

En premier lieu, il convient de souligner la très bonne tenue de La Banque Postale qui, avec un produit net bancaire en augmentation de près de 200 millions d'euros, tire le résultat du groupe. LBP a bien résisté à la banalisation du Livret A et force est d'admettre qu'elle est sortie épargnée de la crise financière. C'est sans doute pour ces raisons que La Banque Postale caracole en tête des enquêtes de satisfaction.

Mais, ce sont aussi les plans d'économies sectoriels qui expliquent ces 531 millions de bénéfices. En 2009, ce sont près de 400 millions d'euros que le groupe aura économisés. Or, il est prévu que les plans d'économies soient reconduits d'année en année et ce jusqu'à 2015. Dans ces conditions, n'y a-t-il pas un risque à ce que le point de rupture sociale soit rapidement atteint voire dépassé ? On entend ça et là, et notamment au courrier, que la généralisation d'organisations du travail tendues liées à la mise en œuvre de la sécabilité, la réduction des moyens de remplacement (force de travail variable, volants...) et le recours à des pratiques managériales contestables épuisent peu à peu les équipes.

La détérioration des conditions de travail par endroit et la montée du stress devraient constituer des préoccupations majeures pour les équipes des directions opérationnelles.

L'avènement de la société numérique avec pour corollaire la baisse de l'activité courrier (-5,3 % en 2009) est une donnée objective qui modifie le modèle postal : le courrier n'est plus désormais que le troisième contributeur aux bénéfices après LBP et le colis/Express. C'est peu dire que l'unité du groupe est vitale pour la pérennité de l'entreprise publique.

Cette nouvelle donne est le lot des principaux opérateurs étrangers. En effet, TNT accuse une baisse de 50 % de ses bénéfices 2009 et évoque la vente de plusieurs de ses filiales en Europe. « Nous nous débarrasserons de pans d'activités qui présentent trop de risques » affirmait, il y a peu, Peter Bakker, le Directeur Général de TNT.

La Deutsche Post quant à elle, doit affronter des rumeurs de démantèlement. L'aventure américaine lui aura coûté 7,5 milliards d'euros en six ans et le coût de cessation de ses activités express outre-Atlantique lui aura coûté 3 milliards d'euros.

Pour la petite histoire, il faut savoir que la Deutsche Post a fait don du plus grand aéroport américain de sa filiale DHL, situé à Wilmington dans l'Ohio !

En cette période de doute et de perte de confiance, les postiers apprendront avec satisfaction qu'une prime d'intéressement de 221 euros brut leur sera versé pour la fin juin. Ils le méritent car ils ont beaucoup donné.

Conformément aux engagements de La Poste envers l'État, ce dernier prélèvera 20 % des bénéfices au titre des dividendes soit un montant de 107 millions. Ainsi, il reprend, en partie, d'une main ce qu'il a donné de l'autre avec le versement de la contribution presse.

Pour conclure et pour ouvrir la discussion du prochain conseil d'administration consacré aux perspectives financières et de développement, il convient de noter que la maison mère en 2009, avec un chiffre d'affaires de 15 314 millions d'euros soit 74 % du chiffre d'affaires total du groupe, ne dégage que 30 millions de bénéfices contre 300 millions en 2008.

Autrement dit et en neutralisant les plans d'économies sectoriels, les filiales sont, et de très loin, les principales contributrices aux bénéfices du groupe.

II. L'offre de téléphonie mobile : le projet Chrome.

Le projet de l'Enseigne vise, au moment où la quatrième licence délivrée à l'opérateur Free va rebattre les cartes sur le marché de la téléphonie mobile, à investir le domaine des opérateurs virtuel appelés MVNO (Mobile Virtual Network Opérateur).

La Poste envisage de distribuer des abonnements sous sa propre marque tout en maîtrisant l'offre et la distribution.

En France, les MVNO détiennent 6 % du marché fin 2009 et acquièrent 10 à 15 % des nouveaux contrats. Le but est de conquérir 1,5 à 2 millions de clients en 3 à 4 ans avec une prévision de chiffre d'affaires de 500 millions d'euros et 20 % de marge d'ici à quatre ans.

