



**Dossier de presse**

Paris, le 28 juin 2022

## **La Poste investit 800 millions d'euros dans son réseau et dans la digitalisation de ses services**

**Dans le cadre de son nouveau plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », le groupe La Poste a créé il y a un an la branche Grand Public et Numérique (BGPN), née du regroupement du réseau des bureaux de poste, des activités numériques du groupe et du marketing des offres dédiées aux particuliers et aux professionnels.**

**Dirigée par Nathalie Collin, directrice générale adjointe du groupe La Poste, la branche Grand Public et Numérique assure la distribution omnicanal des offres du groupe en combinant la puissance du digital avec la proximité du réseau des bureaux de poste. Elle rassemble 50 000 postiers et a réalisé un chiffre d'affaires de 6,7 milliards d'euros en 2021.**

**La satisfaction clients est la priorité n°1 portée par la nouvelle branche. Pour répondre à cette ambition, La Poste annonce un investissement exceptionnel de 800 millions d'euros d'ici 2025 dans la modernisation de son réseau de distribution omnicanal, un élargissement de sa présence territoriale avec un objectif de 40 000 points de service postal en 2025 et l'accélération de sa transformation digitale illustrée par une innovation : le timbre digital.**

**Cet ambitieux plan de développement et de transformation s'accompagne d'un important volet social, avec la signature de deux accords sociaux et le recrutement de 2 400 personnes sur 3 ans.**

*« D'un montant inédit, ce plan d'investissement dans notre réseau multi-activités à priorité bancaire marque une nouvelle étape dans notre stratégie de développement. Il témoigne de la profonde évolution de notre groupe au service de notre ambition : créer un puissant distributeur omnicanal au service des particuliers, des professionnels et des petites collectivités. Notre volonté, avec les 50 000 postiers de la branche, est de porter la qualité de service délivrée à nos clients au niveau des meilleurs standards du marché. » **indique Nathalie Collin, Directrice générale adjointe du groupe La Poste, en charge de la branche Grand Public et Numérique.***

## **SOMMAIRE DOSSIER DE PRESSE**

**1 – Transformer et moderniser son réseau de distribution omnicanal**

**2 - Étendre sa présence territoriale et diversifier son réseau de proximité**

**3 – Offrir une expérience clients omnicanal simplifiée et optimisée**

**4 – Faire des services de confiance numérique un relais de croissance du groupe**

**5 - Un plan de transformation mené avec les postiers**

## 1 – Transformer et moderniser son réseau de distribution omnicanal

La Poste annonce **un investissement exceptionnel de 800 millions d'euros** d'ici 2025 dans la modernisation de son réseau de distribution omnicanal. Ce plan d'investissement consacrera 500 millions d'euros à la rénovation des bureaux de poste et 300 millions d'euros à la transformation digitale.

- **Un plan d'investissement de 500 millions d'euros pour moderniser son réseau multi-activités à priorité bancaire**

La Poste accélère la modernisation de son réseau de plus de 7 000 bureaux de poste répartis sur tout le territoire français. Ce réseau de proximité constitue un des socles de la stratégie clients avec la volonté d'en faire un véritable levier de développement. **A fin 2027, l'ensemble des bureaux de poste** aura bénéficié d'une rénovation, dont **600 bureaux en 2022**.

Ce plan d'investissement massif **de 500 millions d'euros sur 5 ans, jamais vu depuis 10 ans**, intègre la refonte et la modernisation des espaces de vente et de conseil bancaire, dédiés au grand public et aux professionnels, le renouvellement du matériel informatique ainsi que de nouvelles tenues pour les collaborateurs.

Avec ces rénovations, les bureaux de poste offriront une nouvelle expérience clients aux meilleurs standards du marché, tout en s'adaptant à leur zone de chalandises. Ils seront plus chaleureux, plus ouverts, mieux adaptés à leurs publics, avec un ensemble de services postaux, bancaires et téléphoniques disponibles dans l'espace commercial. Pour renforcer l'accompagnement des clients, des conseillers experts viendront compléter les équipes de chargés de clientèle et de conseillers bancaires, en fonction des besoins du bureau.

