

CONTRAT D'ENTREPRISE

2018 – 2022

ENTRE

L'ETAT ET LA POSTE

***CONTRAT RELATIF AUX MISSIONS DE SERVICE PUBLIC CONFIEES AU
GROUPE LA POSTE***

Préambule

Assurer chaque jour les conditions concrètes d'exercice de la liberté de communication, d'expression et de pluralisme de la presse, permettre le développement des échanges économiques, organiser une solidarité entre les personnes et entre les territoires constituent autant d'objectifs d'intérêt général. Pour les remplir, l'Etat a notamment identifié quatre missions de service public : le service universel postal, le transport et la distribution de la presse, l'accessibilité bancaire et la contribution à l'aménagement du territoire. Dans le cadre de la loi du 9 février 2010 relative à l'entreprise publique La Poste et aux activités postales, le législateur a confié au Groupe La Poste l'exercice de ces quatre missions.

L'objet du présent contrat d'entreprise entre l'Etat et La Poste est, en application de l'article 9 de la loi du 2 juillet 1990, d'en préciser certaines des modalités et conditions d'accomplissement, tout en réaffirmant l'attachement de l'Etat et de La Poste à leur renouvellement. Sa préparation a en effet été l'occasion de mener une réflexion de fond sur la définition et le cadre d'exercice des missions de service public dévolues à La Poste, dans un environnement social, économique et financier en pleine évolution. Les missions de service public ne peuvent notamment être appréciées indépendamment des équilibres financiers du Groupe, auxquels l'Etat est attentif, ni du principe d'adaptabilité du service public.

Le Groupe La Poste, qui continuera d'assurer ses missions de service public avec une forte exigence de qualité, est également prêt à investir de nouveaux champs d'intérêt général. L'Etat accompagnera la modernisation des missions de service public ainsi que les réponses aux besoins sociaux émergents que l'entreprise pourrait proposer.

Ce nouveau contrat d'entreprise, prévu pour la période 2018 – 2022, s'inscrit en pleine cohérence avec le plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » grâce auquel La Poste a engagé une transformation sans précédent de son modèle industriel, économique et social.

Il intervient en effet dans un contexte marqué par de profondes mutations mais aussi par la permanence de certaines demandes sociales.

Encouragé par l'Etat, le Groupe La Poste a pris la pleine mesure des défis que constituent les évolutions de ses activités traditionnelles et la nécessité de développer des activités nouvelles, notamment la silver économie sur le marché des services à la personne ou encore l'exploration des opportunités sur les marchés de la transition énergétique, du e-commerce, de la logistique urbaine, de la modernisation de l'action publique et de la connaissance des clients.

L'avènement du numérique impacte en effet tous les pans de l'entreprise et entraîne un déclin structurel des activités historiques du Groupe. Dans le même temps, les attentes des clients évoluent fortement. Le développement du numérique engendre ainsi une transformation profonde des usages et du paysage concurrentiel sur tous les marchés du Groupe, même s'il contribue au développement de nouvelles activités au service des usagers et des clients.

En particulier, si la dématérialisation croissante des échanges va de pair avec l'essor du e-commerce, l'augmentation des volumes de marchandises à livrer ne compense pas pour autant les flux de courrier qui diminuent de façon structurelle. Parallèlement, alors que la fréquentation des bureaux de poste décroît, le besoin de proximité exprimé par les usagers et la nécessité de renforcer le lien social viennent conforter la notion d'accessibilité, tout en mettant en évidence que ses canaux de réalisation se diversifient.

De ce fait, les synergies entre les différentes missions de service public conduisent les parties prenantes à être plus attentives à l'articulation générale entre les missions, les évolutions des conditions d'exercice de l'une d'entre elles pouvant en effet impacter celles des autres.

Par ailleurs, les pouvoirs publics comme les citoyens manifestent une attente particulière de contribution du Groupe La Poste au développement des entreprises et des territoires, ainsi qu'à l'accompagnement de ses habitants les plus vulnérables.

Enfin, tout en se montrant exigeants vis-à-vis de leur entreprise concernant la qualité de vie au travail, les salariés de La Poste restent très attachés aux missions de service public qu'elle accomplit.

Au-delà des engagements de La Poste et de l'Etat concernant chacune des missions de service public, le nouveau contrat d'entreprise 2018-2022 prévoit :

- des engagements citoyens et d'intérêt général de La Poste qui, sans constituer des missions de service public au sens strict, traduisent la contribution d'une grande entreprise publique en matière de cohésion sociale et sa volonté de participer au développement de politiques d'intérêt général ;
- l'insertion de clauses de rendez-vous, mises en œuvre à la demande de l'une ou l'autre des parties, permettant de prendre en compte des évolutions significatives du cadre d'exercice de chacune des missions de service public qui pourraient notamment remettre en cause l'équilibre économique de chacune des missions. A ce titre, un point d'étape en 2020, permettra de faire un premier bilan et de décider de futures orientations, alors qu'un certain nombre de dispositions arriveront à échéance (dispositifs de compensation des missions de transport et distribution de la presse et d'accessibilité bancaire, contrat de présence postale territoriale, price-cap, plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir »).

Enfin, fort des réussites du précédent contrat, le contrat d'entreprise 2018-2022 conforte les éléments relatifs à sa gouvernance, à savoir :

- le bilan annuel d'exécution du contrat d'entreprise élaboré par La Poste et transmis au ministre chargé des postes ainsi qu'au président de la Commission supérieure du numérique et des postes ;
- la tenue annuelle d'un Comité de suivi de haut-niveau présidé par le ministre chargé des postes et réunissant les représentants des différentes parties prenantes : élus nationaux et locaux, organisations syndicales et associations de consommateurs.

Le service universel postal

1. Dans un contexte marqué par de profondes évolutions, l'Etat et La Poste ont confirmé leur attachement au service universel postal

1.1 Dans un contexte de baisse structurelle des volumes de courrier, l'Etat reste attaché à la mission de service universel postal et aux conditions d'exercice de cette mission par La Poste

1.1.1. Le cadre d'exercice de la mission

La loi du 9 février 2010 relative à l'entreprise publique La Poste et aux activités postales a conduit à la libéralisation complète du marché du courrier depuis le 1^{er} janvier 2011 et a confirmé La Poste dans son rôle de prestataire du service universel postal pour une durée de 15 ans.

La loi a également confirmé le cadre d'exécution et l'offre du service universel postal qui comprend notamment une levée et une distribution 6 jours sur 7 sur l'ensemble du territoire national, les envois de colis postaux jusqu'à 20 kilogrammes, la mise en œuvre d'une péréquation tarifaire partielle pour les envois égrenés ainsi que des critères d'accessibilité des points de contact. Enfin, ce service doit prévoir des tarifs abordables et orientés sur les coûts. Ces obligations garantissent le maintien d'un service universel de qualité.

En outre, à l'instar de toute mission de service public, l'exécution du service universel est menée conformément aux principes de continuité, d'adaptabilité, de recherche d'efficacité économique et sociale adéquate ou encore de qualité de service élevée.

La mission de service universel postal confiée au Groupe La Poste par l'Etat répond à un instant donné à un besoin social, mais elle n'est pas figée et doit évoluer en fonction des attentes de la société.

1.1.2. L'équilibre économique de la mission

Non compensée par l'Etat, la mise en œuvre de cette mission de service public est marquée par des évolutions structurelles.

L'économie française est marquée par le développement du e-commerce qui croît fortement depuis dix ans et qui se traduit par une augmentation des volumes de colis au niveau national (+ 6% en 2016 par rapport à 2015).

Néanmoins, ce développement ne permet pas de compenser la baisse structurelle des volumes de courrier qui impacte la contribution économique des produits du service universel postal aux résultats du Groupe La Poste. Alors qu'il s'élevait à 14 milliards d'objets en 2013, le volume de courrier a atteint 11,5 milliards d'objets en 2016, soit une baisse de 18% en quatre ans. Ce rythme de décroissance des volumes se poursuivra, voire pourrait s'accroître sur la période couverte par le présent contrat d'entreprise.

Le nombre de colis s'élève quant à lui à 300 millions.

Dans ce contexte, l'Etat et La Poste partagent la volonté de maintenir l'équilibre économique de cette mission et s'engagent ainsi à réexaminer régulièrement le cadre d'exercice de la mission de service universel postal et les conditions, notamment sociales et économiques, nécessaires à la tenue des engagements qu'elle comporte.

1.2 Des engagements de La Poste largement réalisés

Le contrat d'entreprise 2013-2017, signé le 1^{er} juillet 2013, a permis à l'Etat et à La Poste de réaffirmer leur attachement partagé à la mise en œuvre d'un service universel postal de qualité, dans l'ensemble de ses composantes réglementaires.

Dans ce cadre, La Poste s'était engagée à enrichir plusieurs aspects du service universel. Réalisées dans leur ensemble au cours de l'exécution du précédent contrat, ces évolutions ont porté sur :

- l'intégration de la Lettre en ligne dans le catalogue du service universel depuis le 1^{er} janvier 2014. Ce service est venu compléter l'offre de la Lettre prioritaire, en permettant aux usagers de bénéficier d'une distribution le lendemain ainsi que d'une heure limite de dépôt plus tardive (19 heures) ;
- la création de la Lettre suivie égrenée ;
- la simplification, à compter du 1^{er} janvier 2015, de la gamme Courrier Colis qui s'est traduite par une amélioration de l'offre pour les petites marchandises avec la possibilité de bénéficier des tarifs du courrier pour tout envoi d'une épaisseur inférieure à 3 cm, qu'il s'agisse de documents ou de marchandises ;
- la disponibilité des carnets de timbres rouges (Lettre prioritaire) dans les automates, ainsi que l'apposition sur chaque automate de vignettes désignant le type de carnets vendus ;
- la mise en œuvre de la mesure des délais d'acheminement des avis de réception, puis l'inclusion de ces délais indicatifs dans les caractéristiques de la lettre recommandée.

En matière de qualité de service, le bilan est également positif. En effet, La Poste a respecté la très grande majorité des objectifs réglementaires fixés malgré un contexte de baisse constante des volumes mettant sous tension permanente l'appareil industriel et nécessitant son adaptation continue. Néanmoins, la fiabilité de la distribution a été préservée, comme en témoigne la stabilité des délais excessifs, restés inférieurs à 1%.

