans oublier le développement de notre propre Large Language Model, qui génère des contenus basés sur le texte pour notre solution interne de traduction automatique et pour le chatbot du Contact Center. Nous utilisons aussi l'IA dans l'interaction avec la clientèle, pour les rapports de contact et les systèmes de synthèse vocale, en guise de soutien à notre personnel et à notre clientèle, et nous l'associons à des programmes de formation tels que Digital Champions. Une Poste moderne ne peut renoncer à l'IA. Nous sommes l'une des premières entreprises à avoir utilisé Microsoft Copilot pour assister nos processus de travail. En 2024, la Poste s'est vu décerner le Corporate AI Award pour ses prestations dans le domaine de l'IA.

Quelle est l'importance de la confiance dans le monde numérique?

La confiance est importante, notamment en ce qui concerne l'utilisation de l'IA. C'est pourquoi nous misons sur des mesures de sécurité à même de s'adapter aux progrès technologiques en cours, tout en protégeant au mieux nos systèmes et nos données. Nous sommes en effet régulièrement l'objet de cyberattaques. Plus de 85 experts en sécurité veillent à un environnement sûr à la Poste et repoussent chaque mois avec succès jusqu'à 100 attaques. Cette compétence, de même que notre transparence et la gestion consciente et éthique des données, sont déterminantes. Sans elles, nos prestations numériques ne susciteraient pas la confiance. Malheureusement, ce haut niveau de confiance a un inconvénient que nous ne pouvons pas ignorer: la Poste est en Suisse l'une des marques les plus souvent victimes d'attaques de hameçonnage, de la part d'escrocs qui tentent d'accéder à des données personnelles.

Comment la Poste protège-t-elle ses applications et ses données?

Nous sommes l'une des premières entreprises à avoir rendu accessible dans notre programme bug bounty public la majeure partie des applications que nous avons développées nous-mêmes, le reste suivant peu à peu. Nous pouvons ainsi identifier des failles à un stade précoce et y remédier afin de continuer à assurer la sécurité de nos solutions en suivant l'évolution des technologies. En interne, nous nous appuyons pour cela sur un important réseau de Security Champions, qui vérifient si un problème signalé a des répercussions dans leur unité et qui comblent immédiatement les failles de sécurité. Par ailleurs, nous formons régulièrement l'ensemble du personnel à la détection des risques et à leur gestion.

Comment la Poste recrute-t-elle les spécialistes recherchés?

Nous renforçons en permanence nos sites en Suisse afin d'enrichir notre savoir-faire. En plus de Belinzone et de Neuchâtel, nous avons ouvert un site informatique à Lausanne, en 2024, pour avoir accès aux talents informatiques de Suisse romande. Ce site suscite un vif intérêt. Nous recrutons via notre site à Lisbonne les spécialistes que nous ne trouvons pas ici en dépit de tous les efforts que nous déployons. C'est ainsi qu'à ce jour, nous avons recruté pour la Poste plus de 90 spécialistes, dont des personnes hautement qualifiées dans les domaines de l'analyse de données, de la cybersécurité et du développement de logiciels.



La Poste s'est vu décerner le Corporate AI Award.

Wolfgang Eger
Responsable Informatique/Technologie



Pénurie de main-d'œuvre qualifiée

La Poste réagit à la pénurie de spécialistes informatiques

Parmi les entreprises d'envergure nationale opérant en Suisse, la Poste est dotée de la troisième plus grande unité informatique (plus de 1500 collaboratrices et collaborateurs). La pénurie de spécialistes informatiques la met donc face à d'énormes défis. «Nous y répondons en prenant de nombreuses mesures», explique Mathis Marugg, responsable Strategy Execution & Enablement. «Nous agrandissons des sites nationaux et internationaux, nous encourageons la diversité, notamment linguistique, et nous favorisons la collaboration intergénérationnelle, tout en proposant des modèles de travail attrayants comme le workation.»

De nouveaux sites informatiques et des modèles de travail innovants

Depuis fin 2023, le site informatique de Lausanne s'ajoute à celui de Neuchâtel dans le but de cibler d'autres collaboratrices et collaborateurs francophones potentiels. L'idée est d'agrandir ces deux sites pour qu'ils emploient chacun près de 70 personnes. Le site de Bellinzone est développé lui aussi pour, à l'avenir, accueillir quelque 100 collaboratrices et collaborateurs.

Afin de compenser la pénurie de spécialistes en Suisse, la Poste investit également dans des sites à l'étranger. Une étape importante a été franchie avec l'ouverture à Lisbonne d'un site informatique qui emploie d'ores et déjà plus de 80 personnes de douze nationalités différentes dans des domaines clés tels que le développement de systèmes, l'analyse de données, l'analyse de gestion et la cybersécurité. Dans le cadre de son attrayant modèle de travail Workation, la Poste propose par ailleurs aux membres de son personnel de travailler jusqu'à 20 jours par an sans être liés à un lieu de travail fixe, ce qui permet à ceux-ci de concilier travail, voyages et visites à leurs proches.

Faits et chiffres

1500

collaboratrices et collaborateurs dans l'informatique

300

projets de logiciels et de développement chaque année

1000

applications internes de la Poste en service

5000

bases de données

60

places de formation dans le domaine informatique chaque année

89%

Taux de maintien de l'engagement après la formation



Cybersécurité

La Poste étend son programme bug bounty

Voilà cinq ans que la Poste a recours à son programme bug bounty, l'un des plus importants d'Europe, pour déceler des failles dans ses systèmes informatiques. En août, elle l'a étendu à toutes les applications numériques qu'elle a elle-même développées. Des hackers éthiques du monde entier peuvent donc désormais tester celles-ci sous toutes les coutures. Dépourvus de toute intention criminelle, ils s'attaquent à différents domaines de la Poste ayant recours à la technologie: de la distribution des colis à des services numériques comme «Mes envois» et le vote électronique, en passant par l'horaire CarPostal. Ils doivent sans cesse se renouveler car les technologies évoluent, ce qui implique d'adapter en permanence les normes de sécurité.