- **De nouveaux services et de nouvelles modalités d'accueil des clients en bureaux de poste**

L'ensemble des 20 000 postiers en contact avec la clientèle sont équipés de nouveaux smartphones. Baptisés **Smarteo**, ils permettent d'accueillir le client et de l'orienter plus facilement ou de prendre en main l'envoi de son colis ou le retrait de ses instances, etc. avec pour objectif de fluidifier son parcours.

**De nouveaux automates** et bornes digitales au design épuré, plus intuitifs et ergonomiques, seront également déployés dans les espaces commerciaux d'ici 2025, **dont 700 dès 2022**. Ils permettent notamment de peser et d'affranchir un courrier ou un colis, d'acheter des enveloppes et des emballages préaffranchis, de consulter ses comptes ou encore d'éditer un RIB. De nouveaux mobiliers invitant à découvrir l'offre de téléphonie La Poste Mobile seront également déployés dans 400 bureaux de poste d'ici 2025.

**La Poste innove également avec ses nouvelles consignes Duo** installées au sein de ses espaces de vente. Simples et rapides d'utilisation, conçues pour le dépôt et le retrait des Colissimo, les consignes Duo répondent parfaitement à la montée en puissance du e-commerce et facilitent la gestion des retours de colis. En 2021, une **centaine de consignes** ont été installées dans les bureaux de poste à fort trafic, partout en France. Elles permettent de déposer ou retirer un colis en moins de 2 minutes, en toute autonomie

## 2 - Étendre sa présence territoriale et diversifier son réseau de proximité

Aujourd'hui, La Poste s'appuie sur **un réseau unique de distribution organisé autour de 35 000 points de service**. Regroupant différentes formes de présence postale, **ce réseau s'est considérablement étoffé et diversifié** ces dernières années avec comme objectif le maintien d'**un ancrage territorial fort, appuyé par un investissement soutenable et durable**.

**Son réseau de 17 000 points de contact physique regroupe plus de 7 000 bureaux de poste détenus en propre et près de 10 000 partenaires publics ou privés**. Composés de près de 7 000 agences postales communales (gérées en partenariat avec une mairie ou une communauté de communes) et de plus de 3 000 relais (gérés par des commerçants ou des artisans), ils permettent d'accéder aux services essentiels bancaires et postaux.

Au-delà de ses 17 000 points de contacts inscrits au contrat de présence postale, **La Poste offre aux clients plus de 18 000 autres points d'accès à ses services postaux**, composés de 16 000 relais Pickup chez des commerçants, de 700 consignes Pickup, et de 1 800 espaces dédiés aux professionnels. Les relais Pickup sont des commerces de proximité (librairies, fleuristes, buralistes, épicerie...) dans lesquels il est possible de déposer ou de retirer ses colis. Les consignes automatiques Pickup, présentes dans des zones de passage, en gares SNCF et stations RATP, en magasins de grande distribution, et en bureaux de poste, offrent une large amplitude horaire et permettent de retirer ses colis rapidement, en toute autonomie.

Afin de simplifier la vie des clients, faciliter l'accès aux services postaux essentiels et accompagner les nouveaux usages, **La Poste souhaite étendre et diversifier son réseau de distribution**, avec pour **objectif de passer en 2025 de 35 000 à 40 000 points de services**. L'ambition est de proposer aux clients un maillage territorial plus dense, plus accessible, et plus adapté à leur mode de vie, offrant une amplitude horaire élargie.

Dans ce cadre, La Poste envisage **d'élargir ses partenariats avec des commerçants**, notamment les grandes enseignes de distribution avec lesquelles des expérimentations sont déjà menées en région, ou encore **le réseau des buralistes**. Son réseau de consignes Pickup va également passer de 700 à **2 000 consignes à horizon 2023** réparties sur tout le territoire français, permettant de retirer de façon autonome et rapide ses colis, des usages devenus incontournables et particulièrement appréciés des particuliers.