Les résultats de qualité de service sur les indicateurs-clés sur la période 2013-2017 ont été les suivants:

- les performances de la Lettre prioritaire ont respecté les objectifs réglementaires sur toute la durée du contrat, à l'exception de l'année 2016¹, marquée par des épisodes exceptionnels ayant impacté les conditions d'acheminement et de distribution ;
- les performances de la Lettre verte ont été en hausse constante sur toute la durée du contrat même si le rythme de progression a été plus faible qu'initialement prévu en 2013 ;
- les performances de la Lettre recommandée, après une progression notable se sont stabilisées autour de 94% en J+2 ;
- les performances du Colissimo du service universel ont été en progression sur toute la durée du contrat.

¹ 84,9% pour un objectif de 85%

1.3 Les avancées récentes en matière d'information relative aux boîtes de lettres de rue et de raccordement postal

Conformément aux engagements pris lors du contrat d'entreprise 2013-2017, La Poste a amélioré l'information des usagers s'agissant de l'emplacement des boîtes aux lettres de rue et des heures limites de dépôt, par la création d'une base numérique de données, accessible gratuitement².

En parallèle, La Poste a tenu à informer, sous forme de préavis raisonnable, les élus locaux de tout projet de modification d'implantation des boîtes aux lettres de rue.

Toutefois, s'agissant du raccordement postal, la période du précédent contrat d'entreprise conclu entre l'Etat et La Poste s'est caractérisée par la persistance de difficultés d'accès des facteurs aux boîtes aux lettres, notamment en zone rurale, en raison d'un emplacement des boîtes aux lettres rendant parfois malaisé la distribution de courrier. La Cour des comptes³ a ainsi recommandé que soit facilité l'accès des facteurs aux boîtes aux lettres des particuliers.

1.4 Des innovations complémentaires réalisées au profit des usagers

Au-delà des objectifs fixés par le contrat d'entreprise, La Poste a poursuivi ses efforts en matière de modernisation des services proposés afin de répondre aux attentes exprimées par les usagers, notamment au travers de la mise en œuvre des initiatives suivantes :

- Des innovations en matière d'expédition :
 - o Lettres recommandées préparées en automate ou de chez soi, et déposées dans des urnes, sans besoin de passage au guichet ;
 - o Possibilité d'expédier les colis et les Lettres recommandées depuis sa boîte aux lettres personnelle
- La modernisation des processus de distribution grâce à Factéo, permettant une distribution plus rapide et une dématérialisation des preuves de distribution et des avis de réception.
- Des nouveaux services en matière de réception de colis et recommandés, grâce à la possibilité de choisir le jour et le lieu d'une nouvelle livraison en cas d'échec de la première. Voire même, en ce qui concerne la Lettre recommandée, une formule d'abonnement gratuit afin de choisir le jour et le lieu de distribution des Lettres recommandées dès leur première présentation, afin de limiter les instances.

2. Des engagements renouvelés des parties pour le contrat d'entreprise 2018-2022

Le service universel postal est confronté à des évolutions profondes qui concernent les échanges physiques (réduction rapide des usages standards de la correspondance physique, désintermédiation, nouvelles exigences des consommateurs notamment en termes de services).

² Les données de géolocalisation sont désormais disponibles sur les sites suivants :

- ETALAB : <https://www.data.gouv.fr/fr/organizations/la-poste/#datasets>
- Le Groupe La Poste : https://datanova.legroupe.laposte.fr/explore/dataset/laposte_boiterue/

³ Rapport public annuel 2016, *Les facteurs face au défi de la baisse du courrier : des mutations à accélérer*

Pour autant, le courrier conserve des atouts importants, notamment pour établir une relation personnalisée, matérialisée et sécurisée. Les offres du service universel doivent donc s'adapter pour conserver toute leur valeur.

A ce titre, dans le cadre du présent contrat d'entreprise, La Poste s'engage à proposer progressivement courant 2018 le suivi de tout courrier égrené, quel que soit son affranchissement (Lettre prioritaire, Lettre verte, Ecopli).

La Poste s'engage également, d'une part, à mener une réflexion visant à moderniser son dispositif de recueil des signatures concernant les avis de réception des Lettres recommandées distribuées auprès des destinataires entreprises, afin de garantir la signature et le renvoi rapide et systématique de ces avis de réception à l'expéditeur et, d'autre part, à fiabiliser la mesure des délais d'acheminement des avis de réception.

Par ailleurs, sept ans après le lancement de la Lettre verte le 1^{er} octobre 2011, La Poste présentera un bilan de la gamme de courrier rapide (Lettre prioritaire, Lettre en ligne, Lettre verte), notamment au regard des attentes des clients.

Dans ce contexte et de manière générale, l'Etat et La Poste réaffirment leur fort attachement à cette mission ainsi qu'à l'ensemble des obligations qui en découlent et garantissent la mise en œuvre d'un service universel postal de qualité.

2.1 Qualité de service : mettre la satisfaction client au cœur du pilotage de la qualité du service universel et resserrer le nombre des objectifs quantitatifs réglementaires de qualité de service

Le suivi des délais d'acheminement a historiquement constitué le cœur de la mesure de la qualité du service postal. Cette approche a permis la consolidation d'un socle industriel robuste dans un contexte d'adaptation permanente des organisations à la baisse des volumes de courrier.

Tant les objectifs fixés par l'Etat que les performances atteintes par La Poste sont désormais d'un niveau particulièrement élevé.

Au-delà des délais d'acheminement, les usagers du service universel postal ont de nouvelles attentes, davantage liées à la qualité du parcours client, à la réussite de la livraison à domicile ou encore à la simplicité et à la lisibilité des offres. Cette appréhension de la qualité de service interpelle tout à la fois l'exécution du service et les attributs des offres.

Ces attentes évoluent dans le temps, à mesure que des réponses y sont apportées et que de nouveaux usages deviennent prioritaires, et doivent donc faire l'objet d'un suivi et d'instruments de mesure complémentaires.

Pour tenir compte de ces transformations et permettre une approche plus complète du suivi de la qualité de service, l'Etat fait évoluer le dispositif de pilotage de la qualité du service universel pour l'articuler autour de deux approches complémentaires :

2.1.1 Des indicateurs quantitatifs de qualité de service listés par arrêté ministériel

a. Des objectifs de qualité de service réglementaires fixés par arrêté ministériel

L'arrêté ministériel pris en application de l'article R1-1-8 du code des postes et des communications électroniques définit des objectifs, tant en matière de délais

d'acheminement garantissant la robustesse de l'outil industriel de bout-en-bout que sur [deux] services au cœur des préoccupations des usagers.

La Poste adapte en continu son appareil industriel, mis sous tension permanente du fait de la baisse structurelle des volumes de courrier et du surcroît d'activité colis très important à partir de la mi-novembre, en amont des soldes spéciaux de fin novembre et des fêtes de Noël. Dans ce contexte d'adaptation profonde des organisations, l'arrêté ministériel fixe une trajectoire pluriannuelle de qualité de service pour :

- la Lettre prioritaire en J+1 ;
- la Lettre verte en J+2 ;
- la Lettre recommandée en J+2;
- les délais excessifs (distribution au-delà de J+4) pour le courrier égrené (Lettre prioritaire, Lettre verte, Lettre recommandée) ;
- le colis du service universel en J+2 et en >J+4 ;
- les contrats de réexpédition mis en œuvre dans les délais demandés par les clients.

S'ajoutent à ces objectifs fixés dans l'arrêté ministériel les objectifs de qualité de service définis au niveau communautaire concernant le courrier transfrontière import (85% en J+3 et 97% en J+5).

L'annexe 1 synthétise la trajectoire pluriannuelle indicative de ces objectifs.

b. Des indicateurs de qualité de service faisant l'objet d'une communication publique listés par arrêté

En complément des objectifs réglementaires, l'Etat et La Poste suivront annuellement une liste d'indicateurs de qualité de service faisant l'objet d'une restitution publique.

La liste et la méthode de mesure de ces indicateurs est précisée dans l'arrêté ministériel.

L'annexe 2 définit les indicateurs suivis dans ce cadre et donnant lieu à publication.

La Poste continuera à faire paraître annuellement un tableau de bord du service universel postal, comme c'est déjà le cas depuis 2006. Ce tableau, qui est mis en ligne sur le site internet du Groupe La Poste, fera notamment figurer ces indicateurs de qualité de service.

2.1.2 Des indicateurs de satisfaction client

Enfin, à son initiative et en complément des objectifs réglementaires et indicateurs publiés, La Poste met en place un outil additionnel de suivi de la qualité de service : le tableau de bord de la satisfaction client. Il a pour objectif de disposer d'une vision synthétique de la qualité de réalisation de certains services à fort enjeu pour les clients.

Ce tableau de bord donne une vision complète à la fois de la perception client (à travers le *Net Promoter Score*, issu d'une interrogation de la perception du client demandeur du service) et de la performance industrielle (à travers le taux de réalisation du service demandé enregistré par La Poste).

Le tableau de bord de la satisfaction client a vocation à évoluer dans le temps, tant en fonction des avancées technologiques et d'offre de La Poste, que des chantiers de progrès arrêtés avec l'Etat.

Les indicateurs suivis seront annuellement définis par La Poste, qui déterminera, avec l'Etat, un format de restitution publique.

L'annexe 3 définit les indicateurs suivis dans le cadre du tableau de bord de la satisfaction client pour l'année 2018.

2.2 Les engagements de l'Etat et de La Poste en matière d'information des usagers et de raccordement postal

L'Etat et La Poste sont attachés à une distribution postale de qualité. Celle-ci n'est possible que si les règles en matière de raccordement postal sont connues de tous et permettent une distribution rapide et sécurisée. Elle passe également par une information pertinente auprès des usagers en cas de perturbations des conditions normales de distribution suite à des événements exceptionnels.

2.2.1 Information des usagers

La Poste veille, en cas de difficultés de distribution liées à des circonstances exceptionnelles indépendantes de sa volonté, à informer les usagers des aménagements mis en œuvre pour assurer la continuité du service. L'information numérique des mairies en cas de perturbation du service (tournée à découvert, fermeture exceptionnelle de bureau de poste) fera l'objet d'expérimentations.

Par ailleurs, La Poste s'efforce de rétablir dès le lendemain les tournées de distribution de courrier non assurées, sauf circonstances exceptionnelles empêchant la sortie des facteurs.

Enfin, La Poste s'engage à poursuivre ses efforts en matière de traitement et de diminution des mises en instance non choisies.