Une stratégie de cybersécurité proactive

Le programme bug bounty permet de déceler de potentielles failles de sécurité à un stade précoce et de les combler avant qu'elles ne soient exploitées. «La gestion fiable des informations personnelles et leur protection contre les accès non autorisés sont inscrites dans les gènes de la Poste», indique Marcel Zumbühl, Chief Information Security Officer (CISO) à la Poste. «Nous nous devons donc d'investir en permanence dans une stratégie de cybersécurité proactive.» Outre la protection des systèmes, l'accent est mis en priorité sur la préservation de la confiance de la clientèle envers les prestations numériques de la Poste.

Faits et chiffres

13 millions,

tel est le nombre d'**e-mails de phishing** et de **spams** interceptés chaque mois par la Poste.

8000

virus écartés par la Poste chaque mois

200

vagues de phishing ciblant chaque mois la clientèle de la Poste

20

cyberattaques menées chaque mois contre la Poste



Personnel

La Poste fait avancer la Suisse: environ 45 000 personnes exerçant plus de 100 métiers différents travaillent à son service dans l'ensemble des régions linguistiques et dans tous les cantons. Accueillant 1887 personnes en formation dans 19 groupes professionnels différents, la Poste est la troisième plus grande entreprise formatrice du pays. Elle aide les jeunes à faire leur entrée dans le monde du travail en leur proposant des places de stage et des programmes conçus pour les jeunes diplômés. En tant qu'employeur, la Poste offre un environnement de travail valorisant ainsi que des conditions d'engagement modernes et équitables. Elle défend la diversité et l'inclusion sous toutes leurs formes: à la Poste, les possibilités d'évoluer sont ouvertes à tout le monde, indépendamment du sexe, de la langue, de l'origine ou de toute autre caractéristique personnelle. Afin que l'ensemble de son personnel soit paré pour répondre aux exigences du monde du travail actuel et futur, la Poste investit durablement dans des offres de développement destinées à ses collaboratrices et à ses collaborateurs, qui constituent son principal facteur de réussite.

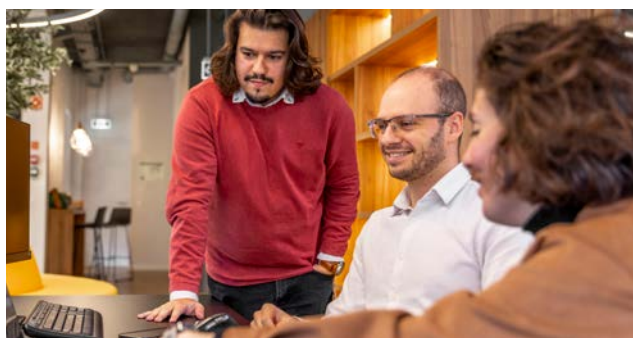
Entretien

«Nous devons penser dès aujourd'hui à demain»

Comment la Poste réagit-elle à la transformation du monde du travail? Elle veille à accompagner son personnel dans le processus de transformation, à réduire les incertitudes et à exploiter les opportunités offertes par les nouvelles technologies. Sa forte marque employeur lui permet de relever les défis en matière de recrutement.

Entretien avec Valérie Schelker, responsable Personnel:

→ Page 82



Un monde du travail en mutation

Les compétences numériques: un facteur de réussite

Essor du numérique, automatisation, données et IA: le monde du travail évolue à toute vitesse. C'est pourquoi la Poste a à cœur de faire aussi évoluer son personnel et d'assurer sa formation au numérique, en lui offrant de nombreuses possibilités de développement.

→ Page 83

Recrutement

Faciliter le processus de candidature grâce au numérique

Chaque année, la Poste engage quelque 4000 personnes et reçoit près de 90 000 candidatures. Pour que le déroulement du processus soit aussi simple et efficace que possible, elle mise sur diverses innovations numériques.

→ Page 85

**Opportunités de carrière**

Un large choix de formations professionnelles offrant des perspectives

Troisième entreprise formatrice de Suisse, la Poste propose en 2024 772 places d'apprentissage dans 19 groupes de professions différents. Pour attirer les jeunes talents, elle mise sur des canaux modernes, comme TikTok et Snapchat, où elle présente ses atouts en matière de formation.

→ Page 86

Sites administratifs

Le contact direct reste important

Le télétravail et les modèles de travail hybrides font désormais partie intégrante du travail de bureau quotidien. De ce fait, les espaces existants sont moins occupés. La collaboration inter-unités et les échanges directs entre les membres du personnel n'en demeurent pas moins essentiels aux yeux de la Poste, qui prévoit de créer douze sites administratifs modernes et adaptés aux besoins d'ici 2030. Les premiers de ces «hubs» ont vu le jour à Olten et à Zurich en 2024, d'autres suivront, à Berne et à Lausanne, dans un premier temps.

StayFit

Offres globales de soutien pour le personnel

Destinée au personnel de la Poste, la plateforme en ligne StayFit regroupe diverses offres du Conseil social, de la Gestion de la santé et du Centre de carrière. Elle fournit des informations utiles et un précieux soutien pour aider à surmonter des situations difficiles sur le plan professionnel ou privé, et propose aussi un chat anonyme avec des spécialistes internes qui permet d'obtenir une assistance psychosociale en cas de conflits, de tensions au travail ou de soucis personnels.

JobVoice

Le programme influenceur d'entreprise de la Poste

Pour expliquer à sa propre communauté pourquoi il est intéressant de travailler à la Poste, le programme JobVoice n'a pas son égal, car les collaboratrices et les collaborateurs sont extrêmement bien placés pour présenter la Poste en tant qu'employeur attrayant. Lors de formations, ils apprennent à communiquer avec professionnalisme sur leur travail quotidien, leurs projets et leurs expériences mais aussi à améliorer leurs compétences créatives. JobVoice leur permet à la fois d'améliorer leurs aptitudes en matière de médias sociaux et de renforcer leur marque personnelle, tout en développant leur réseau.

Partenariat social

Nouvelle convention collective de travail pour 28 300 collaboratrices et collaborateurs

La Poste et les syndicats syndicom et transfair ont clôturé les négociations relatives à la nouvelle CCT faîtière et aux deux CCT d'entreprise de Poste CH et PostFinance SA, qui sont entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2025. Les nouvelles CCT d'entreprise prévoient notamment un relèvement des suppléments pour le travail en soirée, de nuit, le dimanche et dans le cadre du service de piquet ainsi qu'une augmentation du montant des primes de fidélité et une nouvelle réglementation des jours fériés. La nouvelle CCT faîtière vient appuyer l'application de la CCT. Elle définit également de nouvelles dispositions supérieures relatives à la politique du personnel et au partenariat social.