Enfin, pour offrir toujours plus de proximité au cœur des territoires, elle développe la **présence de facteurs-guichetiers**, une nouvelle forme de présence postale de proximité dans les territoires ruraux à faible densité. Le facteur-guichetier partage sa journée entre la distribution des colis et courriers et l'accueil des clients au sein du bureau de poste de la commune. De 1 350 aujourd'hui, ils seront **2 000 d'ici la fin 2023**.

A travers cette diversification, **La Poste mise sur la densification de son réseau et de sa présence territoriale, associée à sa puissance digitale**. Elle souhaite combiner la force de ses réseaux physiques, numériques et humains, au service des clients et de son développement.

### 3 - Offrir une expérience client omnicanal simplifiée et optimisée

La Poste **investira 300 millions d'euros sur 5 ans** pour renforcer l'omnicanalité et les synergies entre **le réseau des bureaux de poste et son écosystème digital** articulé autour du site web laposte.fr et de l'application mobile La Poste.

Son ambition est de proposer **une expérience client simple et fluide**, quel que soit le point d'entrée utilisé. Car, si la fréquentation des bureaux de poste diminue, avec plus de 900.000 clients par jour, **l'utilisation des plateformes numériques progresse**. En 2021, laposte.fr a enregistré près de 1 million de visiteurs uniques par jour, et a cumulé 1 milliard de visites sur l'ensemble de l'année.

Pour répondre aux besoins des clients, La Poste poursuit le développement de ses offres en ligne et déploie de nouveaux services numériques :

- **Sur son site laposte.fr et son App : un localisateur qui référence les 35 000 points de service La Poste** et informe sur leurs horaires d'ouverture, leur emplacement géographique et les prestations proposées. Une fonctionnalité sera déployée progressivement à partir de la rentrée : **la prise de rendez-vous avec un chargé de clientèle**.
- **Un référencement sur Google** des points de service **et la mise à jour des horaires d'ouverture en temps réel** permettant d'améliorer les réponses aux plus de 136 millions de requêtes par mois sur le moteur de recherche.
- **Un suivi de colis depuis laposte.fr et l'application qui devient multi-opérateurs** : le client peut suivre étape par étape l'acheminement de son envoi, qu'il soit livré par La Poste, ses filiales (Chronopost, DPD France) ou par un autre transporteur (TNT, UPS, DHL, Fedex...).
- L'application La Poste propose également 2 nouvelles fonctionnalités innovantes et pratiques :
  - **La fonction scan** : l'utilisateur peut désormais scanner ses lettres suivies, ses recommandées et ses colis pour les suivre sans avoir à saisir manuellement le numéro de suivi pour être notifié à chaque étape de l'acheminement. Un gain de temps appréciable.
  - **Un outil de mesure des objets et de surfaces en réalité augmentée**. Gratuit et sans publicité, cet outil permet de mesurer un objet afin de trouver le bon emballage ou l'expédier depuis sa boîte aux lettres.

Dans la dynamique de développement de cette logique omnicanal, La Poste a pour objectif de rendre disponible en ligne l'ensemble de ses offres d'ici 2025.

En complément, la Poste améliore les parcours clients en proposant de nouvelles modalités d'accueil et d'interactions :

- Après une expérimentation menée dès 2021 auprès des conseillers spécialisés en patrimoine et des responsables clientèle particuliers, La Poste **déploie la visioconférence** auprès de l'ensemble des conseillers de La Banque Postale. Un outil incontournable pour leur offrir une expérience clients personnalisée, plus accessible et plus rapide.
- Elle généralise également **la signature électronique** pour finaliser les souscriptions des offres commercialisées par La Banque Postale, en bureau ou à distance.
- Enfin, le renouvellement de **l'ensemble du matériel informatique** et l'équipement en **smartphone individuel** des chargés de clientèle permet de fluidifier les parcours clients.

