

Les nouvelles orientations stratégiques pour un développement responsable constituent la colonne vertébrale de la stratégie 2008-2012 Performance et Confiance du groupe La Poste. Elles sont traduites en objectifs et en plans d'action opérationnels à tous les niveaux.

L'essentiel développement durable 2008



sommaire

- 07** Contribuer à la lutte contre le changement climatique/Les transports
- 11** Contribuer à la lutte contre le changement climatique/Les bâtiments
- 13** Développer des produits et des usages responsables
- 17** Agir en faveur de la diversité
- 19** Être un employeur-développeur
- 21** Porter le développement durable auprès des postiers, des clients et sur les territoires

« Le développement responsable crée les conditions d'un bel avenir sous réserve qu'il se fasse dans des conditions éthiques, en respectant les ressources rares de notre planète, en assurant son avenir, ainsi que celui des générations futures et en faisant en sorte qu'existe une véritable égalité des chances. »

Extrait du Plan stratégique Performance et Confiance 2008-2012

La Poste a fait du développement responsable l'axe fort de sa stratégie 2008-2012. Qu'est-ce que cela implique pour le Groupe ?

Le développement responsable est avant tout une attitude de respect de l'ensemble de nos parties prenantes. C'est traiter tous nos clients avec considération : les conseiller, placer leur intérêt au cœur de nos priorités et tenir nos engagements. C'est avoir une attitude d'employeur responsable (ce que nous appelons « employeur-développeur ») en favorisant la qualité de l'emploi, le développement des compétences et l'égalité des chances. C'est mettre en œuvre une politique forte en faveur du respect de l'environnement, en minimisant les impacts de nos transports, en limitant les consommations énergétiques de nos bâtiments et en veillant à l'utilisation responsable du papier. C'est aussi contribuer au développement des territoires, en les accompagnant dans leurs projets. Cette voie est la seule permettant de renforcer la confiance et la performance de l'entreprise. De plus, dans une période de crise comme celle que nous traversons, le développement responsable est incontournable pour accompagner les transformations de la société.



Concrètement, quelle organisation et quels leviers sont mis en place pour que le développement responsable se déploie au sein du Groupe ?

Pour atteindre nos objectifs, nous avons besoin de piloter au plus près le déploiement de notre démarche, et ce, pour l'ensemble du Groupe et des territoires. Nous renforçons la fiabilité du reporting et suivons plusieurs indicateurs de développement responsable, qualitatifs comme quantitatifs, au plus haut niveau de l'entreprise. Pour que nos projets puissent se développer au plus près du terrain et de nos parties prenantes, début 2008, nous avons mis en place un réseau de 21 délégués développement durable régionaux et des correspondants locaux dans chacun de nos quatre Métiers. Je sais également pouvoir compter sur l'implication et la motivation de l'ensemble des postières et des postiers. Porteurs chaque jour des valeurs de proximité, d'équité et de solidarité de notre Groupe, ils sont les premiers acteurs de notre ambition et le lien privilégié avec nos partenaires. Afin de pérenniser leur implication, nous poursuivons le travail de sensibilisation et de formation engagé en 2003. Pour franchir un nouveau palier, nous intégrons progressivement des critères extra-financiers dans l'objectivation des managers afin de renforcer la cohérence entre objectifs de court terme et ambitions de long terme.

Comment cette démarche se traduit-elle dans les relations que vous entretenez avec vos partenaires ?

Au cœur des échanges, présent sur les territoires et animé par ses missions de service public, La Poste se doit d'être un acteur responsable. Pour y parvenir, nous nous mobilisons aux côtés de l'ensemble de nos

partenaires : clients, fournisseurs, acteurs publics et associatifs... Dans cette optique, nous avons écouté nos parties prenantes pour définir des engagements sur la période 2008-2012. Nous poursuivons aujourd'hui ce dialogue dans une logique de co-construction, d'échanges de savoir-faire et de partage d'expériences. Pour progresser mieux et plus vite, nous travaillons avec des experts reconnus. Nous avons ainsi signé avec le Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire (MEEDDAT) et l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe), à l'occasion de la Semaine du développement durable, une convention-cadre qui définit des champs de coopération et des engagements réciproques. Nous réaffirmons notre engagement en faveur d'une gestion plus responsable de la ressource papier en nous associant au WWF, qui nous apporte sa connaissance de la filière bois. Par ailleurs, nous poursuivons nos travaux de recherche avec le monde universitaire, notamment dans le cadre de la chaire développement durable d'Euromed Marseille et du Réseau Manager Responsable. >>>

Jean-Paul Bailly,
Président du groupe La Poste

Les actions menées depuis cinq ans font de La Poste un groupe reconnu pour son engagement en faveur du développement durable. Le savoir-faire acquis sur plusieurs domaines nous permet d'apporter des retours d'expériences à nos partenaires. Nous œuvrons au sein de nombreuses instances nationales ou internationales pour faire progresser le développement responsable. La mission, que le gouvernement m'a confiée, de fédérer les besoins des gestionnaires de flottes pour développer la filière du véhicule électrique en est un exemple.

Quels sont les principaux progrès réalisés et les objectifs prioritaires à moyen terme ?

La démarche menée depuis 2003 nous a permis de réaliser des avancées majeures, que ce soit en faveur de l'environnement, de nos clients, de nos collaborateurs ou des territoires. Les émissions de CO₂ liées à notre activité de transport décroissent depuis cinq ans grâce à une politique volontariste et ambitieuse (formation à l'éco-conduite, recherche de modes de transport plus propres...). Des progrès restent à réaliser pour améliorer la performance énergétique de nos bâtiments. L'intégration progressive de critères environnementaux dans la construction et la rénovation nous permettra de réduire notre impact. Notre engagement en faveur d'une utilisation plus responsable du papier se traduit par des avancées concrètes. La part de papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement n'a jamais été aussi importante. Nous devons poursuivre dans cette voie et promouvoir un usage responsable du papier auprès de nos clients. La mobilisation pour lutter contre l'exclusion et agir en faveur de l'égalité des chances est illustrée par l'action quotidienne des bureaux de poste au service des clientèles les plus fragiles et l'embauche

d'un nombre croissant de collaborateurs handicapés ou de jeunes issus de quartiers sensibles. Au-delà du recrutement, nous devons continuer à favoriser leur insertion professionnelle et le déroulement de leur carrière. Le renforcement des relations de proximité avec les territoires a donné lieu à des réalisations sur le thème de la mobilité. L'intégration du développement responsable dans les projets territoriaux du Groupe permettra d'élargir notre collaboration avec les acteurs locaux. Enfin, nous mesurons l'intérêt croissant de nos clients pour toutes ces préoccupations. Pour renforcer la confiance qu'ils nous accordent, notre Groupe doit être toujours plus responsable dans ses achats et ses offres de produits et de services. C'est la clé d'une performance économique nouvelle et d'un développement réellement responsable.

Producteur, intégrateur et distributeur de services, le groupe La Poste est le plus diversifié des opérateurs postaux européens et affiche des positions fortes dans tous ses Métiers. Le groupe La Poste est le 23^e groupe français industriel et de services par son chiffre d'affaires, 20,8 milliards d'euros, et le 4^e par ses effectifs avec près de 296 000 collaborateurs.

Il réalise déjà 71 % de son activité en concurrence et 15,6 % de son chiffre d'affaires à l'international.

COURRIER

Service Universel, média de la relation client, intégrateur de solutions courrier, philatélie et partenaire logistique de la presse.

LA BANQUE POSTALE

Produits et services de banque et d'assurance pour les particuliers et les entreprises. Mission d'accessibilité bancaire, à travers le Livret A notamment.

COLIS-EXPRESS

GeoPost : livraison rapide et express de colis en France et dans le monde en BtoB et BtoC.

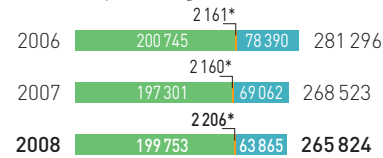
ColiPoste : livraison rapide de colis aux particuliers en France.

L'ENSEIGNE

Réseau de distribution multimétiers et multicanal du Groupe. Contribution à l'aménagement du territoire.