Médias didactiques



Matériel pédagogique gratuit pour les écoles

Avec Éditions scolaires Poste (anciennement Service scolaire PostDoc), le personnel enseignant bénéficie d'un matériel pédagogique gratuit pour les élèves de tous âges, du stade de l'école enfantine jusqu'au degré secondaire, et pour les gymnases et écoles professionnelles. Des supports numériques et analogiques sont utilisés pour traiter des sujets tels que le service universel postal, la gestion des finances, l'orientation professionnelle et la communication. La page web a fait peau neuve lors de la rentrée scolaire 2024 et l'offre réactualisée sur le «Service public du futur» a été mise en ligne en décembre 2024. Plus de 25 000 membres du corps enseignant et de 600 000 élèves ont profité des moyens didactiques mis à disposition par la Poste durant l'année 2024.

Entretien avec Valérie Schelker, responsable Personnel

«Nous devons penser dès aujourd'hui à demain»

Comment la Poste réagit-elle à la transformation du monde du travail? Elle veille à accompagner son personnel dans le processus de transformation, à réduire les incertitudes et à exploiter les opportunités offertes par les nouvelles technologies. Ses stratégies innovantes et sa forte marque employeur lui permettent de relever les défis en matière de recrutement.

Valérie Schelker, les uns voient dans la transformation numérique des opportunités à saisir, les autres des motifs d'inquiétude: alors, est-elle un mal ou un bien?

On peut comprendre les deux points de vue. Avec l'essor du numérique, les exigences deviennent plus complexes. Il faut aussi se familiariser avec de nouveaux outils et modes de travail. Certains membres du personnel sont déstabilisés par cette évolution radicale et très rapide du monde du travail. Il est donc important de les accompagner et de les former afin qu'ils n'éprouvent pas un sentiment d'impuissance. Quand on se sent soutenu, on est plus confiant et donc mieux à même de saisir les opportunités offertes par la transformation numérique en participant volontiers au changement. Il est de notre devoir d'employeur de proposer des formations et des offres de conseil, mais chaque membre du personnel doit aussi se responsabiliser. Autrement dit, nous devons tous penser dès aujourd'hui à demain.

En ce qui concerne les postes de travail au bureau et le télétravail, employeurs et employés n'ont pas toujours les mêmes aspirations. Comment la Poste gère-t-elle cet aspect?

Pour notre personnel des centres de tri, de la distribution ou des filiales, la question du lieu de travail ne se pose pas. En revanche, pour le personnel de bureau, les modèles de travail flexibles jouent un rôle important, raison pour laquelle nous allons concentrer nos surfaces de bureaux sur environ douze sites de Suisse d'ici 2030. Bénéficiant d'un emplacement central et d'équipements modernes, ces hubs de bureaux seront à la disposition de toutes les unités. Nous sommes convaincus que les contacts directs et la collaboration sur place sont indispensables: pour le réseautage, pour l'introduction et l'intégration des nouvelles recrues mais aussi pour la dynamique d'innovation. Le télétravail est une possibilité qui est généralement appréciée et qui peut compléter le travail dans les hubs de bureau dès lors que les tâches et responsabilités assumées le permettent.

Quelles sont les stratégies poursuivies par la Poste pour s'affirmer avec succès sur le marché du travail et quels sont les types de poste les plus difficiles à pourvoir?

Ce sont surtout les profils très pointus et les postes de senior dans l'informatique, le numérique, l'intelligence artificielle et la durabilité qui posent des problèmes de recrutement. Il nous arrive aussi de faire face à des pénuries de personnel de distribution ou de conduite des véhicules dans certaines régions. Pour y remédier, et pour nous démarquer de la concurrence, nous misons sur un processus de recrutement innovant, qui simplifie la tâche des deux côtés. Ainsi, les candidatures peuvent désormais être soumises via WhatsApp et les CV sont présélectionnés au moyen d'un système automatisé. Par ailleurs, nous testons le mode de recrutement orienté sur le potentiel, dans lequel les possibilités de développement personnel sont au premier plan, nous recherchons activement par nous-mêmes des candidates ou candidats ayant le bon profil.

Et bien sûr, nous accordons une grande importance à la formation professionnelle: sur les quelque 1900 jeunes qui entrent en apprentissage chaque année à la Poste, plus de 60% y restent quand ils l'ont terminé. Nous pouvons ainsi compter sur 400 nouvelles personnes qualifiées annuellement, ce qui est réjouissant.

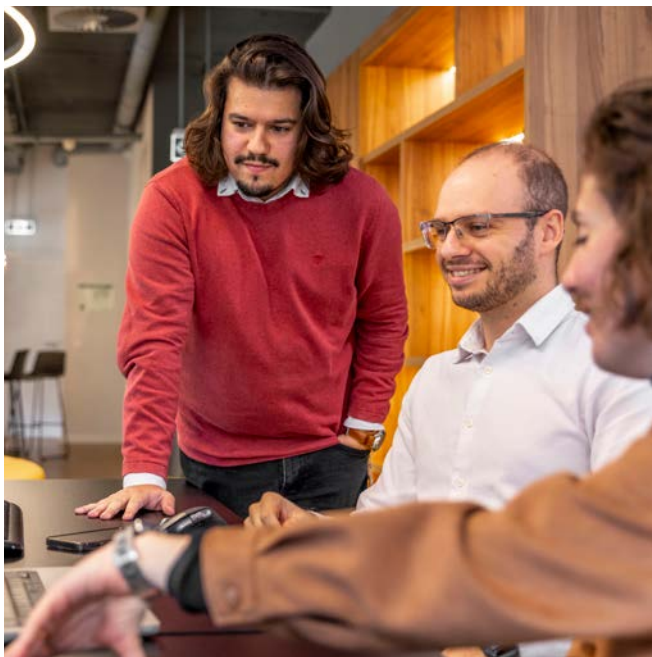
Comment la Poste parvient-elle à fidéliser son personnel?

Pour rester attrayante en tant qu'employeur, elle offre de bonnes conditions d'engagement et perspectives de développement, tout en pratiquant une solide culture d'entreprise. La durabilité est également un atout de poids. Nous réexaminons et réajustons ces différents paramètres régulièrement, en consultant aussi dans ce cadre nos partenaires sociaux. Notre marque employeur se caractérise par sa crédibilité et c'est à travers elle que nous faisons valoir nos spécificités, tant en interne qu'en externe.



