



COM



CONTACTEZ VOTRE ADMINISTRATEUR
rossid@wanadoo.fr

60 rue Vergniaud
75640 Paris CEDEX 13
www.fo-com.com
postes@fo-com.com

L'ACTU DU CA

SPÉCIAL PLAN STRATÉGIQUE 2010 – 2015

À l'horizon 2015, le chiffre d'affaires serait en augmentation de 7 % et les bénéfices multipliés par deux. La contribution du courrier (170 000 agents) aux bénéfices du groupe ne serait plus que de 6 % (23 % en 2009). Les volumes du courrier baisseraient de 30 % sur la période.

L'augmentation de capital de 2,7 milliards permettrait, par rapport à 2010, de doubler les capitaux propres et de réduire la dette de 17 %.

À quelques mois du 1^{er} janvier 2011, date de l'ouverture totale du marché du courrier, le plan stratégique confirme la mutation du modèle économique.

En effet, La Poste sera de moins en moins une entreprise de main-d'œuvre.

Ce changement majeur dans l'histoire de l'entreprise publique pose avec force la question sociale : mobilité, reconversion professionnelle, gestion prévisionnelle des effectifs et des compétences...

Comment assurer un avenir à tous les postiers ?



1 - LES AXES STRATÉGIQUES DU GROUPE

Le contexte s'est profondément modifié au cours des trois dernières années.

a - L'avènement de la société numérique

Depuis 3 ans, nous assistons à une évolution sans précédent. Les technologies de dématérialisation des échanges bouleversent les coutumes modelant ainsi un monde nouveau : la société numérique.

Les nouveaux usages du courrier entraînent une forte baisse structurelle des volumes. 2008-2009 sont des années de rupture dans le rythme de baisse des volumes pour La Poste. Ainsi et en moyenne annuelle, les volumes traités en 2008 ont baissé de 3 % contre 5,3 % en 2009 soit une baisse de 900 millions d'objets en 2009 par rapport à 2008. Tous les opérateurs historiques sont touchés d'une manière plus ou moins significative :

- TNT : de - 7 à 9 % par an en 2010 puis - 6 % par an.
- Deutsche Post environ - 3 % par an puis - 20 % à long terme.
- Royal Mail : - 10 % en 2009-2010. - 5 à - 7 % par an de 2009 à 2015 soit - 30 % à - 40 % sur 2009/2015.
- US Postal : - 13 % en 2009-2010 et - 35 % sur certaines catégories de courrier.



L'avènement de la société numérique bouleverse les modes de consommation et modifie l'ensemble des relations entre le client et le prestataire de service. La société numérique constitue une aubaine pour l'e-commerce qui pèse 25 milliards d'euros et dont l'augmentation en 2009 s'élève à 25 % par rapport à 2008.

En revanche, le multicanal entraîne une baisse des activités guichet de 3,7 % par an.

b - La crise financière : un révélateur

Au Courrier, la crise financière puis économique et sociale accentue l'effet structurel et pousse les entreprises à la dématérialisation tandis qu'au Colis/Express elle oblige les acteurs à comprimer leur marge et à se livrer à une guerre des prix. On assiste par ailleurs à un transfert des volumes aériens vers la route, ce qui constitue un élément favorable pour Géopost.

Les « vépécistes » ont vu fondre leur activité (- 7 % en volume).

La Banque Postale sort moins touchée de la crise financière mais elle devra se soumettre aux nouvelles normes prudentielles qui conduisent à un renforcement des fonds propres, gelant ainsi des disponibilités financières. **En 2009, La Banque Postale devient le premier contributeur aux bénéfices du groupe. Le courrier ne représente plus que 23 % des résultats contre 84,5 % en 2005!**

c - Les principaux axes pour 2010-2015

■ Pour le Courrier :

- assurer les missions de service public.
- rechercher des relais de croissance en Europe et en amont de la chaîne de la valeur.
- autofinancer les investissements.
- développer les nouveaux métiers : marketing direct, la gestion documentaire, le numérique.

■ Pour le Colis/Express :

- donner le choix du mode livraison au client (pour Coliposte).
- compléter le réseau en Europe par des acquisitions.

■ Pour La Banque Postale :

- développer la gamme pour les particuliers.
- proposer des offres de prêts pour les petites entreprises.
- rejoindre les concurrents en termes d'équipement de la clientèle.
- développer la gamme complète des activités.
- assurer la mission d'accessibilité bancaire.

■ Pour l'Enseigne :

- respecter les missions de service public.
- poursuivre la modernisation (locaux, informatique, automates)
- réduire l'attente.
- développer le programme ESC.

2 - LA TRAJECTOIRE FINANCIÈRE

a - Les hypothèses macroéconomiques

La croissance : 2,4 % sur la période en Europe. L'évolution du PIB retenue est de 2 % en France pour une inflation qui serait contenue pour atteindre 1,5 % en moyenne.

