

Nous sommes **des pionniers**
sur un marché **international**
porteur



Rapport de gestion 2008

LA POSTE 

**«Le changement est une
réalité qui caractérise
autant le comportement de
la clientèle que la réponse
que nous lui apportons.**

**Je le vois comme une
occasion à saisir.»**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gygi'.

Ulrich Gygi, directeur général
Le 3 juin 2008 à Berthoud

Air France à La Poste Suisse?





Allègement de la structure des coûts, concentration sur le cœur de métier, création de potentiels de croissance: tel est aujourd'hui le lot de toutes les entreprises.

J'ai une solution. Cela semble un peu fou, mais lors d'un séminaire de CRM à Paris, l'un des participants qui travaille dans le secteur de l'aviation m'a raconté que La Poste Suisse gérait toutes les plaintes écrites pour Air France.

Oui, plus précisément à une filiale de la Poste à l'étranger.

Ah bon, mais qu'est-ce que cela a donc à voir avec le cœur de métier de la Poste?

Air France a vraiment confié à La Poste Suisse cette délicate activité commerciale?

C'est vrai, mais ce n'est pas toujours si simple. A qui puis-je par exemple confier la gestion des plaintes, activité laborieuse fondée sur la confiance qui nécessite beaucoup de doigté?

Notre position



Frank Marthaler,
responsable Clients stratégiques et solutions

Monsieur Marthaler, comment se fait-il que La Poste Suisse s'occupe de la gestion des plaintes pour Air France?

Depuis l'an 2000, la Poste prend en charge des prestations de courrier interne pour ses clients. Parmi celles-ci figurent les réclamations écrites. Spécialisés dans les opérations que nos clients externalisent, nous les exécutons pour eux en les intégrant étroitement à leurs processus grâce à notre savoir-faire technologique.

Pouvez-vous nous citer d'autres exemples de processus commerciaux qui ont ainsi été confiés à La Poste Suisse?

Nous gérons les commandes de la maison de vente par correspondance. Quelle et remplissons certaines tâches du programme de fidélisation de la clientèle de la Deutsche Bahn, tout en soutenant les CFF pour l'abonnement général. Par ailleurs, nous ouvrons des comptes pour des banques, expédions des factures papier et électroniques sur mandat de nos clients et nous occupons de l'archivage électronique de documents. Nous prenons en charge nombre de processus qui exigent confiance et fiabilité. Nous agissons en arrière-plan et veillons à ce que tout fonctionne parfaitement. Il s'agit souvent ici de transférer sur support électronique les informations reçues sur papier et vice-versa, en intégrant les données dans les flux informatiques.

Mais quel est le lien de telles prestations avec le cœur de métier de La Poste Suisse?

Nous entendons étendre nos activités le long de la chaîne de création de valeur d'une lettre, de l'expéditeur au destinataire. Aujourd'hui, notre travail commence dans les locaux même du client et s'intègre toujours plus dans ses processus et ses systèmes. Partant de la lettre classique, nous nous impliquons de plus en plus dans les processus commerciaux de l'entreprise et complétons ainsi de manière logique le portefeuille de solutions de la Poste.

Quels sont les objectifs stratégiques de La Poste Suisse dans ce domaine?

La création d'une valeur ajoutée par une croissance rentable est l'objectif suprême. Nous renforçons aussi nos activités dans le secteur du courrier, en comblant, grâce à nos compétences, le fossé existant entre la communication physique et la communication numérique et en offrant ainsi une plus-value à nos clients tout en leur permettant de mieux maîtriser leurs coûts. Au plan stratégique, il est primordial que nous restions proches du client et ne perdions pas le contact avec lui. Au lieu de nous contenter de lui proposer un service d'expédition de courrier – ce que d'autres prestataires peuvent aussi faire –, nous lui offrons un paquet global de prestations, l'expédition n'étant qu'une partie de la solution.

A cet égard, vous regardez certainement ce qui se passe en dehors de la Suisse. Quelles conclusions tirez-vous au plan stratégique de l'évolution internationale?

Des modèles commerciaux inédits ont vu le jour sur le marché libéralisé de la Grande-Bretagne. Un nouveau type de prestataire appelé «consolidator» s'est frayé un chemin entre les entreprises et Royal Mail, le fournisseur historique, en collectant et en regroupant les envois d'un grand nombre de sociétés et en obtenant ainsi un port plus avantageux auprès des prestataires traditionnels.

Le risque augmente alors de perdre des clients importants et l'opérateur postal traditionnel devient remplaçable. Grâce à notre stratégie, nous générons une plus-value pour le client, nous imbriquons dans ses processus et nous différencions ainsi du concurrent classique. Sur un marché libéralisé, c'est là un aspect décisif si nous voulons croître de manière rentable.

Quelle est la position de La Poste Suisse dans les prestations à valeur ajoutée?

Nous nous plaçons parmi les trois premiers prestataires en Europe et parmi les cinq premiers à l'échelle mondiale. Les chiffres sont éloquentes: dans les 14 pays où nous sommes présents, les frais de port du courrier que nous générons grâce à nos activités atteignent 500 à 600 millions de francs par année, ce qui fait de nous un client stratégique important pour les anciens ou actuels opérateurs postaux publics de ces pays.



Pourquoi les entreprises choisissent-elles La Poste comme partenaire?

Nous intervenons souvent lorsqu'il est question d'une mutation technologique en dehors du cœur de métier d'une entreprise. Celle-ci souhaite la négocier en prenant le moins de risques possible et en assurant une qualité optimale. Les valeurs fondamentales que nous véhiculons chaque jour jouent en la matière un rôle primordial. C'est ce qu'on entend par «Swissness»: la fiabilité, la recherche d'une qualité élevée, le désir de performance, sans oublier de solides bases financières. Dans ce domaine, il est aussi important d'avoir des projets de référence. Or, grâce à notre démarrage précoce en l'an 2000, nous sommes en bonne position.

Comment se présente l'avenir?

Sous des cieux plutôt favorables. Nous sommes des pionniers sur un nouveau marché porteur de plusieurs milliards. La mondialisation qui conduit à la standardisation des processus commerciaux, la libéralisation du marché postal et les nouvelles technologies sont pour nombre

d'entreprises l'occasion de réfléchir à leur système logistique de données et d'informations. Nous les soutenons en leur proposant des prestations éprouvées et en privilégiant la fidélisation de la clientèle. Ce marché étant entièrement ouvert, nous ressentons toutefois aussi les effets de la conjoncture.

«Nous sommes des pionniers sur un marché international porteur.»

Des solutions globales pour les clients commerciaux

La Poste Suisse bâtit son offre autour de la prise en charge, du transport et de la distribution du courrier. Les prestations qu'elle fournit à ses clients commerciaux comprennent l'impression et l'expédition d'extraits de compte, de factures, de polices d'assurance et de justificatifs, la distribution du courrier interne, la numérisation de documents papier et leur archivage sous forme électronique et la mise en place d'un dialogue avec leurs

propres clients via la publicité directe, les cartes clients ainsi que le marketing par téléphone, par courrier électronique et par téléphone portable.

La Poste aide ses clients à combler le fossé existant entre la communication physique et la communication numérique. La plupart d'entre eux sont de grandes entreprises actives sur le plan tant national qu'international.

En 2008, la Poste a dégagé un chiffre d'affaires de 708 millions de francs avec ce type de solutions pour les clients commerciaux. Elle a employé 5621 collaborateurs dans 14 pays.

Pour en savoir plus sur l'unité Clients stratégiques et solutions, se reporter à la page 66.

De l'argent liquide dans la vallée de Poschiavo?





J'ai faim. Allons manger un morceau dans le prochain village.

Ok, mais tu devras m'inviter. Je n'ai pas d'argent liquide sur moi et je ne pourrai certainement pas payer avec une carte de crédit dans ce petit patelin.

C'est toujours la même chose avec toi. Mais tu ne m'auras pas cette fois-ci. On y trouvera sûrement un office de poste. Tu pourras retirer de l'argent au guichet.

Qui va encore à la poste pour retirer de l'argent? Il y a des cartes de crédit et des distributeurs automatiques de billets.

Toi, par exemple! C'est-à-dire des gens qui n'ont jamais d'argent sur eux.

Mais réfléchis au coût d'un tel service.

Justement, c'est un coût que nous devrions être prêts à assumer. C'est ce qui fait la Suisse après tout.

Mais je ne suis pas prêt à payer, ne serait-ce qu'un centime, pour une prestation que seuls des gens comme toi utilisent.

Notre position



Ulrich Gygi,
directeur général

Aujourd'hui, les clients peuvent retirer de l'argent au guichet même dans les régions périphériques. La Poste continuera-t-elle à proposer ce service à l'avenir?

Il va de soi que nous continuerons à l'avenir à offrir de telles prestations sur l'ensemble du territoire. Pas nécessairement dans un office de poste, mais aussi dans des agences ou via le service à domicile.

Qu'en est-il de l'accès à de telles prestations? Que se passera-t-il avec le réseau postal?

Nous resterons présents dans toutes les régions de la Suisse, mais peut-être pas de façon aussi dense. Certains offices de poste seront remplacés par des agences, lesquelles proposent 95% de leur offre. Les clients qui se rendent aujourd'hui déjà dans des agences en sont satisfaits, tout comme les exploitants de ces dernières. Dans l'ensemble, il y aura quelques points d'accès de moins qu'aujourd'hui. Il est primordial pour la Poste qu'elle puisse adapter avec souplesse son réseau au comportement de la clientèle.

Les clients attendent de la libéralisation imminente davantage de prestations à des prix plus bas. Ces attentes sont-elles justifiées?

Les clients privés bénéficient aujourd'hui déjà d'une excellente gamme de produits à des prix compétitifs. PickPost leur permet de faire livrer des colis à une gare ou une station service pour pouvoir aller les retirer à une heure plus tardive. Ils trouvent sur notre site Internet non seulement des informations, mais aussi des services pratiques comme le guichet postal virtuel. Les prix du courrier A et B ne baisseront probablement pas, mais la Poste devra supporter le coût de la T.V.A. qui sera dorénavant perçue.

Le durcissement de la concurrence n'exerce-t-il pas une pression sur les prix?

C'est bien sûr le cas, mais ce sont surtout les clients commerciaux aux volumes importants qui en profitent. Malgré l'inflation et la nouvelle imposition de la T.V.A., les clients commerciaux soumis à cette dernière peuvent tabler pour le moment sur des prix stables en ce qui concerne le courrier A et B. Nous nous efforçons de compenser la baisse des volumes et la hausse des coûts par des mesures de rationalisation et le recours à des outils technologiques.

Malgré tout, la Poste soutient la libéralisation du marché.

Estimant que le marché sera libéralisé tôt ou tard, nous devons nous préparer à cette situation. Personnellement, je ne suis pas convaincu que l'ouverture du marché, telle qu'elle est prévue actuellement, est idéale. Par exemple, il n'est pas pertinent au plan économique ni écologique qu'il y ait de la concurrence dans la distribution.

Le mode de financement de la desserte postale de base est-il important pour les clients?

C'est une question fondamentale qui ne cesse d'être posée: qu'est-ce qui est mieux, des impôts ou des frais? J'aimerais bien proposer aux clients une desserte de base sans subventions de l'Etat. Pour ce



faire, nous avons néanmoins besoin d'une marge de manœuvre suffisante pour pouvoir définir librement nos activités. En d'autres termes, nous serons en mesure de financer la desserte de base par nos propres moyens si nous pouvons l'aménager avec souplesse, si nous pouvons choisir nous-mêmes nos autres champs d'activité et si les conditions de travail sur le marché postal sont harmonisées.

«Nous resterons présents dans toutes les régions de la Suisse.»

Vous êtes directeur général de La Poste Suisse depuis près de neuf ans. Durant ce laps de temps, le marché a été progressivement libéralisé. Qu'est-ce que cela a signifié pour la Poste?

Au bout du compte, la libéralisation progressive du marché est bénéfique pour la Poste. Nous avons allégé nos processus et appris à calculer au plus juste, à dépenser notre argent judicieusement et à être à l'écoute de nos clients. Nous sommes devenus plus productifs, plus innovants et plus proches des clients. Enfin, nous avons prouvé que nous pouvions gagner de l'argent sur les marchés libres.

Petit pronostic: où en sera la Poste dans huit ans?

La Poste sera certainement à même d'affronter la concurrence et continuera à assurer une desserte de base de grande qualité. Grâce aux solutions pour les clients importants développées par l'unité Clients stratégiques et solutions, elle aura peut-être aussi un nouveau pilier, même au plan international. La contribution du courrier à sa réussite commerciale ira en diminuant et celle des colis restera à peu près pareille. PostFinance restera un pilier important, avec ou sans licence bancaire.

La desserte de base

Dans le but de définir les étapes ultérieures de la libéralisation du marché, d'assurer la desserte de base (► 3) et son financement et de poser des conditions-cadres équitables pour la Poste et ses concurrents, le Conseil fédéral a décidé en 2006 que la législation postale serait entièrement revue. Cette révision complète (► 7) devrait être débattue par le Parlement en 2009.

Selon la législation en vigueur, la desserte de base, appelée aussi service universel, comprend (► 3, 5):

- le dépôt, la collecte, le transport et la distribution d'envois (lettres, colis et journaux) tous les jours ouvrables en général mais au moins 5 jours par semaine;
- les paiements, les mandats, le retrait d'espèces et les transferts;
- un réseau postal couvrant l'ensemble du territoire;
- des prestations qui soient accessibles dans toutes les régions de la Suisse à une distance raisonnable et par tous les groupes de la population;
- la distribution à domicile dans tous les logements habités à l'année;
- des prix uniformes et indépendants de la distance pour les services réservés.

Le nombre d'offices de poste continue à être contesté au plan politique. Aujourd'hui, le réseau postal (agences incluses) compte 2408 offices de poste et est ainsi le plus dense du monde. Pour financer la desserte de base, la Poste dispose d'un monopole sur les lettres jusqu'à 100 grammes, lesquelles ne génèrent plus qu'un cinquième environ de son chiffre d'affaires.

Au 1^{er} juillet 2009, la limite du monopole sur les lettres sera abaissée à 50 grammes. (Pour en savoir plus, se reporter à la page 40).

Le courrier A au prix du courrier B?





Salut, cela fait longtemps qu'on ne s'est pas vues. Comment vas-tu?

Très occupée. Ce soir, je reçois encore mes beaux-parents à souper. Mais avant, je dois encore aller à la poste pour déposer le nouveau programme des cours d'anglais. Je suis chaque fois stupéfaite. Tu sais à combien se monte le port?

Aucune idée. Mais tout devient de plus en plus cher.

C'est vrai, mais cela m'énerve quand même. Presque partout ailleurs, je peux choisir un autre prestataire moins cher. Qu'on en finisse avec ce monopole!

Süßwaren

Qu'est-ce que cela t'apportera? Il faudra que tu prennes encore une autre décision.

Je ne suis pas certaine que cela te revienne vraiment moins cher. Regarde ta facture d'électricité.

Pas de problème: je choisirai l'offre la plus avantageuse.

Notre position



Michel Kunz,
responsable PostLogistics et PostMail
Nommé directeur général au 1^{er} avril 2009
par le Conseil d'administration.

Les clients peuvent depuis longtemps déjà choisir leurs fournisseurs pour les colis. Quel en est l'avantage?

Les clients privés peuvent déposer des envois dans des papeteries et des gares. Nos concurrents appliquent en général des prix légèrement plus avantageux. Mais comme le lien émotionnel avec La Poste Suisse est fort, les clients nous restent heureusement fidèles. S'agissant des clients commerciaux, la concurrence devient toujours plus rude en termes de prix et de prestation. Cela exerce une pression sur notre marge et nous contraint à augmenter de plus en plus notre productivité.

Les clients auront bientôt le choix pour le courrier également. Aurons-nous alors droit à la visite de cinq facteurs par jour?

C'est déjà partiellement le cas avec les colis aujourd'hui. Trois ou quatre véhicules circulent chaque jour dans la même vallée. C'est une aberration sur le plan écologique. Nous serions prêts à acheminer les envois de nos concurrents, mais cela n'est pas encore possible, car chaque prestataire veut se présenter lui-même devant le client. C'est une solution onéreuse quand on pense que la distribution des lettres constitue 40% du travail. Pour les colis, cette proportion est toutefois moins importante.

La libéralisation du marché fera-t-elle baisser les prix des lettres?

La dernière majoration des prix pour les clients privés a eu lieu il y a quatre ans. Depuis lors, les coûts de production ont continué à augmenter en raison de la hausse des salaires et des prix de l'énergie. Jusqu'à présent, nous avons toujours plus ou moins réussi à compenser cette hausse des coûts par une plus grande productivité. En revanche, une baisse des prix ne serait pas acceptable, à moins de mettre en péril le financement de la desserte de base.

Par la pression qu'elle exerce sur la productivité, la libéralisation du marché signifie-t-elle aussi que la Poste proposera moins de prestations à ses clients? A Lausanne par exemple, elle a testé la distribution du courrier aux clients privés l'après-midi au lieu de 12h30 au plus tard.

Mais ils peuvent déjà lire leur journal tôt le matin. Quant aux clients commerciaux, ils continuent à recevoir leur courrier le matin. La question est de savoir si la distribution du courrier l'après-midi est ressentie comme une baisse de prestation. Une personne qui travaille toute la journée se souciera peu de l'heure de distribution de son courrier. Les choses pourraient être différentes pour celle qui reste chez elle durant la journée. A Lausanne, nous voulions tester le degré d'acceptation de nos clients.

Qu'est-ce qui se cache derrière cet essai pilote à Lausanne?

Aujourd'hui, les facteurs trient les envois en fonction de l'ordre des destinataires durant leur tournée de distribution. Afin de baisser nos coûts, ce tri fastidieux se fera de plus en plus souvent mécaniquement. Dans les années à venir, les facteurs seront déchargés de cette tâche et, si nous ne changeons rien, ils auront terminé leur travail à midi. Grâce à la distribution l'après-midi, nous pourrions éviter de réduire leur taux d'occupation.



La concurrence consiste essentiellement en une lutte pour s'appropriier les clients commerciaux les plus lucratifs dans les agglomérations. Que pouvez-vous leur proposer pour qu'ils ne s'adressent pas aux concurrents?