Les ventes se feront principalement dans les grands bureaux de Poste. Avant l'été, le projet Chrome (choix du partenaire, plan d'affaires, modalités de développement...) devait être présenté au Conseil d'Administration pour décision.

Intervention de l'administrateur FO

Il est difficile de s'opposer, par principe et a priori, à un projet qui vise à rechercher de nouveaux relais de croissance. Par un clin d'œil à l'histoire de notre entreprise publique, le projet Chrome rappelle que, dans un passé pas si lointain et sous l'égide d'un ministère puissant, La Poste et les télécommunications ne faisaient qu'un.

Sans préjuger de l'avenir de ce projet, il est patent que dans l'inconscient des clients de La Poste, les télécommunications restent associées à celle des activités postales.

Maintenant, la réussite du projet Chrome reste subordonnée au niveau des moyens qui seront engagés. De ce point de vue, il faudra tirer les enseignements du quasi échec de l'activité « Services à la personne ».

Au-delà, bien des questions se posent : quelle formation car on ne devient pas subitement vendeur de téléphonie ? Accueil et espace dédiés ? Service après-vente par qui et comment ? Gestion du contentieux - il est très lourd dans la téléphonie mobile - ? Organisation de l'espace de vente et files d'attente ? N'y a-t-il pas un risque de transfert ou de perte de chiffre d'affaires sur les ventes de cartes ? Cette activité sera-telle internalisée ou filialisée ?



FÉDÉRATION SYNDICALISTE FORCE OUVRIÈRE DE LA COMMUNICATION
POSTES

MARS 2010 • Codes C et P

COM

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

→ CONTACTEZ VOTRE ADMINISTRATEUR
rossid@wanadoo.fr

L'ACTU DU CA

Une année 2009 meilleure que prévu mais une hirondelle ne fait pas le printemps !

Le premier Conseil d'Administration de La Poste SA s'est tenu le 11 mars dernier. Outre le renouvellement du président, deux points majeurs étaient à l'ordre du jour : l'examen des comptes 2009 et le projet d'offre de téléphonie mobile sous la marque La Poste.

I. L'exercice 2009

A. Les chiffres clés du groupe (en millions d'euros).

Chiffres d'affaires :	20 527
Résultat d'exploitation avant impôt :	757
Résultat net :	531

Ces résultats ont été obtenus dans un contexte économique particulièrement chahuté. En France, le produit intérieur brut (PIB) baisse de 2,2 % tandis qu'il chute de 4 % dans la zone euro. La consommation des ménages a bien résisté en France avec une progression de +0,6 % en moyenne annuelle. Le taux d'épargne des ménages s'est considérablement accru pour atteindre 16,5 % au moment où l'inflation a atteint un niveau bas : 0,1 % en moyenne annuelle.

Cela dit, plusieurs événements récents, tels la crise de liquidité du Dubaï et la dégradation de la notation de la dette grecque rappellent que la crise financière n'est pas finie. En revanche, la crise sociale perdue d'autant que le ressaut de l'activité a été bien plus faible dans le monde développé que dans les économies émergentes telles que la Chine, l'Inde et le Brésil.

S'agissant de La Poste, il convient de noter qu'elle participe à hauteur de 600 millions au plan de relance de l'économie française.

Pour compenser la baisse du chiffre d'affaires résultant de la chute des volumes et du ralentissement économique, l'entreprise publique s'est engagée dans un programme de réduction des coûts (cf. ci-après).

B. Analyse des résultats par métier.

1- Le courrier.

Chiffre d'affaires total:	11 665 (12 023 en 2008) soit -3 %
dont filiales (Sofipost):	901 (721 en 2008) soit + 25 %
Résultat d'exploitation:	179 (366 en 2008) soit -104 %

Rappelons pour mémoire que le périmètre de l'activité courrier s'est élargi avec l'acquisition fin 2008 d'Extelia pour 134 millions d'euros et de Médiapost Spain pour 27 millions d'euros.

La baisse de trafic constatée en 2008 se confirme et s'accroît en 2009. L'évolution structurellement à la baisse du marché du courrier a été amplifiée par la crise économique. Notons par ailleurs que la correspondance, déjà affectée par les efforts des entreprises pour rationaliser les envois postaux et par les effets de substitution engendrés par internet, a également souffert du ralentissement général des échanges.