2.2.2 Raccordement postal

Afin d'améliorer l'accessibilité des boîtes aux lettres des particuliers et la distribution d'objets par l'ensemble des prestataires postaux, l'Etat mènera, durant la période du présent contrat des travaux de modernisation du dispositif réglementaire applicable au raccordement postal, en particulier les règles relatives à l'emplacement des boîtes aux lettres.

Sur cette base, La Poste s'engage à réaliser une charte de raccordement postal destinée à informer les usagers et leur expliquer comment se raccorder à son réseau.

Une attention particulière sera portée aux situations des personnes âgées, isolées ou en situation de précarité ou de handicap.

Par ailleurs, s'agissant des projets de création de boîtes CIDEX (courrier individuel à distribution exceptionnelle) sur la voie publique, La Poste renouvelle les engagements pris lors du précédent contrat d'entreprise de mener une concertation locale préalable à toute convention d'installation de CIDEX et de mettre en place des conditions d'utilisation de ces équipements, dispositif complémentaire à la charte de raccordement postal.

Enfin, des réflexions seront également conduites durant la période couverte par le contrat d'entreprise sur les boîtes à colis et les normes européennes ou nationales y relatives. Dans ce contexte, La Poste s'engage à contribuer activement, en concertation avec l'Etat, à ces travaux de normalisation.

3. Amélioration continue de l'offre du colis du service universel

En 2016, le marché du e-commerce français a atteint un chiffre d'affaires de 72 Mds€⁴, soit une progression de 14,6 % par rapport à 2015. Cet essor durable conduit l'Etat et La Poste à s'interroger sur les réponses aux besoins actuels et futurs des e-commerçants et des consommateurs en matière de colis (information, nature des prestations, qualité de la livraison, etc.)

En tant que prestataire du colis du service universel, La Poste s'engage, à ce titre, à continuer de proposer une offre diversifiée et de qualité sur tout le territoire répondant à l'évolution des besoins des usagers et permettant de garantir l'accès à tous à un service de prestation de colis abordable.

En ce sens, La Poste améliorera la visibilité et la lisibilité de son offre et de ses tarifs, tant sur ses supports de communication et d'information que dans les bureaux de poste. En outre, elle veillera à ce que l'utilisateur bénéficie d'un conseil de qualité dans tous les bureaux de poste sur l'offre de colis du service universel.

Par ailleurs, l'offre d'envois de colis pour les particuliers relevant du service universel bénéficie des innovations développées par La Poste pour faciliter les usages liés au e-commerce. A cet égard, les solutions de collecte et de livraison à domicile (expédition en boîtes aux lettres, choix d'une nouvelle livraison le jour même ou dans le bureau de son choix en cas d'absence lors du premier passage, livraison tardive dans certaines villes...) sont applicables à l'offre de colis pour les particuliers.

De plus, afin de soutenir les petits e-commerçants dans leur développement à l'international, La Poste soumettra également à l'Etat une proposition d'intégration au sein du catalogue du service universel de l'option de suivi de l'offre Paquet international entreprise dès le 1^{er} mars 2018.

4. Gouvernance

Les parties prévoient de se réunir en 2020, pour un point d'étape sur l'évolution du service universel postal permettant, le cas échéant, d'adapter le présent contrat, notamment en cas d'accélération de la baisse des volumes.

⁴ Source : FEVAD

Annexe 1

Trajectoire pluriannuelle des objectifs réglementaires de qualité de service

	2018	2019	2020	2021	2022
Lettre prioritaire					
Taux de distribution en J+1	85 %	85%	85 %	85 %	85 %
Lettre verte					
Taux de distribution en J+2	94%	94%	94%	94%	94%
Lettre recommandée					
Taux de distribution en J+2	95%	95%	95%	95%	95%
Délais excessifs pour les produits courrier égrené (Lettre prioritaire, Lettre verte, Lettre recommandée) au-delà de J+4	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Colis du SU					
Taux de distribution en J+2	91 %	91 %	91,5 %	92 %	92 %
Délais excessifs (distribution au-delà de J+4)	<1,5%	<1,5%	<1,5%	<1,5%	<1,5%
Taux de mise en œuvre des contrats de réexpédition dans les délais demandés par les clients	95%	95%	95%	95%	95%

Annexe 2

Indicateurs tiers de qualité de service listés par arrêté et publiés dans le tableau de bord du service universel

		Commentaires
Lettre prioritaire	J+1	objectif réglementaire
Lettre prioritaire	J+2	
Lettre verte	J+2	objectif réglementaire
Lettre verte	J+3	
Lettre recommandée	J+2	objectif réglementaire
Lettre recommandée	>J+7	
Délais excessifs pour les produits courrier égrené (Lettre prioritaire, Lettre verte, Lettre recommandée)	>J+4	objectif réglementaire
Avis de réception pour les envois de lettres recommandées entre particuliers	J+2	
Taux de mise en œuvre des contrats de réexpédition dans les délais demandés par les clients		objectif réglementaire
Taux de rétablissement réex	48h	
Courrier transfrontière import	J+3	objectif défini au niveau communautaire
Courrier transfrontière import	J+5	objectif défini au niveau communautaire
Courrier transfrontière export	J+3	
Courrier transfrontière export	J+5	
Colis du SU	J+2	objectif réglementaire
Colis du SU	>J+4	objectif réglementaire

Nombre de réclamations Courrier – zoom LR	
Taux de recours Courrier	
Taux d'indemnisation Courrier	
Taux de réponse aux réclamations Courrier en 21 jours	
Nombre de réclamations Colis	
Taux d'indemnisation Colis	
Taux de réponse aux réclamations colis en 21 jours	

Annexe 3Indicateurs de satisfaction client suivis dans le tableau de bord
de la satisfaction client – année 2018

NPS Global
NPS Nouvelle livraison Lettre recommandée
Taux de réalisation de la prestation Nouvelle livraison Lettre recommandée
Taux de réalisation de la prestation Nouvelle livraison Colis
NPS Expédition en BAL Colis
Taux de réalisation de la prestation Expédition en BAL Colis
NPS Gamme Mobilité
Taux de réponse réclamations courrier en 5 jours

Le transport et la distribution de la presse

1. Cadre légal et justification de la mission

La mission de service public de transport et de distribution de la presse confiée au Groupe La Poste a été confirmée par la loi du 9 février 2010. Sa finalité consiste, aux termes des articles L.4 et R.1-1-17 du code des postes et des communications électroniques, à «favoriser le pluralisme, notamment celui de l'information politique et générale ».

Les publications satisfaisant aux conditions définies par le code des postes et des communications électroniques bénéficient de tarifs postaux préférentiels homologués par les ministres chargés des postes et de l'économie. En contrepartie de ces tarifs particulièrement avantageux, l'Etat participe à la couverture du coût de cette activité pour l'opérateur chargé de la mission de service public.

Cette mission est assurée sur l'ensemble du territoire national dans des conditions qui garantissent l'égalité de traitement des abonnés, à des tarifs « péréqués », avec un très haut niveau de qualité de service, supérieur à 97 % pour les quotidiens.

La Poste, chargée de cette mission de service public, est un acteur essentiel de la diffusion de la presse en France. En 2016, 1,1 milliard de publications ont été transportées et distribuées par La Poste, soit environ 30 % de la diffusion totale de la presse française, faisant de ce mode de distribution le deuxième canal de diffusion de la presse après la vente au numéro. Parmi ces publications, environ 37% étaient d'information politique et générale, pour un avantage tarifaire prévisionnel associé de 98,6 M€ en 2017, représentant 56 % du volume des avantages tarifaires et 81% de la compensation de l'Etat. Pour certaines familles de presse, le taux de postage dépasse même 75 % voire 90 %.

La distribution par La Poste est particulièrement utilisée pour la diffusion de la presse dans les zones rurales et peu denses. En distribuant plus de 6 000 titres, La Poste contribue de manière significative au pluralisme de la presse et à l'universalité de son accès au profit des lecteurs.

Dans un contexte de profonde transformation du modèle économique de la presse et de La Poste, l'ensemble des acteurs reconnaissent l'importance de disposer de visibilité pour conduire les nécessaires adaptations de leur activité. C'est pourquoi, en 2016, à l'expiration de l'accord Etat – Presse – La Poste du 23 juillet 2008, l'Etat a annoncé le cadre économique d'évolution de la mission de service public de distribution postale de la presse jusqu'à la fin 2020.

2. Objectifs / décisions cibles

2.1 Mettre en œuvre la mission de service public dans le cadre économique arrêté en 2016

L'Etat accompagne financièrement le service du transport et de la distribution de la presse. Il compense pour partie, sous forme d'une participation financière annuelle figurant à son budget proposé par le Gouvernement et adopté annuellement par le Parlement, les surcoûts de la mission de service public qu'il confie à La Poste. Ainsi l'Etat s'engage à apporter à La Poste une contribution annuelle qui s'élèvera à 111,5 M€ en 2018, 103,8 M€ en 2019 et 95,9 M€ en 2020. La clause de rendez-vous prévue permettra d'en déterminer le montant précis jusqu'à 2022.

La trajectoire d'évolution des tarifs de service public prend en compte la spécificité de chacune des catégories de presse. Les tarifs des prestations effectuées dans le cadre du service public du transport postal de la presse supporteront sur la période 2016-2020 une revalorisation annuelle, avant prise en compte de l'inflation, de 0 % pour les quotidiens à faibles ressources de publicité (QFRP), de 1 % pour les publications d'information politique et générale et de 3 % pour les autres familles de de presse.

L'inflation est répercutée sur les tarifs par application de l'indice des prix à la consommation hors tabac mesurée sur les 12 derniers mois à la date du mois de juin de l'année n-1.

Dans le cadre du présent contrat d'entreprise avec l'Etat, La Poste s'engage à poursuivre ses actions d'optimisation, de productivité et d'économies.

Le service public de la presse repose sur les mêmes infrastructures que celles utilisées pour traiter les produits du service universel ou que la plupart des produits postaux. L'économie de la distribution postale de la presse se caractérise en outre par une part importante de coûts mutualisés avec les autres produits traités par La Poste, en particulier ceux relevant du service universel postal et faisant, à ce titre, l'objet d'un encadrement tarifaire pluriannuel : en effet, 86 % des coûts attribuables au transport postal de la presse sont des coûts de distribution par les facteurs. Les efforts de productivité qui seront réalisés par La Poste, sous le contrôle de l'Etat, se traduiront par une baisse des coûts qui bénéficiera également à la mission de transport et de distribution postale de la presse.