## Une innovation à la rencontre du physique et du digital : affranchir son courrier avec un timbre digital

Véritable prouesse industrielle et technologique, le « timbre digital » permettra d'affranchir un courrier facilement et rapidement depuis son smartphone. Actuellement en cours d'expérimentation, ce service donnera la possibilité d'affranchir un courrier en temps réel, à toute heure du jour et de la nuit. Acheté sur l'application La Poste, il se présente sous la forme d'un code alphanumérique de 8 caractères à usage unique à inscrire au stylo sur une enveloppe.

Cette solution complémentaire aux timbres existants permettra d'affranchir rapidement sa correspondance courante pour des envois de courriers de moins de 20 g à destination de la France. Le service sera disponible courant 2023.

Pour développer le générateur de codes sécurisés, La Poste s'est appuyé sur sa filiale Probayes spécialisée dans l'intelligence artificielle pour créer des algorithmes issus de la cryptographie.

## La Poste se mobilise en faveur de l'inclusion sociale et numérique

L'accélération des usages digitaux demande parallèlement de porter une attention particulière aux 13 millions de Français en difficulté avec le numérique. Entreprise à mission impliquée dans son rôle au service de la société, La Poste s'engage depuis plusieurs années pour apporter **des solutions concrètes en faveur de l'inclusion numérique** au moyen de partenariats et de collaboration avec des acteurs associatifs :

- La Poste accompagne les personnes éloignées du numérique partout et plus spécifiquement **dans plus de 500 bureaux de poste**, grâce à l'intervention de médiateurs dans les quartiers prioritaires de la ville.
- La Poste facilite la vie des habitants et leurs démarches administratives en ligne **dans 382 bureaux de poste labellisés France Services**. Elle accompagne également les seniors dans l'appropriation des usages numériques avec la tablette Ardoiz.
- **La Poste déploie cette année 100 conseillers numériques France Services sur le territoire dans le cadre du programme France Relance**. Ces conseillers interviennent au sein d'un réseau de bureaux de poste situés dans des territoires particulièrement touchés par l'illectronisme (quartiers prioritaires de la ville ou zones rurales). Leur rôle est d'identifier la fragilité numérique des personnes concernées et d'organiser des ateliers d'initiation au numérique.
- **En partenariat avec La Banque des Territoires**, La Poste développe "**L'Étape Numérique**", un espace installé dans les bureaux de poste proposant des ateliers et des formations au numérique destinés au grand public et aux entreprises. Une dizaine d'Étapes numériques sont d'ores et déjà lancées et **une centaine de bureaux de poste** seront dotés d'un espace « Étape Numérique » dans les deux années à venir.

## 4 - Faire des services de confiance numérique un relais de croissance du groupe

**Développer la confiance dans le numérique** est devenu un sujet de société qui bénéficie d'une prise de conscience renforcée par la pandémie et partagée par tous : citoyens, entreprises, pouvoirs publics, État.

Il s'agit à la fois d'un enjeu individuel de maîtrise et de contrôle de sa vie digitale, et d'un enjeu collectif de souveraineté numérique.

**Acteur clé de la confiance numérique**, La Poste a montré dans ce domaine sa capacité d'innovation et son rôle de démocratisation auprès du grand public en lançant dès janvier 2020 L'Identité Numérique La Poste. Aujourd'hui, elle est encore la seule identité électronique attestée conforme au niveau de garantie substantiel selon le règlement européen eID.AS par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI).

Référence en matière de confiance et de sécurité dans le domaine de l'identification à distance, L'Identité Numérique La Poste permet de **sécuriser la vie numérique** de ses utilisateurs en réduisant les risques de fraude et d'usurpation d'identité.

Gratuite pour le grand public, elle **simplifie l'accès aux services** postaux, comme la réception d'une lettre recommandée électronique, et à plus de 1 300 services publics via FranceConnect et FranceConnect+.