Quand on se sent soutenu, on est mieux à même de saisir les opportunités offertes par la transformation numérique.

Valérie Schelker
Responsable Personnel



Un monde du travail en mutation

Les compétences numériques: un facteur de réussite

L'aisance avec le numérique revêt une très grande importance pour la mise en œuvre efficace de la stratégie «Poste de demain». C'est pourquoi la Poste aide son personnel à acquérir des compétences numériques en lui proposant des offres de développement diversifiées.

L'essor du numérique est aussi ce qui fait évoluer très vite le monde du travail, y compris à la Poste, où des technologies comme l'intelligence artificielle (IA) s'invitent dans un nombre croissant d'unités d'affaires, car elles permettent de gagner en efficacité, d'optimiser les processus et de travailler autrement. La Poste s'attache donc aussi à faire évoluer son personnel et à le former au plus vite. Ainsi, en 2024, elle a engagé une démarche de promotion ciblée de développement des compétences numériques en mettant plus particulièrement l'accent sur le maintien de l'adéquation du personnel au marché du travail et sur la transformation numérique dans l'entreprise. «Nous encourageons et nous aidons nos collaboratrices et nos collaborateurs à explorer les possibilités qui s'offrent à eux dans la transformation numérique et à contribuer à les façonner», précise Nadia Eggmann, responsable Apprentissage et développement. «Ce faisant, nous voulons surtout que, dans le cadre de leur rôle et de leur domaine d'activité, ils soient en mesure de développer de nouvelles idées et formes d'application de sorte à être des moteurs de progrès et d'innovation au sein de l'entreprise, quels que soient les outils numériques qu'ils utilisent à cet effet», indique-t-elle.

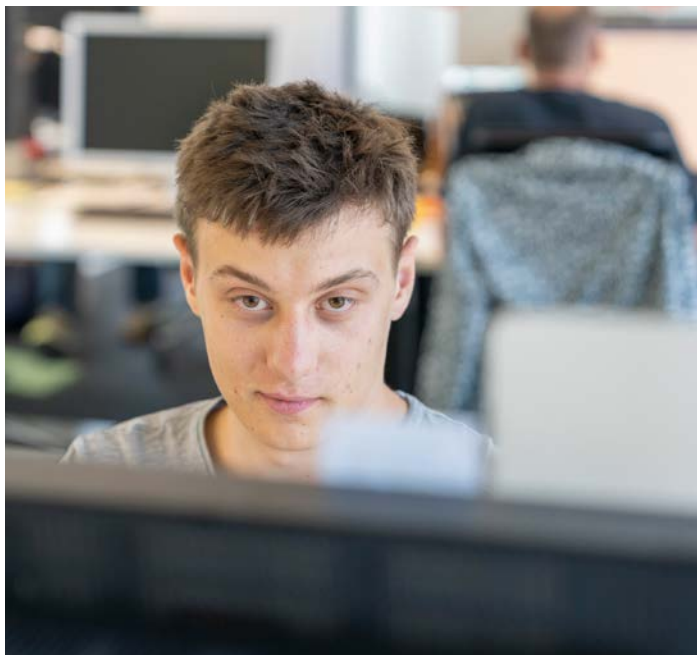
Un vaste éventail de programmes et de formations

La Poste propose un grand nombre de formations et de programmes de perfectionnement numérique, avec la plateforme d'apprentissage Digital Enabling comme point de départ pour aborder les thèmes en lien avec la transformation numérique, l'automatisation, les données et l'IA. Le personnel a la possibilité de parfaire ses connaissances dans le cadre de cours d'auto-apprentissage et de programmes dirigés, par exemple les «Promptathons», qui lui permettent de se former à la rédaction d'instructions (prompts) pour le pilotage de systèmes d'IA. L'objectif est de concevoir des solutions réutilisables en tant que modèles pour de futures tâches. Il existe également le programme de formation interne Digital Champion pour le développement des compétences numériques et la transformation numérique. S'étendant sur une année, il porte à la fois sur les méthodologies, les technologies, les outils et l'éthique numérique. En outre, la Poste est l'une des premières entreprises de Suisse



Nous encourageons nos collaboratrices et nos collaborateurs à explorer les possibilités qui s'offrent à eux en matière de transformation numérique.

Nadia Eggmann
Responsable Apprentissage et développement



à avoir testé des solutions offertes par l'IA en ayant recours à une communauté d'apprentissage pour l'utilisation de Microsoft Copilot. Elle assume aussi une partie des coûts des formations externes sur ce thème.

Associer le personnel de la distribution et du tri à la transformation numérique

Depuis 2021, la Poste s'emploie à faire aussi progresser le numérique au niveau de l'exploitation, afin d'assurer la connexion numérique de l'ensemble du personnel avec l'entreprise et de l'associer activement à la transformation numérique. Les factrices et les facteurs disposent d'un compte Poste et utilisent Microsoft Teams sur leurs smartphones professionnels, dont ils se servent aussi, et surtout, pour scanner les colis et les envois recommandés. Teams leur permet de chatter et de recevoir des informations relatives à l'exploitation. Dans le cadre de leur travail quotidien au tri, certains groupes professionnels particuliers accèdent à Internet ou à des processus RH numériques via leur smartphone.

Recrutement

Faciliter le processus de candidature grâce au numérique

Chaque année, la Poste engage quelque 4000 personnes et reçoit près de 90 000 candidatures. Pour que le déroulement du processus soit aussi simple et efficace que possible, elle mise sur diverses innovations numériques. Ainsi, à l'avenir, les personnes intéressées pourront postuler sur la page web poste.ch en se connectant facilement avec Gmail ou LinkedIn, voire même soumettre leur candidature sans aucun login. Celles ayant téléchargé leur CV n'auront plus besoin d'entrer leurs données personnelles manuellement car le portail de la Poste le fera automatiquement. Par ailleurs, pour certains emplois, la Poste teste un processus de transmission des candidatures via WhatsApp, avec un outil automatisé de demande des principales informations qui permet de gagner en simplicité et en rapidité. Les premiers résultats montrent que les personnes travaillant peu sur ordinateur apprécient particulièrement cette possibilité. Une fois la candidature reçue via WhatsApp, la Poste organise un entretien de présentation ou une journée de découverte permettant aux deux parties de s'assurer qu'elles font le bon choix.