ÉMISSIONS DE CO₂ LIÉES AU TRANSPORT

Périmètre : La Poste maison mère et La Banque Postale
(en tonnes équivalent CO₂)



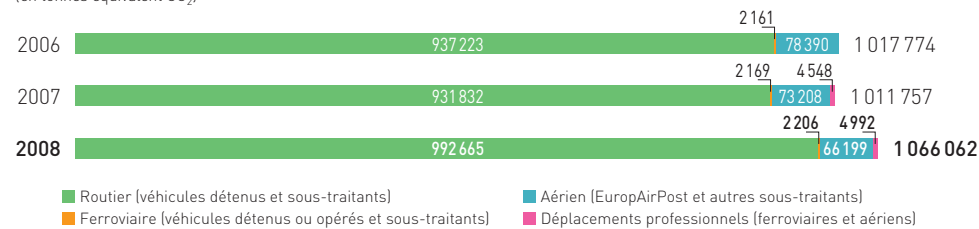
* Les émissions de CO₂ liées au transport ferroviaire (TGV postaux) ne figuraient pas dans les éditions précédentes de cet indicateur. Elles ont été ajoutées pour une meilleure exhaustivité de l'indicateur.

- Routier (véhicules détenus. Les sous-traitants transport sont exclus ici.)
- Ferroviaire* (véhicules détenus)
- Aérien (EuropAirPost)

Cet indicateur correspond au périmètre historique suivi depuis 2003, auquel a été ajouté le transport ferroviaire. L'aérien correspond aux prestations opérées par EuropAirPost, auparavant filiale du Groupe et sous-traitant depuis fin 2007. En 2008, la diminution des émissions de CO₂ s'est poursuivie, principalement grâce à l'optimisation du recours à l'aérien, qui a permis le remplacement au sein d'EuropAirPost d'un gros porteur par un porteur de moyenne capacité, soit une économie de près de 5000 tonnes de CO₂. Cela compense une légère hausse des émissions du transport routier, correspondant notamment à la première étape de réorganisation liée au programme industriel de traitement du courrier Cap Qualité Courrier, ainsi qu'à un élargissement du périmètre de reporting pour La Banque Postale.

ÉMISSIONS DE CO₂ LIÉES AU TRANSPORT

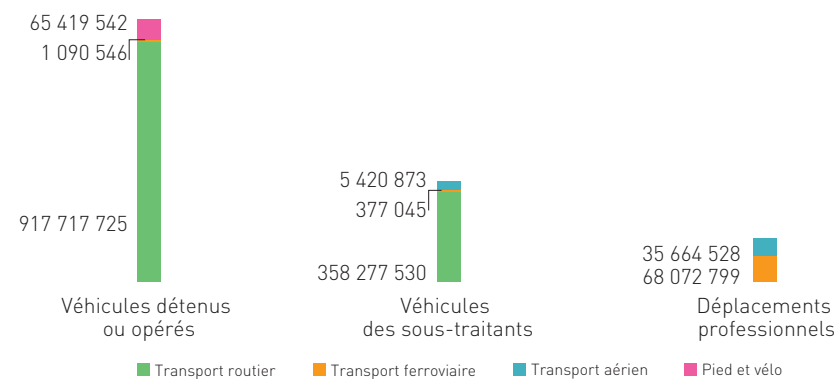
Périmètre : groupe La Poste
(en tonnes équivalent CO₂)



Entre 2007 et 2008, les émissions de CO₂ sur le périmètre élargi (prise en compte de toutes les entités du Groupe et des sous-traitants transport) ont globalement augmenté de 5,37%. Cette hausse s'explique principalement par la poursuite de la fiabilisation des données et des périmètres de collecte, en particulier pour les filiales internationales de la holding GeoPost. En effet, un travail d'harmonisation des périmètres et des méthodologies de calcul de CO₂ entre les différentes filiales est en cours. Par ailleurs, une augmentation des émissions de CO₂ liées aux filiales françaises a été observée, correspondant en partie à une meilleure couverture du périmètre de l'indicateur.

NOMBRE DE KILOMÈTRES PARCOURUS

Périmètre : groupe La Poste hors GeoPost
Total : 1 452 040 588 parcourus en 2008



Contribuer à la lutte contre le changement climatique/ Les transports

Avec un million de tonnes de CO₂ liées au transport et plus de 1,4 milliard de kilomètres parcourus par an, le groupe La Poste prend toute la mesure de sa responsabilité dans le changement climatique et s'engage à réduire ses émissions de 15% d'ici à fin 2012.

Investir dans une flotte plus propre

C'est sur le transport routier, émetteur d'une très grande part de ses émissions de CO₂, que le groupe La Poste concentre son effort en développant une flotte de véhicules propres. L'appel d'offres européen lancé par le Courrier pour la livraison de 500 voitures électriques de nouvelle génération a abouti à la sélection des constructeurs Micro-Vett/Newteon - PSA et Venturi Automotives - Fiat. Dix prototypes sont testés par des facteurs, en situation réelle, en 2009. Parallèlement, le Courrier a lancé un appel d'offres pour 300 quads électriques, et commandé 2200 vélos à assistance électrique, dont 1350 livrés en 2009. Pour accélérer le recours au transport propre, le Courrier expérimente en circuit fermé un véhicule innovant à trois roues moteurs, qui pourrait transporter jusqu'à 100 kg de courrier et serait conçu en exclusivité pour La Poste. De son côté, ColiPoste poursuit les tests de véhicules électriques adaptés à la circulation et à la livraison d'une centaine de colis par jour en centre-ville.

Enfin, depuis 2008, La Poste favorise l'usage de véhicules moins polluants par les collaborateurs pour leurs trajets professionnels en révisant le barème d'indemnités kilométriques.

Promouvoir l'éco-conduite pour tous

Pour réduire les émissions de CO₂ tout en limitant la consommation de carburant et le risque d'accidents, le déploiement de l'éco-conduite progresse dans tous les Métiers. 24 373 personnes ont été formées en 2008. Au Courrier, ce sont 30 054 facteurs formés depuis 2007. Ils seront 60 000 d'ici à fin 2009, ce qui devrait permettre de réduire les émissions du Courrier de 10 000 tonnes de CO₂ par an. De son côté, ColiPoste a formé à l'éco-conduite 559 opérateurs de livraison et planifié la formation de ses 2400 opérateurs. Enfin la Banque Postale a formé 65 personnes en 2008. 1 000 autres collaborateurs seront formés en 2009, puis 400 par an pendant trois ans. Cette démarche permettra au groupe La Poste de réduire de 7% sa consommation de carburant et d'autant ses émissions de CO₂. Forte de cette expérience, La Poste a créé en 2008 la filiale Mobigreen, chargée de promouvoir l'éco-conduite auprès d'une clientèle externe, notamment les collectivités territoriales et les gestionnaires de flottes d'entreprise.

ACTEUR CLÉ DU PLAN VÉHICULES DÉCARBONÉS

Ce plan national présenté le 17 février 2008 par Luc Chatel, secrétaire d'État chargé de l'Industrie et de la Consommation, prévoit le déploiement de 100 000 véhicules électriques en cinq ans. Compte tenu de son expérience et de son engagement dans ce domaine, le Président de La Poste a été chargé de contribuer à l'émergence d'une industrie du véhicule électrique en France et en Europe. Le groupe La Poste pilote une démarche globale allant de la définition du cahier des charges au regroupement des commandes des principaux utilisateurs de flottes de véhicules.

Factrice suivant la formation à l'éco-conduite.

Formation à l'éco-conduite



30 875 personnes formées à l'éco-conduite depuis 2007, dont 30 054 au Courrier.

Mettre en place une logistique plus vertueuse

En 2008, les quelque 68 200 véhicules motorisés détenus par La Poste ont parcouru plus de 917 millions de kilomètres. Réduire le kilométrage parcouru constitue un levier clé de la réduction des émissions de CO₂.

La Poste optimise ses parcours. Le programme de modernisation industrielle, en cours de déploiement, Cap Qualité Courrier, permet d'optimiser l'implantation géographique des plates-formes courrier et de réduire le nombre de liaisons.