Nous essayons de leur offrir le service qu'ils souhaitent. L'objectif est de minimiser la charge de travail pour les deux parties. C'est pourquoi nous nous impliquons de plus en plus dans les processus de nos clients commerciaux et les déchargeons des tâches que nous sommes mieux à même de remplir. Notre capacité de

performance est finalement ce qui importe. Certains clients ne font attention qu'aux prix. Parvenir à une croissance rentable est difficile avec eux. D'autres attachent un rôle primordial au service. Cela veut souvent dire obtenir des infor-

mations lorsqu'un envoi n'est pas distribué à temps. C'est pourquoi nous informons les expéditeurs afin qu'ils puissent à leur tour informer les destinataires. Le client obtient ainsi une véritable plus-value.

«Une baisse des prix mettrait en péril le financement de la desserte de base.»

Des prix compétitifs

■ Indice de la poste aux lettres

Les prix des lettres de La Poste Suisse se situent au cinquième rang si on les compare à ceux des quinze pays européens les plus importants. L'indice de la poste aux lettres développé par l'Université de Fribourg montre que les prix de lettres similaires sont de 10 à 13% plus chers en France et en Allemagne, et de 22 à 52% plus chers en Suède et en Italie.

La dernière hausse des prix des lettres en Suisse remonte à 2004. (► 14 et page 79)

■ Indice des colis

Une comparaison des prix des colis avec les quinze pays européens les plus importants montre que seuls les prix en vigueur en Allemagne et en Autriche sont inférieurs à ceux de La Poste Suisse (2 et

5% respectivement). Ceux de la France sont supérieurs de 62% et ceux de l'Italie de 104%. En Finlande, en Suède et en Norvège, les prix sont deux à trois fois et demie plus élevés qu'en Suisse. (► 15 et page 80)

Pour en savoir plus sur PostMail, se reporter à la page 60 et sur PostLogistics à la page 62.

Un capital initial pour me mettre à mon compte?





Je me jette à l'eau. Je démissionne de mon poste d'assistante à l'uni pour créer mon propre cabinet d'architecture.

Génial! Mais as-tu suffisamment d'argent pour te lancer dans cette aventure?

Bien sûr! Je n'ai jamais été très dépensière et ai donc un peu d'argent de côté. Pour le reste, je devrai demander un petit crédit.

Tu as déjà réalisé quelques beaux projets à l'uni. Tu trouveras certainement une banque qui te prêtera de l'argent.

Je l'espère. C'est pourquoi je suis passée chez PostFinance hier. C'est là que j'ai tout mon argent. Mais savais-tu qu'ils n'avaient pas le droit d'octroyer de crédits?

Ce serait le comble! Pourquoi la Poste devrait-elle jouer au banquier?

Oui, mais moi, je suis obligée de m'adresser à une autre banque et d'y transférer tout mon argent pour obtenir un crédit.

Notre position



Jürg Bucher,
responsable PostFinance

Quel rôle joue PostFinance dans la desserte de base et son financement?

Depuis plus de cent ans, nous assurons le trafic des paiements à des prix avantageux dans tout le pays. Nous sommes également une importante source de revenus pour le groupe et renforçons la Poste dans son ensemble.

Pourquoi PostFinance a-t-elle besoin d'une licence bancaire?

Nous voulons bénéficier des mêmes conditions que les banques pour pouvoir remplir les exigences du Conseil fédéral et du Conseil d'administration de la Poste, c'est-à-dire assurer un trafic des paiements efficace et avantageux, générer des bénéfices pour la Poste et offrir un excellent service à la clientèle. (► 11)

PostFinance propose aujourd'hui déjà presque tous les produits et prestations d'une banque. Que changeriez-vous concrètement si PostFinance obtenait une licence bancaire?

Dans les faits, des centaines de milliers de clients quittent leur banque pour PostFinance, perçue comme un établissement d'un autre type. Une licence bancaire nous permettrait d'avoir davantage de souplesse et une plus grande marge de manœuvre pour ensuite proposer des prix plus avantageux et des taux d'intérêt plus attractifs à nos clients. Au bout du compte, il est question ici d'un montant

annuel de plusieurs dizaines de millions de francs. Les petites entreprises pourraient confier toutes leurs opérations financières à PostFinance. De petits crédits de moins de 100 000 ou 50 000 francs seraient intéressants pour elles. De tels crédits coûtent très chers sur le marché bancaire.

PostFinance dégage aujourd'hui déjà un bénéfice élevé. A-t-elle vraiment besoin d'une licence bancaire?

Lorsque les conditions-cadres sont restrictives, on se doit d'être créatif et inventif. Dans ce contexte, nous avons de fait développé un modèle commercial efficace. Mais c'est en posant des bases saines quand tout va bien que l'on peut assurer son avenir. C'est pourquoi la maîtrise des coûts reste essentielle pour nous, que ce soit dans l'informatique, la production ou la commercialisation. Grâce à une licence bancaire, nous aurions une plus grande latitude en termes de recettes. Nous pourrions offrir un meilleur rapport qualité-prix, acquérir de nouveaux clients et ainsi croître. Avec nos propres crédits, nos résultats reposeraient sur des fondations plus solides.

Aujourd'hui, PostFinance n'a pas le droit de remettre les fonds des clients en circulation dans l'économie suisse, sous la forme de crédits et d'hypothèques. Que faites-vous avec cet argent?

Les établissements financiers disposant d'une licence bancaire octroient des hypothèques et les financent surtout avec les dépôts d'épargne des clients. La différence de taux constitue leur bénéfice. Quand la rémunération des hypothèques baisse, les taux d'intérêt servis sur l'épargne baissent aussi. Par contre, PostFinance est un institut passif: nous recevons des fonds de nos clients et les plaçons sur les marchés monétaires et de capitaux nationaux et internationaux qui sont rentables.

Nous le faisons prudemment de sorte que PostFinance dispose toujours de liquidités en quantité suffisante. Par ailleurs, nous devons équilibrer les risques et les recettes pour que les fonds des clients soient en sécurité et suffisamment rémunérés. Nous devons ainsi assumer un plus grand risque que si nous finançons les hypothèques avec des dépôts d'épargne. L'an dernier par exemple, le contrecoup de la crise financière a été important pour nous.



Cela n'implique-t-il pas un plus grand risque financier pour la Confédération et pour nous tous?

Si. Il est trois fois plus risqué de placer les fonds des clients sur le marché monétaire et le marché des capitaux que dans un portefeuille d'hypothèques géré de manière professionnelle en Suisse. Une licence bancaire n'augmenterait pas le risque pour le propriétaire. Elle le diminuerait. Une garantie de l'Etat ne serait pas nécessaire, car nous avons accumulé ces dernières années plus de fonds propres au sein du groupe Poste que le montant calculé pour PostFinance selon les normes de Bâle II.

La crise des marchés financiers change-t-elle la donne pour PostFinance?

En 2008, PostFinance a reçu plusieurs milliards de francs de la part de clients privés et de clients commerciaux. Mais elle ne peut pas les réinvestir dans l'économie suisse. Les politiques doivent comprendre que cette situation ne peut plus durer.

«Les clients sont de plus en plus nombreux à quitter leur banque pour PostFinance.»

Existe-t-il une alternative à la licence bancaire pour PostFinance?

Une licence serait la solution la plus simple et la plus efficace. Mais il serait aussi possible de régler les activités de PostFinance en les soumettant à la loi sur la poste et au contrôle bancaire. Je pars du principe que le Parlement se prononcera en faveur d'un contrôle par l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA). Et c'est bien. Avec ou sans licence bancaire, PostFinance travaille depuis longtemps déjà comme une

banque et assume le risque de placement en Suisse et à l'étranger. En proposant nos propres hypothèques, nous pourrions consolider notre position de banque des petits clients.

Vous dites que PostFinance est aujourd'hui déjà considérée comme une banque par les clients. Verse-t-elle aussi les mêmes salaires et bonus que les banques?

Le rapport entre bas salaires et salaires de la direction est bien équilibré chez

PostFinance. Durant l'exercice, les huit membres de la direction ont reçu une rémunération globale, prestations accessoires incluses, de 2,4 millions de francs. La rémunération globale du responsable de PostFinance a été de 508 000 francs.

PostFinance

PostFinance est le cinquième plus grand établissement financier de Suisse. En 2008, l'entreprise a généré des produits d'exploitation de 2,191 milliards de francs et un résultat d'exploitation de 229 millions de francs. L'afflux de nouveaux capitaux s'est élevé à 5,941 milliards de francs, soit 74% de plus qu'en 2007.

Elle n'est pas soumise à une surveillance cohérente comme c'est le cas avec les banques. Son système de contrôle est formé de solutions exceptionnelles confuses,

issues de la tradition. PostFinance relève ainsi de la compétence du DETEC, du DFF et de l'Autorité de contrôle en matière de lutte contre le blanchiment d'argent.

PostFinance ne dispose pas d'autorisation pour les opérations actives autonomes, situation qui, selon les décisions prises par jusqu'ici par le Conseil fédéral, ne devrait pas changer avec la révision complète de la législation postale (► 7). Autrement dit, PostFinance ne peut pas octroyer ses propres crédits et hypothèques ni utiliser par exemple le terme «épargne».

PostFinance est donc contrainte de placer une partie des fonds des clients à l'étranger. Depuis l'an 2000, les placements à l'étranger sont passés de 6 à 37 milliards de francs, augmentant ainsi les risques pris par PostFinance en dehors du pays.

Pour en savoir plus sur PostFinance, se reporter à la page 70.

A propos du rapport

■ Présentation des valeurs

Les montants figurant dans le rapport de gestion sont arrondis. Le chiffre 0 est une valeur arrondie indiquant que la valeur présentée est inférieure à la moitié de l'unité utilisée.
Un trait (-) à la place d'un chiffre signifie que la valeur est nulle (inexistante).

■ Légendes des graphiques et des tableaux

Les couleurs utilisées dans les graphiques et les tableaux ont la signification suivante:

- Année en cours
- Année précédente
- Effet positif sur le résultat
- Effet négatif sur le résultat

Conformément au principe de la «true and fair view», la présentation des graphiques est fidèle à l'échelle. CHF 1 mia. correspond à 15 mm.

Les pourcentages dans les graphiques ont été normalisés comme suit:

- 100% à l'horizontale correspond à 75 mm
- 100% à la verticale correspond à 40 mm

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (▶) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2008links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

■ Index GRI

Pour rendre compte de ses performances en matière de développement durable, La Poste Suisse utilise comme référentiel la version G3 des Lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI) (www.globalreporting.org). L'index GRI est un système normalisé qui permet de consulter le rapport en fonction de thèmes précis. Par des références aux pages correspondantes, il constitue une alternative à la table des matières classique. En raison du manque de place, nous renonçons à imprimer l'ensemble de l'index. Celui-ci peut cependant être téléchargé sur Internet (▶ 98), à l'adresse mentionnée ci-dessus.

■ Langues

Le rapport de gestion 2008 de La Poste Suisse est publié en allemand, français, italien et anglais. Seule la version allemande imprimée fait foi.

■ Déclarations prévisionnelles

Le rapport de gestion 2008 de La Poste Suisse contient des déclarations prévisionnelles. Ces déclarations se fondent, d'une part, sur des hypothèses et des estimations et, d'autre part, sur les informations dont disposait la Poste au moment de la clôture de rédaction. Toutefois, certains événements imprévisibles sont susceptibles de conduire à une situation et à des résultats effectifs non conformes aux prévisions. La Poste Suisse n'a aucune obligation d'actualiser les déclarations figurant dans le présent rapport de gestion.

Sommaire

Rapport de gestion 2008

4	Interviews
22	Préface
25	Aperçu
31	Profil de l'entreprise
32	Secteurs d'activité
35	Organisation
40	Stratégie
49	Evolution de l'activité
50	Valeur ajoutée pour le propriétaire
50	Groupe
60	Segments
77	Valeur ajoutée pour les clients
78	Clients privés
84	Clients commerciaux
91	Valeur ajoutée pour le personnel
92	Emplois
93	L'employeur Poste
96	Développement du personnel
99	Partenariat social
103	Valeur ajoutée pour la société
104	Une action socialement responsable
107	Efficacité en termes de ressources et impact environnemental
116	Sponsoring
117	Engagement
118	Gestion
120	Responsabilité
121	Gestion des risques
122	Gouvernement d'entreprise
128	Politiques et principes
130	Instruments de gestion
132	Rapport financier
134	Groupe
188	La Poste Suisse
194	Informations complémentaires sur PostFinance
196	Informations détaillées
196	Renvois à Internet
196	Index GRI
196	Adresses de contact



Madame, Monsieur,

La Poste est en constante mutation. Après la séparation des PTT qui donna naissance à Swisscom et à la Poste au 1^{er} janvier 1998, cet établissement de droit public est peu à peu

«Les chiffres montrent que notre stratégie est pertinente et que nous atteignons les objectifs du Conseil fédéral.»

devenu une entreprise axée sur la clientèle et les prestations. Bénéficiant à l'origine d'un monopole, elle est aujourd'hui compétitive et domine sa branche d'activité en générant plus de 70% de ses produits sur le marché libre. Durant cette période, elle a rempli son mandat légal de desserte de base en assurant une qualité élevée à des prix compétitifs. Année après année, elle a dégagé des résultats annuels positifs, ce dont beaucoup de gens la croyaient incapable. Grâce à ses excellents résultats, elle a pu consolider par ses propres moyens sa base de fonds propres, initialement insuffisante, et assainir sa caisse de pensions, dont le financement n'avait pas été assuré lors de la séparation.

Nous avons revu nos processus, mis en place des centres colis et courrier des plus modernes et amélioré ainsi notre capacité de rendement. La Poste a en outre adapté son réseau

au comportement de la clientèle et créé de nouveaux accès à ses prestations, notamment via Internet. Les besoins des clients ont déterminé le développement de nouvelles offres sur mesure, les solutions dédiées aux clients commerciaux en étant les exemples les plus frappants. Alors que les volumes des colis et du courrier enregistraient des baisses, nous nous sommes implantés dans de nouveaux champs d'activité. Aujourd'hui, nous imprimons factures et polices d'assurance pour nos clients directement dans nos centres courrier, les mettons sous pli et les expédions. Nous aidons nos clients à mener un dialogue permanent avec leurs propres clients au moyen du courrier classique ou électronique, du fax ou du téléphone. Nous avons aussi réussi à sortir des frontières de la Suisse. CarPostal exploite plusieurs lignes régionales dans les pays voisins, Swiss Post International achemine dans le monde entier des lettres pour des tiers et l'unité du groupe Clients stratégiques et solutions soutient de grandes entreprises internationales pour l'impression, l'expédition et la numérisation de documents. Un cinquième environ de notre produit est aujourd'hui généré à l'étranger.

Nous pouvons être fiers de ce que nous avons accompli.

Nous pouvons aussi être fiers des résultats de l'exercice 2008. S'inscrivant à 8,980 milliards de francs, nos produits sont à nouveau excellents et notre bénéfice consolidé de 825 millions francs est presque aussi bon que celui de l'exercice record 2007. Le léger fléchissement du bénéfice s'explique par les dépenses accrues qui ont découlé des acquisitions ainsi que de la hausse, au début de l'année surtout, des salaires réels et des prix de l'énergie. PostFinance a également été touchée par la crise des marchés financiers et a dû procéder à des correctifs de valeur de l'ordre de 179 millions de francs, soit 0,3% du portefeuille de placements. S'agissant des produits, nous avons à nouveau accusé en 2008 une baisse du volume du courrier, en raison de l'utilisation du courrier électronique, des SMS et des MMS ainsi que du regroupement des envois par les grands clients que sont les banques, les compagnies d'assurance, les caisses-maladie et les entreprises télécoms.

Près des deux tiers des produits ont continué à être générés par les unités du groupe PostMail, PostFinance et PostLogistics, c'est-à-dire notre cœur de métier. A cet égard, les produits des services financiers ne cessent de croître, leur part dans les produits totaux ayant été de 24% en 2008. Par ailleurs,

la Poste a augmenté les produits des activités ne relevant pas du monopole dont la part atteint plus de 70%. Ces chiffres montrent que notre stratégie est pertinente et que nous atteignons les objectifs du Conseil fédéral.

Grâce au bénéfice de 2008, nous continuerons à financer notre croissance et nos investissements. 250 millions de francs serviront à renforcer encore notre caisse de pensions qui affiche un découvert en raison de la crise des marchés financiers. Pour la deuxième fois, des fonds seront aussi versés à l'Etat. Le Conseil d'administration demande cette fois-ci un versement de 170 millions de francs.

Réaliserons-nous encore à l'avenir d'aussi bons résultats? Il est clair que la Poste est confrontée en 2009 à des défis importants. La crise des marchés financiers s'étend à l'économie réelle et la croissance est mise en péril dans tous les secteurs d'activité. Prestataire de services en aval, la Poste en pâtit également. En outre, la limite du monopole sur les lettres sera abaissée à 50 grammes au 1^{er} juillet 2009 et nous tablons sur des produits inférieurs de 50 millions de francs en raison de la concurrence et de la pression sur les marges. Enfin, la Poste devra assumer elle-même la taxe sur la valeur ajoutée, ce qui grèvera à nouveau ses comptes d'une centaine de millions de francs par année.

L'évolution à long terme de la Poste dépendra surtout de la redéfinition de ses tâches et de ses conditions-cadres dans le contexte de la révision complète de la législation postale. Nous estimons que la Poste est aujourd'hui trop fortement ancrée dans la tradition et qu'elle ne peut réagir aux changements avec suffisamment de souplesse. Pourquoi devrait-elle exploiter un office de poste dans chaque localité alors qu'elle pourrait proposer, à des prix sensiblement inférieurs, presque toutes ses prestations par le biais d'un commerce qui aurait des heures d'ouverture plus intéressantes pour les clients?

Il est primordial que la Poste ait une plus grande latitude au plan entrepreneurial, puisse choisir librement ses champs d'activité et puisse lutter à armes égales avec ses concurrents, notamment en ce qui concerne le droit du personnel.



A l'avenir, la Poste entend assurer une desserte de base sur tout le territoire, mais qui soit aussi adaptée aux besoins des clients. Elle souhaite améliorer au maximum son efficacité et croître de manière rentable, notamment à l'étranger. Pour ce faire, elle doit stimuler la volonté de performance et la motivation de son personnel. Enfin, la Poste veut promouvoir la culture de l'innovation et le développement durable de l'entreprise pour le bien-être de la société.

Au nom du Conseil d'administration et de la Direction du groupe, j'adresse tout d'abord mes remerciements aux clients qui nous ont accompagnés tout au long des changements de ces dix dernières années. Ils sont l'aune à laquelle nous nous mesurons dans les efforts quotidiens que nous déployons pour nous orienter toujours plus vers le marché. Mes remerciements vont aussi à l'ensemble de notre personnel, que les changements mettent encore et toujours au défi. Son engagement sans faille et sa grande motivation sont à la base de notre réussite.