L'impact de la baisse des volumes sur le chiffre d'affaires est de 599 millions d'euros soit -5,3 %.

La baisse du chiffre d'affaires courrier est cependant compensée par la hausse du prix du timbre de un centime intervenue au 2 mars 2009, soit un impact positif de : +152 millions d'euros.

Le chiffre d'affaires du courrier est généré pour l'essentiel par les entreprises et les administrations pour 7 253 millions d'euros contre 7 665 millions d'euros en 2008 soit -5,6 %.

La contribution presse versée par l'État, conformément à l'accord État-Presse-Poste de juillet 2008 s'élève à 242 millions d'euros.

2. Le colis/Express.

A - L'Express.

Chiffre d'affaires (en millions): 3 093 (3 296 en 2009) soit -4,6 %

La crise économique a touché l'activité commerciale notamment sur les marchés étrangers. À l'exception de quelques pays, l'activité Express a chuté brutalement dans plusieurs pays (en millions d'euros):

DPD Pologne:	+11
DPD Allemagne:	-42
Seur Espagne:	-35
DPD Grande-Bretagne:	-22
DPD pays de la Baltique:	-10



En France où la récession a été moins forte que dans les autres grands pays européens, Chronopost a résisté sur le marché avec une croissance de ses volumes de +3 % tandis qu'Exapaq maintenait son activité.

B. Le colis.

Chiffre d'affaires (en millions d'euros): 1 387 (1 407 en 2008) soit -1,4 %

En raison du ralentissement de l'activité C to C (particulier vers particulier) et de la baisse d'activité des vepécistes, Coliposte a enregistré une baisse de ses volumes de 6,6 %. Le chiffre d'affaires des entreprises qui représente en 2009 66 % du chiffre d'affaires total a chuté de 2 % tandis que l'activité e-commerce affiche une croissance à deux chiffres (+16 %).

L'activité colis/Express au total est en retrait par rapport à 2008: 4 479 millions d'euros contre 4 703 soit -4,8 %.

En revanche, le résultat d'exploitation 2009 (324 millions) est sensiblement identique à celui dégagé en 2008 (327 millions).

Les charges d'exploitation, 4 155 millions d'euros, sont en diminution de 4 %.

Ainsi, c'est le modèle économique de ce secteur basé sur une forte « variabilisation » des moyens c'est-à-dire le recours à la sous-traitance et au dimensionnement des tournées en fonction de la charge, qui permet de préserver le résultat d'exploitation (+3 % par rapport à 2008) et la marge opérationnelle.

3. La Banque Postale.

Un environnement économique chahuté.

La structure du flux de placements a été bouleversée par rapport à 2008. La part de l'épargne liquide (livret, comptes à terme et OPCVM monétaires) a baissé après avoir atteint des sommets fin 2008.

Le Livret A a profité en début d'année de la généralisation de sa distribution mais on constate une décollecte en raison des baisses successives de taux (de 4 % en août 2008 à 1,25 % en août 2009).

À l'inverse, les flux sur l'épargne à moyen/long terme se sont vivement redressés (assurance-vie). Le Plan Épargne Logement (PEL) n'a connu qu'une faible décollecte. En effet, ce placement est redevenu plus attractif pour l'épargnant car son taux est resté inchangé (3,5 % prime d'état incluse).

En raison du niveau très bas des taux courts et de l'inflation les dépôts à vue (avoirs CCP) ont progressé.

Une activité commerciale en progression pour La Banque Postale.

Dans un contexte de récession sévère dans les pays développés, La Banque Postale (LBP) a résisté aux turbulences et a réussi à maintenir des niveaux de collecte satisfaisants.

En effet, LBP enregistre une collecte nette positive mais en forte décroissance par rapport à une année 2008 exceptionnelle. Le nombre de clients actifs a ainsi augmenté de près de 4 % par rapport à 2008 pour atteindre les 10 millions.

Principales données chiffrées.

Encours gérés (en milliards d'euros): 277,3 (270,5 en 2008) soit +2,5 %.
Évolution du Produit Net Bancaire (en millions d'euros): 5 019 (4 815 en 2008) soit +4 %.