La Poste optimise ses chargements. En 2008, 92% des liaisons nationales de ColiPoste sont assurées en mode « vrac », contre 85% en 2007 et 70% en 2006. La plupart des filiales de GeoPost ont également adopté ce chargement massifié en Europe. Ainsi, les émissions de CO₂ de ColiPoste sont passées de 0,63 kg par colis transporté en 2007 à 0,61 kg en 2008, et celles de GeoPost sont passées de 1,127 kg à 1,010 kg dans le même temps. Au Courrier, le déploiement des camions à double pont a commencé en juin 2008. D'ici à 2012, des dizaines de camions de ce type seront dédiés au transport du courrier et réduiront de 35% les émissions de CO₂ des livraisons concernées par cette évolution logistique. Chez Mediapost, le ferroutage a permis d'économiser 11,5 tonnes de CO₂ en 2008. La diminution des émissions de CO₂ se poursuit également grâce à la massification des flux.



Camion double pont

Plusieurs dizaines de camions double pont seront utilisés pour transporter le courrier d'ici 2012.

92%
des liaisons
nationales de
ColiPoste sont
opérées en
chargement
en vrac, contre
85% en 2007
et 70% en 2006.

SENSIBILISER AUSSI LES CLIENTS

DPD, le réseau international de GeoPost, a mis en ligne un éco-calculateur (www.whyfyparcels.com). Il permet de comparer la quantité de CO₂ émise selon le mode d'expédition – avion ou route – sur plus de 90 destinations en Europe. Disponible en quatre langues, il sensibilise les expéditeurs à l'impact de leurs choix d'acheminement et les incite à préférer la route, qui produit en moyenne huit fois moins de CO₂ que l'avion sur la même distance et coûte jusqu'à cinq fois moins cher.

Accompagner les sous-traitants

En 2008, les transporteurs routiers sous-traitants ont parcouru plus de 358 millions de kilomètres pour le compte de La Poste. Face à cet enjeu, La Poste déploie des démarches de sensibilisation et d'accompagnement.

Les appels d'offres auprès des sous-traitants régionaux de ColiPoste intègrent désormais des critères de développement durable, qui comptent pour 10% de la notation des prestataires de transport. Dans la poursuite du travail engagé en 2007 pour le Courrier et ColiPoste, Mediapost a lancé en 2008 un questionnaire environnemental auprès de ses prestataires de transport. L'objectif est de faire un état des lieux de leur avancement en matière de prise en compte des préoccupations environnementales et de les accompagner dans une démarche d'amélioration par un échange des meilleures pratiques identifiées.

Pour permettre ces échanges et sensibiliser ses sous-traitants, le Groupe a créé fin 2006 la *Lettre éco-transport*. Ce support d'information semestriel a pour objectif de les informer sur les enjeux environnementaux de leur secteur, de leur faire part des orientations prises par le Groupe et de les accompagner dans la prise en compte de l'environnement dans leur activité, au travers de dossiers thématiques, d'interviews, de retours d'initiatives innovantes.

Entraîner le secteur postal

La Poste est activement engagée dans les trois instances internationales qui, chacune, travaillent sur des thématiques de développement durable.

Elle a été reconduite en 2008 à la présidence du groupe de projet développement durable de l'UPU (Union postale universelle). Après avoir défini une charte de développement durable commune pour l'ensemble des postes du monde, le groupe de projet déploie un recensement des gaz à effet de serre. Puis, pour activer les engagements de cette charte, des séminaires régionaux sont organisés.

La Poste est l'un des membres fondateurs du Programme de réduction des gaz à effet de serre des postes européennes « GHG Reduction Programme », lancé par PostEurop en juin 2007. Il vise à réduire de 10% les émissions des opérateurs postaux signataires à l'horizon 2012. Dans ce cadre, La Poste a participé à l'élaboration d'un protocole de reporting CO₂ commun aux participants du programme, en s'attachant à harmoniser les périmètres d'activité ainsi que les méthodes de calcul et de remontée d'information des différents opérateurs postaux. La première campagne de reporting CO₂ du programme, lancée en avril 2008, a donné lieu à une photographie des émissions de CO₂ de 16 opérateurs postaux européens fin 2008.

Enfin, La Poste participe au Carbon Management Programme d'IPC (International Post Corporation), qui vise à identifier les meilleures stratégies de réduction des émissions de CO₂ des 25 plus grands opérateurs postaux dans le monde.

La flotte comprend **68 244** véhicules thermiques.
La Poste vise à acquérir 5 000 à 10 000 véhicules électriques d'ici à cinq ans.



Sensibiliser les clients à l'impact des transports.

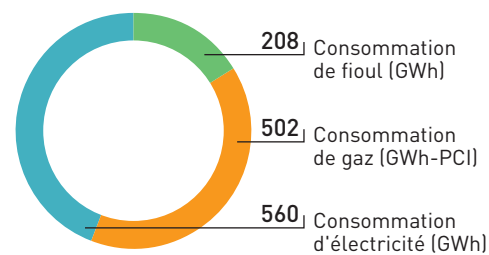
[whyfyparcels](http://www.whyfyparcels.com), un éco-calculateur pour comparer

ÉMISSIONS DE CO₂ DUES AUX BÂTIMENTSPérimètre : La Poste maison mère et La Banque Postale
(en tonnes équivalent CO₂)

Les émissions de CO₂ dues à la consommation d'énergie dans les bâtiments de La Poste ont augmenté de 4,39% entre 2007 et 2008. Des besoins de chauffe plus importants en 2008 ont conduit à l'augmentation des consommations de gaz et de fioul ; en revanche, les consommations d'électricité ont diminué grâce à l'appropriation de gestes éco-responsables. Par ailleurs, la fiabilisation des données de consommation d'énergie des bâtiments est l'une des priorités du Groupe en matière de reporting depuis plusieurs années.

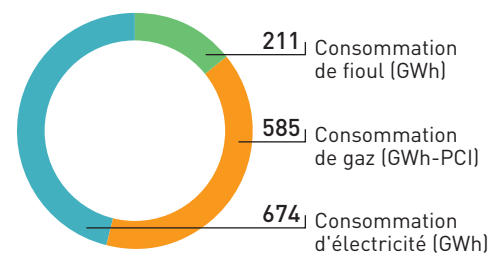
CONSOMMATION D'ÉNERGIE 2008

Périmètre : La Poste maison mère et La Banque Postale

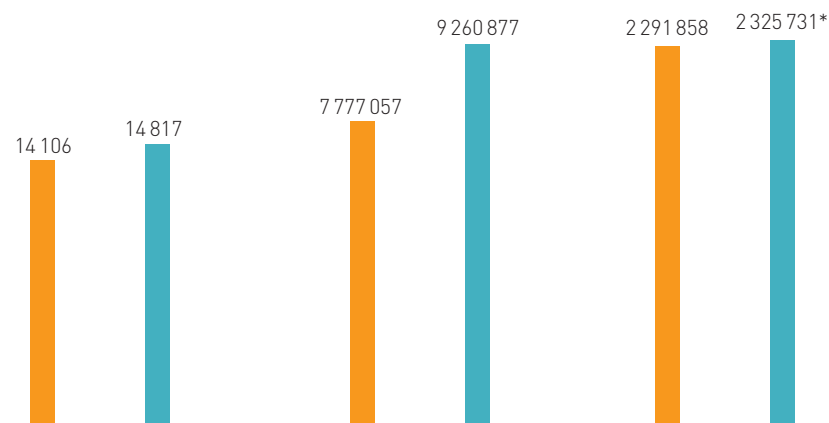


Total : 1 270 GWh
soit 205 676 tonnes équivalent CO₂

Périmètre : groupe La Poste



Total : 1 470 GWh
soit 259 223 tonnes équivalent CO₂



NOMBRE DE BÂTIMENTS 2008

NOMBRE DE M² 2008CONSOMMATION D'EAU (M³) 2008

■ La Poste maison mère et La Banque Postale

■ Groupe La Poste

* Périmètre : groupe La Poste hors GeoPost

Contribuer à la lutte contre le changement climatique/ Les bâtiments

Avec plus de 14800 sites et près de 1,5 MWh d'énergie consommée, le groupe La Poste s'engage à réduire les émissions de ses bâtiments de 9% d'ici à fin 2012.