En 2008, Susanne Blank et Claude Béglé ont rejoint le Conseil d'administration; Claude Béglé en assurera la présidence à partir du 1^{er} avril 2009. Markus Zenhäusern a été nommé responsable Finances et nouveau membre de la Direction du groupe. Quant à Michel Kunz, il deviendra le nouveau

directeur général au 1^{er} avril 2009 également. Il était jusqu'ici à la tête des deux unités du groupe PostMail et PostLogistics, lesquelles seront à nouveau dirigées séparément à l'avenir.

Nous mêmes quittons nos fonctions de président du Conseil d'administration et de directeur général. Au cours des six, respectivement neuf, dernières années, nous avons toujours pu miser sur une bonne culture d'entreprise, fondée sur la collégialité, la coopération et la volonté de développer l'entreprise. Nous vous en remercions également.

Nous adressons nos meilleurs vœux à nos successeurs et à la Poste dans son ensemble. Nous sommes convaincus que les mutations se poursuivront et que la Poste aura maîtrisé dans dix ans au moins autant de changements qu'elle l'a fait jusqu'à présent.

Anton Menth
Président du Conseil d'administration

Ulrich Gygi
Directeur général

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

Les montants figurant dans le rapport de gestion sont arrondis. Le chiffre 0 est une valeur arrondie indiquant que la valeur présentée est inférieure à la moitié de l'unité utilisée. Un trait (-) à la place d'un chiffre signifie que la valeur est nulle (inexistante).

■ Légendes des graphiques et des tableaux

Les couleurs utilisées dans les graphiques et les tableaux ont la signification suivante:

- Année en cours
- Année précédente
- Effet positif sur le résultat
- Effet négatif sur le résultat

Conformément au principe de la «true and fair view», la présentation des graphiques est fidèle à l'échelle. CHF 1 mia. correspond à 15 mm.

Les pourcentages dans les graphiques ont été normalisés comme suit:

- 100% à l'horizontale correspond à 75 mm
- 100% à la verticale correspond à 40 mm

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (►) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2008links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

Rapport de gestion 2008

4 Interviews

22 Préface

Sommaire

Aperçu

26 Rétrospective

27 Perspectives

28 Chiffres

28 Résultat

28 Satisfaction de la clientèle

28 Création de valeur

28 Emplois

28 Formation professionnelle

28 Qualité du travail

28 Conditions d'engagement, salaires et indemnités

28 Gestion de la santé

29 Temps partiel

29 Diversité

29 Démographie

29 Emplois dans les régions

29 Sponsoring et engagement social

29 Utilisation des ressources

29 Impact sur le climat

29 Energies renouvelables

31 Profil de l'entreprise

49 Evolution de l'activité

118 Gestion

132 Rapport financier

196 Informations détaillées

Rétrospective

▶ Produits d'exploitation en augmentation

Les produits d'exploitation ont augmenté de 268 millions de francs par rapport à l'exercice précédent pour s'établir à 8,980 milliards. C'est principalement la progression des produits d'exploitation du segment PostFinance – résultant elle-même de l'augmentation des capitaux disponibles – qui a contribué à cette hausse.

▶ Bénéfice consolidé en recul

La hausse des charges due au renchérissement et à la croissance, les augmentations salariales réelles, la baisse du volume du courrier ainsi que les correctifs de valeur sur les placements financiers ayant été plus importants que la hausse des produits d'exploitation, le bénéfice consolidé a reculé de 84 millions de francs pour s'inscrire à 825 millions de francs. 28% du bénéfice consolidé a été généré par le segment PostFinance.

▶ Valeur ajoutée de l'entreprise en diminution

Le capital engagé a permis de dégager une plus-value de 416 millions de francs, soit 26% environ de moins que l'année précédente.

▶ Fonds propres encore insuffisants

Après la répartition du bénéfice 2007, les fonds propres s'élevaient au 31 décembre 2008 à 2,857 milliards de francs. La Poste estime que le groupe a besoin de fonds propres à hauteur de quelque 3,5 milliards de francs.

▶ Objectifs du Conseil fédéral réalisés

La Poste Suisse a également atteint les objectifs financiers de son propriétaire durant l'exercice 2008. Le bénéfice consolidé, la valeur ajoutée de l'entreprise et le rendement sont les principaux indicateurs qui n'ont pas atteint le niveau de 2007.

Perspectives

▶ La crise des marchés financiers s'étend à l'économie réelle.

La crise des marchés financiers s'étend à l'économie réelle et la croissance est mise en péril dans tous les secteurs d'activité. Prestataire de services en aval, la Poste en pâtit également.

▶ La Poste s'en tient à la stratégie fixée.

Les quatre dernières années ont été couronnées de succès et montrent que la stratégie fixée est judicieuse. Il faut toutefois s'attendre à une conjoncture difficile en 2009, au durcissement de la concurrence, à l'accentuation du phénomène de substitution et à d'autres optimisations d'envois. A cela s'ajoute l'insuffisance persistante de la base de fonds propres. Ces enjeux ne devraient cependant pas empêcher la Poste de s'en tenir à la stratégie fixée.

▶ La Poste devrait atteindre les objectifs du Conseil fédéral.

La Poste Suisse devrait atteindre en 2009 aussi les objectifs du Conseil fédéral et, en dépit d'un contexte économique difficile, afficher une valeur ajoutée positive ainsi qu'un résultat approprié tout en finançant ses investissements par ses propres moyens. Les voix en faveur d'une libéralisation accrue du marché et d'une baisse des prix ainsi que les paiements nécessaires à l'assainissement de la Caisse de pensions Poste lui rendront néanmoins la tâche sensiblement plus compliquée.

Chiffres

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	8 980	8 712
générés sur le marché libre	% des produits d'exploitation	79,6	78,3
générés à l'étranger ¹	% des produits d'exploitation	17,9	20,0
Résultat d'exploitation	mio. CHF	812	866
généré à l'étranger ¹	% des produits d'exploitation	4,0	7,0
Bénéfice consolidé	mio. CHF	825	909
Fonds propres	mio. CHF	2 857	2 470
Satisfaction de la clientèle			
PostLogistics	indice clients commerciaux	79	79
PostMail	indice clients commerciaux	77	78
PostFinance	indice clients privés	85	84
Swiss Post International	indice clients commerciaux	75	75
Clients stratégiques et solutions	indice clients commerciaux ²	77	75
Réseau postal et vente	indice clients privés	86	88
CarPostal	indice pendulaires	75	73
	Indice clients voyageant durant leurs loisirs	82	82
Emplois			
Valeur de la marque «La Poste»	mio. CHF	566,3	539,4
Flux de trésorerie des activités d'exploitation	mio. CHF	8 281	-3 312
Valeur ajoutée de l'entreprise	mio. CHF	416	559
Valeur générée ³	mio. CHF	4 875	4 925
distribuée au personnel	mio. CHF	3 873	3 851
distribuée aux bailleurs de fonds externes	mio. CHF	22	20
distribuée aux pouvoirs publics	mio. CHF	10	13
distribuée au propriétaire ⁴	mio. CHF	170	300
distribuée à l'entreprise	mio. CHF	800	741
Emplois			
Effectifs (sans apprentis)	unités de personnel	44 178	43 447
à l'étranger	%	14,2	12,7
Taux de départ	en % des effectifs moyens	11,1	10,2
Taux de fluctuation (départs volontaires)	en % des effectifs moyens	4,8	4,5
Licenciements pour raisons économiques	personnes	78	92
Formation professionnelle			
Apprentis	personnes	1 571	1 473
Taux de formation	en % des effectifs	4,1	3,9
Taux d'apprentis engagés	%	91	91
Qualité du travail			
Satisfaction du personnel	indice	66	67
Motivation/Volonté de performance	indice	70	70
Conditions d'engagement, salaires et indemnités			
Engagements selon CCT Poste	en % des unités de personnel	71,2	74,1
Salaires minimal selon CCT Poste ⁵	CHF par année	42 746	41 826
Salaires moyen du personnel ⁶	CHF par année	78 141	77 160
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe ⁷	CHF par année	492 781	487 611
Ecart salarial ⁸	facteur	6,3	6,3
Gestion de la santé			
Accidents professionnels	quantité pour 100 unités de personnel	6,2	5,6
Accidents non professionnels	quantité pour 100 unités de personnel	15,7	14,7
Coûts causés par les accidents	mio. CHF	69,6	74,3
Absences dues à une maladie ou à un accident ⁹	jours par collaborateur	10,8	11,1
Absences dues à une maladie ou à un accident ⁹	jours par année	335 465	356 479

		2008	2007
Temps partiel			
Temps partiel	%	45,7	45,2
Hommes	%	16,7	15,7
Femmes	%	73,5	73,8
Temps partiel cadres	%	9,6	9,2
Hommes	%	6,0	6,0
Femmes	%	31,2	30,8
Diversité			
Hommes	%	49,1	49,2
Femmes	%	50,9	50,8
Femmes au Conseil d'administration	%	20,0	22,2
Femmes à la Direction du groupe	%	0,0	0,0
Femmes parmi les cadres supérieurs	% ¹⁰	8,1	8,6
Nationalités	quantité	118	112
Démographie			
Personnel âgé de 50 à 59 ans	%	27,0	26,2
Personnel âgé de 60 ans et plus	%	4,1	3,5
Age moyen du personnel	années	43,3	42,8
Emplois dans les régions			
Emplois Suisse	personnel Poste sur 1000 employés	12,0	12,3
Emplois Régions périphériques ¹¹	personnel Poste sur 1000 employés	13,2	12,9
Sponsoring et engagement social			
Sponsoring sportif	mio. CHF	12,65	9,75
Sponsoring culturel	mio. CHF	4,27	4,65
Engagement social/Cadeaux/Dons	mio. CHF	3,22	3,43
		2007	2006
Utilisation des ressources			
Consommation totale d'énergie	GJ énergie primaire ¹²	4 848 712	4 780 861
électricité	GJ énergie primaire ¹²	2 173 516	2 061 443
chaleur	GJ énergie primaire ¹²	591 315	562 487
carburants	GJ énergie primaire ¹²	2 083 881	2 186 387
Consommation d'eau	m ³	391 400	456 178
Papier	mio. de feuilles A4	158	157
Impact sur le climat			
Nuisances en général	équivalent t CO ₂ ¹³	281 861	276 201
Nuisances Transport de marchandises	équivalent t CO ₂ ¹³	41 938	44 605
rail	équivalent t CO ₂ ¹³	4 738	4 765
route	équivalent t CO ₂ ¹³	37 200	39 840
Nuisances Transport de personnes	équivalent t CO ₂ ¹³	128 000	128 500
Nuisances Trajets domicile-travail	équivalent t CO ₂ ¹³	50 270	44 520
Energies renouvelables			
Chaleur	% de la consom. de chaleur	12,1	9,3
Carburants	% de la consom. de carburants	0,0	0,0
Electricité	% de la consom. d'électricité	0,9	1,0

1 Définition Etranger en accord avec la segmentation secondaire du Rapport financier.

2 La satisfaction de la clientèle relative à l'unité du groupe Clients stratégiques et solutions a été présentée pour la première fois en 2008; les valeurs des années précédentes sont celles de l'unité Gestion des clients stratégiques.

3 Valeur générée = résultat d'exploitation + charges du personnel + amortissements – résultat de la vente d'immobilisations corporelles, d'immobilisations incorporelles et de participations.

4 Affection demandée du bénéfice de la Poste.

5 18 ans, sans apprentissage professionnel.

6 Groupe Suisse sans membres de la Direction du groupe.

7 Sans le directeur général.

8 Indemnités moyennes des membres de la Direction du groupe par rapport au salaire moyen du personnel.

9 Selon la CCT, les rapports de travail sont maintenus pendant deux ans. Pour les contrats conclus selon le CO, les rapports de travail sont résiliés après six mois. Ces chiffres ne peuvent pas être comparés à ceux d'autres entreprises.

10 Sans la Direction du groupe.

11 Définition des régions périphériques conforme à la loi fédérale du 21 mars 1997 sur l'aide aux investissements dans les régions de montagne (LIM). Les régions LIM et les communes qu'elles regroupent sont énumérées dans l'annexe à cette loi.

12 La consommation d'énergie primaire est la consommation de ressources énergétiques non renouvelables comme le pétrole, le gaz, le charbon ou l'uranium. Contrairement à l'énergie finale qui ne prend en compte que la quantité d'énergie nécessaire à l'exploitation, la consommation d'énergie primaire inclut aussi toutes les étapes en amont de la production d'énergie.

13 Outre le dioxyde de carbone (CO₂), d'autres gaz tels que le méthane ou le protoxyde d'azote contribuent aux changements climatiques, leur impact par kilo sur le climat étant parfois sensiblement plus important que celui du CO₂. Cette quantité de gaz qui est pondérée en fonction de son impact relatif sur le climat est exprimée en équivalent de CO₂.

A propos de ce chapitre

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (▶) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2008links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

Rapport de gestion 2008

4 Interviews

22 Préface

25 Aperçu

Sommaire

Profil de l'entreprise

32 Secteurs d'activité

32 Marchés

32 Clients

33 Produits

34 Marques

35 Organisation

35 Unités

35 Organigramme

36 Conseil d'administration

38 Direction du groupe

40 Stratégie

40 Conditions-cadres

40 Mandat

40 Directives

41 Vision

41 Environnement

41 Economie

41 Législation

43 Tendances

45 Objectifs et orientations

45 Améliorer la compétitivité

45 Promotion de l'innovation

45 Croissance rentable

46 Exploitation maximale des potentiels d'efficacité

46 Améliorer les prestations

46 Garantie et développement de la desserte de base

46 Participation à la définition de nouvelles conditions-cadres

46 Action socialement responsable et s'inscrivant dans la durée

46 Améliorer les ventes

46 Développement de l'offre de prestations

47 Politique des prix conforme au marché

47 Service à la clientèle de qualité

47 Améliorer les performances

47 Développement de la volonté de performance et de la motivation

47 Politique du personnel moderne

49 Evolution de l'activité

118 Gestion

132 Rapport financier

196 Informations détaillées

Secteurs d'activité

Les marchés

En Suisse, la Poste est présente sur le marché du courrier et le marché logistique, dans les activités financières grand public et le trafic des paiements, dans le transport de voyageurs ainsi que dans le marketing de dialogue et la gestion de documents. Elle se charge en outre des lettres, colis, envois de détail et envois de messagerie à destination et en provenance de la Suisse.

A l'étranger, la Poste se positionne sur des marchés de niche tels que l'acheminement trans-frontalier de courrier, le marketing de dialogue et la gestion de documents. Des sociétés du groupe, des partenaires franchisés et des agents de vente la représentent en Europe, en Amérique du Nord mais aussi en Asie. De plus, sa coopération avec des partenaires lui donne accès à un réseau logistique mondial. (► 12)

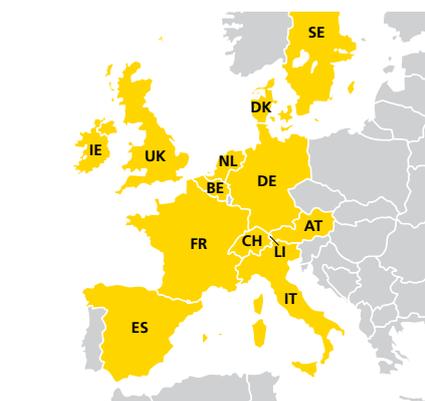
En 2008, la Poste a réalisé 82% de son chiffre d'affaires en Suisse et 18% à l'étranger.

Groupe | Marchés sur lesquels la Poste est présente
2008

Amérique



Europe



Asie



Les clients

Dans le domaine logistique (les prestations postales traditionnelles), les clients de la Poste sont, d'une part des millions de particuliers, d'autre part quelque 133 000 entreprises allant de la PME au groupe international.

La Poste réalise la plus grande partie de son produit logistique avec les clients commerciaux, les 220 clients principaux en générant à eux seuls un peu plus de 50%. Font en outre partie des clients commerciaux 1350 business accounts, avec un chiffre d'affaires annuel compris entre 250 000 et deux millions de francs, 10 800 retail accounts (chiffre d'affaires entre 25 000 et 250 000 francs) et 37 000 PME (chiffre d'affaires entre 3000 et 25 000 francs). Les quelque 85 000 clients commerciaux restants sont de petites entreprises avec lesquelles la Poste réalise un chiffre d'affaires inférieur à 3000 francs.

PostFinance opère également une distinction entre particuliers et entreprises. Les 180 clients principaux (0,4% des clients commerciaux) contribuent aux produits d'exploitation à hauteur de 36,9% environ et représentent 31,4% de la rentabilité de ce segment de clientèle. 0,3% sont des banques, pour le compte desquelles PostFinance assure principalement des prestations du trafic des paiements.

Groupe | Structure de la clientèle et répartition du produit dans l'activité logistique
 2008

Catégories de chiffre d'affaires CHF par an	Segments de clientèle	Taille des catégories Nombre de clients	Part dans le produit logistique (clients commerciaux) En pourcentage
Plus de 2 000 000	Strategic accounts und key accounts	220	50%
Entre 250 000 et 2 000 000	Business accounts	1 350	
Entre 25 000 et 250 000	Retail accounts	10 800	
Entre 3 000 et 25 000	PME	37 000	48%
Moins de 3 000	Autres clients commerciaux	85 000	
	Clients privés	6 000 000	2%

Les produits
Clients privés

Les lettres, les colis, les envois express, les services de messagerie, les services financiers et le transport de voyageurs font partie des prestations pour les particuliers et les PME. La Poste met à leur disposition un réseau dense et performant comptant 2408 offices de poste (dont 208 agences), 18 000 boîtes aux lettres et quelque 12 000 arrêts des cars postaux partout en Suisse. Un conseil personnalisé et des services financiers leur sont proposés dans 32 filiales PostFinance. Les clients privés peuvent en outre obtenir de nombreuses prestations via Internet (guichet postal virtuel: www.poste.ch et e-finance: www.postfinance.ch).

Clients commerciaux

L'**offre** destinée aux clients commerciaux se décompose en cinq paquets de prestations:

- Courrier
Envoi de courrier, prise en charge et solutions d'affranchissement
- Logistique
Service express, messagerie, colis ainsi que logistique des envois de détail, de transport et de stockage
- Marketing direct
Envois publicitaires adressés et sans adresse, gestion des adresses ainsi que production et conseil concernant les activités de marketing direct
- Presse
Solutions globales pour journaux et revues (gestion des abonnés, distribution dans les kiosques et acquisition de lecteurs)
- Solutions documents et solutions dialogue
Services internes de courrier, numérisation, traitement et archivage ainsi que transformation de données électroniques en documents physiques; gestion des commandes, boutiques en ligne, facturation électronique, suivi des clients et signatures numériques.