Pour certains emplois, la Poste teste un processus de transmission des candidatures via WhatsApp.



Opportunités de carrière

Un large choix de formations professionnelles offrant des perspectives

Troisième entreprise formatrice de Suisse, la Poste propose en 2024 772 places d'apprentissage dans 19 groupes de professions différents, de la logistique à l'informatique en passant par les professions techniques et commerciales, et ce dans toutes les régions linguistiques du pays. Pour attirer les jeunes talents, elle mise sur des canaux modernes, comme TikTok et Snapchat, où elle présente ses atouts en matière de formation. Clé de voûte de la campagne, la plateforme interactive «Jump-in» a recours à un format vidéo innovant qui permet de s'immerger dans les différentes filières d'apprentissage proposées à la Poste.

Priorité donnée aux métiers ICT

Pour remédier à la pénurie de personnel qualifié en informatique, un accent tout particulier est mis sur la formation ICT. Dans ce cadre, la Poste a contribué à mettre en place le nouvel apprentissage de développeuse ou développeur de business numérique CFC, dont le contenu se situe à la jonction de la technique, de l'économie et de l'humain. Elle propose aussi un programme de formation de base dans sa propre fabrique de talents sur le Campus ICT de Berne.

Des compétences essentielles pour l'avenir professionnel

La Poste attache une grande importance à la formation professionnelle, mais aussi au développement personnel. Les personnes en formation assument rapidement des responsabilités et contribuent activement à façonner leur cadre de travail. Dans un environnement innovant, elles acquièrent des compétences clés qui leur seront précieuses pour leur avenir professionnel et profitent des meilleures perspectives de carrière.

[+ post.ch/fr/emplois/premier-emploi/ecoliers](https://post.ch/fr/emplois/premier-emploi/ecoliers)

Faits et chiffres

19

groupes de professions

4

univers professionnels:
logistique, ICT,
technique, relation
clientèle et travail de
bureau

772

nouvelles places
d'apprentissage

1887

personnes en formation
à la Poste actuellement

7

semaines de vacances
pour les personnes en
formation



Responsabilité

Une Poste qui assume sa responsabilité vis-à-vis de l'économie, de la société, de son personnel et de l'environnement conservera toute son importance à l'avenir. Ainsi, dans le domaine du climat et de l'énergie, la Poste améliore son efficacité énergétique et augmente la part des énergies renouvelables dans sa consommation. La Poste dans son ensemble, y compris sa chaîne de valeur, aura atteint l'objectif Zéro émission nette dès 2040 grâce à ses investissements dans la réduction des émissions de CO₂ et dans des technologies d'extraction de ses émissions résiduelles. Pour la Poste, il est également important de veiller à la sécurité et à la fiabilité de l'utilisation d'Internet. C'est pourquoi elle a défini des valeurs et des principes en matière d'éthique numérique, qu'elle diffuse à la fois en interne et en externe. Par ailleurs, en soutenant des projets sociaux et culturels, la Poste rend à la population de Suisse une part de ce qu'elle lui doit. En témoigne notamment son engagement aux côtés de Suisse Rando, dont elle est le principal partenaire.

Climat et énergie



La Poste assume sa responsabilité dans le domaine climatique

En tant qu'entreprise de transport et de logistique, la Poste peut principalement agir pour le climat en misant toujours plus sur la mobilité électrique et sur les énergies renouvelables. En matière de durabilité, une composante centrale de la stratégie du groupe, la Poste a mis en œuvre de nombreuses mesures en 2024.

→ Page 89

Achats



La durabilité dans les chaînes d'approvisionnement

La Poste attend désormais de ses fournisseurs qu'ils offrent des conditions de travail équitables et qu'ils assurent une gestion durable des ressources. Elle les encourage à assumer leur responsabilité sociale en leur fixant des objectifs clairs en matière de réduction des gaz à effet de serre. «Chaque année, nous achetons des marchandises, des services et des prestations de construction pour un montant total de près de 3 milliards de francs. C'est pourquoi il nous importe de sélectionner nos fournisseurs dans un esprit de responsabilité. Ainsi, pour les achats relativement importants, c'est-à-dire de plus de 150 000 francs, nous appliquons des critères de durabilité précis, pondérés à hauteur d'au moins 15%», indique Stefan Schaffner, responsable Achats.

→ Page 91

Éthique numérique

Valeurs et convictions pour la conduite dans l'espace numérique

Ayant à cœur d'assurer la sécurité, la fiabilité et la durabilité de l'utilisation d'Internet, la Poste a défini des valeurs et des principes en matière d'éthique numérique en allant au-delà des normes fixées par la législation, notamment la loi suisse sur la protection des données.

→ Page 92



Engagement

Randonner avec la Poste: une aventure à vivre en famille

En tant que partenaire principal de Suisse Rando, la Poste propose une foule d'idées d'excursions, assorties de conseils utiles. Depuis peu, Sophie la dame lièvre oriente les familles dans leurs choix de promenades hivernales agréables pour les enfants.

→ Page 93



175 ans de la Poste

Célébration de l'anniversaire au Musée de la communication

En 2024, la Poste a fêté ses 175 ans, un anniversaire qui a également été à l'honneur au Musée de la communication, avec un programme riche en temps forts, par exemple des visites guidées interactives offrant un tour d'horizon du passé, du présent et de l'avenir de la Poste.

→ Page 95



Climat et énergie

La Poste assume sa responsabilité dans le domaine climatique

La Poste s'est fixé des objectifs climatiques et énergétiques ambitieux, qu'elle s'attache à rigoureusement mettre en œuvre, notamment en développant la mobilité électrique et en misant sur les énergies renouvelables. La durabilité est une composante centrale de la stratégie du groupe «Poste de demain».

Étant l'une des plus grandes sociétés de transport et de logistique de Suisse, la Poste a de nombreuses possibilités d'agir pour la protection du climat. Dans ce cadre, elle a pour priorité de réduire ses propres émissions de gaz à effet de serre et d'améliorer son efficacité énergétique. «Notre volonté d'atteindre des objectifs climatiques ambitieux a fait ses preuves et nous conduit à viser toujours plus haut», précise Christian Plüss, délégué de la Direction du groupe pour la Corporate Responsibility. Ainsi, la Poste entend assurer une exploitation neutre en carbone à partir de 2030 et atteindre le Zéro émission nette dans la chaîne de création de valeur dès 2040. Les objectifs climatiques de la Poste et de Post-Finance ont été validés par la Science Based Targets initiative (SBTi). Parmi les 9000 sociétés labellisées par la SBTi à travers le monde, seulement neuf entreprises suisses ont obtenu la validation du Zéro émission nette pour 2040, la Poste étant l'une des plus grandes d'entre elles.