Mesurer nos impacts

Pour cibler efficacement ses actions, Poste Immo, l'opérateur immobilier de La Poste, a lancé un audit global (énergétique, accessibilité...) sur une centaine des sites les plus stratégiques du Groupe en vue de moderniser le parc existant et de réaliser les rénovations les plus performantes. Cette pratique se décline progressivement dans ses Métiers. En 2008, GeoPost a réalisé un Bilan Carbone® avec le soutien de l'Ademe couvrant l'ensemble des filiales européennes et les différents types de site, du hub au dépôt jusqu'à l'agence de distribution. Ce bilan montre que l'impact des bâtiments représente 15,7% du total des émissions de CO₂ de GeoPost. Début 2009, GeoPost a défini son plan d'action et s'est fixé des objectifs chiffrés de réduction de l'intensité carbone par colis transporté. L'Enseigne et La Banque Postale ont réalisé des diagnostics énergétiques respectivement dans une quinzaine de bureaux et 13 centres financiers.

Économiser l'énergie

En 2008, dans le cadre de son programme de modernisation des bureaux de poste, l'Enseigne a introduit des critères environnementaux dans tous ses achats d'éclairage, qui représentent 50% de la consommation d'électricité d'un bureau de poste. Les diagnostics ont révélé l'impact des comportements quotidiens et confirmé la pertinence des campagnes de sensibilisation déployées dans tous les Métiers. ColiPoste a affiché « Les bons réflexes développement durable au quotidien » dans l'ensemble de ses sites. Le Courrier et l'Enseigne ont créé un module d'information et d'échange relayé par les managers auprès de leurs équipes pour diffuser des éco-gestes simples. Par ailleurs, afin de rationaliser l'occupation du parc de La Poste, Poste Immo et les Métiers ont engagé des démarches d'optimisation des surfaces.

Intégrer le développement durable dans les bâtiments

Poste Immo, gestionnaire de 8 millions de m² en France, dont 5 en patrimonial et 3 en locatif, a défini en 2008 sa stratégie pour la période 2008-2012, en plaçant le développement durable au cœur des projets. Ainsi, la plate-forme de préparation et de distribution du courrier de Montélimar, mise en service en février 2009, a participé à l'élaboration du nouveau référentiel HQE « NF Bâtiments Tertiaires » pour les bâtiments logistiques. Poste Immo a également réalisé un cahier des charges relatif à la construction des bâtiments industriels de La Poste permettant d'atteindre le label BBC. À Montpellier, Poste Immo a investi dans une centrale photovoltaïque de plus de 14000 m² sur la plate-forme industrielle Courrier, en créant un joint-venture aux côtés de partenaires qualifiés. Enfin, il construit et rénove une vingtaine de bâtiments pilotes en ciblant la norme « bâtiment basse consommation » (BBC) à l'horizon 2012.

MIEUX VALORISER NOS DÉCHETS

La démarche de gestion des déchets engagée par ColiPoste dès 2006 est généralisée à toutes les plates-formes Colis, avec la pratique du tri qui a permis de valoriser 80% des déchets générés en 2008. Chez Mediapost, 100% des déchets sont triés, tant au siège que sur les plates-formes, et la qualité du tri permet de valoriser 100% des déchets papier. En 2008, l'Enseigne a lancé, sur une centaine de sites, un diagnostic approfondi de ses déchets visant à mieux appréhender la nature, les volumes et les potentialités en termes de valorisation.

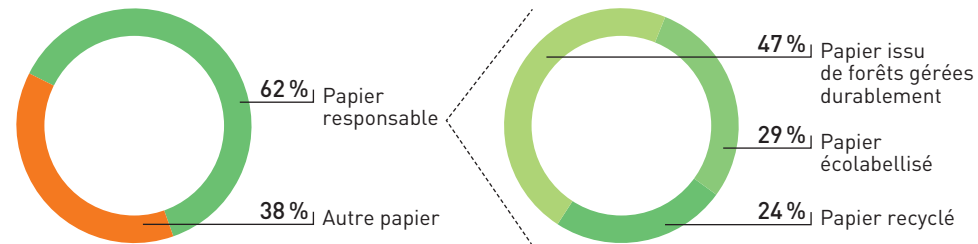
Le tri des déchets est progressivement mis en place dans les différentes entités du Groupe.

Tri des déchets



CONSOMMATION DE PAPIER EN 2008

Périmètre : La Poste maison mère et La Banque Postale



Total : 21 449 tonnes

Par papier responsable, on entend le papier recyclé, le papier issu de forêts gérées durablement (FSC et PEFC) et le papier écolabellisé. L'évolution du reporting permet d'année en année d'élargir le périmètre de consolidation, aussi bien sur les familles de produits papetiers (ramettes, imprimés administratifs, enveloppes, cartes de visites, documents de communication...), que sur les fournisseurs pris en compte (centrale d'achats DAPO et, depuis 2008, trois des principaux fournisseurs externes).

À titre de comparaison, on recensait en 2007 18 538 tonnes de papier consommées, dont 49% de papier responsable.

ACHATS AU SECTEUR ADAPTÉ ET PROTÉGÉPérimètre : La Poste maison mère
(en millions d'euros)**ENCOURS ISR**

Périmètre : La Banque Postale

Montant des encours ISR (investissements socialement responsables) en M€



La baisse des encours ISR de 2008 par rapport à 2007 s'explique surtout par la baisse des marchés financiers. En effet, la collecte nette des fonds ISR de LBPAM est positive sur l'année et s'élève à 40 millions d'euros à fin décembre 2008. La Sicav LBPAM Actions Développement Durable a enregistré une collecte nette cumulée de 45 millions d'euros sur la même période.

Développer des produits et des usages responsables

La confiance de 45 millions de clients particuliers, 3,5 millions d'entreprises et de professionnels, et l'adhésion de 88% de ses collaborateurs au développement durable sont des leviers forts pour agir en faveur de la consommation responsable.

Vers 100% de papier responsable

Promoteur du média courrier en papier et consommateur de cette ressource naturelle, le groupe La Poste s'engage à maîtriser sa consommation, à tendre vers 100% de papier recyclé ou provenant de forêts gérées durablement d'ici fin 2012, et à sensibiliser ses fournisseurs, ses clients et ses collaborateurs à son utilisation raisonnée.

En 2008, La Poste a recensé une consommation de 21 449 tonnes de papier, contre 18 538 tonnes en 2007. Cette augmentation s'explique notamment par une meilleure connaissance des consommations et un élargissement du périmètre de reporting. Les postiers se mobilisent au quotidien pour réduire les consommations internes. À l'Enseigne, la dématérialisation de la documentation professionnelle s'est poursuivie par celle des imprimés en bureaux de poste, et les quantités de PLV/ILV* déployées dans les bureaux s'ajustent progressivement à la demande réelle. La Banque Postale utilise 100% de papier responsable pour l'impression des relevés de compte, des chèquiers, des supports de communication et de bureautique. Un réel progrès : la part de papier responsable du Groupe est passée de 49% en 2007 à 62% en 2008. En interne, elle a augmenté dans tous les Métiers, notamment grâce aux actions de référencement de papiers responsables menées par la centrale d'achats DAPO, à l'image du papier ramette à fibre vierge désormais certifié PEFC.

Principale activité du Groupe, le Courrier agit pour promouvoir une utilisation responsable du média courrier. Le partenariat signé en 2008 avec le WWF vise à promouvoir le courrier responsable et favoriser ses usages par les entreprises comme par le grand public. Ainsi, plusieurs actions de sensibilisation ont été menées en 2008. La Poste a notamment réalisé avec le WWF une exposition itinérante sur le papier recyclé, à destination du grand public, utilisée lors de plusieurs événements.

* Publicités sur le lieu de vente/informations sur le lieu de vente.

Afin d'accompagner ses clients, Mediapost a édité un guide pour éco-concevoir leurs échantillons.