Les **services financiers** proposés aux PME et aux grandes entreprises ainsi qu'aux collectivités de droit public et aux associations comprennent le compte commercial, le compte e-Deposito, le trafic des paiements national et international, un financement taillé sur mesure de liquidités, d'actifs circulants et d'actifs immobilisés ainsi que des solutions pour la comptabilité débiteurs et créanciers. Citons encore des solutions de trafic des paiements pour les banques et les instituts financiers en Suisse et au Liechtenstein.

En matière de **transport de voyageurs**, CarPostal, en tant que prestataire de systèmes, est le partenaire des cantons et des communes.

Les marques

La marque Poste compte parmi les marques les plus connues de Suisse. Elle est sous-tendue par les valeurs fondamentales «crédible», «dynamique» et «partenariale». La population et les entreprises la perçoivent comme particulièrement sympathique et digne de confiance. La Poste considère sa marque comme un bien précieux qu'elle entretient et développe avec soin. Une marque forte lui permet de s'appuyer davantage encore sur son dynamisme, sa flexibilité et sa force d'innovation pour se positionner par rapport aux concurrents.

Au printemps 2008, la Poste a resserré son portefeuille de marques. Elle ne se présente plus que sous la marque faîtière «La Poste» et sous les marques de prestations «PostFinance» et «CarPostal». A quelques exceptions près, les marques des sociétés du groupe en Suisse et à l'étranger seront intégrées dans la marque faîtière au cours des trois prochaines années. La Poste propose ainsi à ses clients des prestations d'un seul tenant, sous une marque; elle renforce la marque faîtière et réduit ses coûts. En Suisse, la marque est, selon la région linguistique, «La Poste», «Die Post» ou «La Posta» et, à l'étranger, «Swiss Post». CarPostal se décline elle aussi dans les quatre langues nationales en Suisse, «PostFinance» valant pour tout le pays.

Organisation

Unités

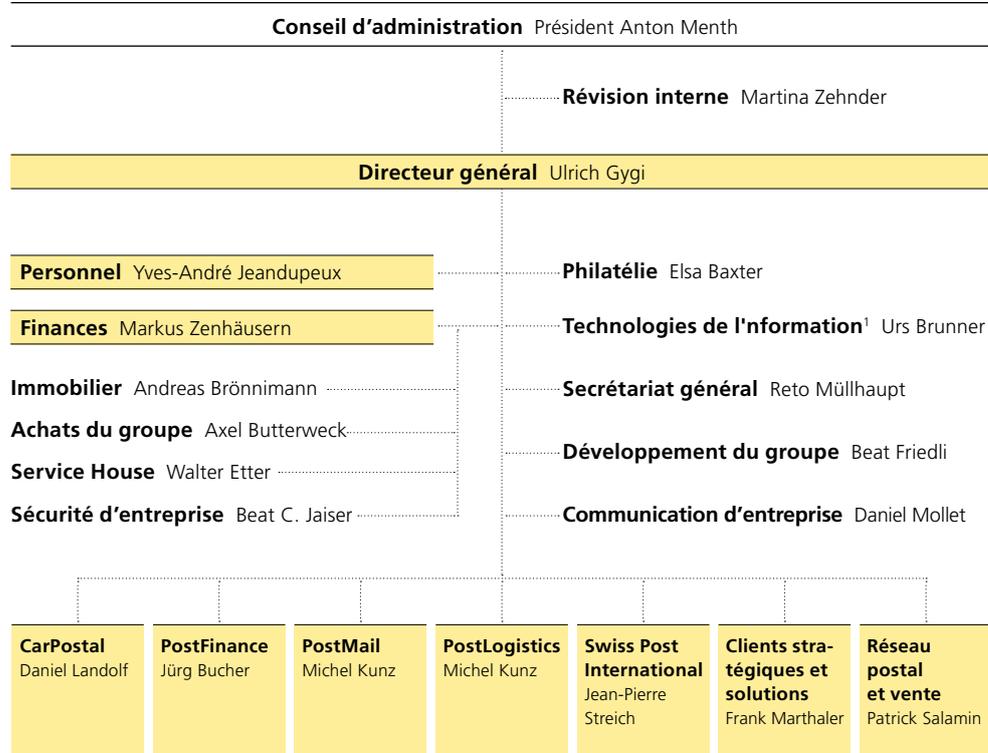
La Poste Suisse se compose de sept unités du groupe: PostMail, PostLogistics, PostFinance, CarPostal, Swiss Post International, Réseau postal et vente ainsi que Clients stratégiques et solutions. Elles sont présentées séparément, en tant que «segments», dans les comptes annuels.

Les unités Immobilier, Philatélie, Technologies de l'information et Service House sont regroupées sous «Autres».

Finances, Personnel, Achats du groupe, Communication d'entreprise, Développement du groupe, Révision interne et le Secrétariat général sont des unités ayant une fonction de support. Leur résultat apparaît lui aussi sous «Autres».

Organigramme

Groupe | Organigramme
 31.12.2008



¹ Rend compte au responsable PostFinance
 Fond jaune = unité dirigée par un membre de la Direction générale

Le Conseil d'administration



Claude Béglé



Anton Menth



Nicola Thibaudeau



François Chopard



Rudolf W. Hug

Claude Béglé

(né le 4 décembre 1949, Suisse)
Membre depuis le 1^{er} octobre 2008, docteur en sc. économiques, master de droit, master HEI (relations internationales), désigné président du Conseil d'administration au 1^{er} avril 2009.

■ Parcours professionnel:

Coopération technique suisse (Népal). Comité international de la Croix-Rouge (Liban, Zimbabwe). Nestlé (Suisse, Mexique, Egypte, Espagne, Nigeria, Equateur, Colombie, République tchèque), fonctions dans le marketing, les fusions et acquisitions ainsi que la direction générale. Philip Morris, directeur général en Pologne. Groupe néerlandais Post/TNT, vice-président Europe. Groupe français La Poste, CEO de GeoPost International et de DPD. Deutsche Post, responsable de DHL Allemagne et Europe centrale, Executive Vice President de la DPWN.

■ Mandats de conseils d'administration: Puratos SA (Brussels)

François Chopard (secrétaire)

(né le 18 avril 1942, Suisse)
Avocat.

■ Parcours professionnel:

Direction générale des PTT (adjoint au service juridique, collaborateur personnel du président de la DG PTT, secrétaire général des PTT, secrétaire du conseil d'administration des PTT), La Poste Suisse (secrétaire du Conseil d'administration)

Anton Menth – président du Conseil d'administration

(né le 27 juillet 1939, Suisse)
Membre depuis 2002, docteur en sc. nat., physicien diplômé de l'EPFZ.

■ Parcours professionnel:

Bell Telephone Laboratories, Etats-Unis (collaborateur scientifique), Brown Boveri SA (centre de recherche, fonctions de cadre au sein des unités «Nouveaux secteurs d'activité» et «Infrastructures industrielles»), fabrique de machines-outils Oerlikon (notamment chef du groupe génie militaire), EPFZ (professeur de physique et directeur de l'Institut Paul Scherrer à Würenlingen), Oerlikon Contraves SA (président de direction), Tornos SA Moutier (directeur général, délégué du conseil d'administration).

■ Mandats de conseil d'administration: Bank CIAL (Suisse)

Nicola Thibaudeau

(née le 6 novembre 1960, Suisse/Canada)
Membre depuis 2006, ingénieure mécanicienne diplômée de l'Ecole Polytechnique de Montréal.

■ Parcours professionnel:

IBM Canada (collaboratrice scientifique), Cicorel SA (directrice), Mecanex SA (propriétaire, directrice générale), conseillère indépendante, MPS Micro Precision Systems SA (directrice générale, déléguée du conseil d'administration).

■ Mandats de conseils d'administration et autres: CSS Assurance-maladie (membre), CSS Fondation du personnel (membre), MPS Micro Precision Systems SA (membre), MPS Fondation du personnel (présidente), SLS-TT (Institut Paul Scherrer à Würenlingen)

Rudolf W. Hug

(né le 26 mai 1944, Suisse)
Membre depuis 1998, docteur en droit, titulaire d'un MBA de l'INSEAD.

■ Parcours professionnel:

Chase Manhattan Bank New York/Düsseldorf (crédits), Crédit suisse (crédits Etats-Unis, responsable d'agence à Berne, directeur général de la division International), CSFB (membre de l'Executive Board Country Management), indépendant (consultant).

■ Mandats de conseils d'administration et autres: Allreal Holding SA, Deutsche Bank (Suisse) SA, Micronas Semiconductor Holding SA, Orell Füssli Holding SA, Panalpina Weltransport Holding SA, Fondation Ernst Göhner.



Jean-Marc Eggenberger



Dominique Freymond



Susanne Blank



Lucrezia Meier-Schatz



Wolfgang Werlé



Peter Thomas Sany

Jean-Marc Eggenberger

(né le 2 novembre 1957, Suisse)
 Membre depuis 2003, secrétaire d'exploitation
 Poste/fonctionnaire postal diplômé.

- Parcours professionnel:
 Entreprise des PTT (exploitation et administration), associations de personnel des PTT et des douanes (secrétaire central, caissier, rédacteur), Syndicat de la Communication (secrétaire central).
- Autres mandats: Fondation Fonds du personnel Poste (vice-président), Fondation sovis (vice-président), «Wohnbauförderung für das Personal Post/Swisscom» (liquidateur), comPlan.

Lucrezia Meier-Schatz

(née le 4 janvier 1952, Suisse)
 Membre de 1999 à mai 2008, docteur en sciences politiques.

- Parcours professionnel:
 PDC (responsable du service des études politiques), Université de Californie, Berkeley (professeur invitée), Fonds national suisse de la recherche scientifique (projets de recherche), Pro Familia Suisse (secrétaire générale), membre du Conseil national, HES de St-Gall (chargée de cours).
- Mandats de conseils d'administration et autres:
 comité de direction de l'Institut des sciences politiques, Université de St-Gall (membre), comité de direction de l'institut de recherche dans le domaine de la famille, Université de Fribourg (membre), entre autres, Forum de fondation Action de Carême (présidente), Fondation Enfants & Violence (présidente), CSS Holding SA (membre du conseil d'administration).

Dominique Freymond

(né le 1^{er} mai 1954, Suisse)
 Membre depuis 2002, licencié en sciences naturelles.

- Parcours professionnel:
 IBM Suisse et IBM Europe (divers postes dans la vente, le marketing et la gestion), Unisys Suisse et Unisys Autriche (directeur du service technique), canton de Vaud (Chancelier d'Etat), Unisys Europe centrale (vice-Président et responsable de la Suisse), Groupe TKS-Teknosoft SA (directeur général), management & advisory services mas SA (partenaire).
- Mandats de conseils d'administration:
 Allianz (Suisse) SA, Corti SA, Fin-Log AG, ilem SA, ipg SA, Lease IT SA, mas SA, Sterci SA.

Wolfgang Werlé

(né le 27 février 1948, Allemagne)
 Membre depuis 2002, économiste d'entreprise.

- Parcours professionnel:
 LSG Lufthansa Service GmbH (directeur du service à la clientèle et du développement commercial), Gate Gourmet International (président et directeur général), Swissair Beteiligungen SA (président) et Swissair (membre de la direction du groupe), SAir Relations (président et directeur général) et SAir Group (membre de la direction du groupe), Hiestand International SA (directeur général et délégué du conseil d'administration), Hiestand Holding SA (président du conseil d'administration).
- Mandats de conseils d'administration et autres:
 Nimo Holding SA, Grands Hotels Bad Ragaz, eventagentur.ch, Asserta Asset Management SA, Aryzta SA (vice-président), Quantum SA (président).

Susanne Blank

(née le 11 janvier 1972, Suisse)
 Membre depuis le 1^{er} juin 2008, licenciée en sc. pol.

- Parcours professionnel:
 Office fédéral de la statistique (révision, indice suisse des prix à la consommation), «Travail Suisse», organisation faitière des travailleurs (responsable Politique économique et membre de la direction)
- Mandats de conseils d'administration et autres:
 conseil d'administration de la Caisse nationale suisse d'assurance en cas d'accidents SUVA, Commission de la politique économique, Commission tripartite fédérale pour les mesures d'accompagnement à la libre circulation des personnes, Commission de surveillance du fonds de compensation de l'assurance-chômage, Commission de la statistique fédérale

Peter Thomas Sany

(né le 30 août 1958, Suisse)
 Membre depuis 2002, dipl. phil. II.

- Parcours professionnel:
 Institut de géographie de l'Université de Zurich (assistant), Winterthur Vie (chef de projet), IBM Suisse (account executive, directeur de l'unité Industrie, commerce et informatique scientifique), IBM Europe centrale et Russie (vice-président), IBM Smart Card Solutions (directeur général mondial), Novartis (directeur de l'information du groupe, membre de la direction), Avaloq Evolution SA (directeur de la technologie et directeur général suppléant), Deutsche Telekom AG (directeur de l'information du groupe).

La Direction du groupe



Markus Zenhäusern



Michel Kunz



Frank Marthaler



Hans-Peter Strodel



Jean-Pierre Streich

Markus Zenhäusern – responsable Finances (depuis le 1^{er} juin 2008)

(né le 22 janvier 1962)
Licencié en économie de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall, docteur en sc. pol. de l'Université de Fribourg

■ Parcours professionnel:
Groupe Coopers and Lybrand (auditeur), Prognos SA (conseiller en entreprise), Hero (responsable Controlling du groupe), Ciba (Regional Finance Director East Asia), Sika (Chief Financial Officer et membre de la direction du groupe), La Poste Suisse (responsable Finances)

■ Mandats:
Conseil d'administration Schaffner Holding

Hans-Peter Strodel – responsable Finances (jusqu'au 30 mai 2008)

(né le 20 juillet 1943)
Docteur en économie de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall, économiste d'entreprise.

■ Parcours professionnel:
Benninger SA (assistant en organisation), Heberlein (assistant de direction), groupe Oerlikon-Bührle (chargé de la planification, directeur du centre de profit Transmissions, directeur financier de la fabrique de machines-outils, directeur financier d'Oerlikon-Contraves), Entreprise des PTT (responsable Finances), La Poste Suisse (responsable Finances).

■ Mandats:
Conseil d'administration skyguide.

Michel Kunz – responsable PostLogistics/ PostMail désigné directeur général au 1^{er} avril 2009

(né le 10 mars 1959)
Ingénieur en électronique EPF, titulaire d'un MBA de la GSBA, ingénieur électricien.

■ Parcours professionnel:
ABB (ingénieur en développement), Ascom (responsable des approvisionnements, responsable du centre de profit de la production électronique), La Poste Suisse (responsable Développement des systèmes PostFinance, responsable Informatique Poste, responsable PosteColis, responsable PostLogistics/PostMail).

Frank Marthaler – responsable Clients stratégiques et solutions

(né le 9 septembre 1964)
Licencié en économie de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall.

■ Parcours professionnel:
IBM (sales executive, key account manager), EDS (directeur vente et marketing), La Poste Suisse (responsable Gestion des clients stratégiques, responsable Clients stratégiques et solutions).

Jean-Pierre Streich – responsable Swiss Post International

(né le 22 septembre 1946)
Licencié en économie de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall, économiste d'entreprise.

■ Parcours professionnel:
Migros (directeur du développement logiciel de Migros-Industrie, directeur financier et informatique à la conserverie Bischofzell SA, directeur informatique de la Communauté Migros), Mövenpick (membre de la direction du groupe, directeur Marketing & Communication/ Ressources humaines/Informatique et Environnement), La Poste Suisse (responsable Développement du groupe/Informatique/Stratégie internationale, responsable Swiss Post International).

■ Mandats:
Conseil d'administration SQS Software Quality System (Suisse) SA (jusqu'à fin 2008)



Jürg Bucher



Ulrich Gygi



Daniel Landolf



Yves-André Jeandupeux



Patrick Salamin

Jürg Bucher – responsable PostFinance

(né le 2 août 1947)

Licencié en sc. pol., économiste (économie d'entreprise et économie publique).

■ **Parcours professionnel:**

économie et administration (journaliste, collaborateur scientifique), PTT (directeur financier suppléant, responsable Controlling, responsable Développement d'entreprise), La Poste Suisse (PostFinance: responsable suppléant, responsable Marketing, responsable PostFinance).

■ **Mandats:**

Conseil d'administration Swiss Euro Clearing Bank, conseil d'administration SIX Interbank Clearing SA, conseil d'administration InnoBE SA, conseil d'administration Bern Arena Stadion SA

Yves-André Jeandupeux – responsable Personnel

(né le 26 avril 1958)

Licencié en psychologie de l'Université de Lausanne.

■ **Parcours professionnel:**

orientation professionnelle, canton du Jura (conseiller en orientation professionnelle); Posalux, entreprise de machines-outils (responsable du personnel); canton de Neuchâtel (responsable du personnel); CC&T SA, cabinet de conseil en entreprise (partenaire associé, responsable de la gestion des compétences); skyguide (responsable du personnel), La Poste Suisse (responsable Personnel).

■ **Mandats:**

Conseil de fondation de la Caisse de pensions Poste, Fondation Fonds du personnel Poste, HR Swiss, Société suisse de gestion des ressources humaines, HR Swiss congress and events SA

Ulrich Gygi – directeur général

(né le 6 décembre 1946)

docteur en sc. pol., économiste d'entreprise.

■ **Parcours professionnel:**

Institut de gestion d'entreprise de l'Université de Berne (assistant), Administration fédérale des finances (adjoint, chef de la section Planification financière / budget / compte d'Etat), Office fédéral de l'organisation (chef du service Economie d'entreprise), Administration fédérale des finances (sous-directeur; chef de la division principale Planification financière / budget / compte d'Etat / péréquation financière / informatique; directeur), La Poste Suisse (directeur général)

■ **Mandats:**

Conseil d'administration AXA Winterthur, conseil d'administration de la SSR.

Daniel Landolf – responsable CarPostal

(né le 31 décembre 1959)

Economiste d'entreprise ESCEA.

■ **Parcours professionnel:**

Credit Suisse (courtier en devises), Direction générale des PTT (services Economie d'entreprise, Marketing central/stratégies et analyses), La Poste Suisse (directeur adjoint Service des automobiles, responsable Développement d'entreprise CarPostal, directeur suppléant CarPostal, directeur CarPostal, responsable CarPostal / CarPostal Suisse SA).