### Deux nouveaux usages de L'Identité Numérique La Poste

- Depuis le printemps, elle peut être utilisée pour **ouvrir un compte bancaire**. Cette option simplifie le parcours de souscription, qui devient jusqu'à deux fois plus rapide et limite les risques de fraude et d'usurpation d'identité. La Banque Postale propose déjà ce service à ses nouveaux clients.
- Dès la rentrée, il sera possible de **retirer son Colissimo en bureau de poste** sur présentation de L'Identité Numérique La Poste. Pour les clients ayant oublié leur pièce d'identité, cette nouvelle solution leur évitera de repartir sans leur colis : l'absence de présentation d'un justificatif d'identité représente en effet 25 % des cas de non remise de colis.

### Une stratégie de développement ambitieuse pour Docaposte

Filiale du groupe La Poste, rattachée à la branche Grand Public et Numérique, Docaposte (750 M€ de CA en 2021 et 6 500 collaborateurs) est le **référént français dans les services de confiance numérique** :

- Docaposte opère plus de 800 000 Identités Numériques La Poste et plus de 8 millions de comptes Digiposte.
  - Digiposte est la boîte aux lettres numérique intelligente et sécurisée de La Poste. Elle inclut un coffre-fort numérique. Digiposte permet aux particuliers de recevoir, conserver et partager leurs documents personnels importants. 3 millions de Français y reçoivent chaque mois leur bulletin de paie. Digiposte héberge 350 millions de documents.
- Docaposte est également leader de l'e-éducation depuis le rachat de la plateforme Pronote utilisée dans 80% des collèges et des lycées.
  - Utilisée par plus de 16 millions de personnes (parents, élèves, équipes éducatives) dans le secondaire, Pronote a lancé en 2021 une version destinée aux écoles primaires afin assurer la continuité pédagogique à toutes les étapes du parcours éducatif des enfants. Exigeant en matière de sécurité et d'éthique relatives à la collecte et l'hébergement des données, l'application garantit l'intégrité et la sécurité des informations stockées (notations, plannings, vie scolaire...).

- Docaposte est leader dans l'hébergement des données de santé et également leader dans le vote, la signature et l'archivage électroniques.
  - Premier hébergeur de données de santé en France, Docaposte souhaite s'affirmer comme un acteur de référence du traitement de la donnée de santé dans un cadre sécurisé et souverain. Docaposte a réalisé près de 50 millions de signatures électronique en 2021. Une activité qui connaît une croissance de plus de 30 % par an.
- Avec plus de 400 experts, Docaposte dispose d'un des 5 plus grands pôles français en data et intelligence artificielle.
  - Créé en mars 2022, le pôle data et IA rassemble les expertises complémentaires de Docaposte, d'Openvalue et de Probayes. Ce pôle expert va permettre à Docaposte d'accélérer l'innovation dans les services de confiance numérique par le déploiement de solutions d'IA éthiques et responsables à destination de ses clients.

Docaposte connaît une croissance moyenne d'environ 18 % par an alors que le secteur a progressé de 7 % en moyenne par an. Ce développement continu est soutenu par un développement organique dynamique et une politique de croissance externe active : 17 acquisitions externes depuis 2017 parmi lesquelles les activités de signature électronique d'Idemia et le cabinet d'études spécialisé dans les données de santé Heva en 2022.

L'ambition pour Docaposte est de **dépasser le milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2023** et de viser les 2 milliards d'euros à horizon 2025 grâce au développement de ses activités en France et en Europe.

## 5 - Un plan de transformation mené avec les postiers

**La symétrie des attentions portées aux collaborateurs et aux clients constitue l'un des facteurs clés du succès** de la réalisation du plan stratégique, avec un focus particulier porté aux conditions de travail, à l'évolution professionnelle et à la formation des 50 000 postières et postiers de cette nouvelle branche.

De nouvelles tenues de travail (veste noire) sont également déployées pour l'ensemble des collaborateurs au contact du client dans l'espace de vente afin de valoriser leur rôle et faciliter leur identification. Enfin, les travaux de modernisation des bureaux combinés à la digitalisation des outils contribuent à l'amélioration des conditions de travail des collaborateurs.