Le CAC 40 progresserait de 6,5 % en moyenne tandis que le taux de change euro/dollar s'établirait à 1,35.

b - La trajectoire financière des métiers

■ Le Courrier

Le chiffre d'affaires baisserait de 2,4 % en moyenne annuelle soit 10 102 millions d'euros en 2015 contre 11 665 millions en 2009. La baisse des volumes représenterait 2 600 millions d'euros compensée en partie par la hausse des prix (+338 millions), les nouveaux services (+412 millions) et la contribution Sofipost (+286 millions).

Le résultat d'exploitation du courrier en 2009 s'établit à 832 millions dont 179 au titre de Sofipost. En 2015, il s'établirait à 151 millions d'euros dont 76 millions pour Sofipost!



**CONTACTEZ VOTRE ADMINISTRATEUR
rossid@wanadoo.fr**

■ Le Colis/Express

Le chiffre d'affaires 2009 passerait de 4 480 millions d'euros dont 3 093 millions pour Géopost à 5 582 millions dont 4 083 au titre de Géopost.

Les volumes des activités placées sous la holding Géopost progresseraient de 4,6 % en moyenne annuelle grâce à la croissance du e-commerce notamment pour le grand public.

Coliposte envisage d'augmenter le nombre de points de distribution (points relais).

En revanche, les marges de manœuvre sur la politique tarifaire sont faibles.

Le résultat d'exploitation de l'activité colis/Express passerait de 324 millions d'euros en 2009 à 394 millions d'euros en 2015 soit une progression en moyenne annuelle de 3,3 %.

■ La Banque Postale

Évolution des encours : 407 milliards d'euros en 2015 contre 300 milliards en 2009 avec, en 2015, 349 milliards pour l'encours épargne contre 278 milliards en 2010 et 47 milliards pour l'encours crédit immobilier (33 milliards en 2010).

À noter qu'il est prévu un encours « crédit consommation » à 11,5 milliards à l'horizon 2015.

Le produit net bancaire (PNB) atteindrait 6 934 millions en 2015 contre 4 993 en 2009 soit une progression de près de 40 %!

Le coefficient d'exploitation c'est-à-dire le rapport entre les charges et les produits s'établirait à 71 % contre 87 % en 2009. Rappelons que la moyenne des banques se situe à 60 %.

Les fonds propres de LBP progresseraient de 68 % pour atteindre 6 675 millions d'euros contre 3 967 en 2009. Toutefois et suite à la crise financière, le renforcement des mesures dites prudentielles obligerait LBP à geler 2 milliards d'euros de fonds propres obérant ainsi sa capacité d'investissement.

■ L'Enseigne

Sur la période 2010-2015, le chiffre des ventes courrier baisserait de 12 % alors que les ventes colis/express augmenteraient de 15 %.

Les crédits immobiliers feraient un bond de 48 % (8 271 millions en 2009 pour 12 274 millions en 2015). En 2015, 3 410 bureaux seraient modernisés pour 310 en 2009. Il est prévu par ailleurs, d'ici à 2015 une baisse des opérations guichet de 40 %.

c - La trajectoire financière du groupe

■ Le chiffre d'affaires

Il passerait de 21 161 millions d'euros en 2009 à 22 619 millions en 2015 avec une part du courrier passant de 55 % à 44 % (LBP 24 % à 31 %, le colis/Express de 21 % à 25 %).

■ Le résultat d'exploitation

Le ratio résultat d'exploitation/chiffre d'affaires passerait de 1,6 % à 7,8 %. Le courrier ne représenterait plus que 6 % du résultat d'exploitation contre 16 % au colis/Express et 77 % à La Banque Postale.

■ Les investissements prévus après augmentation de capital (en milliards)

- Courrier : 1 623 (fin CQC en 2010 et investissements de renouvellement)
- Colis/Express : 1 776
- Enseigne, immobilier, supports : 3 556 dont 900 millions pour l'Enseigne.
- LBP : 560 millions.
- Réserve : 827 millions.

Le plan stratégique est toutefois soumis à des aléas :

– la baisse des volumes du courrier sera-t-elle plus forte que prévue ?

– le renforcement des règles prudentielles aura-t-il un impact plus fort sur le niveau des fonds propres (2 milliards provisionnés à ce jour) ?

– les plans d'économies sectoriels auront-ils le rendement prévu ?

INTERVENTION DE L'ADMINISTRATEUR FO

C'est un exercice compliqué et périlleux que de se projeter dans l'avenir. La crise financière, économique et sociale, que bien peu d'observateurs avaient anticipée, est là pour nous le rappeler.