Patrick Salamin – responsable Réseau postal et vente

(né le 17 juillet 1958)

Licencié en économie de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall, licencié en sc. pol., économiste d'entreprise et politologue.

■ **Parcours professionnel:**

Colgate-Palmolive SA (senior product manager), Cartier Suisse SA (directeur marketing), Zweifel Pomy-Chips SA (responsable des exportations), Cruspi SA (directeur), La Poste Suisse (responsable Marketing et vente de Réseau postal et vente, responsable Réseau postal et vente).

■ **Mandats:**

Conseil d'administration Etablissements TORSIA SA

Stratégie

Les conditions-cadres Mandat

En Suisse, la Poste doit remplir un mandat légal (► 4, 6): assurer un service universel suffisant de qualité (prestations postales et services de paiement) dans tout le pays, selon les mêmes principes et à des prix raisonnables.

Concernant le service universel (► 4, 5), la loi distingue entre les services réservés, que seule la Poste peut proposer (lettres jusqu'à 100 g, jusqu'à 50 g à compter du 1^{er} juillet 2009), et les services non réservés, qu'elle a l'obligation de fournir, mais dans un contexte concurrentiel. La Poste peut également proposer des services libres définis par le Conseil fédéral et eux aussi soumis à la concurrence. (► 3, 7)

La Poste doit en outre exploiter un réseau d'offices de poste couvrant tout le territoire, qui doivent être accessibles à tous les groupes de population à distance raisonnable et proposer toutes les prestations du service universel.

Aux termes de ce mandat, la Poste doit par ailleurs tenir compte des intérêts régionaux.

La Poste réalise 79,6% de ses produits d'exploitation sur le marché soumis à la concurrence, les services réservés (domaine monopolistique) représentant 20,4% des produits d'exploitation.

Groupe | Mandat légal de prestations 2008

Service universel		Concurrence
Services réservés Lettres jusqu'à 100 g («Seule la Poste a le droit de fournir ces services»)	Services non réservés P. ex. colis jusqu'à 20 kg, paiements («La Poste a l'obligation, les privés ont le droit de fournir ces services»)	Services libres P. ex. envois express, envois sans adresse («Tous ont le droit de fournir ces services»)
Réseau postal couvrant tout le territoire		

Directives

En qualité de propriétaire de La Poste Suisse, le Conseil fédéral assigne à celle-ci d'autres directives au travers de ses objectifs stratégiques (► 1, 2): l'entreprise doit développer son activité principale, faire face à la concurrence et réduire sa dépendance à l'égard du monopole. Elle doit saisir les possibilités d'expansion à l'étranger (► 12) et développer de nouveaux modèles commerciaux pour générer de la croissance, présenter un résultat d'exploitation convenable dans tous les domaines, accroître sa valeur intrinsèque et financer ses investissements au moyen du cash flow. Dans le cadre des possibilités qu'offre la gestion de l'entreprise, elle doit suivre une stratégie axée tant sur les principes éthiques que sur ceux du développement durable (► 24-30, 16, 34, 38-39) et tenir compte des répercussions de ses activités sur les emplois dans les régions (► 13).

Vision

L'action de La Poste Suisse est fondée sur une vision (► 8), dont le message principal est: la Poste, qui assure la desserte de base, contribue à la prospérité générale tout en assumant ses responsabilités sociales.

Cette vision contient six principes:

- Nous œuvrons pour une Suisse performante.
- Nous demeurons leaders dans notre activité de base.
- Nous nous développons de façon profitable.
- Nous progressons avec nos clients, ensemble.
- Nous sommes forts grâce à nos collaborateurs.
- Nous préparons l'avenir avec nos partenaires.

La vision s'appuie sur les valeurs fondamentales (► 17) de la Poste – l'entreprise est «dynamique», «crédible» et «partenariale».

L'environnement Législation

Ouverture du marché et régulation

Depuis 2006, une révision totale de la législation postale (► 7) a lieu en Suisse. Se basant sur la consultation relative à la poursuite de l'ouverture du marché du courrier, le Conseil fédéral a défini en octobre 2008 une procédure en plusieurs étapes. Tout d'abord, le monopole sur les lettres doit être abaissé à 50 grammes, au 1^{er} juillet 2009, par voie d'ordonnance. Viendra ensuite la révision de la loi sur la poste qui devrait entrer en vigueur en 2011. Puis la libéralisation complète du marché doit être prononcée par le biais d'un arrêté fédéral. Les citoyens ayant droit de vote pourront alors recourir au référendum contre la loi sur la poste et contre l'ouverture du marché. Pour le reste, le Conseil fédéral s'en tient dans une large mesure au projet qu'il avait mis en consultation. S'agissant de la garantie de la desserte de base, il a opté, sur la base de la consultation, pour un mandat légal direct (plutôt que pour la procédure de l'appel d'offres). Plusieurs interventions ont par ailleurs été déposées devant le Parlement concernant PostFinance. Elles demandent d'éclaircir la marge de manoeuvre qui devrait être accordée à PostFinance à l'avenir, et de déterminer si et dans quelle mesure celle-ci devrait être autorisée à développer ses activités et à accorder des crédits et des hypothèques de manière autonome.

Conditions d'engagement

Il est probable que, lors de l'ouverture du marché postal, le Conseil fédéral propose que la Poste mais aussi de potentiels concurrents soient tenus de négocier une CCT avec les syndicats (► 19-22). Cela pourrait permettre d'éviter que la libéralisation ne se fasse aux dépens des salariés.

Quelle que soit la branche, les salaires moyens à la Poste sont nettement supérieurs aux conditions d'engagement usuelles (► 16). La pression sur les salaires va croître au fil de l'ouverture du marché, en particulier si aucune CCT sectorielle ne peut être conclue.

Economie

Economie mondiale

L'économie suisse doit faire face à un contexte économique mondial qui s'est sensiblement dégradé. Les pays de la zone euro (principaux partenaires commerciaux de la Suisse), les Etats-Unis et le Japon sont confrontés à une récession suite aux vacillements sur les marchés financiers. Il ne faut pas s'attendre à une reprise progressive de la conjoncture avant 2010. Pour la période stratégique 2009 à 2011, on table dans l'ensemble sur une faible progression du produit intérieur brut (PIB) mondial réel. Des pays émergents tels que la Chine et l'Inde continueront vraisemblablement d'enregistrer une croissance supérieure à la moyenne, tandis que les régions de l'Amérique latine, de l'Europe de l'Est et du reste de l'Asie du Sud-Est constitueront avec leurs taux de croissance un groupe intermédiaire. On s'attend en outre à de faibles taux de croissance aux Etats-Unis et dans l'UE.

Suisse L'important fléchissement de la conjoncture dans toutes les régions du monde assombrit également les perspectives de la Suisse depuis décembre 2008. La récession devrait y être sensiblement plus forte que ce qui avait été envisagé à l'origine. Ainsi, le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) prévoit désormais un recul de 2,2% de la performance économique. L'économie suisse pourrait à nouveau enregistrer une faible croissance à partir de 2010, à condition que la crise financière devienne peu à peu moins virulente au plan international et que l'économie mondiale retrouve lentement son dynamisme. On devrait toutefois assister à une nouvelle dégradation du marché du travail en 2010.

Branches En 2009, le ralentissement de la conjoncture devrait se répercuter dans toutes les branches. On s'attend même, dans le secteur financier, à une croissance négative (-2,1%). Des conjoncturistes tablent sur des perspectives de croissance positive à partir de 2010. Cette reprise sera principalement à mettre sur le compte de l'industrie horlogère et des prestations aux entreprises (publicité, conseil) avec des taux de croissance supérieurs à 3%. Les marchés financiers devraient se stabiliser (taux de croissance d'environ 2,5%). Les branches de la télécommunication, du transport et du commerce, davantage concentrées sur le marché domestique, devraient pouvoir profiter de l'évolution de la consommation, que l'on attend positive, et afficher des taux de croissance se situant entre 2 et 3%.

Marchés Le marché logistique se caractérise par une concurrence de plus en plus agressive et une pression accrue sur les prix. Les clients, très sensibles aux prix, ont de grandes exigences en termes de qualité. Les coûts de production augmentent du fait de taxes en hausse, de prix du carburant élevés et de coûts du personnel plus importants.

Sur le marché suisse du courrier, l'abaissement à 50 grammes du monopole sur les lettres, au 1^{er} juillet 2009, représente un défi majeur pour la Poste (► 7). Celle-ci continue d'être confrontée à la substitution de lettres et journaux physiques par des moyens électroniques. Elle doit faire face à une pression sur les prix ou à des différenciations de prix ainsi qu'à des optimisations de coûts qui vont croître avec l'ouverture totale du marché.

PostFinance, en tant qu'établissement financier grand public, est présent sur des marchés en légère progression. Les clients accordent davantage d'importance à des services financiers sûrs et peu coûteux ainsi qu'à une relation personnalisée avec la banque. Bien que les dépôts des clients soient de plus en plus difficiles à placer en raison de la crise des marchés financiers, les perspectives d'enregistrer comme ces dernières années une croissance profitable sont bonnes pour PostFinance, qui se positionne comme «l'autre banque» et promet à ses clients qu'ils sont «mieux accompagnés» avec elle.

CarPostal évolue sur un marché à la croissance limitée mais continue en Suisse et dans un contexte de concurrence internationale accrue à l'étranger. Son cœur de métier – les transports publics – peut être considéré comme une activité relativement sûre pour l'avenir.

Emploi Les indicateurs précoces indiquent une croissance de l'emploi en léger recul, mais pas de dégradation dramatique. Pour 2009, le SECO prévoit un taux de chômage moyen de 3,8% (prévision 2008: 2,6%). Les incertitudes sur les marchés financiers pourraient améliorer la position sur le marché de l'emploi des entreprises liées à la Confédération. L'accord de libre circulation des personnes conclu avec l'UE continue de faciliter le recrutement de salariés étrangers qualifiés.

Tendances

Mondialisation et régionalisation

Du fait d'interactions et d'interdépendances accrues par-delà les frontières, les entreprises ne s'inscrivent plus dans un cadre national. La production et la fourniture de prestations sont réparties en fonction des avantages des sites. Les conséquences en sont une rude concurrence entre les places économiques et des coopérations internationales.

En réaction à la mondialisation, la région gagne en importance en tant que vecteur identitaire. Outre des dimensions émotionnelles, des aspects économiques et écologiques (charges de transport plus faibles) plaident en faveur de produits et de prestataires régionaux. Mondialisation et régionalisation ont pour effet une fragmentation des marchés. Cela se traduira pour la Poste par une pression concurrentielle accrue. On attribue déjà à l'entreprise des atouts identitaires à l'échelle locale, dont elle peut tirer profit. Pour les activités internationales, en revanche, les partenaires sont de plus en plus importants.

Urbanisation

L'urbanisation se poursuit à l'échelle mondiale. Elle se traduit par une augmentation des transports et par des distances plus longues pour les pendulaires, ce qui renforce la demande de transports de biens et de personnes performants ainsi que des canaux de vente et de communication électroniques accessibles 24 heures sur 24. Les exigences en matière de solutions de mobilité vont croître et être plus différenciées. Il en résulte de nouvelles opportunités pour la Poste (p. ex. autopartage, billet combiné).

En raison d'une plus grande accessibilité et de coûts de livraison avantageux, les entreprises vont davantage se concentrer sur les clients urbains et leurs besoins. La pression sur les prix des prestations postales et des prestations de transport de marchandises va croître. Le publipostage direct et les dépenses de marketing pourraient en pâtir dans les régions rurales. De nouveaux potentiels de croissance apparaissent cependant pour les canaux électroniques. La Poste peut faire valoir ses atouts dans ce domaine et répondre à la nouvelle donne en s'appuyant sur son réseau couvrant tout le pays et sur sa fiabilité.

Evolution des valeurs

Le vieillissement de la population et la complexité croissante de la vie renforcent la demande de solutions simples. On constate un repli sur des valeurs traditionnelles telles que l'intégrité, la fiabilité, la qualité, la responsabilité sociale, la sécurité et la santé. On observe en outre un besoin de divertissement accru, une sensibilité aux prix plus grande et des attitudes plus exigeantes (durabilité écologique et sociale), ce dont il faut davantage tenir compte dans la définition des produits et dans la présentation des entreprises. Les services fournis aux particuliers dans les activités de base et nouvelles (prestations mobiles, vente par correspondance, p. ex.) doivent être pratiques. Actuellement, les chances de succès, y compris pour la Poste, sont particulièrement grandes pour les prestations dans les domaines de la sécurité et de la santé.

Grâce à la convergence (le rapprochement de contenus et de plateformes permettant aux utilisateurs de recevoir les mêmes prestations via différents canaux) ainsi qu'aux améliorations des interfaces homme-machine, de nouvelles offres permettent de mieux couvrir les besoins de confort et de fidéliser davantage la clientèle.

Flexibilité

La flexibilité, ou disposition et capacité élevées à s'adapter, constitue une exigence accrue posée à la société moderne. Les individus, dans leur vie professionnelle et privée, ainsi que les entreprises et les organisations doivent s'adapter de plus en plus vite aux changements dans l'environnement et sur le marché et ce, dans toutes les dimensions (temps, lieu, prix, qualité, ressources).

Cela implique pour la Poste d'être à même d'évoluer face à ses collaborateurs, à ses clients et à ses concurrents (p. ex. temps de travail plus souple, coopérations temporaires, prestations innovantes).

Il devient de plus en plus difficile de planifier sur le long terme, notamment parce que l'imbrication entre augmentation des connaissances, informatisation et accélération des choses rend de plus en plus complexe l'environnement social et personnel. Conséquence: des valeurs telles que la fiabilité et la constance deviennent primordiales.

Technologies de l'information

L'évolution des technologies de l'information et de la communication (capacité des processeurs et capacité de stockage, largeur de bande, transmission sans fil et sans contact, miniaturisation, appareils portables) permet de nouveaux gains d'efficacité, de nouvelles applications et la substitution de vecteurs d'informations physiques par des vecteurs électroniques. Grâce à cette évolution, alliée aux améliorations de l'interface homme-machine, il devient possible de proposer une réelle valeur ajoutée aux utilisateurs privés et commerciaux, ceux-ci pouvant utiliser des processus plus simplement, en temps réel et où qu'ils se trouvent. L'intégration de différentes prestations sur différentes plateformes (convergence) progresse et permet aux entreprises de pénétrer de nouveaux marchés. La Poste a ainsi l'occasion de devenir un prestataire intégral de communication et de ne plus être un simple «facteur», mais un intermédiaire dans le monde de la communication. Dans le même temps, le risque existe de voir les clients commerciaux optimiser leurs canaux et leurs coûts de communication, ce dont le cœur de métier de la Poste pâtira encore.

Durabilité écologique

Selon les rapports d'experts de l'ONU, l'homme est responsable du changement climatique. Cela a pour effet que des conditions-cadres légales et des normes internationales visant la protection du climat sont introduites et que les entreprises sont de plus en plus évaluées à l'aune de leur approche écologique. Par ailleurs, on s'attend à ce que le «peak oil», ce moment où la production mondiale de pétrole ne pourra plus être augmentée, ait lieu vers 2020. La sensibilité des clients, des investisseurs et des législateurs à la durabilité écologique et, partant, la pression pour réduire les émissions de CO₂ vont encore croître. Dans la décision d'achat, l'image d'une entreprise en termes d'éthique et d'écologie gagne en importance. L'efficacité énergétique et une part élevée d'énergies renouvelables deviennent des atouts concurrentiels et permettent à plus long terme une meilleure structure des coûts. Une des conséquences de ces évolutions est l'utilisation accrue des transports publics, dont la Poste tirera profit.

Objectifs et orientations

La stratégie de la Poste découle de la législation postale (► 3-7) et des directives du propriétaire. Celles-ci sont formulées dans les objectifs stratégiques du Conseil fédéral (► 1-2), qui sont remaniés tous les quatre ans. Elles sous-tendent la vision (► 8) et les valeurs fondamentales «dynamique», «crédible» et «partenariale», dont découlent les objectifs stratégiques de la Poste. Celle-ci veut créer de la valeur ajoutée pour le propriétaire, les clients, les collaborateurs et la société en améliorant, par le biais de onze orientations stratégiques, sa compétitivité, ses ventes, ses performances et ses prestations.

Groupe | Stratégie
 2008

Mandat de prestations légal et directives (objectifs stratégiques du Conseil fédéral)

Vision et valeurs fondamentales										
La Poste, qui assure la desserte de base, contribue à la prospérité générale tout en assumant ses responsabilités sociales.										
«dynamique»			«crédible»				«partenariale»			
Objectifs stratégiques										
Créer de la valeur ajoutée pour										
la société			les clients		les collaborateurs			le propriétaire		
Orientations stratégiques										
Améliorer les prestations			Améliorer les ventes		Améliorer les performances			Améliorer la compétitivité		
Garantie et développement de la desserte de base	Participation à la définition de nouvelles conditions-cadres	Action sociale-responsable et s'inscrivant dans la durée	Développement de l'offre de prestations	Politique des prix conforme au marché	Service à la clientèle de qualité	Développement de la volonté de performance et de la motivation	Politique du personnel moderne	Promotion de l'innovation	Croissance rentable	Exploitation maximale des potentiels d'efficacité
Mesures stratégiques										

Améliorer la compétitivité

Pour améliorer sa compétitivité et être meilleure que ses concurrents, la Poste veut promouvoir l'innovation, enregistrer une croissance rentable et exploiter au maximum les potentiels d'efficacité. Ses objectifs sont les suivants: accroître durablement la valeur intrinsèque de l'entreprise toutes unités confondues et l'asseoir sur une base plus large, engranger des recettes comparables à celles de la branche, assurer la base des fonds propres et enregistrer une croissance rentable dans les secteurs apparentés au secteur postal (marketing de dialogue et gestion de documents p. ex.) ainsi que sur le marché des activités bancaires grand public et du transport de voyageurs.

Promotion de l'innovation

Ces prochaines années, la Poste mettra en œuvre un programme consacré à l'innovation. Il comprend la mise en place d'une culture de l'innovation, d'une architecture basée sur un processus d'innovation uniforme, de réseaux et de plateformes ainsi que d'une communication ayant pour but de positionner la Poste, en interne et en externe, comme entreprise dynamique, flexible et novatrice.

Croissance rentable

Dans le secteur logistique, la Poste entend croître en étendant des solutions et prestations existantes et en développant de nouvelles. Elle vise également une croissance dans le marketing direct ainsi que dans les solutions de documents et de dialogue en Suisse et à l'étranger. Ces offres doivent être complétées par des acquisitions. CarPostal vise une expansion ciblée à l'étranger.