Compte tenu de la stabilité de la compensation financière de l'Etat, d'une part, du plafonnement des hausses tarifaires autorisées des offres relevant du service public du transport et de distribution postale de la presse, d'autre part, et de la poursuite attendue de la décroissance des volumes de titres de presses à transporter dans les années à venir, enfin, le coût supporté par La Poste au titre de cette mission continuera à ne faire l'objet que d'une compensation partielle.

Conformément aux dispositions du décret n° 2016-2013 du 30 décembre 2016 relatif au transport postal des suppléments et hors-série, les conditions tarifaires des suppléments, qui bénéficiaient jusqu'en 2016 du même régime que celui des publications dont ils constituent le complément, sont, dans un souci d'équité, alignées progressivement en quatre années sur celles des magazines présentant un contenu de même nature. Pour cela, La Poste pratiquera jusqu'en 2019 une remise sur le différentiel tarifaire (75 % en 2017, 50 % en 2018, 25 % en 2019).

Enfin, les publications d'information politique et générale ne rattraperont pas la remise sur les tarifs de service public dont ils bénéficient du fait de la décision en 2009 de ne pas appliquer les hausses tarifaires prévues pour cette année-là.

Une consultation publique a été organisée par la DGE et relayée par la DGMIC entre le 30 novembre 2016 et le 12 janvier 2017 et a permis à l'Etat de s'assurer de l'adéquation de la mission octroyée à La Poste avec les besoins des usagers de ce service.

D'une part, 79 % des 444 répondants à la consultation publique approuvent la mobilisation d'une aide financière de l'Etat, sachant que la mission de service public de distribution de la presse se caractérise principalement par des tarifs préférentiels inférieurs aux tarifs du service universel (SU).

D'autre part, la garantie actuelle qu'offre la mission de service public à laquelle les répondants sont le plus attachés est la péréquation tarifaire. Cela confirme l'intérêt des citoyens pour une diffusion de la presse assurée sur l'ensemble du territoire et l'égalité de

traitement entre les citoyens, qui sont deux dimensions importantes de cette mission de service public.

L'aide financière de l'Etat au transport et à la distribution de la presse par La Poste pour la période couverte par le présent contrat d'entreprise fera l'objet d'une notification auprès de la Commission européenne⁵. Afin de tenir compte de la décision d'autorisation qui sera rendue par la Commission, les parties s'engagent à modifier, si nécessaire, le présent contrat par avenant.

Une évaluation des coûts nets évitables de cette mission, qui pourrait être assurée par l'Arcep, sera effectuée avant la fin de l'année 2019. Si cette évaluation faisait apparaître que la compensation versée par l'Etat excédait les coûts nets générés par l'accomplissement de sa mission de service public, un mécanisme de reversement à l'Etat du montant indûment perçu serait mis en œuvre l'année suivante.

2.2 Adapter l'offre postale aux évolutions des attentes des éditeurs de presse

La Poste maintiendra un très haut niveau de qualité de service pour la prestation de transport et distribution de la presse.

Presse quotidienne et assimilée	97 %
Presse magazine urgente J+1	92 %
Presse non urgente J+4	95 %
Presse économique J+7	95 %

En outre, La Poste fera évoluer son offre aux éditeurs de presse dans plusieurs directions :

- adaptation des conditions d'acceptation d'envois « à découvert » pour les rendre plus attractives dans un contexte d'interdiction des films plastiques non-biodégradables ;
- création d'une offre en J+2, pour répondre aux besoins d'éditeurs à la recherche d'un acheminement rapide de leurs abonnements et favorables à l'étalement sur deux jours de la livraison ; cette offre est associée à un engagement de qualité de service de 95 % d'objets distribués dans un délai de 2 jours ;
- création de nouveaux services : possibilité de coupler plusieurs publications dans un même envoi postal, capacité à changer de façon plus souple de niveau de service,...

2.3 Etudier les éventuelles adaptations de la mission de transport et distribution de la presse au-delà de la fin 2020

La diffusion de la presse évolue fortement : à côté des canaux de distribution historiques (vente au numéro, postage et portage), le numérique prend une part croissante.

Pour autant, la diffusion postale de la presse reste particulièrement structurante, notamment en zone rurale où il n'existe pas d'équilibre économique pour les réseaux de portage et où

⁵ Conformément à la Communication de la Commission (2012/C 8/03) relative à l'encadrement de l'Union européenne applicable aux aides d'Etat sous forme de compensations de service public.

les réseaux de vente au numéro sont peu présents. Le recours à La Poste est, dans ces zones, le seul moyen de garantir l'égal accès des citoyens aux titres de presse de leur choix.

L'Etat et La Poste conviennent d'examiner la place de la diffusion postale de la presse dans une perspective de moyen terme au regard de :

- la contribution de La Poste à l'aménagement du territoire à travers sa capacité à distribuer la presse six jours sur sept et partout ;
- le rôle que pourrait jouer La Poste dans la diffusion de l'abonnement numérique à la presse quotidienne.

En outre, L'Etat et La Poste conviennent de mener une réflexion sur le rôle que pourrait jouer le réseau de points de contacts de La Poste pour contribuer à la diffusion de la presse sur tout le territoire.

L'ensemble de ces évolutions devront s'inscrire dans des conditions économiques satisfaisantes pour le Groupe La Poste.

3. Gouvernance

L'Etat et La Poste conviennent d'un rendez-vous mi-2019 pour faire le point sur les conditions économiques d'exercice de la mission et sur les éventuelles adaptations à envisager.

Dans le cadre de ce rendez-vous, l'Etat et La Poste définiront la méthode de travail pour aboutir à un nouveau cadrage pluriannuel de la mission à compter de 2021 et pour les années restant à courir du présent contrat d'entreprise.

Présence de proximité au service de la cohésion territoriale et sociale

Les missions de service public d'aménagement du territoire et d'accessibilité bancaire, que la loi a confiées à La Poste, voient leurs synergies se renforcer avec l'évolution des usages et le développement des outils liés au numérique. Dans certains territoires, particulièrement en zones urbaines et rurales fragilisées, ces deux missions bénéficient en premier lieu aux publics les plus vulnérables.

Dans ce contexte, et tout en conservant leur cadre juridique, leurs objectifs et leur financements spécifiques, il convient de prendre en compte en amont l'impact des évolutions de chacune des deux missions. Plus précisément, l'évolution de la présence postale et de l'offre de services de La Poste devra prendre en compte de manière globale les conséquences que ces évolutions peuvent avoir sur les autres missions, afin de maintenir une offre de service satisfaisante pour les populations desservies.

Par ailleurs, l'accessibilité aux services peut prendre plusieurs formes, au-delà de la seule présence physique. Ainsi, tout en s'inscrivant dans la continuité du précédent, le présent contrat d'entreprise devra permettre des évolutions substantielles, dans une période de transitions importantes, notamment du fait du développement des outils et des usages numériques.

Un rendez-vous aura lieu au plus tard en 2020 pour faire le point sur l'évolution des missions d'aménagement du territoire et d'accessibilité bancaire et adapter le cas échéant, le présent contrat.

I – AMENAGEMENT DU TERRITOIRE

Le contrat d'entreprise 2013-2017 a permis de couvrir, de manière partielle ou continue, trois contrats de présence postale territoriale :

- la fin du contrat 2011-2013 ;
- le contrat 2014-2016 ;
- la première année du contrat 2017-2019.

Le présent contrat d'entreprise, conclu pour la période 2018-2022 couvrira donc non seulement la période du contrat de présence postale territoriale en cours, mais devra intégrer des problématiques qui se poseront dans le contrat suivant.

1. La mission d'aménagement du territoire

La loi du 2 juillet 1990 pose le principe de la participation de La Poste à l'aménagement du territoire au moyen de son réseau de points de contact, en complément de ses obligations de service universel postal.

L'objectif de cette mission est de fournir un service postal à l'ensemble des populations sur l'ensemble du territoire, dans des conditions d'accessibilité fixées par la loi du 20 mai 2005. Ainsi, La Poste doit maintenir au moins 17 000 points de contact sur l'ensemble du territoire et faire en sorte que « *sauf circonstances exceptionnelles, pas plus de 10 % de la population d'un département ne peut se trouver éloignée de plus de cinq kilomètres et de plus de vingt minutes de trajet automobile, dans les conditions de circulation du territoire concerné, des plus proches points de contact de La Poste* ».

La loi indique par ailleurs que, pour remplir cette mission, La Poste adapte son réseau, notamment par la conclusion de partenariats locaux publics ou privés, en recherchant la meilleure efficacité économique et sociale et dans le respect du principe de concertation avec les partenaires concernés, en particulier les élus locaux.

La mise en œuvre de cette mission est précisée par un contrat de présence postale territoriale, signé entre l'Etat, l'association nationale la plus représentative des maires et La Poste. Ce contrat définit les modalités d'évolution, les règles de gouvernance de la présence postale territoriale et les conditions de financement : à ce titre, il fixe le montant prévisionnel du fonds postal national de péréquation territoriale et les lignes directrices de sa gestion. Le contrat en cours, couvrant la période 2017-2019, a été signé le 11 janvier 2017.

La mission d'aménagement du territoire bénéficie d'un dispositif de gouvernance à deux niveaux : l'Observatoire national de la présence postale au niveau national et des commissions départementales de présence postale territoriale au niveau départemental. Cette organisation permet un dialogue et une concertation approfondie avec les élus locaux.

L'un des rôles en matière d'aménagement du territoire de La Poste, par le biais de ce contrat d'entreprise, sera de contribuer à l'amélioration de l'accessibilité des services postaux sur l'ensemble du territoire, en lien avec les collectivités et les services déconcentrés de l'Etat.

1.1 Le coût et le financement de la mission

Le coût, pour La Poste, du maintien d'un maillage territorial complémentaire à celui requis dans le cadre de la mission de service universel afin d'assurer l'accessibilité de ses services à des territoires vulnérables, est évalué chaque année par l'Arcep⁶. Pour 2016, dernière évaluation en date, il s'est établi à 223 M€, sur la base d'un réseau complémentaire de 9 463 points de contact.

⁶ En application du IV de l'article 6 de la loi n°90-568 du 2 juillet 1990 relative à l'organisation du service public de la poste et à France Télécom

En contrepartie, La Poste bénéficie d'une compensation financière de l'Etat sous forme d'abattements de fiscalité directe locale dont le produit est affecté au fonds postal national de péréquation territoriale. Le montant des abattements est arrêté chaque année par décret, sur la base du coût de la mission évalué a posteriori par l'Arcep. Ce mécanisme permet d'assurer qu'il ne peut apparaître de surcompensation.