Que se passera-t-il d'ici à 2015 ? À vrai dire nul ne le sait car 2015, c'est à la fois loin et proche. C'est une banalité affligeante de rappeler que l'environnement économique, politique et social voire géopolitique affecte, parfois lourdement, la vie des entreprises. La Poste est sans doute plus sensible et donc plus exposée à ces aléas car elle est, en quelque sorte, la caisse

de résonance de l'activité économique du pays. Nous l'avons constaté avec la crise sur l'activité colis et, à rebours, avec les excellentes performances enregistrées par La Banque Postale.

Cela dit, les incertitudes sont nombreuses. Quel sera le prix des matières premières? La peur agitée sur le financement des retraites aura-t-elle un impact sur l'épargne des ménages et partant, sur la consommation et l'emploi?

Au-delà des normes prudentielles à venir qui gèleront une part non négligeable des fonds propres de La Banque Postale limitant d'autant sa capacité d'investissement, qui peut dire de quoi sera fait le monde bancaire de demain? Y aura-t-il des concentrations? Des rapprochements? Dans l'affirmative, à l'échelon européen? National? La Banque Postale peut-elle occuper le premier rôle?

À la faveur d'un entretien paru dans un grand quotidien du soir, le Directeur Général de la Caisse des Dépôts évoque la conséquence du pacte d'actionnaires unissant LBP, la CDC et la CNP qui pourrait donner naissance à un pôle public financier. Il s'agit là, d'une proposition avancée depuis longtemps par la Fédération FO et rappelée à deux reprises : en 2005 lors de la loi portant création de La Banque Postale et à l'occasion du débat parlementaire sur le changement de statut.

Décidément, la crise financière recèle des vertus insoupçonnées!

S'agissant de l'activité courrier, la baisse des volumes va-t-elle se stabiliser, ralentir ou s'amplifier, comme c'est le cas aujourd'hui aux États-Unis?

Par ailleurs, quel sera l'impact sur l'économie des inéluctables décisions politiques à venir en matière de résorptions des déficits publics avec à la clé la hausse des prélèvements obligatoires ou de l'instauration éventuelle de la TVA sociale, comme on l'entend ces dernières semaines? Quelles seront les conséquences des mesures attendues pour restaurer la compétitivité de l'industrie française?

Par ailleurs, on entend çà et là, en Europe et aux USA, que les dogmes du J+1 et de la distribution 6 jours sur 7, qui obligent les opérateurs historiques à maintenir un certain niveau d'emplois, pourraient être remis en cause. Qu'en sera-t-il demain en France? On rétorquera que les missions de service public sont gravées sur les tables de la loi, en omettant soigneusement de préciser qu'une loi peut défaire une autre loi.

On le voit, les incertitudes sont nombreuses mais il y a, il est vrai, une donnée objective indiscutable : l'avènement de la société numérique.

Cette dernière percute l'activité courrier certes, mais elle induit aussi de nouveaux comportements chez les consommateurs et bouscule les référents culturels des postiers.

C'est la fin du culte du tout papier!

Au-delà de ces incertitudes, force est de constater que le plan stratégique 2010-2015 est ambitieux, comme en attestent les bénéfices avant impôts attendus en 2015 : 1 700 millions d'euros (732 millions en 2009).

En réalité, cette forte ambition repose sur une double justification. En premier lieu, il faut redonner confiance aux postiers, ils en ont besoin. Mais surtout ce plan stratégique servira de support aux travaux de valorisation de l'entreprise publique en vue de déterminer la part des actionnaires, notamment la Caisse des Dépôts, au capital du groupe. Voilà pourquoi, avec ce plan stratégique, La Poste se pare de ses plus beaux atours!

Ce plan confirme ce qui a été entrevu depuis près de deux ans à savoir l'évolution du modèle économique. Le courrier, en raison de la baisse d'activité, n'apporterait, en 2015, qu'une faible contribution aux bénéfices (6 % contre 77 % à LBP).

Or, l'essentiel des effectifs du groupe (170 000 agents) sont affectés à une activité en déclin. Ce changement du centre de gravité du groupe La Poste pose avec acuité la question sociale, quelque peu occultée dans ce dossier.

Sur fond de réforme des retraites, comment assurer un avenir à tous? Comment organiser la fluidité inter métiers? L'Enseigne ne constitue-t-elle pas le canal naturel de recrutement pour la Banque Postale?

Les réorganisations successives dans les métiers (sécabilité, non-remplacement des absences, baisse de la force variable...) ne font qu'exacerber les antagonismes sans apporter la sérénité nécessaire à la bonne marche des services d'exploitation et à la qualité des prestations rendues.

Quoi qu'il en soit, si le plan d'affaires présenté aujourd'hui semble rassurant, nonobstant les lourdes incertitudes déjà évoquées, la question sociale résultant de l'évolution du modèle économique, si elle n'est pas gérée au plus près, pourrait contrecarrer l'ambition 2015.

Il y va de l'intérêt des personnels et de La Poste.



CONTACTEZ VOTRE ADMINISTRATEUR
rossid@wanadoo.fr