Avec ses objectifs, la Poste tient le cap

Pour atteindre ses objectifs ambitieux, la Poste a élaboré un programme complet de mesures, dont beaucoup ont déjà été mises en œuvre en 2024, comme en témoignent les exemples qui suivent.

Électrification du parc de véhicules

La Poste est en train d'accomplir un grand pas en avant dans la réalisation de ses objectifs en électrifiant son parc de quelque 7300 véhicules, qui devient ainsi le plus grand de cette nature en Suisse. Dans les villes de Zurich, Berne, Bâle et Genève, la distribution des lettres et des colis est effectuée avec des véhicules électriques. Dès 2025, il en sera de même dans tous les centres urbains. D'ici à 2030, il est prévu de convertir l'ensemble du parc de véhicules de distribution au mode de propulsion électrique. Pour ses poids lourds aussi, la Poste mise sur des modes de propulsion alternatifs. Elle compte déjà des camions fonctionnant à l'hydrogène ou à l'électricité. Chez CarPostal, il n'y aura plus que des véhicules électriques en service dès 2035, c'est-à-dire cinq ans plus tôt que prévu. Il y a deux grands défis à relever pour convertir les cars postaux et les camions à la propulsion électrique: les



Notre volonté d'atteindre des objectifs climatiques ambitieux a fait ses preuves et nous conduit à viser toujours plus haut.

Christian Plüss
Délégué de la Direction du groupe pour la durabilité

coûts d'achat, plus élevés que dans le cas de véhicules diesel, et le développement de l'infrastructure de charge et d'alimentation en énergie. L'objectif fixé pour CarPostal est très élevé. Il nécessite un cofinancement des frais correspondants par les commanditaires de prestations de transport de personnes ainsi qu'un cadre réglementaire approprié.

Conversion aux énergies renouvelables

La Poste couvre l'intégralité de ses besoins en électricité à partir de sources d'énergies renouvelables suisses. Pour l'exploitation de ses véhicules électriques et de ses points d'accès, elle a uniquement recours au courant vert certifié «naturemade star». Les installations photovoltaïques dont sont équipés 52 sites postaux génèrent chaque année près de 7,5 GWh d'énergie solaire. L'électrification du parc de véhicules entraînant une augmentation de la consommation de courant, la Poste prévoit d'accroître sa capacité photovoltaïque pour atteindre 30 mégawatts-crête d'ici 2030. Elle se fixe la même échéance pour doter environ 80% de ses bâtiments de systèmes de chauffage sans combustible fossile.

PostFinance: décarbonation des investissements dans les placements pour compte propre

Au niveau des placements pour compte propre, PostFinance va réduire ses émissions en visant pour 2030 une diminution d'au moins 25% par rapport à 2021. S'agissant des obligations d'entreprise, elle entend veiller à ce que près de la moitié des contreparties financées poursuivent elles-mêmes des objectifs climatiques validés. Les placements financiers dans des entreprises réalisant plus de 30% de leur chiffre d'affaires sur la base du charbon sont exclus. Dans son Rapport de durabilité 2024, PostFinance publie pour la première fois le plan de transition qu'elle a établi en vue d'atteindre ces objectifs.

Neutralisation et stockage des émissions de CO₂

À partir de 2030, la Poste va extraire de l'atmosphère les émissions résiduelles inévitables et les stocker durablement. C'est dans ce but qu'elle développe un programme d'élimination et de stockage du CO₂, qui inclut notamment des méthodes naturelles, telles que l'exploitation forestière durable. «Nous élargissons nos horizons et voulons agir pour la protection du climat en dépassant le cadre de notre chaîne d'approvisionnement», indique Christian Plüss pour préciser les motivations de la Poste. En collaboration avec la Haute école spécialisée de Berne (HAFL), la Poste a lancé un projet pilote d'exploitation de la forêt de Zillbach, en Thuringe (Allemagne), où il s'agit de stocker du CO₂ à long terme et de promouvoir la biodiversité. Dans ce cadre, le haut niveau de dépenses à engager et l'accès limité à des technologies éprouvées pour l'élimination durable et évolutive du carbone représentent un défi considérable.

Achats

La durabilité dans les chaînes d'approvisionnement

La Poste attend désormais de ses fournisseurs qu'ils offrent des conditions de travail équitables et qu'ils assurent une gestion durable des ressources. Elle les encourage à assumer leur responsabilité sociale en leur fixant des objectifs clairs en matière de réduction des gaz à effet de serre. «Chaque année, nous achetons des marchandises, des services et des prestations de construction pour un montant total de près de 3 milliards de francs. C'est pourquoi il nous importe de sélectionner nos fournisseurs dans un esprit de responsabilité. Ainsi, pour les achats relativement importants, c'est-à-dire de plus de 150 000 francs, nous appliquons des critères de durabilité précis, pondérés à hauteur d'au moins 15%», indique Stefan Schaffner, responsable Achats.

Revêtant la forme d'un partenariat, la collaboration se fonde sur le Code de conduite pour les fournisseurs en vue d'un approvisionnement responsable. En l'acceptant, les entreprises s'engagent notamment à respecter les droits de l'homme, à verser de justes salaires, à proscrire le travail des enfants et à protéger l'environnement ainsi que le climat à tous les stades de leurs chaînes d'approvisionnement. Les violations de ce code peuvent être communiquées de manière anonyme à la plateforme de signalement PosteCourage.



Chaque année, la Poste achète des marchandises, des services et des prestations de construction pour un montant total de près de 3 milliards de francs. C'est pourquoi il lui importe de sélectionner ses fournisseurs dans un esprit de responsabilité.