Exploitation maximale des potentiels d'efficacité

Après le remodelage du traitement du courrier dans le cadre du projet REMA, qui a vu naître trois nouveaux centres courrier et six centres logistiques, la Poste prévoit d'examiner, par le biais de sa stratégie logistique (► 10), d'éventuels potentiels d'efficacité des processus allant du dépôt à la distribution. Elle entend poursuivre l'optimisation des offices de poste de petite taille voire introduire des agences, modèle éprouvé, ou un service à domicile. Dans le domaine des technologies de l'information, elle prévoit d'importantes réductions de coûts. PostFinance veut elle aussi réduire ses charges en la matière.

Pour en savoir plus sur l'amélioration de la compétitivité, se reporter au chapitre «Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds», page 49.

Améliorer les prestations

La Poste améliore ses prestations et crée de la valeur ajoutée pour la société en assurant la desserte de base et en la développant, en participant à la définition des conditions-cadres relatives à son activité et en assumant durablement ses responsabilités sociales. Son objectif est de demeurer dynamique et compétitive, de garder son sens des responsabilités, de créer de la valeur ajoutée pour différentes régions et cultures ainsi que d'assurer une desserte de base de qualité dans tout le pays, selon les mêmes principes et à des prix conformes au marché, et de l'adapter aux évolutions en cours.

Garantie et développement de la desserte de base

Par le biais de sa stratégie logistique (► 10), la Poste montre quelle direction le traitement du courrier (du dépôt à la distribution) prendra dans les prochaines années et elle jette les bases pour de futurs projets logistiques. Elle veut améliorer l'efficacité de son travail et développer ses prestations en les adaptant aux besoins et aux habitudes des clients.

Participation à la définition de nouvelles conditions-cadres

Les principales conditions-cadres légales concernant la Poste sont définies dans la législation postale, actuellement en cours de révision (► 7). La Poste défend l'idée d'une desserte de base de qualité et moderne, qui toutefois doit pouvoir être financée. Elle estime qu'elle ne peut remplir son mandat que si elle est performante et que, sur un marché entièrement libéralisé, les directives politiques s'appliquent autant que possible uniformément à tous les acteurs.

Action socialement responsable et s'inscrivant dans la durée

Le développement durable va au-delà de la protection de l'environnement. Dans toutes ses actions, la Poste tente de tenir compte des aspects écologiques, économiques et sociaux, l'objectif étant de parvenir à un équilibre entre eux. Pour cela, la Poste s'appuiera sur la création et la mise en place d'un vaste programme de développement durable. Dans ces domaines, elle entend par ailleurs collaborer davantage avec des entreprises postales internationales et introduire le système de mesure et de surveillance environnementales (EMMS) de l'International Post Corporation.

Pour en savoir plus sur l'amélioration des prestations, se reporter au chapitre «Valeur ajoutée pour la société», page 103.

Améliorer les ventes

L'amélioration des ventes s'articule autour des trois axes suivants: la Poste développe de nouvelles prestations, elle propose à ses clients des prix conformes au marché et leur fournit un service à la clientèle de qualité.

La Poste veut maintenir le rapport qualité-prix à un niveau attrayant, garantir la proximité avec les clients à travers son réseau (offices de poste, agences, filiales PostFinance, offices de dépôt, prises en charge, etc.), permettre à ses clients l'accès à des réseaux mondiaux, proposer des solutions sur mesure et des gammes de produits simples, maintenir de courts délais de réaction et instaurer de la confiance en fournissant un conseil de qualité et si possible d'un seul tenant.

Développement de l'offre de prestations

Ces prochaines années, la Poste poursuivra notamment le développement de la distribution matinale. Elle répond ainsi au besoin accru des clients de lire leurs journaux avant de se rendre à leur travail. Dans son cœur de métier, les services logistiques, elle proposera davantage de solutions personnalisées à ses clients et développera la logistique contractuelle. Au-delà de ses activités traditionnelles, elle prévoit une extension des prestations proches du secteur postal telles que la gestion de documents et le marketing direct, en Suisse et à l'étranger.

Politique des prix conforme au marché

La Poste entend fixer ses prix selon les principes de l'économie de marché et de l'économie d'entreprise, dans le respect des normes légales. Elle compte faire partie des concurrents les plus avantageux en termes de prix. (► 14-15) Ses systèmes de rabais sont clairs et compréhensibles.

Service à la clientèle de qualité

Par cette mesure, la Poste se rapproche de ses clients. D'ici à fin 2009, PostFinance exploitera dans les villes suisses d'une certaine taille 37 filiales qui seront situées soit dans des offices de poste, soit ailleurs. PostFinance développe ainsi la distribution multi-canaux. L'offre dans les offices de poste répond aux besoins des particuliers. Quant aux clients importants, ils bénéficient d'un suivi et d'un conseil personnalisés et taillés sur mesure.

Pour en savoir plus sur l'amélioration des ventes, se reporter au chapitre «Valeur ajoutée pour les clients», page 77.

«Poste développe de nouvelles prestations et propose un service à la clientèle de qualité, à des prix conformes au marché.»

Améliorer les performances

La Poste développe la volonté de performance et la motivation de ses collaborateurs, elle mène une politique du personnel moderne. Elle améliore ainsi les performances de l'entreprise. Ses objectifs sont les suivants: être un employeur prisé et un partenaire social juste (► 16), créer des emplois dans les régions (► 13), instaurer la confiance et la préserver par le biais de la culture de direction (► 9) et du développement du personnel.

Développement de la volonté de performance et de la motivation

La Poste veut identifier à temps les effets de l'évolution démographique et y réagir de manière adéquate, être efficace pour trouver et recruter les bonnes personnes sur un marché du travail de plus en plus disputé, œuvrer pour le développement du personnel, développer la volonté de performance des collaborateurs et des cadres ainsi que créer les conditions culturelles et structurelles nécessaires pour faire face à l'internationalisation croissante. Elle vise en outre la compétitivité à travers l'assouplissement des conditions d'engagement et soutient activement le changement.

Politique du personnel moderne

A travers son principe «Nous sommes forts grâce à nos collaborateurs», contenu dans sa vision (► 8), la Poste s'engage en faveur d'une culture d'entreprise dynamique, axée sur les performances et le travail d'équipe, ainsi qu'en faveur de relations respectueuses, d'une communication franche, de possibilités de développement attrayantes et d'une mise en œuvre responsable des changements en son sein. En assumant leurs responsabilités et en exploitant leur marge de manœuvre, les collaborateurs contribuent au succès de l'entreprise.

Pour en savoir plus sur l'amélioration des performances, se reporter au chapitre «Valeur ajoutée pour les collaborateurs», page 91.

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

Les montants figurant dans le rapport de gestion sont arrondis. Le chiffre 0 est une valeur arrondie indiquant que la valeur présentée est inférieure à la moitié de l'unité utilisée. Un trait (-) à la place d'un chiffre signifie que la valeur est nulle (inexistante).

■ Légendes des graphiques et des tableaux

Les couleurs utilisées dans les graphiques et les tableaux ont la signification suivante:

- Année en cours
- Année précédente
- Effet positif sur le résultat
- Effet négatif sur le résultat

Conformément au principe de la «true and fair view», la présentation des graphiques est fidèle à l'échelle. CHF 1 mia. correspond à 15 mm.

Les pourcentages dans les graphiques ont été normalisés comme suit:

- 100% à l'horizontale correspond à 75 mm
- 100% à la verticale correspond à 40 mm

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (►) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2008links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

Rapport de gestion 2008

4 Interviews

22 Préface

25 Aperçu

31 Profil de l'entreprise

Sommaire

Evolution de l'activité

50 Valeur ajoutée pour le propriétaire

50 Groupe

51 Environnement

51 Situation économique générale

51 Clients et branches

52 Finances

52 Valeur ajoutée de l'entreprise

53 Résultat du groupe

54 Résultats des segments

57 Cash-flow et investissements

57 Bilan consolidé

58 Distribution du bénéfice

58 Mise en œuvre de la stratégie

59 Perspectives

60 Segments

60 PostMail

62 PostLogistics

64 Swiss Post International

66 Clients stratégiques et solutions

68 Réseau postal et vente

70 PostFinance

72 CarPostal

74 Autres

74 Philatélie

74 Immobilier

74 Service House

74 Technologies de l'information

77 Valeur ajoutée pour les clients

91 Valeur ajoutée pour le personnel

103 Valeur ajoutée pour la société

118 Gestion

132 Rapport financier

196 Informations détaillées

Valeur ajoutée pour le propriétaire

Objectifs stratégiques de la Poste

Afin de créer de la valeur ajoutée pour le **propriétaire en tant que bailleur de fonds**, la Poste doit assurer et renforcer sa compétitivité. Elle y œuvre en encourageant l'innovation, en enregistrant une croissance rentable et en exploitant les potentiels d'efficacité.

Conformément au principe de développement durable de l'entreprise, cette valeur ajoutée ne peut être créée que si la Poste en génère également pour les **clients**, pour le **personnel** et pour la **société**.

En développant l'offre de prestations, en menant une politique des prix conforme au marché et en proposant un service à la clientèle de qualité, elle améliore ses ventes et crée ainsi de la valeur ajoutée pour les clients (voir «Valeur ajoutée pour les clients», page 77). La politique du personnel moderne de la Poste et ses efforts pour développer la volonté de performance et la motivation lui permettent en outre de rester performante (voir «Valeur ajoutée pour le personnel», page 91). Le développement de la desserte de base, la participation constructive à la définition de nouvelles conditions-cadres et une action socialement responsable permettent à la Poste d'améliorer ses prestations et créent de la valeur ajoutée pour la société (voir «Valeur ajoutée pour la société», page 103).

Groupe

Les produits d'exploitation ont progressé de 268 millions par rapport à 2007 pour passer à 8,980 milliards de francs. L'augmentation des charges due au renchérissement et à la croissance, les augmentations salariales réelles, le recul du volume de lettres et les corrections de valeur sur les immobilisations financières ont été plus importants que l'augmentation des produits d'exploitation, entraînant une baisse du bénéfice consolidé de 84 millions, celui-ci passant à 825 millions. Le capital engagé a permis de dégager une plus-value de 416 millions de francs. En enregistrant ce résultat annuel, La Poste Suisse remplit les objectifs assignés par le propriétaire.

Groupe | Chiffres clés

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	8 980	8 712
générés à l'étranger	mio. CHF ¹	1 608	1 741
	% des produits d'exploitation	17,9	20,0
services réservés	mio. CHF ²	1 835	1 893
	% des produits d'exploitation	20,4	21,7
Résultat d'exploitation	mio. CHF	812	866
en proportion des produits d'exploitation	%	9,0	9,9
généré à l'étranger	Mio. CHF ¹	32,7	60,6
	en % du résultat d'exploitation	4,0	7,0
Bénéfice consolidé	mio. CHF	825	909
Valeur générée	mio. CHF ³	4 875	4 925
Personnel			
Effectifs Groupe	unités de personnel	44 178	43 447
à l'étranger	unités de personnel	6 276	5 512
Financement			
Total du bilan	mio. CHF	71 603	60 084
fonds des clients (PostFinance)	mio. CHF	64 204	51 462
Fonds propres	mio. CHF	2 857	2 470
Investissements			
Investissements	mio. CHF	516	644
autres immobilisations corporelles, immobilisations incorporelles	mio. CHF	326	322
immeubles d'exploitation	mio. CHF	147	281
participations	mio. CHF	43	41
Degré des investissements autofinancés	%	100	100
Création de valeur			
Flux de trésorerie des activités d'exploitation	mio. CHF	8 281	-3 312
Valeur ajoutée de l'entreprise	mio. CHF	416	559

1 Définition Etranger en accord avec la segmentation secondaire du Rapport financier.

2 Valeur générée = résultat d'exploitation + charges du personnel + amortissements – résultat de la vente d'immobilisations corporelles, d'immobilisations incorporelles et de participations.

3 Lignes jusqu'à 100 grammes puis, à partir du 1^{er} juillet 2009, jusqu'à 50 grammes.

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Environnement

Situation économique générale

Du fait de la crise des marchés financiers, la croissance économique internationale a fortement ralenti au cours du deuxième semestre: le dynamisme de l'économie, exprimé par le PIB, a faibli sur cette période dans les trois grandes zones économiques que sont les Etats-Unis, la zone euro et le Japon, et même les pays émergents ont été freinés dans leur essor. Les investissements des entreprises des secteurs de l'industrie et des services à l'étranger ont diminué et le moral des consommateurs s'est détérioré en raison des changements attendus sur le marché de l'emploi. En Suisse aussi, l'économie réelle est affectée par la conjoncture morose: au cours du 4^e trimestre, des entreprises ont déjà dû réduire leur activité dans certaines branches. La Confédération a décidé, en novembre, de débloquer 1,5 milliard de francs pour soutenir la conjoncture.

Clients et branches

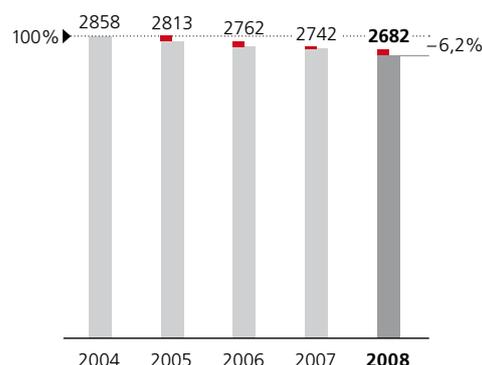
Logistique

La branche logistique reste marquée au niveau tant national qu'international par une concurrence et une pression sur les prix accrues. Les clients, très sensibles aux prix, ont de grandes exigences en termes de qualité. Le volume des colis a cependant pu être augmenté du fait de la mise en place de solutions innovantes pour les clients commerciaux et d'une conjoncture demeurée favorable jusqu'à fin 2008.

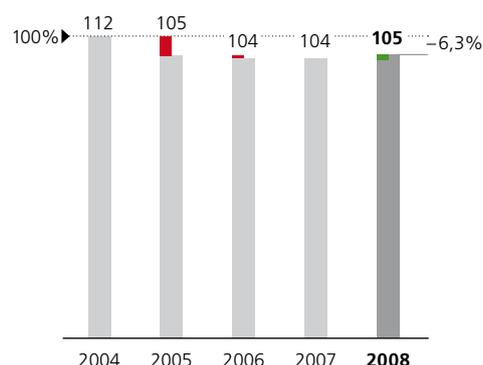
Groupe | Envois

2004 = 100%, quantité en millions

Lettres adressées



Colis



Courrier

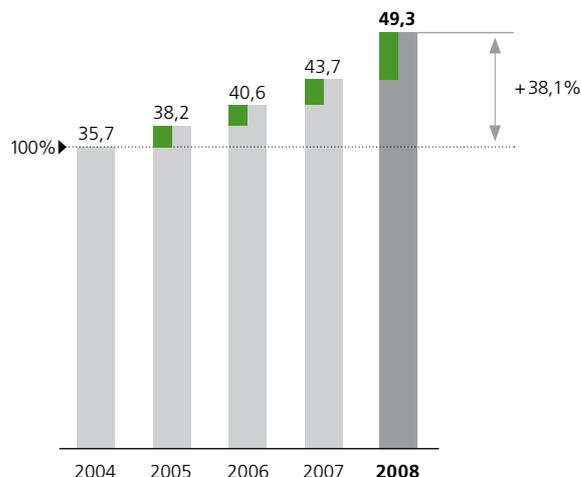
Les volumes sur le marché du courrier suisse sont toujours en recul. Les clients continuent à substituer les e-mails et les SMS aux envois physiques et les clients commerciaux regroupent davantage leurs envois ou émettent les factures et les extraits de compte sous forme électronique. Une baisse du volume de lettres d'environ 1% par an est attendue pour l'Europe. Par ailleurs, les journaux gratuits ont un effet négatif sur le volume de journaux distribués.

Marchés financiers

Malgré la crise financière, les clients confient leurs fonds à PostFinance: en 2008, 120 000 nouveaux clients l'ont rejointe et 5,941 milliards de francs ont été transférés sur des comptes de PostFinance. Cette confiance prouve que la Poste est considérée comme un prestataire de services financiers à part entière. Selon les dispositions légales actuelles, PostFinance ne peut malheureusement pas mettre ces fonds à la disposition de ses clients, notamment les PME, sous la forme de crédits, mais doit les placer à l'étranger, en encourant parfois un risque nettement plus important.

Groupe | Niveau moyen des fonds des clients (PostFinance)

2004 = 100%, en milliards de francs

**Transport de voyageurs**

Dans le transport de voyageurs sur route, il faut s'attendre à une progression continue mais aussi à une pression accrue sur les prix. Les mandants (Confédération, cantons, communes) privilégient aujourd'hui les accords sur les objectifs et la fourniture de prestations plutôt que les appels d'offres. Par ailleurs, CarPostal a ajouté 15 nouvelles lignes à la faveur du changement d'horaire de décembre 2008 et a élargi son offre horaire dans le trafic d'agglomération et le trafic en zone urbaine. Ainsi, 3,5 millions de kilomètres supplémentaires seront parcourus chaque année. CarPostal est aussi présente à l'étranger, principalement en France et au Liechtenstein.