Depuis 2008, date de la signature du premier contrat de présence postale, 1,425 Md€ ont bénéficié à des actions en faveur des territoires vulnérables, conformément aux ressources allouées sur la période au fonds postal national de péréquation territoriale.

Pour les années 2018 et 2019, le contrat de présence postale territoriale 2017-2019 a fixé le montant prévisionnel de la compensation à 174 M€ par an, incluant le financement de la part de l'Etat des Maisons de services au public. Pour les années suivantes, le montant prévisionnel de la compensation sera arrêté dans le cadre de la négociation du prochain contrat de présence postale territoriale.

L'aide financière de l'Etat à la mission d'aménagement du territoire de La Poste pour la période couverte par le présent contrat d'entreprise fera l'objet d'une notification auprès de la Commission européenne⁷. Afin de tenir compte de la décision d'autorisation qui sera rendue par la Commission, les parties s'engagent à modifier, si nécessaire, le présent contrat par avenant.

1.2 L'évolution du réseau des points de contact de La Poste

L'Observatoire national de la présence postale veille au respect des règles fixées par la loi au titre de l'aménagement du territoire. Ainsi, chaque année l'Observatoire analyse et rend un avis sur les bilans départementaux d'accessibilité au réseau postal ainsi que sur les bilans annuels des actions menées avec l'aide du fonds de péréquation postale. Il a un rôle d'alerte des cosignataires en cas d'écart ou de non-respect des termes contractuels ou législatifs.

Fin 2016, le réseau de La Poste comprend 17 133 points de contact dont 48 % opérés en partenariat : 8 835 bureaux de poste (dont 564 facteurs-guichetiers et 395 Maisons de service au public), et 8 298 partenariats (5 950 agences postales communales ou intercommunales - dont 5 449 en zone prioritaire - et 2 348 relais poste - dont 1 838 en zone prioritaire).

La transformation des bureaux de poste en d'autres formes de points de contact, opérés en partenariat, a trouvé une nouvelle dynamique en 2015 et 2016. Par ailleurs, de nouvelles formes de mutualisation, les bureaux facteur-guichetier et les maisons de service au public opérées en bureaux de poste, ont été développées depuis 2015, essentiellement dans les zones rurales.

Ces transformations ont été une source importante de réduction du coût de la mission.

créations	2012	2013	2014	2015	2016
Agences postales communales	111	88	81	225	275
Relais postes	28	28	22	90	50
Relais poste urbains					148
Total des points de contact en partenariat créés	139	116	103	315	473

⁷ Conformément à la Communication de la Commission (2012/C 8/03) relative à l'encadrement de l'Union européenne applicable aux aides d'Etat sous forme de compensations de service public.

Proportion des points de contact en partenariat	42 %	43 %	44 %	46 %	48 %
Facteurs guichetiers			33	265	266
MSAP				40	355
Total	-	-	33	305	621

2. Le contexte de la mission d'aménagement du territoire évolue

Le développement de l'économie numérique et l'évolution des modes de vie et de consommation entraînent depuis plusieurs années une baisse continue de la fréquentation des bureaux de poste (de 5 à 6 % par an en moyenne), aussi bien pour les opérations au guichet que sur les automates. Ainsi, si fin 2012 les bureaux de poste accueillent 1 875 000 clients quotidiennement, ils n'en accueillent plus que 1 500 000, 4 ans plus tard.

En parallèle, les attentes des usagers évoluent et se différencient en fonction des catégories de population, de leur capacité à la mobilité, de leur capacité à utiliser les outils numériques.

Les besoins et les problématiques d'accès aux services ne sont pas les mêmes dans les centres villes, dans les zones urbaines périphériques, en secteur rural ou en outre-mer.

Le développement du numérique induit de nouvelles formes d'accès aux services, mais aussi de nouvelles formes d'exclusion⁸.

Par ailleurs, l'évolution de l'organisation institutionnelle des collectivités territoriales et de leurs groupements, ainsi que l'évolution de l'organisation territoriale des services de l'Etat et de ses opérateurs, s'accompagnent d'une dématérialisation des procédures administratives et créent de nouvelles attentes en matière de médiation numérique.

Face à ces évolutions, le contrat d'entreprise 2013-2017 avait notamment été guidé par la volonté de l'Etat et de La Poste de mutualiser des services postaux avec d'autres formes de services, ce qui a facilité l'émergence en bureaux de poste de près de 500 Maisons de services au public (MSAP) dans les communes de moins de 2 000 habitants et des facteurs-guichetiers.

Le contrat de présence postale territoriale 2017-2019 a, pour sa part, intégré les évolutions des usages et des technologies dans ses priorités : adaptation de la présence postale aux besoins diversifiés des territoires et des populations, mutualisation des services, amélioration de l'accessibilité numérique, actions innovantes, accompagnement des publics les plus fragiles. Il prévoit également une meilleure information sur l'ouverture des points de contacts.

En outre, avec la suppression du seuil de 2 000 habitants, il élargit les perspectives de déploiement des MSAP. Enfin, il contient des éléments favorisant une vision innovante de l'aménagement du territoire : *a minima* 15 % des crédits alloués à chaque commission départementale de présence postale (CDPPT) doivent servir à l'amélioration de l'accès aux services numériques (matériel et formation des postiers), chaque CDPPT dispose d'une part de 5 % de son enveloppe dédiée à des expérimentations en lien avec l'aménagement du territoire, chaque CDPPT se voit confier un rôle renforcé pour lui permettre à la fois de disposer de davantage d'autonomie dans la répartition des ressources qui lui sont allouées et un rôle de veille et de coordination plus important.

⁸ 1 personne sur 3 se dit incapable d'effectuer des démarches en ligne ou avoir besoin d'accompagnement pour ce faire ; 1 personne sur 5 éprouve des difficultés à accomplir les démarches administratives courantes ; 13 % de la population se dit dans l'incapacité de déclarer ses revenus en ligne, de télécharger ou remplir un formulaire en ligne ou d'obtenir des informations sur Internet, soit 7 millions de personnes auxquelles viennent s'ajouter la population qui déclare avoir besoin d'un accompagnement de la part des pouvoirs publics pour se familiariser avec la dématérialisation (19 %) – source : Défenseur des droits

3. Les perspectives d'évolution de la mission d'aménagement du territoire

En tenant compte d'un environnement et de besoins qui vont évoluer fortement tout en restant dans le cadre prévu par la loi, le contrat d'entreprise 2018-2022 doit poser le cadre permettant de définir de nouvelles orientations innovantes quant à l'adaptation de la présence postale et de poursuivre une ambition de diversification de l'offre de services.

En particulier, les actions engagées devront tendre vers une amélioration de la qualité d'accueil, de l'accessibilité, et des services rendus aux usagers dans l'ensemble des points de contact postaux, au titre de la mission d'aménagement du territoire.

Dans ce cadre, des initiatives visant à consolider la fréquentation, à favoriser une meilleure adéquation des horaires d'ouverture aux attentes des clientèles, et à compléter l'offre de service et la mutualisation des points de contact seront lancées.

Il s'agira en outre de :

- Diversifier les partenariats : au-delà des partenariats existants (collectivités, commerçants, buralistes), de nouveaux types de partenariats devront être recherchés (offices de tourisme, gares, etc.) ;
- Evaluer les dispositifs MSAP et facteurs-guichetiers, suite au déploiement de 500 MSAP en bureaux de poste et la mise en place de 1000 bureaux facteurs-guichetiers (prévus à fin 2017). Tout en permettant la continuité des initiatives ponctuelles à l'échelle locale, il convient en effet de procéder à une évaluation de chacune de ces deux initiatives avant toute décision d'un nouveau déploiement à grande échelle. Une réflexion devra notamment être conduite sur les formes possibles et le financement de MSAP adaptées aux besoins des quartiers prioritaires de la politique de la ville ;
- Rechercher de nouvelles formes de présence postale dans les zones confrontées à l'exclusion sociale ou à des difficultés d'accès aux services publics, notamment les quartiers prioritaires de la politique de la ville et les zones les desservant, mais aussi les petites villes de moins de 10 000 habitants et les territoires à forte saisonnalité et fréquentation touristique⁹.

Par ailleurs, une réflexion sur le rôle que La Poste peut jouer dans l'accompagnement des usages numériques dans le cadre de la réorganisation territoriale des services de l'Etat sera menée. Dans ce contexte, les conditions d'accès et de prise en charge d'éventuels services pour le compte de l'Etat dans les bureaux de poste hors MSAP doivent être expertisées.

Les expérimentations menées par les commissions départementales de présence postale qui ont vocation à faire émerger des projets innovants et à repérer les meilleures pratiques pourront utilement contribuer à explorer et définir les pistes les plus pertinentes.

Enfin, l'Etat et La Poste veilleront à la cohérence et à la complémentarité de l'offre de services postaux avec celles des acteurs territoriaux (collectivités et associations notamment), en particulier dans le cadre des schémas départementaux d'amélioration de l'accessibilité des services au public, auxquels La Poste est associée comme partie prenante.

4. Les engagements de l'Etat

L'Etat continuera à accompagner La Poste et les élus locaux dans leur dialogue territorial en soutenant l'adaptation du réseau de La Poste aux besoins de la population.

⁹ Par exemple, la loi Montagne incite les Maisons de services au public à développer des services d'accueil des travailleurs saisonniers, si besoin par des partenariats avec les maisons des saisonniers

L'Etat s'engage à poursuivre sa contribution au financement de la mission d'aménagement du territoire et à veiller à ce que le financement des dispositifs de mutualisation des services soit assuré.

5. Le suivi de la qualité du service rendu

La Poste s'engage à prendre en compte les besoins de ses usagers en améliorant la qualité du service rendu.

Ainsi, La Poste s'engage à effectuer un suivi de la satisfaction des clients, dans les bureaux et les partenariats : elle mesure chaque année la satisfaction globale des clients, à la sortie des bureaux de poste. La mesure, réalisée par un organisme indépendant à La Poste, est auditable et traçable sur la durée du contrat d'entreprise. Par ailleurs, La Poste poursuivra la mesure de satisfaction des partenariats¹⁰ et des bureaux mutualisés réalisée dans le cadre des travaux de l'Observatoire national de la présence postale.

Les résultats de ces différents baromètres figureront dans le bilan annuel d'exécution du contrat d'entreprise.