Les charges d'exploitation des activités bancaires sont en baisse de 77 millions d'euros par rapport à 2008 et ce malgré le développement de projets informatiques.

Le coefficient d'exploitation de LBP s'établit à 86,6 % en 2009, soit une amélioration de 5,1 points. Rappelons, pour mémoire, que la moyenne des banques s'établit à 63 %.

4. L'Enseigne.

795 relais postaux ou agences postales communales ont été créés en 2009, ce qui porte le nombre de partenariats à 6 455 sur un réseau comptant au total 17 107 points de contacts contre 17 082 à la fin 2008.

Produits courrier (en millions d'euros):	2 015 (2 075 en 2008)
Produits colis/express:	478 (477 en 2008)
Produits de l'Enseigne:	32 (31 en 2008)

L'Enseigne génère 29 % du chiffre d'affaires Coliposte, 18 % du chiffre d'affaires courrier et 13 % du chiffre d'affaires Chronopost.

La baisse des affranchissements courrier se poursuit malgré de bons résultats sur la philatélie et les affranchissements sur automates. La progression sensible des ventes colis est portée particulièrement par celle du e-commerce.

La collecte nette générée par la force commerciale bancaire est de -468 millions d'euros contre 9,5 milliards d'euros en 2008 qui reste une année exceptionnelle. En effet, l'année 2009 aura été marquée notamment par les baisses des taux sur le Livret A de 4 % à 1,25 % et la banalisation du Livret A.

Les crédits immobiliers ont connu une année très favorable avec une progression de 8 %.

C. Les charges.

1. Les achats et charges (en millions d'euros et hors charges de personnel).

La Poste:	2 719 (2 930 en 2008)
Filiales:	3 219 (3 248 en 2008)

Hors croissance externe et à euros constants, les charges externes c'est-à-dire hors charges de personnel ont diminué de -4,7 %.

Cette diminution provient essentiellement du métier courrier (réduction de la sous-traitance, carburant, charges de transport, réinternalisation des activités informatiques...).

2. Le plan d'économies (en millions d'euros).

Ventilation du programme de réduction des coûts: 395 millions d'euros.

Courrier:	154
Colis/Express:	164
Activités bancaires:	6
Enseigne:	78
Autres dont tête de groupe:	93



3. Les charges de personnel (en millions d'euros).

La Poste:	11 042 (11 149 en 2008)
Filiales:	1 583 (1 457 en 2008)

Au total, les charges de personnel augmentent de 19 millions d'euros. Il convient de noter que les provisions relatives aux charges de personnel augmentent de 126 millions du fait notamment de la mise en œuvre à La Poste des dispositifs d'aménagement de fin d'activité: 10 000 agents. La provision au titre du DAFA est de 303 millions d'euros tandis que 63 000 agents bénéficient d'un compte épargne temps.

Les effectifs en équivalent agent/année passent de 257 120 au 31 décembre 2008 à 248 287 au 31 décembre 2009 soit -8 833.

D. Capitaux propres, endettement, investissements...

Capitaux propres fin 2009:	4 051 contre 3 352 fin 2008
Investissements (hors LBP):	1 086 contre 1 207 en 2008
Investissements LBP:	194 contre 136 en 2008
Capacité d'autofinancement:	1 395 contre 1 355 en 2008
Dette totale:	5 517 contre 5 703 en 2008

Intervention de l'administrateur FO

Après les prévisions alarmistes présentées à l'occasion du Conseil d'administration du 17 décembre dernier, les résultats de l'exercice 2009 constituent une heureuse surprise.

En effet, malgré la baisse de l'activité courrier, la chute des volumes du colis/Express, et les mauvais résultats sur les marchés étrangers, sans oublier le surcoût des charges de service public (1 milliard d'euros), il apparaît que les bénéfices 2009 (531 millions d'euros) sont sensiblement égaux à ceux enregistrés en 2008 (529 millions).

Deux éléments majeurs expliquent pour l'essentiel ce relatif bon résultat qui reste néanmoins, très en retrait à celui de 2007 (729 millions d'euros).