Finances

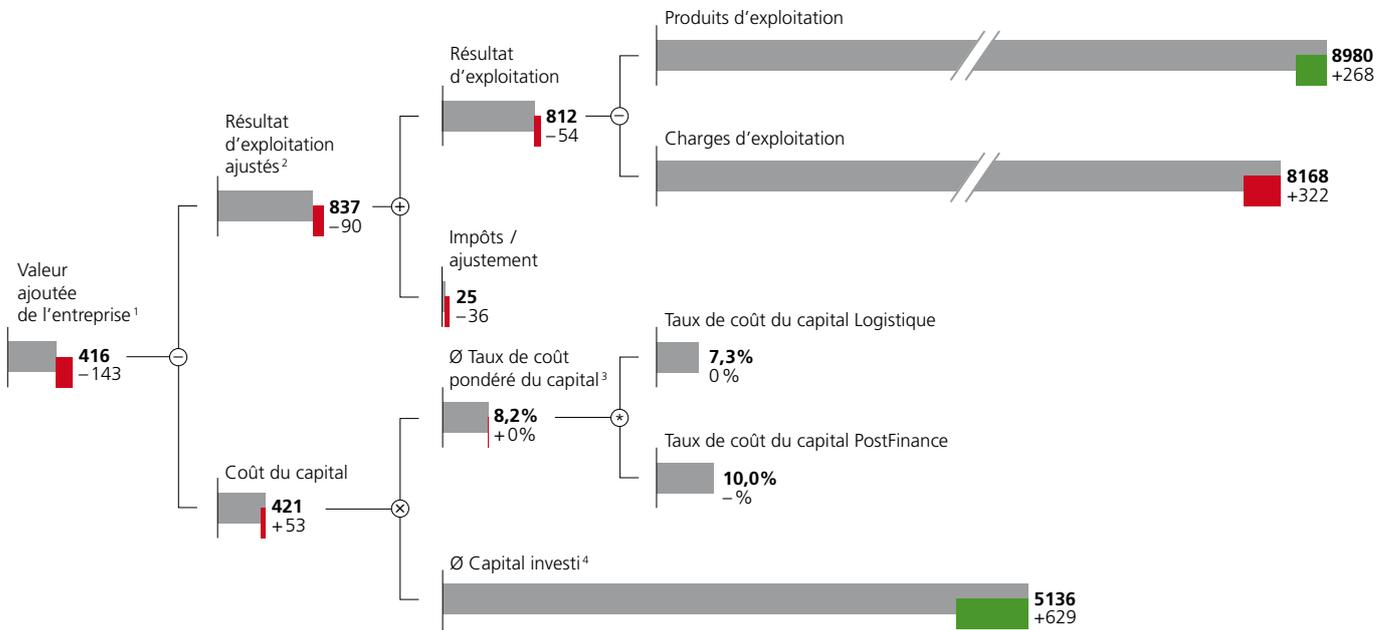
Valeur ajoutée de l'entreprise

Conformément aux objectifs financiers du Conseil fédéral (► 1-2), la Poste doit augmenter sa valeur d'entreprise. Il y a valeur ajoutée lorsque le résultat d'exploitation ajusté dépasse le coût du capital investi moyen. Cette approche intègre, outre le compte de résultat, les risques et le capital engagé.

Pour le segment PostFinance, la détermination de la valeur se fait sur la base des fonds propres réglementaires dans le secteur bancaire conformément à l'accord de Bâle II, compte tenu d'un taux de coût du capital de 10%.

En 2008 aussi, la Poste a répondu aux attentes du Conseil fédéral en dégageant une plus-value de 416 millions de francs. La diminution de la valeur ajoutée de quelque 26% par rapport à l'année précédente (559 millions) s'explique par le recul du résultat d'exploitation ajusté et par l'augmentation du coût du capital découlant de la progression du capital investi moyen. Ce dernier résulte du projet REMA (remodelage des centres courrier) et, chez PostFinance, d'un afflux important de nouveaux capitaux.

Groupe | Valeur ajoutée de l'entreprise
 2008 avec écart par rapport à 2007
 mio. CHF, pour cent



⊗ Pondéré avec le capital moyen investi dans les unités logistiques et pour PostFinance.
 1 Valeur ajoutée, valeur de l'exercice précédent ajustée.
 2 Résultats d'exploitation après impôts (net operating profit after taxes, NPOAT).
 3 Correspond au coût moyen pondéré du capital (weighted average cost of capital, WACC) pour les unités logistiques et au taux de coût des fonds propres pour PostFinance.
 4 Correspond pour PF aux fonds propres moyens selon Bâle II (CHF 1,752 mia.) et actifs d'exploitation nets moyens de CHF 3,384 mia. pour les unités logistiques.

Résultat du groupe

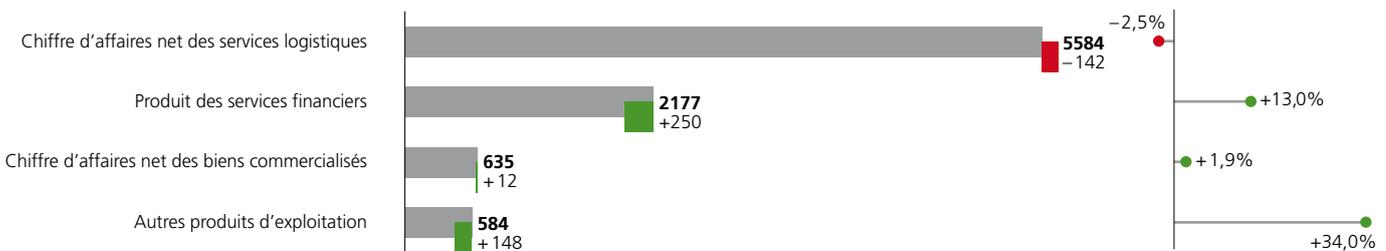
■ Produits d'exploitation

Les produits d'exploitation ont augmenté de 268 millions en 2008 pour atteindre 8,980 milliards de francs (contre 8,712 milliards de francs en 2007). L'afflux important de nouveaux capitaux chez PostFinance a permis à la Poste d'augmenter les recettes des services financiers grâce à la progression des capitaux disponibles et de compenser ainsi le recul du chiffre d'affaires net des services logistiques, dû au tassement du volume des envois et aux effets de change. La baisse du chiffre d'affaires net s'explique par la baisse du volume des envois chez PostMail et par la diminution de 50 millions de francs de l'indemnité versée par la Confédération pour les coûts non couverts du transport des journaux (80 millions de francs en 2007). La Poste a renoncé à compenser intégralement cette diminution par des adaptations de prix.

Groupe | Produits d'exploitation

2008 avec écart par rapport à 2007
 mio. CHF, pour cent

pour cent par rapport à l'année précédente



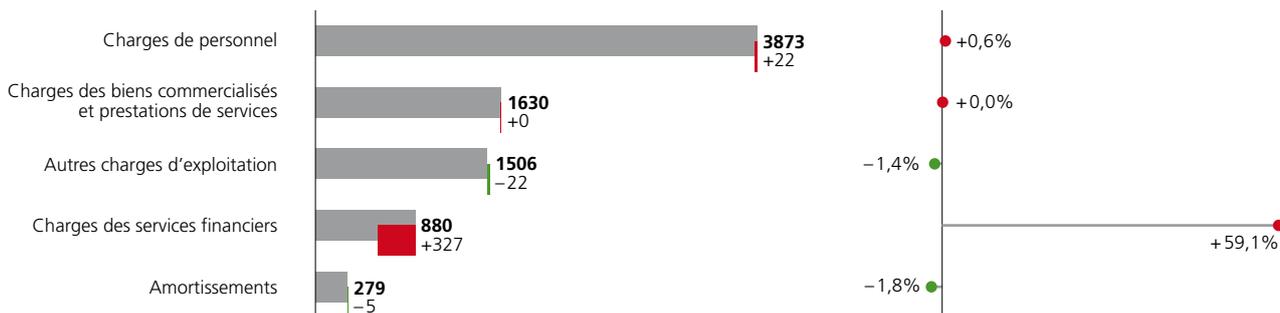
■ Charges d'exploitation

Les charges d'exploitation, en hausse de 322 millions, ont atteint 8,168 milliards de francs (contre 7,846 milliards en 2007). Cela est surtout dû à la croissance des charges des services financiers qui résulte de l'augmentation des capitaux disponibles, de la migration accentuée des fonds des clients vers des produits plus rémunérateurs et de la dépréciation des placements financiers. Par ailleurs, la hausse des coûts salariaux conditionnée par le renchérissement et les volumes, la hausse des coûts des carburants et l'exploitation en parallèle des centres courrier (dans le cadre du projet REMA) ont également influé sur les charges d'exploitation.

Groupe | Charges d'exploitation

2008 avec écart par rapport à 2007
mio. CHF, pour cent

pour cent par rapport à l'année précédente



■ Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation en 2008 se chiffre à 812 millions de francs (contre 866 millions en 2007). L'augmentation des charges due au renchérissement et à la croissance, les augmentations salariales réelles et les corrections de valeur sur les immobilisations financières ont excédé l'augmentation des produits d'exploitation et induit un recul de 54 millions de francs du résultat d'exploitation par rapport à 2007. Les produits financiers et les charges financières n'ont guère varié. Les charges et les produits d'intérêts de PostFinance sont comptabilisés avec les charges et les produits d'exploitation. Le résultat des sociétés associées – 10 millions de francs – est quant à lui resté quasiment identique (12 millions de francs en 2007).

La marge de résultat d'exploitation a reculé de 9,9 à 9,0%. Environ 30% du résultat d'exploitation provient de PostFinance.

Résultats des segments

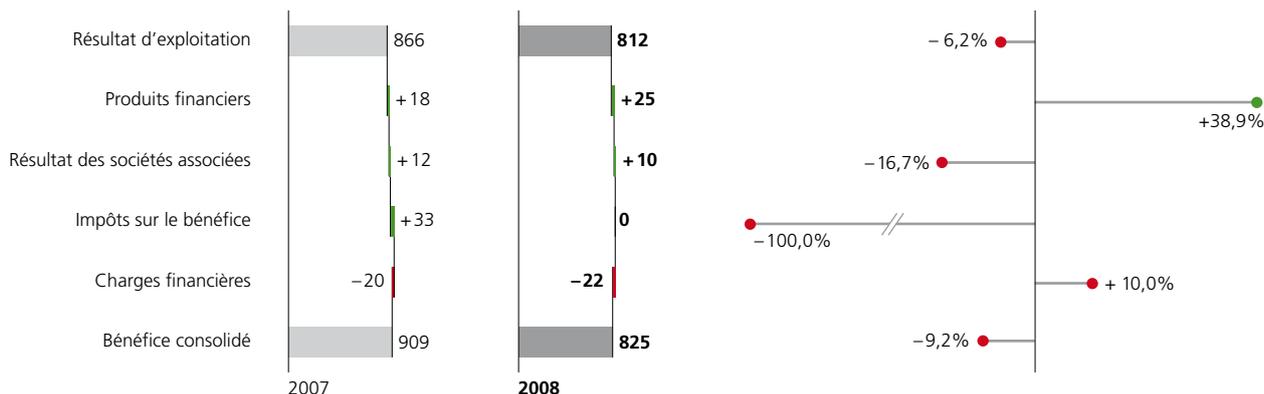
■ Aperçu

Les unités du groupe responsables de produits ont toutes contribué au résultat d'exploitation positif. Le résultat de Réseau postal et vente intègre le résultat de la vente des autres articles de marque ainsi que les coûts non couverts après compensation des prestations internes.

Groupe | Réconciliation résultat d'exploitation – bénéfice consolidé

2007 et 2008 avec écart par rapport à 2007
mio. CHF, pour cent

pour cent par rapport à l'année précédente



Groupe | Résultats des segments

2008 avec écart par rapport à 2007
 mio. CHF, pour cent

	Produits d'exploitation		Résultat d'exploitation ¹		Marge ²	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007
PostMail ³	2 916	3 008	249	236	8,5	7,8
PostLogistics ³	1 516	1 461	39	76	2,6	5,2
Swiss Post International	1 034	1 145	36	34	3,5	3,0
Clients stratégiques et solutions	708	692	9	-1	1,3	0
Réseau postal et vente ³	1 337	1 736	-95	-25		
PostFinance ²	2 191	1 937	229	318		
CarPostal	604	585	27	32	4,5	5,5
Autres ⁴	1 176	1 018	318	196		
Consolidation	-2 502	-2 870				
Total	8 980	8 712	812	866	9,0	9,9

¹ Le résultat d'exploitation correspond au résultat avant résultat financier non opérationnel et impôts (EBIT).

² PostFinance utilise le rendement des fonds propres (return on equity, ROE) comme indicateur. 31.12.2008: 12,7%, 31.12.2007: 19,8%.

³ Les résultats d'exploitation de PostMail, de PostLogistics et de Réseau postal et vente incluent la compensation des coûts des processus de dépôt, de transport et de distribution.

⁴ Comprend les unités Immobilier, Technologies de l'information, Service House, Achats du groupe, Sécurité d'entreprise et Philatélie ainsi que les fonctions centrales du groupe.

■ PostMail

En 2008, les produits d'exploitation de PostMail ont chuté de 3,1% pour atteindre 2,916 milliards de francs (3,008 milliards en 2007). La Confédération a réduit de 50 millions de francs les indemnités versées pour le transport de journaux et PostMail n'a répercuté que partiellement cette perte de recettes sur les prix demandés aux maisons d'édition. Le nombre de journaux distribués avec le courrier adressé est en baisse du fait de la forte progression des journaux gratuits. En outre, la diminution du volume des lettres adressées s'est poursuivie: les clients importants regroupent leurs envois et le recours aux médias électroniques se généralise (voir Evolution des volumes, page 51). En revanche, le volume des envois prioritaires a progressé en 2008 de 10 millions de francs. Grâce à la mise en service progressive des nouveaux centres courrier, l'exploitation en parallèle a pu être réduite, ce qui, combiné à d'autres gains de productivité, a ramené les charges d'exploitation à 2,667 milliards de francs (2,772 milliards en 2007) malgré l'augmentation des charges de personnel due au renchérissement. Le résultat d'exploitation (EBIT) a atteint 249 millions de francs, soit 13 millions de plus qu'en 2007. Pour en savoir plus sur PostMail, voir page 60.

■ PostLogistics

Les solutions innovantes pour les clients commerciaux ont contribué à une hausse du volume des colis de 1,7% environ, celui-ci atteignant désormais 105 millions de colis malgré la forte concurrence. Ainsi, les produits d'exploitation de PostLogistics sont passés à 1,516 milliard de francs (1,461 milliard en 2007), soit une augmentation de 55 millions. Les charges de prévoyance uniques d'environ 12 millions de francs pour l'intégration des sociétés du groupe dans la caisse de pensions et la forte hausse des coûts du carburant ont entraîné une augmentation de 92 millions de francs des charges d'exploitation, qui se montent à 1,477 milliard de francs (1,385 milliard en 2007). En raison de ces augmentations et de celle des coûts des prestations de transport achetées auprès de tiers, le résultat d'exploitation a baissé de 37 millions de francs par rapport à 2007 (76 millions de francs). Pour en savoir plus sur PostLogistics, voir page 62.

■ Swiss Post International

Bien que les chiffres d'affaires à l'exportation et ceux des sociétés du groupe aient augmenté de 17 millions de francs, les produits d'exploitation de SPI ont diminué de 111 millions de francs par rapport à 2007 (1,145 milliard). Cette dégradation s'explique surtout par les taux de change: les comptes consolidés des sociétés du groupe à l'étranger sont convertis à des taux plus faibles et les pertes de change sont donc plus importantes. Les charges d'exploitation ont diminué de 113 millions de francs et se montent à 998 millions de francs (1,111 milliard en 2007). Cela tient d'une part au taux de change plus avantageux et d'autre part à des optimisations de processus dans la logistique et l'informatique ainsi qu'à des économies de coûts dans l'administration. Au total, le résultat d'exploitation de SPI n'a que très peu bougé par rapport à 2007 (36 millions de francs contre 34 millions). Pour en savoir plus sur SPI, voir page 64.

■ Clients stratégiques et solutions

En 2008, les produits d'exploitation de SKL ont progressé de 2,3% pour atteindre 708 millions de francs (contre 692 millions en 2007). Le résultat d'exploitation (EBIT) se chiffre à 9 millions de francs, soit 10 millions de plus qu'en 2007. La croissance de cette unité, principalement présente à l'étranger, a été entachée par la cotation en forte baisse, par rapport au cours du franc suisse, du dollar américain, de l'euro et de la livre. Par ailleurs, en Allemagne, marché clé du groupe GHP, le ralentissement de la croissance s'est fait nettement sentir. Le 1^{er} juillet 2008, SKL (unité de La Poste Suisse) a acquis Global Business Services Plus (GBS+), dont le siège est à Paris et qui emploie un millier de collaborateurs en France, en Allemagne et en Slovaquie. Pour en savoir plus sur Clients stratégiques et solutions, voir page 66.

■ Réseau postal et vente

Les charges d'exploitation ont diminué de 329 millions de francs pour atteindre 1,432 milliard de francs (contre 1,761 milliard en 2007) et le résultat d'exploitation a chuté de 70 millions de francs et se chiffre à -95 millions de francs (contre -25 millions en 2007). Cela tient principalement au transfert du personnel de distribution vers PostMail. Le chiffre d'affaires résultant de la vente d'autres articles de marque est passé de 420 millions de francs à 444 millions, une progression de 5,7%. La Poste mise sur une amélioration du résultat de quelque 50 millions de francs par an à compter de 2009, une fois le projet Ymago (réorganisation du réseau postal) bouclé. Pour en savoir plus sur Réseau postal et vente, voir page 68.

■ PostFinance

Le modèle commercial de PostFinance résiste à la crise: l'ouverture de 311 000 nouveaux comptes et l'augmentation des fonds moyens des clients de 5,6 milliards de francs, qui atteignent 49,3 milliards de francs, soit 9,6% de part de marché (contre 7,7% en 2007), témoignent de la confiance accordée à PostFinance. Dans un contexte économique difficile, PostFinance a enregistré un solide résultat d'exploitation de 229 millions de francs, soit 89 millions de moins qu'en 2007, année record. Cela s'explique par les correctifs de valeur d'un montant de 179 millions de francs auxquels l'unité a dû procéder sur ses placements financiers: 120 millions de francs ont été passés sur les placements à taux fixes et 59 millions de francs sur les placements en actions. Du fait de la stratégie de placement prudente de PostFinance, la dépréciation ne se monte qu'à 0,3% environ du portefeuille. Les charges d'exploitation ont augmenté de 1,619 milliard de francs pour passer à 1,962 milliard, notamment parce que PostFinance a créé 180 nouveaux emplois (unités de personnel). Les volumes de prêts aux clients privés et commerciaux ont augmenté de 24,5% pour s'établir à 6,353 milliards de francs. 984 592 clients utilisent la plateforme e finance, soit 126 005 de plus qu'en 2007. Le nombre de transactions effectuées, plus de 843 millions chaque année, fait de PostFinance le leader du trafic des paiements en Suisse. Pour en savoir plus sur PostFinance, voir page 70.

■ CarPostal

Les produits d'exploitation ont augmenté de 19 millions de francs pour passer à 604 millions (contre 585 millions en 2007) et les charges d'exploitation de 25 millions pour s'inscrire à 578 millions de francs (contre 553 millions en 2007). L'augmentation des recettes du fait d'une demande en hausse et les mesures de réduction des coûts n'ont pas permis de compenser la hausse des prix du carburant et l'augmentation des charges salariales due au renchérissement. C'est pourquoi le résultat d'exploitation a baissé de 5 millions de francs pour se chiffrer à 27 millions (contre 32 millions en 2007). Pour en savoir plus sur CarPostal, voir page 72.