Guide d'éco-conception



UNE DÉMARCHE DE SENSIBILISATION EXEMPLAIRE CHEZ MEDIAPOST

La filiale du Courrier spécialisée dans la communication ciblée en boîte aux lettres mène une démarche globale en faveur du recours au papier responsable. Elle promeut auprès de ses clients le ciblage des envois afin d'en optimiser le nombre, et ainsi limiter les impacts environnementaux et accroître les bénéfices marketing pour l'annonceur. Plus largement, elle incite les annonceurs à éco-concevoir leurs campagnes publicitaires et leurs échantillons à travers des guides pratiques pour une communication efficace et responsable. En interne, elle utilise 100% de papier recyclé pour ses consommations et 100% de papier provenant de forêts gérées durablement dans ses offres (PEFC).

**SENSIBILISER
LES CLIENTS À
LA CONSOMMATION
RESPONSABLE**

À l'occasion de la Semaine du développement durable 2009, l'Enseigne La Poste a réalisé une campagne de promotion en bureaux de poste des produits plus responsables proposés par le Groupe au grand public. Plus d'un million d'exemplaires de la brochure pédagogique *Comment consommer plus responsable avec La Poste ?* réalisée à partir d'un recensement des offres plus responsables de l'ensemble des Métiers du Groupe, ont ainsi été distribués. Cette campagne a permis de renforcer la sensibilisation des clients et des guichetiers aux produits postaux plus responsables.

Pour un marketing responsable

Renforcer la valeur ajoutée environnementale et sociétale de l'offre est l'un des facteurs clés du succès de la nouvelle stratégie Performance et Confiance du Groupe. Cela concourt à la performance économique, au renforcement des valeurs historiques du Groupe et à une différenciation vis-à-vis de la concurrence. Cette démarche suppose l'appropriation des enjeux du développement responsable par les équipes marketing. Dans ce cadre, des ateliers de créativité ont été organisés en 2008 auprès de ces équipes. Afin de leur donner des repères sur les grandes tendances de consommation, un aperçu des bonnes pratiques d'autres secteurs en matière d'offres responsables, et d'identifier des pistes d'amélioration pour le Groupe. Sur la base de ces travaux, une méthodologie d'aide à la décision est élaborée pour accompagner les équipes marketing et les chefs de produits aux différentes étapes de la conception. Les équipes évaluent la performance de leur offre au regard des risques et opportunités sur les différents volets du développement durable. L'outil est actuellement testé sur des offres des Métiers.

Vers une offre plus responsable

Désormais, la Poste travaille à l'intégration des critères de développement durable dès la conception ou lors de l'actualisation de produits et services. À titre d'exemple, le Courrier a initié fin 2008 une démarche d'éco-conception de sa Lettre Max et des packs « Ma Nouvelle Adresse » et « Vacances » afin de réduire leur impact environnemental : papier et carton recyclés ou issus de forêts gérées durablement, réduction des consommations de matières premières, encres végétales, colle en phase aqueuse. Face à l'enjeu de la consommation de papier liée aux campagnes de marketing direct, l'offre Destineo International propose l'option recyclage des plis non distribués, et Complé@ de Mediapost intègre de nombreuses préoccupations environnementales : utilisation de papier issu de forêts gérées durablement, d'encres végétales, impression réalisée auprès d'imprimeurs labellisés « Imprim'Vert ».

Pour répondre aux nouvelles exigences de ses clients, La Banque Postale enrichit sa gamme de produits d'investissement socialement responsable (ISR). Depuis septembre, les contrats d'assurance-vie permettent d'investir dans des entreprises disposant de bonnes pratiques en matière de développement durable. En 2009, LBPAM lance un fonds ISR environnement permettant d'investir pour le futur en finançant le développement des énergies propres et des technologies réparatrices pour l'environnement. Quant à la sicav LBPAM Actions Développement Durable, elle enregistre à elle seule une collecte nette de 45 millions d'euros en 2008. Par ailleurs, le nouveau fonds garanti Elancéo est construit en deux paniers d'actions, dont l'un est investi prioritairement dans les énergies nouvelles et la gestion de l'eau.

Enfin, le Groupe accorde une attention particulière à l'accessibilité de ses offres. Il travaille à faciliter l'accès à l'information (horaires d'ouverture, site Internet niveau argent...), l'accès aux sites (2/3 des bureaux de poste sont accessibles aux personnes à mobilité réduite), et développe des offres adaptées aux clientèles fragiles (conditions d'accès facilitées au Livret A...).

Des achats plus responsables

Pour promouvoir les principes du Pacte mondial des Nations unies et la mise en place de pratiques plus responsables auprès de ses fournisseurs, La Poste s'est dotée d'une charte d'achats responsables. Dès 2008, 98% des fournisseurs à qui La Poste a proposé la signature de cette charte pour des contrats supérieurs à 40 000 euros ont accepté de s'engager. Pour accompagner ses acheteurs, La Poste a élaboré des méthodologies et des outils opérationnels pour réaliser des achats plus responsables, disponibles sur un intranet dédié. Elle met en place une formation de deux jours aux achats responsables. Dès 2008, 124 acheteurs l'ont suivie, soit 40% de la cible, l'objectif étant de former 300 acheteurs du Groupe à terme.

En 2008, la démarche a notamment été appliquée aux appels d'offres concernant la communication institutionnelle du Groupe, les prestations de transport et la restauration collective de 80 sites de La Poste. Sur demande du Groupe, les restaurateurs retenus s'engagent à intégrer au minimum 5% de produits bio par jour, à favoriser les produits du terroir et de proximité, à respecter les engagements du Plan national nutrition santé, à remplacer les boîtes de conserve par des poches en amidon de maïs, à utiliser des produits lessiviels écolabellisés. De même, ils s'engagent à adopter des tenues en coton équitable pour leur personnel et à améliorer l'emploi des personnes handicapées.



Du bio à la cantine

Le groupe La Poste intègre des critères de développement durable, et notamment en faveur de l'agriculture biologique, dans ses achats de restauration collective.

PROGRESSER PAS@PAS

La Poste, qui a intégré l'ensemble des entreprises des secteurs adaptés et protégés dans sa base comptabilité fournisseurs afin de leur donner de la visibilité auprès des acheteurs a décidé de poursuivre la démarche en participant à la création, en tant que membre fondateur, de l'association baptisée « Pour des Achats Solidaires avec des Professionnels des Achats et de la Solidarité (projet Pas@Pas) ». Ce projet qui fédère de grandes entreprises a pour objectif de mettre en ligne un site Internet qui se positionnera comme une plate-forme d'intermédiation entre les entreprises des secteurs protégés, adaptés et d'insertion et l'ensemble des acheteurs des sociétés donneurs d'ordre.



Consommer responsable

La Poste a diffusé ce guide pour sensibiliser ses clients et ses guichetiers à la consommation responsable.

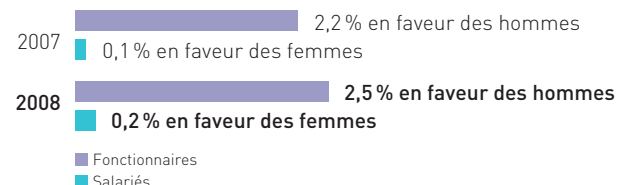
PROMOUVOIR LA PLACE DES FEMMES AU SEIN DU TOP MANAGEMENT

Part des femmes au Comité de Management

Périmètre : La Poste maison mère



Présentes de manière paritaire dans l'entreprise, les femmes représentent une part croissante dans les fonctions d'encadrement et de direction, comme le montre cette augmentation de 4,66 points du pourcentage de femmes au sein du top management, en 2008, qui comprend 319 personnes au total. La Poste s'est fixé comme objectif d'accroître la présence des femmes dans les instances de direction en prenant en compte l'articulation vie professionnelle/vie privée. L'objectif est d'atteindre 30% de femmes au sein du top management.

LIMITER L'ÉCART SALARIAL ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

L'écart salarial est globalement stable et faible. L'égalité homme-femme est totalement respectée pour les salariés. L'écart reste constant sur les fonctionnaires où la marge de manœuvre de La Poste est très faible. Cet écart s'explique par la différence d'ancienneté entre les femmes et les hommes au bénéfice de ces derniers.