En moins d'un an, **deux accords sociaux ont été signés avec les organisations syndicales.**

En termes **d'évolution professionnelle**, un premier **accord social majoritaire** a été signé en décembre dernier afin d'accompagner l'ensemble des collaborateurs de la branche dans la préparation et l'anticipation des évolutions à venir. Cet accord leur permet de construire leur projet professionnel et de pouvoir se projeter en mettant l'accent sur les parcours professionnels et l'accompagnement des projets individuels des postiers. Il constitue une étape incontournable dans l'atteinte des objectifs de la branche en matière d'expérience et de satisfaction client.

**Un deuxième accord social** a été signé mi-mai, portant sur l'expérience client au sein des bureaux de poste. Il constitue une étape essentielle dans la mise en œuvre du projet stratégique de la branche et prévoit notamment **le recrutement de 2 400 collaborateurs sur 3 ans**, soit 5 % de ses effectifs actuels. 800 recrutements de chargés de clientèle et conseillers bancaires seront réalisés dès cette année afin de renforcer la qualité d'accueil dans les bureaux de poste.

Sur le plan de la formation, La Poste accompagnera ses collaborateurs avec un **dispositif renforcé** incluant 350 000 jours de formation et **la promotion de 6 000 chargés de clientèle sur les 3 ans** à venir. Il prévoit notamment un important dispositif pour développer les compétences numériques des postières et des postiers.



## Chiffres clés de la branche Grand Public et Numérique

- 6,7 milliards de chiffre d'affaires en 2021
- 50 000 collaborateurs
- 2 400 recrutements sur 3 ans
- 800 millions d'€ d'investissement d'ici 2025, dont 500 M€ dans la modernisation des bureaux de poste et 300 M€ dans la transformation digitale
- Plus de 600 opérations de modernisation de bureaux prévues en 2022
- 100 % des bureaux de poste rénovés d'ici 2027
- 28 millions de visiteurs uniques par mois et plus d'1 milliard de visites sur laposte.fr en 2021
- 100 % des offres disponibles en ligne en 2025
- 40 000 points de service postal en 2025

---

### A propos du groupe La Poste :

La Poste est une société anonyme à capitaux publics, filiale de la Caisse des Dépôts et de l'Etat. Le groupe La Poste est organisé en quatre branches : Services-Courrier-Colis, Grand Public et Numérique, GeoPost, La Banque Postale qui constitue avec sa filiale CNP Assurances le 11e bancassureur européen. La Poste distribue plus de 18 milliards d'objets par an dans le monde (lettres, imprimés publicitaires et colis), 6 jours par semaine. Attaché à sa présence territoriale, le groupe compte 17 000 points de contact (bureaux de poste, agences postales communales, relais poste commerçants) et 18 000 points d'accès à un service postal (Pickup, carrés pros, consignes ou encore drive colis). En 2021, le groupe La Poste a réalisé un chiffre d'affaires de 34,6 milliards d'euros, dont 41 % à l'international, et emploie près de 245 000 collaborateurs, dans 63 pays sur 5 continents dont 193 000 en France. Entreprise à mission depuis juin 2021, leader de la transition écologique et de la finance verte, La Poste ambitionne d'atteindre le « zéro émission nette » à horizon 2030. Avec son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », l'entreprise publique se fixe l'ambition de devenir la première plateforme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de ses clients dans leurs projets et de la société tout entière dans ses transformations.

---

### CONTACTS PRESSE

#### Presse :

France Plasse : 06 08 47 75 41 / [france.plasse@laposte.fr](mailto:france.plasse@laposte.fr)

Patrice Lemonnier : 01 55 44 25 35 / [patrice.lemonnier@laposte.fr](mailto:patrice.lemonnier@laposte.fr)

#### Médias audiovisuels :

Jacques Gourier : 01 55 44 22 43 / [jacques.gourier@laposte.fr](mailto:jacques.gourier@laposte.fr)