Stefan Schaffner
Responsable Achats

Éthique numérique

Valeurs et convictions pour la conduite dans l'espace numérique

Avec ses solutions numériques, la Poste accompagne la Suisse vers l'avenir numérique en étant, là aussi, un partenaire digne de confiance. Outre une protection des données conforme à la loi, ce sont aussi et surtout des valeurs et des convictions qui déterminent la conduite à tenir dans l'espace numérique. En effet, la Poste accorde une grande importance à la sécurité, à la fiabilité et à la durabilité du mode d'utilisation du réseau. C'est pourquoi elle a défini des valeurs et des principes en matière d'éthique numérique, en allant au-delà des normes fixées par la législation, notamment la loi suisse sur la protection des données. Dans le domaine de l'intelligence artificielle, pour laquelle il n'existe pas encore de réglementations spécifiques en Suisse, elle apporte une contribution majeure à l'utilisation digne de confiance des nouvelles technologies.

Un mode de conduite guidé par des valeurs

En 2024, la Poste a élaboré un Guide de l'éthique numérique, qu'elle diffuse à la fois en interne et en externe. Elle entend ainsi veiller à ce que le personnel chargé de développer de nouvelles offres et prestations garde toujours à l'esprit les lignes directrices du groupe en matière d'éthique numérique (Ethics by Design). La transparence et la traçabilité dans la gestion des données clients sont au cœur de cette démarche, tout comme la volonté d'offrir à la clientèle la possibilité de déterminer elle-même l'usage qui sera fait de ses données.

Collaboration avec les hautes écoles

Pour contribuer à mieux ancrer le thème de l'éthique numérique dans la société et l'économie, la Poste s'engage au sein de communautés et collabore avec des hautes écoles. Outre des exposés et d'autres interventions sur ce sujet, elle assure l'encadrement de travaux de master. De plus, elle participe au «Swiss Digital Ethics Compass», un projet soutenu par Innosuisse, l'Agence suisse pour l'encouragement de l'innovation, et destiné à promouvoir la réflexion sur des aspects éthiques à travers divers cas d'application.



La Poste a élaboré un Guide de l'éthique numérique, qu'elle diffuse à la fois en interne et en externe.



Engagement

Randonner avec la Poste: une aventure à vivre en famille

En tant que partenaire principal de Suisse Rando, la Poste propose une foule d'idées d'excursions, assorties de conseils utiles. Depuis peu, Sophie la dame lièvre oriente les familles dans leurs choix de promenades hivernales agréables pour les enfants.

Chaque année, la Poste édite des cartes de randonnées où figurent de nouveaux itinéraires et qui aident à trouver les parcours appropriés sur les sentiers de randonnées suisses, totalisant plus de 65 000 kilomètres. La rubrique «Types de randonneur» présente un classement des randonnées qui est fort utile: des guides à quatre pattes, comme la tranquille marmotte Emma ou le hardi bouquetin Hans, facilitent l'identification des sentiers adaptés aux enfants.

Propositions de randonnées pour l'hiver

C'est un nouveau personnage, la dame lièvre Sophie, qui invite petits et grands à découvrir la nature enneigée, notamment en raquettes. Les familles trouveront un vaste choix de randonnées hivernales s'adressant à tous les publics, débutants comme expérimentés, avec par exemple le sentier en pentes douces qui, de La Brévine au Mont Châtelet, traverse de pittoresques forêts de sapin et dévoile de somptueux panoramas, ou encore le parcours de randonnée en raquettes entre le Kiental et le lac de Tschingel, un itinéraire ensoleillé dans des bois paisibles offrant une vue imprenable sur le massif de la Blüemlisalp. Ce ne sont là que deux des nombreuses propositions de randonnées que la Poste et Suisse Rando présentent conjointement depuis 2017.

Un nouveau prix d'encouragement pour les randonnées hivernales

Depuis 2018, dans le cadre du partenariat entre la Poste et l'association Suisse Rando, un prix d'encouragement vient régulièrement récompenser des projets de chemins de randonnée familiale qui n'auraient pu être réalisés sans un soutien financier. Il s'agit ainsi de soutenir des projets offrant une vraie expérience de la nature sur des sites bien desservis par les transports publics et particulièrement adaptés aux randonnées en famille. «Ce prix est une incitation à améliorer constamment la qualité des sentiers de randonnée hivernale balisés», résume Melanie Schmid, responsable Live Communications, en précisant: «Maintenant, nous voulons aussi attirer l'attention sur les organisations privées qui se mobilisent pour les aider à trouver d'autres sponsors et sources de dons afin que de plus en

plus de sentiers de randonnée hivernale sûrs et attrayants soient proposés au public.» Lancé en 2024, le prix d'encouragement de la Poste pour les projets de chemins de randonnée hivernale sera décerné pour la première fois en 2025.