DÉVELOPPER LE RECRUTEMENT EN ZONE URBAINE SENSIBLE

Taux de recrutement en ZUS



La part des recrutements en CDI dans les quartiers progresse, elle est supérieure à la part de la population française en âge de travailler résidant en ZUS. La Poste dépasse l'engagement pris pour l'emploi de jeunes dans les quartiers, engagement dont elle est signataire au niveau national et dans plusieurs régions. Des actions sont mises en place pour sécuriser ce vivier de recrutement, le volume global de recrutement étant en baisse.

AGIR EN FAVEUR DE L'EMPLOI DES PERSONNES HANDICAPÉES

Taux de bénéficiaires de l'obligation d'emploi



Le taux de bénéficiaires de l'obligation d'emploi progresse en 2008, démontrant la détermination du groupe La Poste à poursuivre sa politique d'intégration professionnelle des travailleurs handicapés en leur proposant des emplois stables et de qualité dans un contexte de baisse du volume global des recrutements.

Périmètre : La Poste maison mère et La Banque Postale

Agir en faveur de la diversité

Pour mieux accueillir toutes les clientèles et mieux répondre aux attentes de la société, le groupe La Poste s'engage dans une politique de diversité exemplaire.

Agir en faveur du handicap

L'accord national pour l'emploi des personnes handicapées et inaptes à leur emploi, signé en 2008, définit l'ambition de La Poste à l'horizon 2010 : recruter au minimum 600 travailleurs handicapés sur trois ans. Pour concrétiser son engagement, le Groupe est de nouveau partenaire de la 12^e Semaine pour l'emploi des personnes handicapées organisée en novembre 2008 par l'ADAPT (Association pour l'insertion sociale et professionnelle des personnes handicapées). Partout en France, les postiers se mobilisent pour participer aux *job dating* (entretiens de recrutement express), aux forums et aux « handicapés » qui font progresser la sensibilisation aux enjeux du handicap. Résultat : en 2008, La Poste a recruté 184 collaborateurs handicapés dans tous types de poste. À fin 2008, elle emploie 14322 handicapés bénéficiaires de l'obligation d'emploi.

Agir en faveur de l'égalité femme-homme

En 2008, tous les Métiers ont décliné l'accord-cadre sur l'égalité professionnelle de 2005, qui garantit l'égal accès des postières et des postiers à toutes les fonctions, et un niveau de rémunération égal à situation identique. La part des femmes dans les cadres dirigeants ne cesse d'augmenter. Elle est de 20,06 % à fin 2008 et La Poste vise 30% de femmes dans le top management. Ces initiatives ont valu au groupe La Poste le renouvellement du label « Égalité » en 2008. L'Enseigne est le premier des Métiers à avoir obtenu ce label en 2008.

Favoriser l'insertion professionnelle

La politique volontariste d'ouverture de La Poste se confirme avec le recrutement en 2008 de 1410 personnes issues des quartiers sensibles. En signant l'engagement national Plan Espoir Banlieues, La Poste s'engage à favoriser l'insertion professionnelle des jeunes résidant en Zone urbaine sensible. Cet engagement a été décliné dans trois régions (Languedoc-Roussillon, Champagne-Ardenne et Basse-Normandie) avec les autorités locales. D'ici à 2010, La Poste recrutera 1 650 jeunes en contrats à durée indéterminée, et proposera à 1 050 d'entre eux une formation en alternance.

61 postiers sont partis en congés solidaires au profit des populations africaines avec les ONG AFVP et Planète Urgence.

La Poste à la rencontre des demandeurs d'emploi.

Train pour l'Emploi.

184 travailleurs handicapés recrutés dans l'année.

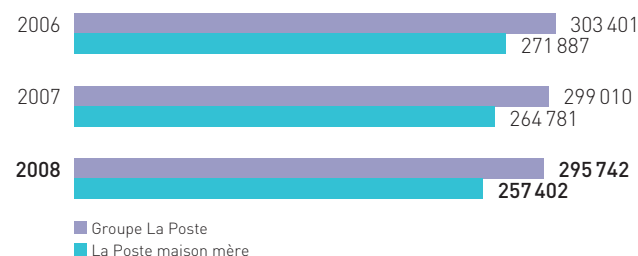
DANS LE 1^{er} TRAIN POUR L'EMPLOI

En 2008, La Poste et Mediapost sont allés à la rencontre des demandeurs d'emploi de 10 villes de France en participant au 1^{er} Train pour l'emploi et l'égalité des chances. Les 2 800 postes proposés, dont 1 800 en alternance et 1 000 en contrat à durée indéterminée, ont attiré plus de 5 300 candidats de tous horizons, tous âges et toutes qualifications sur le stand de La Poste.



EFFECTIFS

(en équivalent agents-année)

**TAUX D'AGENTS À TEMPS PLEIN PARMIS LES PERMANENTS**

Le taux de salariés à temps plein parmi les permanents, qui a progressé très fortement ces dernières années dans le cadre de la politique de qualité de l'emploi de La Poste, est pratiquement stable à un niveau très élevé, quasi identique pour les salariés et les fonctionnaires.

PART DES SALARIÉS NON PERMANENTS PARMIS L'EFFECTIF TOTAL

Le pourcentage des effectifs non permanents, après une forte diminution dans les années précédentes, se maintient à un niveau très faible, dans la continuité de la politique de La Poste dans ce domaine.

TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL

(nombre d'accidents/million d'heures travaillées)



On observe un léger fléchissement de la fréquence des accidents du travail, marqué plus particulièrement pour deux types d'accidents : les chutes de personnes et les accidents de circulation. Il convient de souligner que La Poste mène une politique volontariste de prévention du risque routier et de sensibilisation à la conduite citoyenne.

En 2008 :

- Nombre de personnes ayant suivi une formation contribuant au développement des compétences dans l'année : 24 354
- Taux de promotion : 10,5 %
- Nombre de mobilités vers la fonction publique : 415
- Nombre de mobilités vers la création d'entreprise : 133

Périmètre : La Poste maison mère

Être un employeur-développeur

Premier employeur de France après l'État, La Poste fait le choix pour ses 296 000 collaborateurs d'un modèle social fondé sur la qualité de l'emploi, l'évolution des carrières et l'attention portée aux conditions de travail.

Qualité de l'emploi

Assurer la flexibilité des organisations est un enjeu clé pour La Poste, qui, en contrepartie, offre aux postiers un emploi stable et adapté à leurs aspirations personnelles. À fin 2008, les salariés en CDD ne représentent plus que 3,3% de l'effectif. Avec 87,7% des salariés permanents travaillant à temps plein, La Poste démontre que désormais chacun peut choisir son rythme de travail. Les nouveaux dispositifs de promotion dynamisent les projets d'évolution. En 2008, près de 27 000 postiers ont été promus, soit plus de 10% de l'effectif de l'entreprise.

Formation

Le développement continu des compétences permet aux postiers de s'adapter aux évolutions de l'entreprise et de ses marchés. Le Courrier crée l'École des Managers pour développer les compétences de ses encadrants. La Banque Postale s'appuie sur l'École de la Banque et ses méthodes de e-learning pour permettre à tous d'accéder aux formations bancaires diplômantes, du brevet professionnel Banque jusqu'au MBA. L'Enseigne développe un parcours initial guichetier de vingt jours et professionnalise ses managers via des formations qui vont de deux à cinquante-huit jours. Mediapost favorise également la montée en compétence de ses salariés en leur proposant de préparer le certificat de formation générale (CFG) qui permet une remise à niveau des compétences. Enfin, un partenariat avec l'Éducation nationale a élargi l'offre de formation interne. Il permet aux postiers de suivre des formations certifiantes en langues étrangères, en bureautique et aux savoirs fondamentaux.

Mobilité

Pour répondre aux attentes des postiers en termes d'évolution de carrière, La Poste lance une nouvelle politique de mobilité. Elle donne la priorité à la mobilité interne sur tout recrutement externe et favorise toutes les passerelles, à l'intérieur d'un Métier, d'un Métier à l'autre, vers les fonctions publiques ou vers la création d'entreprise. Cœur du dispositif, la Bourse d'emplois permet à tous les postiers d'accéder, via intranet ou Internet, à tous les emplois vacants, sur tout le territoire et dans tous les Métiers, puis de postuler directement en ligne. Elle enregistre dès son lancement 3 500 visites par jour.