Pour maintenir le niveau de satisfaction de ses clients, La Poste poursuivra tant au niveau national qu'au niveau local, ses actions d'écoute régulière des clients et des parties prenantes dans le but d'améliorer les services et de mesurer l'impact des innovations de services proposées dans les bureaux de poste.

6. Le développement des échanges

Afin de garantir que le développement des échanges n'est pas affecté dans une mesure contraire à l'intérêt de l'Union européenne, si un prestataire de service postal tiers démontre qu'il lui est impossible de développer, dans des conditions économiques raisonnables et pour la zone de chalandise desservie par un bureau de poste donné au sein du réseau d'aménagement du territoire, une solution permettant à un destinataire de prendre possession des colis qui lui sont destinés, La Poste lui proposera une offre technique et financière lui permettant d'utiliser le bureau de poste desservant la zone de chalandise considérée en tant que point de retrait.

7. Gouvernance

Un rendez-vous aura lieu au plus tard en 2020 pour faire le point sur l'évolution de la mission d'aménagement du territoire et adapter le cas échéant, le présent contrat sous la forme d'un avenant.

¹⁰ 93% des clients et 95% des élus sont satisfaits des agences postales et des relais poste mis en place sur leur commune (baromètre 2016)

II – ACCESSIBILITE BANCAIRE

Le législateur a confié à La Poste une mission générale d'accessibilité bancaire. Cette mission est inscrite dans le code monétaire et financier¹¹ : « Dans les domaines bancaire, financier et des assurances, La Poste propose des produits et services au plus grand nombre, notamment le Livret A ».

La mission d'accessibilité bancaire s'exerce dans le cadre des articles L 518-25-1 et L 221-2 du code monétaire et financier, via la distribution et le fonctionnement spécifiques du livret A.

Par ailleurs, conformément à la loi, La Poste et La Banque Postale mènent des actions en faveur de l'accès du plus grand nombre à des produits et services bancaires adaptés à leur situation.

1. Le cadre d'exercice de la mission d'accessibilité bancaire

La loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 a généralisé la distribution du livret A à toutes les banques au 1er janvier 2009. Elle a toutefois fixé des obligations spécifiques pour La Banque Postale en matière de distribution et de fonctionnement du livret A au titre de sa mission d'accessibilité bancaire¹², rappelée dans la loi no 90-568 du 2 juillet 1990 modifiée relative à l'organisation du service public de La Poste et à France Telecom¹³.

Cette mission d'accessibilité bancaire a pour objectif d'assurer la mise à disposition de toute la population, sans aucune restriction, d'un même produit d'épargne «de base» afin de favoriser la bancarisation et l'épargne et de compléter les autres dispositifs en place tel que le « droit au compte » et l'offre dédiée aux clients en situation de fragilité financière.

Pour la mise en œuvre de cette mission, une convention a été signée entre l'Etat et La Banque Postale pour d'une part définir les obligations mises à la charge de La Banque Postale au titre de sa mission d'intérêt général d'accessibilité bancaire (obligations concernant la distribution et le fonctionnement du livret A) et d'autre part, pour préciser les règles de rémunération de la mission d'intérêt général d'accessibilité bancaire.

2. Les obligations spécifiques de La Banque Postale en matière de distribution et de fonctionnement du Livret A

La Banque Postale a l'obligation :

- a. d'ouvrir un livret A à toute personne qui en fait la demande¹⁴;
- b. d'effectuer gratuitement les opérations de dépôt et de retrait à partir de 1,5 euro (contre 10 euros dans les autres réseaux)¹⁵;
- c. de permettre à son titulaire d'effectuer des opérations de versement et de retrait dans tous les bureaux de poste où elle permet ces mêmes opérations aux titulaires d'un compte courant postal¹⁶;
- d. d'accepter à titre gratuit les domiciliations de virements et de prélèvements de certaines opérations (minima sociaux, factures de gaz et d'électricité ...)¹⁷;

¹¹ Art. L.518-25 du code monétaire et financier

¹² Art. L.518-25-1 et L .221-2 du code monétaire et financier

¹³ Article 2 de la loi.

¹⁴ Art. L.221-2 du code monétaire et financier

¹⁵ Art. R.221-3 du code monétaire et financier

¹⁶ Cf. convention entre l'Etat et La Banque Postale

e. de proposer gratuitement les services complémentaires suivants¹⁸:

- virement sur le compte à vue du titulaire du Livret A (de son représentant légal ou de son mandataire) quel que soit l'établissement teneur de compte ;
- chèque de banque tiré au profit du titulaire du Livret A (de son représentant légal ou de son mandataire) ;
- mise à disposition d'une carte de retrait utilisable dans les DAB/GAB de La Banque Postale.

Ces obligations spécifiques font que La Banque Postale gère les livrets A d'une part importante de la population la plus modeste. Elles se traduisent concrètement par l'obligation pour La Banque Postale de gérer au quotidien un très grand nombre d'opérations de retrait et de dépôts de très faible montant, ce qui entraîne des coûts de gestion directs et d'importants coûts indirects liés notamment au fait qu'une partie significative de ces opérations est réalisée au guichet. Ces opérations se concentrent notamment sur des livrets disposant d'un faible encours et sur certains territoires.

3. Le principe d'une compensation de La Banque Postale au titre de sa mission d'intérêt général d'accessibilité bancaire

La loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 a prévu qu'au titre des obligations spécifiques qui lui incombent en matière de distribution et de fonctionnement du livret A, La Banque Postale perçoit une rémunération complémentaire¹⁹ à la rémunération de la collecte (commune à l'ensemble des établissements distributeurs). Les modalités de calcul de cette compensation sont fixées par décret en Conseil d'Etat.

La rémunération complémentaire de La Banque Postale est calculée de manière à lui assurer une compensation proportionnée aux missions de service d'intérêt économique général qui lui sont confiées. La Banque Postale calcule le coût net de la mission d'accessibilité conformément aux règles approuvées par la Commission européenne afin de garantir l'absence de toute surcompensation.

La Banque Postale reçoit ainsi annuellement une compensation qui est fixée pour la période 2015-2020 par l'arrêté du 04 décembre 2017 modifiant l'arrêté du 26 février 2015 pris en application de l'article R.221-8-1 du code monétaire et financier²⁰.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Compensation spécifique de la mission d'accessibilité bancaire de la Banque Postale	235 M€	355 M€	340 M€	320 M€	300 M€	280 M€

Le montant de la compensation au-delà de l'année 2020 sera examiné le cas échéant dans le cadre de la renégociation de la convention conclue entre l'Etat et La Banque Postale mentionnée plus haut en tenant compte, le cas échéant, de l'évolution du cadre de la mission

¹⁷ Arrêtés du 4 décembre 2008 et du 14 mai 2010 pris pour l'application de l'article R.221-5 du code monétaire et financier

¹⁸ Cf. convention entre l'Etat et La Banque Postale

¹⁹ Article L221 -6 du code monétaire et financier

²⁰ Cf. convention entre l'Etat et La Banque Postale

et des coûts associés pour La Banque Postale. Les termes de cette renégociation reposeront sur le principe d'une compensation proportionnée aux obligations dévolues à La Banque Postale pour l'exercice de sa mission d'intérêt général d'accessibilité bancaire et conformément aux exigences de la législation européenne sur les compensations des coûts induits par les services d'intérêt économique général.

4. Les engagements de La Banque Postale en faveur de l'accès à des produits et services adaptés

La mission d'accessibilité bancaire assurée par La Banque Postale, fondée sur le livret A, permet d'offrir des services de base à l'ensemble des populations fragiles qui le souhaitent et représente un produit bien maîtrisé et identifié par ces populations.

Dans le cadre de la renégociation de la convention entre l'Etat et La Banque Postale relative à sa mission d'accessibilité bancaire qui s'appliquera au-delà de 2020 et compte tenu des dispositifs en place pour assurer l'accessibilité bancaire via le droit au compte ou l'inclusion bancaire via l'offre spécifique notamment, des évolutions des modalités d'exercice de cette mission confiée à La Banque Postale, au-delà du livret A, pourraient être envisagées.

Dès à présent, La Banque Postale s'engage à poursuivre ses actions d'information et de sensibilisation des personnes en situation de fragilité financière, en particulier celles qui détiennent un livret A comme seul support de bancarisation, en leur proposant les produits et services bancaires les mieux adaptés à leur situation, notamment en termes d'accès à un compte de dépôt et à des moyens de paiement modernes, faciles à utiliser et peu coûteux.

Avant la fin de la période couverte par la convention actuelle entre l'Etat et La Banque Postale, cette-dernière s'attachera à réfléchir à l'adaptation des outils de suivi de la mission qui serait rendue nécessaire par son éventuelle évolution, afin d'en garantir la traçabilité.

Avant le 1^{er} juin 2019, La Poste transmet au Ministre chargé des postes et au Ministre de l'économie un rapport faisant le bilan des actions d'information et de sensibilisation menées auprès des personnes en situation de fragilité financière ainsi que la synthèse des travaux menés par La Banque Postale relatifs à l'évolution éventuelle des outils de suivi de la mission.

5. Gouvernance

D'ici l'année 2020 au plus tard, les éléments du présent contrat feront l'objet d'un avenant qui tiendra compte des conclusions de la consultation publique qui sera menée pour déterminer le besoin pour un produit bancaire adapté conformément à la décision de la Commission européenne C(2017) en date du 24 octobre 2017.

Engagements citoyens

La contribution active de La Poste à la mise en œuvre de politiques d'intérêt général et à l'accompagnement des développements de la société est inscrite dans l'histoire, la stratégie et la culture de l'entreprise, qui conduit pour ce faire différentes actions qui présentent un intérêt d'ordre général et qui viennent compléter les missions de service public. Les engagements citoyens du Groupe La Poste présentés ci-dessous sont structurés autour de trois grands axes : le développement de la société numérique, le développement de services de proximité et le développement durable et responsable.

Au-delà de ces engagements citoyens, l'exploration des opportunités sur les marchés de la transition énergétique, du e-commerce, de la logistique urbaine, de la modernisation de l'action publique, de la connaissance des clients particuliers et de la Silver économie sont des champs d'actions au cœur du plan stratégique de l'entreprise, ces marchés relèvent également de thématiques sociétales majeures et sont des opportunités pour La Poste d'investir, au bénéfice de tous, de nouveaux champs d'intérêt général.