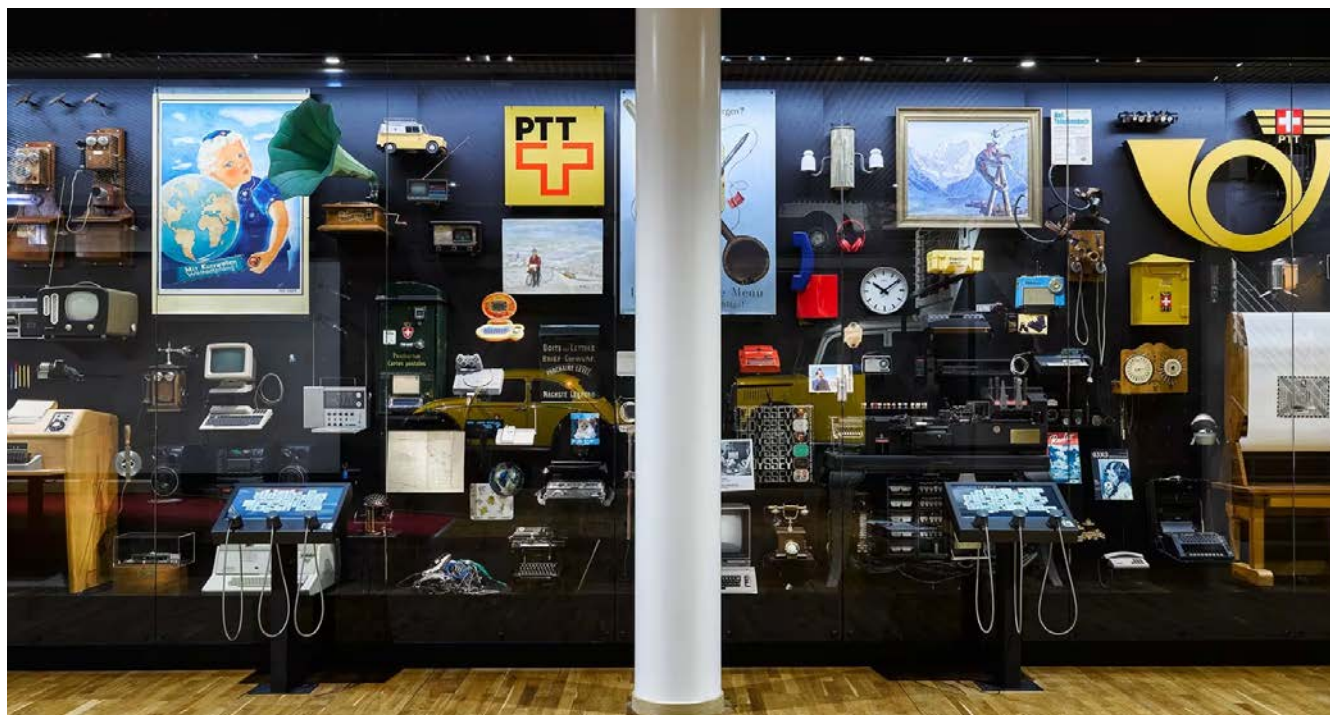
Un engagement sur bien des fronts

En collaboration avec l'association faîtière Suisse Rando et certaines associations de randonnée cantonales, la Poste a aussi mis en place un programme de bénévolat permettant à son personnel de contribuer activement aux travaux d'entretien du réseau de chemins de randonnée pédestre en leur consacrant une journée. Sous la supervision de spécialistes, ces volontaires se chargent de tâches simples, comme l'assainissement de marches d'escalier ou la rénovation de systèmes de drainage, sur des chemins ne présentant aucun risque. De plus, la Poste apporte son soutien à diverses manifestations autour de la randonnée, dont la «Coop Rando Famille», qu'elle agrmente d'énigmes et d'histoires, ou encore la Nuit suisse de la randonnée.

Arriver sur place en car postal

La Poste permet aussi au public d'atteindre tous les sites des randonnées proposées et d'en revenir en toute quiétude, grâce aux cars postaux: offrant la possibilité d'admirer la nature dans toute sa splendeur, le trajet est à lui seul riche en découvertes quand défilent sous les yeux de majestueux cols alpins, de puissants glaciers, des lacs de montagne étincelants, des gorges vertigineuses et des villages idylliques.

- + Nos engagements pour la Suisse: post.ch/fr/notre-profil/responsabilite/engagements-pour-la-suisse
- + Notre engagement social: post.ch/fr/notre-profil/responsabilite/engagement-social
- + Notre engagement économique: post.ch/fr/notre-profil/responsabilite/sponsoring-economique



175 ans de la Poste

Célébration de l'anniversaire au Musée de la communication

En 2024, la Poste a fêté ses 175 ans, un anniversaire qui a également été à l'honneur au Musée de la communication (MfK) de Berne avec un programme riche et diversifié. Invitant le public à un voyage dans le temps à la découverte de l'histoire passionnante de la Poste, l'exposition permanente qui s'y est tenue a montré comment – depuis les premières diligences postales jusqu'aux solutions numériques actuelles – la Poste, moteur d'une Suisse moderne, relie les êtres depuis toujours.

Plongée dans l'histoire en mode interactif

L'un des temps forts de cette année commémorative a été l'organisation de visites guidées interactives exceptionnelles, lors desquelles l'équipe de communication du MfK a donné un vaste aperçu du passé, du présent et de l'avenir de la Poste, tout en égrenant des anecdotes divertissantes. Les Journées familiales ont aussi connu un vif succès: transformant le musée en un univers vivant et animé, elles ont permis au public d'effectuer des petits tours pleins de nostalgie dans un car postal d'antan, de faire le plein d'informations intéressantes lors de brèves visites guidées ou de s'essayer à la distribution du courrier sur un scooter électrique avec un simulateur DXP. Les enfants se sont vu proposer de nombreuses distractions, comme un château gonflable CarPostal, une Fotobox et un jeu de l'échelle géant.

Le Musée de la communication est le seul musée de Suisse consacré à la communication et à son histoire. Des milliers d'objets y racontent l'histoire de la Poste, partenaire fondateur. Outre une multitude d'animations interactives, il expose aussi l'une des collections de timbres-poste les plus impressionnantes du monde.

[+ 175 ans de la Poste \(PDF\)](#)

À propos des rapports

Structure des documents

Les rapports 2024 de la Poste comprennent les documents suivants:

- La Poste Suisse SA:
 - Rapport annuel 2024
 - Rapport financier 2024 (rapport annuel, gouvernance d'entreprise et comptes annuels du groupe, de La Poste Suisse SA et de PostFinance SA)
 - Rapport de durabilité 2024
- PostFinance SA:
 - Rapport de gestion 2024
 - Rapport de durabilité 2024
 - Publication des fonds propres en vertu de l'importance systémique au 31 décembre 2024
 - Publication des fonds propres au 31 décembre 2024

Ces documents peuvent être consultés en ligne et téléchargés à l'adresse

→ rapportdegestion.poste.ch/telechargements ou sur → postfinance.ch/rapport.

Langues

Le rapport annuel, le rapport financier et le rapport de durabilité de la Poste sont disponibles en allemand, en anglais, en français et en italien. Seule la version allemande fait foi.

Impressum

Édition et contact

La Poste Suisse SA
Wankdorfallee 4
Case postale
3030 Berne
Suisse

Téléphone +41 848 888 888
Contact médias +41 58 341 00 00
poste.ch

Conception et gestion de projet

Viviane Stehli, Communication Poste, Berne
Dr. Andreas Sturm, phorbis Communications SA, Bâle

Texte

Communication Poste, Finances Poste, Berne
Sandra Schindler et Mareike Fischer, Klarkom AG, Berne

Photos

La Poste Suisse SA, Paolo Dutto, Zurich
Pages 88 et 95: Musée de la communication/Beat Schweizer

Maquette et composition

Ilona Troxler Smith, Nathalie Rotella et Franck Schirmer, phorbis Communications SA, Bâle

Traduction et relecture

Communication Poste, Berne

La Poste Suisse SA
Wankdorfallee 4
Case postale
3030 Berne
Suisse

Téléphone +41 848 888 888
poste.ch