Santé et sécurité au travail

La Charte de coopération, élaborée par les différents acteurs de la prévention et santé définit et clarifie le rôle de chacun pour favoriser le travail en équipe multidisciplinaire et améliorer l'accompagnement des postiers à aptitude réduite. L'Observatoire de la santé au travail, composé d'un Conseil scientifique, d'un comité technique et d'un comité des médecins de prévention professionnelle, guidera l'action de l'entreprise. Des plans d'action seront élaborés dans les domaines des accidents du travail, des troubles musculaires, du stress ou encore de l'absentéisme.

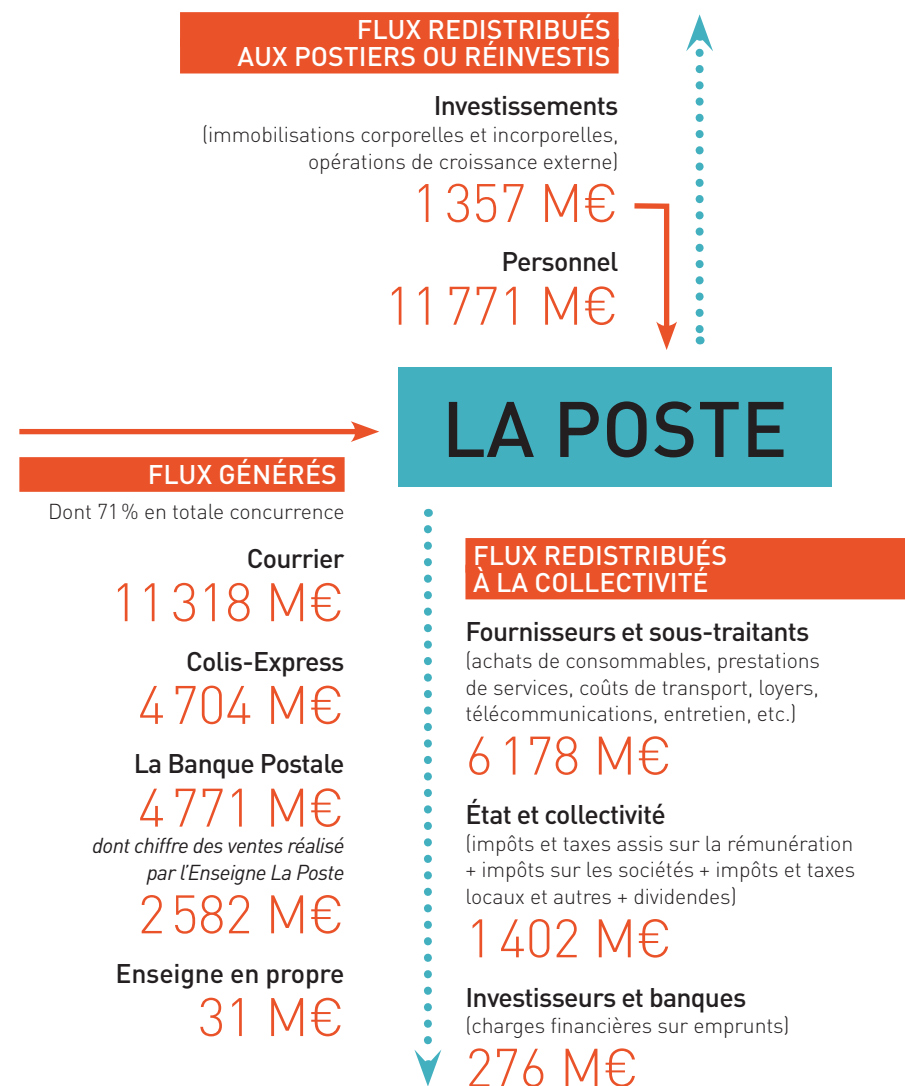
DES PARENTS POSTIERS DISPONIBLES

En novembre 2008, La Poste a signé la Charte de la parentalité. Elle s'engage à prendre en compte les contraintes des parents dans les conditions de travail, et à leur garantir l'égalité en matière d'évolution professionnelle. À La Poste, 51 % des collaborateurs sont des femmes et 98 % des hommes prennent leur congé de paternité (11 jours).

En 2008, 24 354 postiers ont suivi une formation contribuant au développement des compétences.

Formation à La Poste

PARTAGER LES FRUITS DE NOTRE PERFORMANCE



Porter le développement durable auprès des postiers, des clients et sur les territoires

Parce que son avenir est intimement lié à celui des territoires sur lesquels se développent ses activités et où vivent et travaillent les postiers, La Poste accompagne les évolutions des territoires et participe aux projets qui structurent leurs mutations.

Sensibiliser et former les collaborateurs

Selon le baromètre interne 2008, 86 % des postiers interrogés sont prêts à s'impliquer dans des actions de développement durable au sein de leurs organisations. L'égalité professionnelle entre hommes et femmes arrive en tête des actions jugées prioritaires, et trois thèmes enregistrent une adhésion en forte hausse : la construction durable, le commerce équitable et le recrutement de personnes issues de quartiers sensibles.

Partenaire actif d'événements nationaux sur le développement durable, La Poste s'attache à les relayer auprès de ses 2 millions de clients quotidiens et à sensibiliser les 296 000 postiers aux enjeux du développement durable. Lors de la Quinzaine du commerce équitable de 2008, 100 000 facteurs ont reçu le guide pédagogique « Le carnet équitable » Max Havelaar, qui a également été diffusé auprès de 3 000 agents par l'Enseigne. En septembre 2008, le Groupe, partenaire de la Semaine européenne de la mobilité, a distribué à l'ensemble des postiers le calculateur éco-mobilité de l'Ademe. De même, en 2009, pendant la 7^e Semaine du développement durable, 350 établissements ont relayé l'exposition proposée par le MEEDDAT et organisé de nombreuses animations pour sensibiliser les postiers et les clients à la consommation responsable.

Le Groupe organise régulièrement des manifestations internes. En mars 2009, La Poste a organisé ses 1^{res} Assises du développement responsable au siège à Paris. Un grand rassemblement pour mobiliser les postiers autour des grands enjeux du Groupe. Au programme des cinq journées : des conférences d'experts avec des postiers et des parties prenantes externes suivies de débats, des ateliers et des expositions.

La Poste s'appuie également sur l'implication de ses salariés. À l'occasion de la Semaine du handicap, les Trophées de l'accessibilité 2008 ont ainsi prouvé la forte mobilisation des postiers en faveur de l'intégration des personnes handicapées. Ils ont présenté près de 40 dossiers visant à améliorer l'accès de leur lieu de travail, et 10 d'entre eux ont été récompensés. Ces idées simples et reproductibles ont été regroupées dans un guide pour diffuser les bonnes pratiques et permettre à tous de les dupliquer. Ces Trophées internes ont valu à La Poste le prix Sensibilisation de l'OCIRP (Organisme commun des institutions de rente et de prévoyance).

VERS UNE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLE

Agence interne de communication et d'information du groupe La Poste, l'ANCI a choisi d'initier une démarche pragmatique de développement responsable. Dans cette optique, en 2008, tous ses collaborateurs ont participé à des journées régionales de débats autour des enjeux du développement durable. Ces rencontres ont permis à chacune des 21 agences de lancer un diagnostic de l'impact environnemental de ses activités dans le but de les prévenir ou de les réduire, et ce dans une démarche d'amélioration continue. La collecte de données a concerné la production de déchets, les consommations de papier, d'énergie et d'eau ainsi que les politiques de déplacements. Cette phase s'est ponctuée de débats destinés à définir des pistes d'amélioration. Forte de cette démarche interne participative et pour différencier son offre de service, l'ANCI a décidé de poursuivre le travail engagé en formant l'ensemble de ses collaborateurs à l'éco-conception des prestations de communication. En 2009, elle met à leur disposition un guide pratique d'aide à l'éco-communication de ses offres, prenant en compte les différents axes du développement durable.