1. Actions pour soutenir le développement de la société numérique

a. Développer l'accessibilité multicanale

L'accessibilité multicanale des offres du Groupe sera constamment améliorée pour les rendre accessibles au plus grand nombre, de façon permanente, depuis n'importe quel outil connecté et n'importe quel lieu.

b. Promouvoir la confiance dans l'univers numérique

Dans une société de plus en plus numérique, le rôle d'un opérateur de confiance est de plus en plus important pour garantir aux individus identité, confidentialité et traçabilité des échanges, ou encore stockage et protection de données et de documents numériques.

La Poste est un opérateur neutre et universel des échanges : elle propose différents services de confiance numérique comme l'identité numérique et le coffre-fort électronique pour simplifier la vie de tous les Français. A titre d'exemple, La Poste a signé un partenariat avec l'État dans le cadre du programme « France Connect » sur l'identité numérique, permettant de positionner La Poste comme un fournisseur d'identité numérique. Elle s'est également engagée dans plusieurs territoires auprès des publics fragiles en liens avec les centres communaux d'action sociale (CCAS) pour les accompagner dans l'usage du coffre-fort numérique afin de simplifier les procédures administratives et faciliter leur accès aux droits.

Par ailleurs, en tant que tiers de confiance historique, le Groupe gère de la donnée utile quant à la connaissance client et veut répondre aux attentes des Français en matière de respect de la vie privée et de traitement éthique de leurs données personnelles : lancée en mai 2016 et en cours de diffusion, sa « Charte Data » traduit l'engagement dans la valorisation et la protection des données du Groupe.

c. Accompagner le développement du e-commerce

L'essor durable du e-commerce modifie les attentes et les pratiques en matière de colis (rapidité, traçabilité, flexibilité, personnalisation des services etc.). Afin de répondre de façon optimale aux besoins exprimés, La Poste s'engage à accompagner ses clients sur l'ensemble du territoire en leur délivrant un conseil de qualité, notamment concernant les offres proposées aux e-commerçants pour l'envoi de colis aux particuliers (BtoC).

En outre, un effort de lisibilité et de visibilité de l'offre de colis sera réalisé, aussi bien sur internet qu'en bureau de poste.

Par ailleurs, afin de répondre aux évolutions liées au e-commerce, La Poste continuera à proposer une offre de service de colis de haut niveau, qui s'articule autour :

- de facilités dans l'envoi et le retour des colis pour les particuliers ;
- d'innovations en matière de livraison et de réception des colis, en s'appuyant sur le réseau le plus dense en France (points de contact, relais Pickup, consignes automatiques) et en déployant une gamme étendue de services de livraison à domicile (telles que la livraison le soir dans les grandes villes).

Consciente que les entreprises françaises ont aussi des attentes fortes pour vendre et expédier plus facilement leurs marchandises hors de France, dans un marché du e-commerce européen et international en forte croissance, La Poste s'engage à leurs côtés en développant des solutions adaptées. A titre d'exemple, la Poste a commencé à déployer en 2016 Colissimo Europe, qui permet aux entreprises de disposer d'une offre de livraison multi-choix en Europe, adaptée aux habitudes de consommation et aux préférences de livraison des e-acheteurs.

d. Promouvoir l'inclusion numérique en complément de sa mission d'aménagement du territoire

Promouvoir l'inclusion au sein de la société numérique des populations qui peuvent en être éloignées représente un enjeu socio-économique, sociétal et culturel majeur. Compte tenu de sa présence territoriale en raison de sa mission d'aménagement du territoire, La Poste dispose de certains atouts pour mener des initiatives citoyennes en matière d'information, de sensibilisation, de formation et d'accompagnement des usages visant à détecter les fragilités, à promouvoir l'accessibilité aux services numériques et aux procédures dématérialisées. Le Groupe pourra ainsi investir ce nouveau champ d'intérêt général. Un bilan de ces initiatives sera réalisé dans un an.

e. Agir en matière de médiation numérique bancaire en complément de sa mission d'accessibilité bancaire

A l'heure de la digitalisation des services bancaires et d'assurance, faisant le constat que la moitié de ses clients présents en bureau de poste rencontrent des difficultés avec le numérique pour exécuter des transactions (forte précarité ou exclusion numérique), La Banque Postale a annoncé en mars 2017 le lancement d'un plan d'inclusion bancaire par le numérique sur tout le territoire et tous ses canaux, en face à face ou à distance. Ce plan a fait l'objet d'une démarche inédite de co-construction avec des référents de l'action sociale, spécialistes du numérique.

f. Soutenir les Civic tech au service de la démocratie participative

La Poste, qui a la volonté d'être un acteur clef de l'innovation d'intérêt général dans les territoires, est un partenaire fondateur du premier incubateur de l'innovation démocratique en France, porté par l'association « Démocratie Ouverte », collectif de plus de 300 membres engagés dans la promotion et l'expérimentation de modes de gouvernance transparents, participatifs et collaboratifs. La Poste soutient ainsi un programme au caractère unique, ouvert et non concurrentiel qui répond à des exigences de documentation et de production de biens communs.

g. Favoriser l'émergence d'une filière d'excellence française de l'Internet des Objets

Le développement des objets connectés constitue pour la vie quotidienne un bouleversement que La Poste a rapidement saisi en lançant en 2015 son Hub Numérique, plateforme d'innovation ouverte permettant de combiner objets connectés, services numériques et services de proximité. Afin de mutualiser les compétences françaises de l'Internet des Objets et impulser l'émergence d'une filière française IoT d'excellence, La Poste a créé en mai 2015

le programme French IoT : il vise à rassembler une pluralité d'acteurs – start-up, ETI, PME, grands groupes, pôles de compétitivité, incubateurs, métropoles French Tech, etc. La Poste organise ainsi depuis trois ans un concours, destiné aux start-up de l'IoT, avec pour objectif d'identifier, avec l'appui d'un réseau de partenaires locaux et nationaux, les projets les plus innovants et les accompagner dans leur développement.

2. Le développement de services de proximité (à la personne, aux territoires, aux personnes morales...) et de services bancaires

a. Participer au développement de services de proximité et à la structuration de la filière de la Silver économie

En tant qu'acteur de proximité historique et par choix stratégique, La Poste a un rôle à jouer pour contribuer au renforcement du lien social, facteur de cohésion pour les populations et sur les territoires. En tant qu'entreprise offrant des services de proximité, son rôle est d'accompagner la transformation du lien social et de le renforcer au service de l'intérêt général.

Elle est notamment très impliquée dans le développement de produits et services pour les seniors : La Poste propose en effet différentes prestations de prévention des conséquences du vieillissement de la population, en accompagnant le maintien et le bien-vieillir au domicile des personnes âgées, et en réalisant des expérimentations avec les collectivités territoriales dans le cadre de programmes d'action sociale préventive.

La Poste joue un rôle actif au sein du comité d'orientation de la Silver économie, instauré en décembre 2016. Ce comité aura pour objectif de formuler des propositions, au service de l'amélioration de la qualité de vie des personnes âgées ou de leurs proches, partout sur le territoire.

b. Contribuer, aux côtés des acteurs publics, à rapprocher les services du citoyen

En complément de sa mission d'aménagement du territoire, La Poste participe activement à la démarche engagée par les opérateurs publics pour améliorer l'efficacité de l'action publique et transformer la relation aux citoyens : disposant d'une capillarité territoriale qui lui permet d'améliorer l'accessibilité et donc de rapprocher le service du citoyen, La Poste se positionne comme un véritable accompagnateur des réformes des politiques publiques avec des solutions adaptées, comme :

- le partage et l'ouverture sélective de ses réseaux, dans des conditions de marché, à l'image de l'agrément obtenu en 2016 pour être organisateur des examens théoriques du permis de conduire, qui a permis de réduire significativement le temps d'attente pour les candidats
- la simplification des procédures administratives, par exemple autour de la Gestion de la Relation Citoyen (grâce à des plateformes multicanales de services aux publics, en cours d'expérimentation avec plusieurs communautés d'agglomération)
- une offre intégrée de services s'appuyant sur la qualité de l'adresse
- des offres de services aux collectivités, quelle que soit leur taille, en matière de soutien administratif et d'accompagnement sur des domaines d'expertise spécifique (aide à la numérotation ou dénomination des voies, supervision des performances et de l'intégrité des équipements publics, gestion et de partage de flottes de véhicules, etc.).

c. Le développement de services bancaires citoyens

Grâce à son maillage territorial et à sa gamme complète adaptée à des profils et des besoins très divers, La Banque Postale, banque et citoyenne, soutient les projets de l'ensemble des acteurs de l'économie réelle et solidaire (artisans, petites, moyennes et grandes entreprises, commerçants, associations, mutuelles, hôpitaux, collectivités locales) qui tous contribuent à leur échelle à la vie et à la prospérité des territoires.

Au-delà de sa mission d'accessibilité bancaire, La Banque Postale joue un rôle essentiel dans la lutte contre l'exclusion bancaire par son action quotidienne en faveur de l'accès du plus grand nombre à des services bancaires de qualité et l'accompagnement des clientèles en situation de fragilité financière (via une politique tarifaire raisonnable, un accès à des offres de microcrédit et des projets de pédagogie bancaire, notamment en collaboration avec des associations, mais aussi au travers de travaux de réflexion sur l'inclusion bancaire).

La Banque Postale a placé la prévention du surendettement et l'accompagnement de ses clients au cœur de son approche de prêteur responsable. Elle a conçu et mis en place un dispositif complet de prévention du surendettement intervenant dès l'octroi du crédit et se poursuivant pendant toute la durée du contrat, pour mieux agir en amont et accompagner les clients en cas de difficulté(s) avérée(s). Ce dispositif s'appuie notamment sur un pôle accompagnement dédié, des partenariats avec des associations spécialistes (comme CRESUS), et la plateforme de conseil et d'orientation bancaire et budgétaire «L'Appui».

d. Les initiatives en matière de philatélie

Conscients des valeurs attachées au timbre-poste, l'Etat et La Poste poursuivront, sur la durée du contrat, les travaux sur la philatélie afin, notamment, de promouvoir le savoir-faire de Phil@poste dans la fabrication et l'impression de timbres destinés à l'exportation, de développer l'usage du timbre comme média, de veiller à la valeur des collections en limitant la volumétrie des émissions annuelles de timbres-poste et de rechercher un niveau de parité hommes-femmes plus effectif dans les prochains arrêtés fixant le programme philatélique.

3. Engagements en faveur du développement durable et responsable (social, sociétal, environnemental)

Entreprise publique responsable, La Poste cherche à rendre positive son empreinte sociétale. Elle contribuera au déploiement des politiques publiques, comme la stratégie nationale pour la transition énergétique. Elle a par ailleurs, dès leur adoption en 2016, analysé sa contribution à l'atteinte, en 2030, des objectifs de développement durable signés par 194 pays dans le cadre de l'ONU.

a. Lutter contre le changement climatique

i. En optimisant l'empreinte carbone de ses activités

Dès 2016, La Poste a atteint, en anticipant l'échéance fixée à 2020, un premier objectif de -15% d'émissions de gaz à effet de serre (GES) par rapport à 2013. La Poste prolonge cette première étape et s'engage à réduire ses émissions de GES de 20 % d'ici 2020 par rapport à 2013, en utilisant les leviers suivants :

- se doter d'une des toutes premières flottes mondiales de véhicules électriques, dont 10 000 véhicules utilitaires légers ;
- desservir les 15 principales métropoles françaises et 40 grandes villes par des dispositifs à très faibles émissions de GES et polluants atmosphériques locaux, en réponse aux enjeux en matière de mutation des villes et territoires (logistique urbaine).

Egalement engagée dans une politique ambitieuse de recherche et développement afin de déployer les véhicules propres de demain, La Poste testera de nouveaux modes de transports à faibles émissions (notamment le GNV et son réseau de stations de recharge) et innovera sur l'organisation de l'activité logistique par de nouveaux modes de chargement ou de distribution.

Elle s'engage aussi à intégrer des critères de performance environnementale dans sa politique de gestion patrimoniale et immobilière et dans l'écoconception de ses services numériques.

ii. En aidant les clients dans leur propre transition énergétique

La Poste poursuivra son programme de neutralité carbone au service de ses clients pour ses offres courrier, colis, express et numérique.

Elle continuera à proposer des solutions de financement, d'éco-mobilité ou encore de management de l'énergie aux entreprises, collectivités et particuliers.

b. Recourir aux énergies renouvelables

La Poste s'engage à maintenir son approvisionnement en électricité 100 % garantis d'origine renouvelable des bâtiments gérés par sa foncière Poste Immo (effectif depuis mi-mai 2016).

Elle s'engage dans la production d'énergie renouvelable, en particulier au travers de son programme et filiales « PI Energy I et II » et l'installation de 45 installations photovoltaïques sur le toit de ses actifs immobiliers industriels.

c. Consommation et production responsable

La Poste intègre des analyses du cycle de vie dans ses achats, optimise ses consommations et l'utilisation de ses équipements (durée de vie), favorise le réemploi en interne et vers l'extérieur, et applique une gestion stricte de ses déchets (papier, cartons, déchets d'équipements électriques et électroniques, déchets de chantier...) afin de maximiser le recyclage et la récupération matière.

La Poste joue un rôle majeur dans la logistique inversée aux entreprises pour la collecte et la valorisation des déchets de bureaux (Recy'go).

d. Contribution à l'inclusion sociale

i. Par l'accès à l'éducation et à l'emploi

La Banque Postale poursuivra, via son association « L'Envol, le campus de La Banque Postale », son action en faveur de l'éducation, l'excellence et l'égalité des chances, en soutenant dans leur parcours scolaire des jeunes talentueux issus de milieux modestes accompagnés par des collaborateurs bénévoles.

La Poste, via La Fondation La Poste, continuera son action en faveur de l'accès de tous à la culture, l'éducation et la maîtrise de l'écrit et de la langue française, conditions essentielles à l'inclusion sociale durable dans un monde en transition.

La Poste, au travers de sa filiale Nouvelle Attitude et de ses partenaires ESS (Economie Sociale et Solidaire) continuera à proposer des postes en insertion aux personnes éloignées de l'emploi dans le cadre de ses activités de tri des déchets de bureaux collectés par Recy'go.

ii. Par la contribution au développement durable des territoires

La Poste contribue au développement économique local grâce à son implantation territoriale, son action dans les échanges économiques et l'implication de ses collaborateurs dans la vie sociale par :

- une politique d'achat responsable (plus de 40 000 fournisseurs et un volume d'achats de 4,3 Mds€) ;
- des ressources logistiques au service de l'intermédiation économique, comme des espaces de travail mutualisés (co-working) ;
- des partenariats innovants et en utilisant les leviers de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS), des start-ups et des entrepreneurs ;
- de l'innovation sociale, avec l'émergence d'écosystèmes favorables à l'emploi, la vitalité économique, la responsabilité sociale et le développement des territoires.

Afin d'accueillir dans les meilleures conditions les personnes migrantes et de leur proposer des services bancaires et postaux de base en adéquation avec leur situation administrative, Le Groupe La Poste poursuivra sa politique partenariale avec les acteurs institutionnels et associatifs des publics vulnérables. Il renouvellera son partenariat avec l'Office Français de l'Immigration et de l'Intégration (OFII) en 2018.

e. Une politique RH responsable

Premier employeur en France, La Poste place le progrès social, l'avenir professionnel des postiers et la qualité de vie au travail au cœur de son développement. Pour construire cet avenir, fait de nouvelles compétences et de nouveaux métiers, La Poste s'engage dans un effort de formation inédit. Chaque postier, quelle que soit sa filière ou son métier, est accompagné pour développer ses compétences et son employabilité.

L'accord social majoritaire « Un Avenir Pour chaque Postier », signé le 5 février 2015, couvre toute la période du plan stratégique de l'entreprise, jusqu'en 2020.

Par ailleurs, La Poste est engagée dans l'insertion dans l'emploi des jeunes, l'inclusion sociale, la promotion de la diversité et de l'égalité des chances.

i. Une politique active en matière d'alternance

La politique d'insertion des jeunes dans l'emploi promue par La Poste repose, notamment, sur le développement de l'alternance, du CAP au master. Cette politique de formation permet aux jeunes d'obtenir un diplôme et une première expérience professionnelle et de favoriser leur employabilité. La Poste s'est engagée à recruter 12 000 jeunes en contrat d'alternance sur la période 2016-2018, au titre de l'accord majoritaire signé le 3 octobre 2016 sur l'insertion des jeunes et l'emploi des seniors.

Par ailleurs, La Poste est partenaire depuis 2016 de la Fondation Innovation Pour les Apprentissages (FIPA), afin de favoriser toutes les formes d'apprentissage en alternance et d'innover autour de l'insertion professionnelle.

ii. La promotion de la diversité et de l'égalité des chances

La Poste mène une politique active de promotion de la diversité et l'égalité des chances au sein du Groupe. Signataire de la Charte de la diversité depuis 2006, elle dispose d'un Code de déontologie et d'un règlement intérieur de l'entreprise qui précisent ses engagements en matière de lutte contre les discriminations. Par l'application de sa charte de recrutement, La Poste s'engage en matière d'égalité des chances, de considération de toutes les candidatures, d'objectivité afin que recrutements soient le reflet de la diversité de la société française et de ses territoires.

iii. L'emploi et l'insertion des travailleurs en situation de handicap ou d'inaptitude

La Poste met en œuvre une politique volontariste en faveur de l'emploi et du développement professionnel des personnes en situation de handicap ou d'inaptitude. A l'issue de son sixième accord en faveur de l'emploi des collaborateurs en situation de handicap, en vigueur sur la période 2015-2017, La Poste engagera une nouvelle négociation pour couvrir la période 2018-2020. Le taux de bénéficiaires de l'obligation l'emploi continue à progresser : 5,8 % en 2016 vs 5,1 % en 2015 et 4,1% en 2014. Priorité est donnée au maintien dans l'emploi des personnels en situation de handicap, à l'adaptation des postes de travail et aux reclassements dans l'entreprise, à l'intensification du recours aux entreprises du secteur adapté et à l'accessibilité numérique des supports de communication et des applications.

iv. Égalité femmes – hommes

La Poste engagera de nouvelles négociations en vue d'un 7^{ème} accord sur l'égalité professionnelle portant sur la période 2018-2020 afin de favoriser la mixité des recrutements et de l'emploi, de garantir une évolution professionnelle équivalente entre les femmes et les hommes, des niveaux de rémunération et des évolutions de carrière équivalents, l'égal accès à la formation et de toujours mieux concilier vie professionnelle-vie personnelle. Sa politique active en matière d'égalité femmes-hommes permet à La Poste d'atteindre en 2016 un taux de 52,0 % de femmes dans l'entreprise et de 48,5 % de femmes parmi les cadres.

v. Gestion des âges et des relations entre les générations

La Poste a signé le 3 octobre 2016 un nouvel accord avec les organisations syndicales portant sur l'Insertion des jeunes et l'emploi des seniors, qui prévoit, pour la période 2016-

2018, une attention spéciale aux échanges entre générations, à l'équité intergénérationnelle et vise à répondre à trois enjeux : l'insertion durable dans l'emploi des jeunes, le maintien dans l'emploi et le recrutement des seniors, la transmission des savoirs et des compétences.

vi. Engagement en faveur des quartiers de la politique de la ville

La Poste a signé l'Engagement national pour l'emploi des jeunes dans les quartiers de la politique de la ville. Elle leur propose des outils pour développer leurs compétences, accéder à l'emploi ou créer une entreprise, en lien avec le monde professionnel. La Poste est par ailleurs partenaire :

- de l'association *Nos quartiers ont du talent* pour l'insertion professionnelle de jeunes diplômés issus de quartiers prioritaires et de milieux sociaux défavorisés.
- de toutes les Écoles de la deuxième chance pour l'insertion des jeunes sortis du système scolaire sans diplôme.

A titre expérimental, La Poste travaille avec le ministère de la Défense et des jeunes du *Service militaire volontaire*. Elle propose une formation professionnelle à la distribution et des formations certifiantes à des jeunes du service militaire volontaire peu ou pas qualifiés.

A Paris, le

16 JAN. 2018

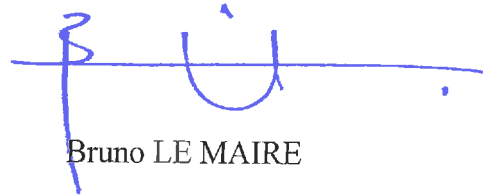
En 6 exemplaires originaux,

Le ministre de la cohésion des territoires,



Jacques MÉZARD

Le ministre de l'économie et des finances,



Bruno LE MAIRE

La ministre de la culture,



Françoise NYSSSEN

Le ministre de l'action et des comptes
publics,



Gérald DARMANIN

La secrétaire d'Etat auprès du ministre de
l'économie et des finances,



Delphine GÉNY-STEPHANN

Le président-directeur général de La Poste,



Philippe WAHL