**UNE IMPLICATION
DANS LE RÉSEAU
ALLIANCES**

Le groupe La Poste est membre du réseau Alliances, qui promeut le développement responsable dans les entreprises. Il participe aux échanges de bonnes pratiques entre les membres et est le partenaire des rencontres internationales du réseau, World Forum Lille. Dans ce cadre, le Groupe a présenté son programme d'éco-conduite et organisé un débat sur le média papier responsable, associant les acteurs de la filière, de la production au recyclage, et une ONG. Des travaux sont engagés pour préparer l'édition 2009 sur la finance responsable.

Dans le même temps, La Poste a continué en 2008 à créer et à déployer des modules thématiques de formation au développement durable auprès des cibles les plus concernées par la mise en œuvre de la stratégie : les achats responsables pour les acheteurs du Groupe, l'éco-communication pour les collaborateurs des agences internes de communication et d'information, des formations généralistes sur chacun des enjeux de développement durable pour les 21 délégués régionaux.

Créer un réseau régional spécialisé

Pour ancrer sa démarche au plus près des réalités territoriales, La Poste organise ses réseaux régionaux. Chaque Métier anime un réseau de correspondants développement durable opérationnels dans les territoires. Le Groupe a également nommé, en 2008, 21 délégués développement durable, un par région, pour coordonner les actions entre les Métiers et entités transverses du Groupe et les acteurs locaux.

Un premier chantier a consisté à réaliser un diagnostic des initiatives locales de La Poste au regard des axes stratégiques de développement responsable du Groupe et des politiques structurantes mises en œuvre par les collectivités territoriales, comme les Agendas 21, les Plans Climat ou les PDU. Un important travail d'identification des acteurs clés du monde économique, associatif et politique a permis d'élaborer une cartographie des parties prenantes, et des premières rencontres ont fait émerger des perspectives de collaboration.

Coopérer avec les acteurs locaux

Pour devenir un acteur territorial majeur du développement durable, le Groupe est présent dans les principales instances locales en charge de cette démarche et participe aux groupes de travail régionaux initiés par les acteurs économiques et les collectivités.

Ainsi, le Groupe participe par exemple au groupe de travail « Entreprises éco-responsables » initié par le Conseil de développement de Montpellier, aux réflexions du club « Énergie 34 » animé par la chambre de commerce et d'industrie de Montpellier. À Belfort, il prend part aux travaux du pôle de compétitivité « Véhicules du futur » et est partenaire de sa manifestation internationale, le salon Mobilis. À Dijon, La Poste a initié avec plusieurs autres entreprises une association visant à développer les modes de transport doux et le véhicule électrique. Au sein du pôle « Industries du commerce » de Lille, le Groupe travaille avec les leaders de la grande distribution sur les enjeux de l'éco-conception.

La Poste entend également contribuer à la sensibilisation aux enjeux du développement durable pour le grand public. Elle est le partenaire privilégié d'événements locaux tels que les Journées du développement durable en Alsace ou les Assises nationales du développement durable à Lyon.

Pour promouvoir son engagement responsable et développer des échanges avec le monde de l'enseignement, le Groupe intervient également dans les universités ou les grandes écoles, comme à Euromed à Marseille avec la chaire La Poste sur le développement durable ou Sciencescom et Audencia Nantes en Pays de la Loire par exemple.

Développer de nouvelles formes de mobilité

Dès 2008, le renforcement des relations de proximité avec les territoires a donné lieu à des réalisations concrètes sur le thème de la mobilité. Le Groupe s'implique activement dans les Plans de déplacements urbains (PDU) déployés par les principales métropoles françaises en mettant en place des Plans de déplacements entreprise (PDE). Les postiers sont incités à privilégier les modes doux (transports en commun, covoiturage, vélo et marche) pour se rendre sur leur lieu de travail afin de réduire l'empreinte carbone de leurs déplacements. À fin 2008, 23 PDE sont mis en œuvre au sein du groupe La Poste et 26 projets sont en cours de déploiement. À terme, la démarche pourrait concerner plus de 90 000 postiers.

À titre d'exemple, La Poste et Mediapost sont membres du Plan de déplacements interentreprise de Montrouge, qui mobilise une quinzaine d'entreprises regroupant 15 000 personnes. En région PACA, 15 000 postiers ont été mobilisés et questionnés sur leurs habitudes de déplacements et 10 conventions ont été signées avec les autorités organisatrices de transport (AOT). À Lille, elle développe un dispositif de covoiturage avec une dizaine de partenaires. La Poste se préoccupe également de l'optimisation de la logistique en centre-ville. Aussi, en région parisienne, le Groupe participe activement aux travaux du Club logistique du Val-de-Marne qui vise à inciter les acteurs du territoire à être moins polluants dans leur activité de transport de marchandises. Il contribue également aux réflexions du Club Mobilité Capitale, animé par l'Ademe Île-de-France, qui a conduit à la signature de la Charte des transports de la Ville de Paris.

La Poste mise sur son savoir-faire et son expertise dans le domaine de la mobilité pour initier d'autres collaborations locales, comme la formation des collaborateurs des collectivités et des gestionnaires de flottes à l'éco-conduite via sa filiale dédiée Mobigreen, qui a signé son premier contrat en 2008 avec la préfecture de la région Languedoc-Roussillon.

6 000 postiers
bénéficient aujourd'hui
d'un Plan de déplacements
entreprise (PDE) pour
leurs déplacements
domicile-travail.
À ce jour, 23 PDE sont
mis en œuvre au sein
du groupe La Poste.



Plan de Déplacements Entreprise de Nantes

6 000 postiers bénéficient aujourd'hui d'un Plan de déplacements entreprise pour leurs déplacements domicile-travail.

Périmètres

Le périmètre « La Poste maison mère » correspond aux activités historiques de La Poste sur le territoire national : Métier Courrier, ColiPoste, l'Enseigne et les Services Financiers (représentant la part des activités bancaires rattachée à la maison mère). Les fonctions transverses (directions corporate et directions supports) sont aussi comprises dans ce périmètre.

Le périmètre Groupe comprend le périmètre « La Poste maison mère », auquel il faut ajouter La Banque Postale (partie filiale des activités bancaires depuis le 1^{er} janvier 2006, non rattachée à la maison mère), les filiales Courrier, les filiales Colis-Express nationales et internationales sous l'égide de GeoPost, ainsi que toutes les autres filiales du Groupe. Certaines filiales, notamment de La Banque Postale, ne sont pas prises en compte à ce jour dans le périmètre de reporting.

Certains indicateurs liés aux thématiques transport, bâtiment et papier présentés dans ce rapport répondent au périmètre intitulé « maison mère + La Banque Postale ». Définis avant la filialisation de La Banque Postale, le périmètre de ces indicateurs a été maintenu, par souci de lisibilité et de comparabilité quant à l'analyse des évolutions, et de cohérence vis-à-vis des engagements de développement durable du Groupe.

Collecte et consolidation des données

Cette campagne de reporting est réalisée à partir d'un protocole commun au groupe La Poste, qui détermine pour chaque indicateur les définitions et les sources des données, les méthodologies de calcul, le périmètre et le cheminement de remontée des informations. Ce protocole s'applique aux entités contributrices responsables de la remontée d'information, constituées des Métiers, filiales et fonctions transverses du Groupe. La direction du développement durable corporate est en charge de la consolidation et de la revue finale des données.


Les méthodologies de calcul des émissions de CO₂ sont issues des référentiels nationaux et internationaux (protocole EPE-Ademe, Bilan Carbone®, GHG Protocol).

En 2008, les commissaires aux comptes ont effectué une revue du protocole et de son application par les entités contributrices.

Conception et réalisation :  EURO RSCG C&O

Crédits photo : Jean-Marc Lubrano/La Company

André Tudela/Photothèque du groupe La Poste – Jean-Erick Pasquier

Imprimé par  sur un papier issu de forêts gérées durablement.





DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE
44 BD DE VAUGIRARD - 75757 PARIS CEDEX 15
Tél. : +33 (0)1 55 44 00 00
www.laposte.fr