■ Autres

Les produits de la vente d'immobilisations corporelles devenues inutiles à l'exploitation et d'autres recettes (surtout l'indemnité de retour pour la Sihlpost de Zurich) ont eu une influence positive sur les produits d'exploitation. Ainsi, l'augmentation des charges de personnel due au renchérissement ainsi que les charges de sinistre (franchise) payées à la suite de l'incendie de Härkingen ont été plus que compensées. Pour en savoir plus sur le segment Autres, voir page 74.

Cash-flow et investissements

L'augmentation du cash-flow découle en premier lieu de l'afflux de nouveaux fonds des clients.

Groupe | Autofinancement

2008 avec écart par rapport à 2007
 mio. CHF, pour cent

pour cent par rapport à l'année précédente



1 Cash Flow avant l'utilisation du bénéfice

Les investissements en immobilisations corporelles (447 millions de francs), participations (43 millions de francs) et immobilisations incorporelles (26 millions de francs) sont dans l'ensemble inférieurs à ceux opérés en 2007 (644 millions de francs). En ce qui concerne les immobilisations corporelles, les investissements ont porté principalement sur la construction et l'équipement des trois nouveaux centres courrier ainsi que sur d'autres projets de rationalisation et d'optimisation. En 2008 aussi, les investissements ont été entièrement autofinancés.

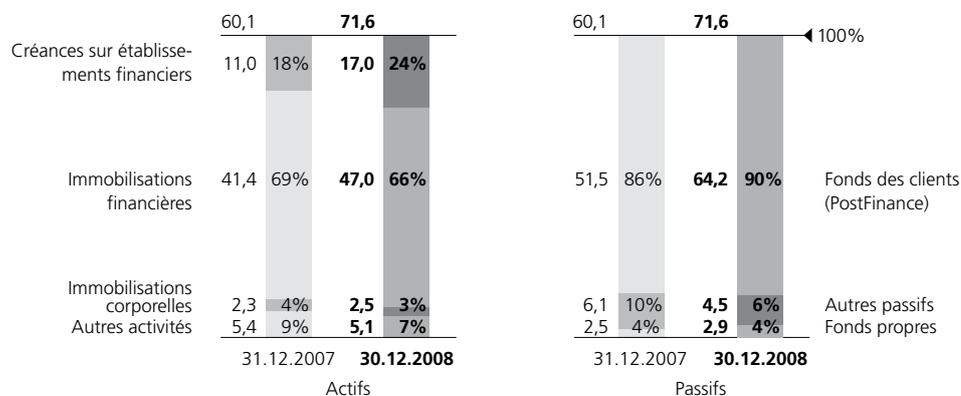
Bilan consolidé

■ Immobilisations financières

Les immobilisations financières se sont accrues de quelque 5,6 milliards de francs par rapport à 2007. Cette hausse s'explique par l'augmentation des fonds des clients (PostFinance).

Groupe | Structure du bilan

au 31.12.2007 et au 31.12.2008
 mia. CHF



■ Immobilisations corporelles

A la suite des investissements opérés dans les nouveaux centres courrier, la valeur comptable des immobilisations corporelles a augmenté de 122 millions de francs.

■ Fonds des clients (PostFinance)

Les fonds des clients (PostFinance) ont augmenté de 12,7 milliards de francs fin 2008. Au 31 décembre 2008, ils représentaient environ 90% du total du bilan du groupe.

■ Provisions

Les provisions (y c. les engagements de prévoyance en faveur du personnel) ont diminué de 455 millions de francs. Grâce au nouveau versement de 250 millions de francs dans la réserve de contributions de l'employeur dans le cadre de l'utilisation du bénéfice 2007, les engagements résultant de la prévoyance en faveur du personnel ont été considérablement réduits. Par ailleurs, l'ajustement des provisions pour restructurations (77 millions de francs) et pour risques de procès (13 millions de francs) ainsi que la diminution des paiements autres provisions

(13 millions de francs) ont contribué à la réduction des provisions. Au total, ces provisions ont été dissoutes avec effet sur le résultat à hauteur de 53 millions de francs.

■ Fonds propres

Les fonds propres consolidés au 31 décembre 2008 intègrent le 1^{er} versement d'une part du bénéfice – 300 millions de francs (cf. mouvement des fonds propres). La part des fonds propres disponibles au 31 décembre 2008 est encore loin d'atteindre le niveau souhaitable pour un prestataire de services logistiques et financiers. Quelque 3,5 milliards de francs seraient nécessaires. Ce faisant, il faudrait à PostFinance une valeur qui corresponde aux fonds propres réglementaires dans le secteur bancaire conformément à l'accord de Bâle II (1,9 milliard de francs), et aux unités logistiques 35% (1,6 milliard de francs) du total du bilan.

Distribution du bénéfice

Le Conseil fédéral attend que le bénéfice réalisé soit consacré prioritairement à l'augmentation progressive des fonds propres jugés nécessaires et au financement de la Caisse de pensions Poste. Dans un deuxième temps seulement, le propriétaire souhaite une distribution du bénéfice appropriée des fonds propres mis à disposition par la Confédération. Etant donné le découvert de la Caisse de pensions Poste et les fonds propres toujours insuffisants du groupe, une demande sera adressée au Conseil fédéral pour que le bénéfice de La Poste Suisse, de 516 millions de francs, soit redistribué comme suit:

- Réserve de contributions de l'employeur de la Caisse de pensions Poste: 250 millions de francs
- Distribution du bénéfice au propriétaire: 170 millions de francs
- Réserves de La Poste Suisse: 96 millions de francs

Les fonds propres de La Poste Suisse se montent à 4,531 milliards de francs, conformément aux règles de la comptabilité commerciale avant utilisation du bénéfice généralement admises.

Du point de vue de la gestion d'entreprise, les comptes consolidés sont déterminants. Les comptes du groupe sont établis compte tenu de la loi sur l'organisation de la Poste, conformément aux International Financial Reporting Standards (IFRS). Le groupe possède des fonds propres à hauteur de 2,857 milliards de francs. (Pour plus de détails, cf. le tableau «Variation consolidée des fonds propres» en page 136 et le paragraphe «Fonds propres de la Poste dans son environnement public» en page 140 du rapport financier.)

Mise en œuvre de la stratégie

Pour honorer le mandat légal qui lui a été confié et atteindre les objectifs fixés par le propriétaire, bailleur de fonds, la Poste souhaite créer de la valeur ajoutée. Sa stratégie repose sur 11 orientations visant l'amélioration de ses prestations, de sa compétitivité, de sa performance et de ses ventes.

Exploitation maximale des potentiels d'efficacité

Après le remodelage du traitement du courrier dans le cadre de REMA (trois nouveaux centres courrier et six centres logistiques), la Poste prévoit d'examiner, par le biais de sa stratégie logistique, d'éventuels potentiels d'efficacité des processus allant du dépôt à la distribution. Elle entend poursuivre l'optimisation des petits offices de poste voire introduire des agences, modèle éprouvé, ou un service à domicile. Dans les technologies de l'information, elle prévoit d'importantes réductions de coûts.

Promotion de l'innovation

Ces prochaines années, la Poste mettra en œuvre un programme consacré à l'innovation. Il comprend la mise en place d'une culture de l'innovation, d'une architecture basée sur un processus d'innovation uniforme, de réseaux et de plateformes ainsi que d'une communication ayant pour but de positionner la Poste, en interne et en externe, comme entreprise dynamique, flexible et novatrice.

Croissance rentable

Dans le secteur logistique, la Poste entend croître en étendant des solutions et prestations existantes et en développant de nouvelles. Elle vise également une croissance dans le marketing direct ainsi que dans les solutions documents et dialogue en Suisse et à l'étranger. Ces offres doivent être complétées par des acquisitions. CarPostal vise une expansion ciblée à l'étranger.

■ La croissance par les acquisitions

Le 1^{er} janvier 2008, Swiss Post International SA a acquis la totalité des parts d'IMS Europe AB, à Malmö (Suède). Cet opérateur de courrier est actif dans les groupes de produits marketing mail, business mail et expédition de produits de presse. Swiss Post International se constitue ainsi une deuxième base d'opérations en Suède et renforce sa position dans le sud de la Scandinavie.

Le 2 avril 2008, MailSource UK Ltd. a racheté Graphic Data Ltd., ce qui lui permet désormais d'offrir non seulement ses services de distribution interne de courrier physique, mais encore des services de numérisation et d'archivage de documents.

Le 1^{er} juillet 2008, l'unité de La Poste Suisse Clients stratégiques et solutions a acquis Global Business Services Plus (GBS+), qui emploie un millier de collaborateurs en France, en Allemagne et en Slovaquie. Travaillant sur mandat d'entreprises clientes, GBS+ numérise des documents, en assure le traitement ultérieur et les archive.

Le 1^{er} juillet 2008 également, PostMail, unité de La Poste Suisse, a pris le contrôle de la société Prevag Presse Vertriebs SA, renforçant ainsi sa position sur le marché de la distribution matinale de la presse quotidienne et dominicale. Le nombre de journaux distribués annuellement s'élève à environ 30 millions d'exemplaires.

Toujours en juillet 2008, Swiss Post International (La Poste Suisse) a racheté la société allemande Global Press Distribution GmbH (GPD), avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2008. Domiciliée près de Francfort, GPD fournit des services en relation avec l'expédition nationale et internationale de journaux. Ses clients sont des maisons d'édition, des imprimeries, des entreprises de publipostage et d'autres sociétés de services de la branche de l'édition.

Groupe Effets des acquisitions 2008	Produits d'exploitation	Charges d'exploitation	Résultat d'exploitation
IMS Europe AB	3	3	0
Global Business Services Plus (groupe)	32	33	-1
Prevag Presse Vertriebs SA	7	7	0
Global Press Distribution GmbH	4	5	-1
Total	46	48	-2

Pour plus de détails sur les modifications du périmètre de consolidation, se reporter à la page 181 du rapport financier.

Perspectives

La situation conjoncturelle s'est rapidement détériorée au cours du quatrième trimestre 2008 et les indicateurs précoces de l'OCDE annoncent une récession internationale. La baisse marquée du cours des matières premières, en particulier du pétrole, et les mesures de soutien de la conjoncture mises en œuvre par les gouvernements et les banques centrales devraient toutefois limiter les dégâts. Il n'en reste pas moins que la Banque nationale suisse a largement révisé à la baisse ses prévisions de croissance de l'économie mondiale pour 2009 et 2010. Elle table sur une reprise progressive à moyen terme.

Il faut donc s'attendre à opérer dans un contexte économique très difficile en 2009. Toutefois, ni ces difficultés ni les bons résultats obtenus ces quatre dernières années ne détourneront La Poste Suisse de sa stratégie et ne l'empêcheront de la mettre en œuvre avec rigueur, d'autant moins que la concurrence va continuer de s'intensifier, que le phénomène de substitution va se poursuivre, que les clients vont encore optimiser leurs processus d'expédition et que les fonds propres sont toujours insuffisants. De plus, la perspective d'une libéralisation rapide du marché, les exigences de baisses des prix, le versement de parts substantielles du bénéfice, le taux de couverture insuffisant de la caisse de pensions et le recul persistant des volumes contraignent la Poste à maintenir fermement son cap, sous peine de neutraliser les effets des mesures appliquées pour améliorer ses résultats.

Segments PostMail

Environnement

Depuis le 1^{er} avril 2006, les entreprises postales privées peuvent acheminer des lettres de plus de 100 grammes. Jusqu'à présent, PostMail sent à peine les effets de la concurrence car la Poste est bien positionnée en termes de rapport qualité-prix. (► 17 et page 79).

Finances

En 2008, les produits d'exploitation de PostMail ont chuté de 3,1% pour atteindre 2,916 milliards de francs (contre 3,008 milliards de francs en 2007). La Confédération a réduit de 50 millions de francs les indemnités versées pour le transport de journaux et PostMail n'a répercuté que partiellement cette perte de recettes sur les prix demandés aux maisons d'édition. Le nombre de journaux distribués avec le courrier adressé est en baisse du fait de la forte progression des journaux gratuits. En outre, la diminution du volume des lettres adressées s'est poursuivie: les clients importants regroupent leurs envois et le recours aux médias électroniques se généralise (voir Evolution des volumes, page 51). En revanche, le volume des envois prioritaires a progressé en 2008 de 10 millions de francs. Grâce à la mise en service progressive des nouveaux centres courrier, l'exploitation en parallèle a pu être réduite, ce qui, combiné à d'autres améliorations de la productivité, a ramené les charges d'exploitation à 2,667 milliards de francs (2,772 milliards en 2007) malgré l'augmentation des charges de personnel due au renchérissement. Le résultat d'exploitation (EBIT) a atteint 249 millions de francs, soit 13 millions de francs de plus qu'en 2007.

Mise en œuvre de la stratégie

■ REMA bientôt achevé

PostMail a engagé la réorganisation du traitement du courrier en 2003 et se trouve presque au terme de ce projet qui se chiffre en milliards de francs: en 2008, PostMail apportait la touche finale aux centres courrier d'Eclépens et de Härkingen et les mettait en service. Les trois centres logistiques pour le traitement du courrier de Genève, Kriens et Cadenazzo et le centre de vidéocodage et de traitement des retours de Sion ont été mis en service également. Les deux centres logistiques de Bâle et d'Ostermundigen suivront courant 2009. Mi-2009, 3 nouveaux centres courrier et 8 centres logistiques remplaceront les 18 anciens centres courrier. Par là même, PostMail améliore la productivité et réduit sensiblement ses coûts d'exploitation.

«Le projet REMA, qui se chiffre en milliards de francs, est bientôt achevé.»

Les installations modernes de tri et de conditionnement ont été mises en service progressivement. Ce faisant, il a été impossible d'éviter de petits retards dans la distribution des envois malgré les efforts supplémentaires déployés par le personnel. Malgré tout, sur l'ensemble du territoire, les clients ont reçu 95,9% des envois du courrier A et 95,9% des envois du courrier B en temps voulu. Comparée à d'autres entreprises postales, La Poste Suisse figure de nouveau dans le haut du tableau.

■ Développer l'offre de distribution matinale de journaux

La Poste souhaite proposer aux maisons d'édition une offre globale pour la distribution de la presse quotidienne et dominicale et, pour cela, met sur pied en Suisse alémanique une organisation de distribution matinale performante: le 1^{er} juillet, elle a acheté la société Prevag Presse Vertriebs SA dont le siège est à Bâle). De ce fait, elle reprend la distribution matinale dans la zone de desserte de la Basler Zeitung, soit environ 30 millions d'exemplaires distribués par an. Depuis mars, PostMail distribue également le Blick tôt le matin dans de grandes agglomérations de Suisse alémanique. Par ailleurs, les deux groupes de presse NZZ et Tamedia envisagent de confier à la Poste la distribution matinale de leurs titres et ont signé des contrats en janvier 2009. La Commission fédérale de la concurrence doit encore approuver ce projet.

Perspectives

■ Simplifier les structures et les processus

La Poste met tout en œuvre pour simplifier ses structures et ses processus en vue de réduire les coûts, ce qui lui permettra de maintenir sa position sur le marché du courrier. C'est pourquoi, début 2008, 6700 collaborateurs (3600 unités des personnel) de la distribution à domicile et du service à domicile de l'unité Réseau postal et vente sont passés sous la responsabilité de PostMail. Parallèlement, PostMail a passé en revue ses sites de distribution dans l'intention de réduire les frais de loyer et de transport. Désormais, des envois sont préparés pour la distribution sur 1200 sites.

Durant le premier trimestre 2009, PostMail mettra fin au projet de remodelage du traitement du courrier (REMA). Elle entend cependant poursuivre ses efforts pour optimiser la fourniture de ses prestations, en centralisant la préparation des envois pour le processus de tri, en perfectionnant le tri mécanique du courrier (tri séquentiel) et en examinant l'acceptation par les clients de concepts de distribution alternatifs. En 2009, on s'attend à un recul supplémentaire du volume de lettres adressées en raison du phénomène de substitution et de la faible conjoncture.

PostMail | Chiffres clés

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	2 916	3 008
services réservés	%	58,1	56,8
Résultat d'exploitation	mio. CHF	249	236
Volumes			
Lettres adressées	mio. d'envois	2 682	2 742
envois prioritaires	mio. d'envois	768	758
envois non prioritaires	mio. d'envois	780	802
envois en nombre non prioritaires	mio. d'envois	1 101	1 147
Envois non adressés	mio. d'envois	1 203	1 216
Journaux	mio. d'envois	1 196	1 214
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	17 594	14 370
Qualité			
Respect du délai de distribution Courrier A	% des envois	95,9	97,1
Respect du délai de distribution Courrier B	% des envois	95,9	96,7
Satisfaction de la clientèle commerciale	indice	77	78

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

PostLogistics

Environnement

La pression concurrentielle sur le marché logistique n'a pas fléchi: en 2008, les prestataires logistiques ont continué de rivaliser en jouant sur les coûts, la baisse des marges et une internationalisation de l'offre et de la demande. Les clients examinent à la loupe les offres des concurrents et demeurent exigeants sur la qualité.

Finances

Les solutions innovantes pour les clients commerciaux ont contribué à une hausse du volume des colis de 1,7% environ, celui-ci atteignant désormais 105 millions de colis malgré la forte concurrence. Ainsi, les produits d'exploitation de PostLogistics sont passés à 1,516 milliard de francs (contre 1,461 milliard en 2007), soit une augmentation de 55 millions de francs. Les charges de prévoyance uniques d'environ 12 millions de francs pour l'intégration des sociétés du groupe dans la Caisse de pensions Poste et la forte hausse des coûts du carburant ont entraîné une augmentation de 92 millions de francs des charges d'exploitation, qui se montent à 1,477 milliard de francs (contre 1,385 milliard en 2007). En raison de ces augmentations et de celle des coûts des prestations de transport achetées auprès de tiers, le résultat d'exploitation a baissé de 37 millions de francs par rapport à 2007 (76 millions de francs).

Mise en œuvre de la stratégie

■ Entreprise générale pour les transports de détail

PostLogistics a élargi ses prestations internationales pour le transport de détail en Allemagne, en France, en Autriche et dans les pays du Benelux. La collaboration avec des spécialistes de l'expédition dans ces pays lui permet de s'afficher comme une entreprise générale et d'organiser, outre la distribution de marchandises en Suisse, l'importation, l'exportation et le dédouanement de marchandises.

■ Elargir le réseau des centres pour la logistique de stockage

PostLogistics souhaite se développer dans la logistique de stockage. A Daillens, le nouveau centre logistique a été mis en service; offrant une superficie de stockage de 5200 m² et une surface de transbordement de 2000 m², il incarne la nouvelle plaque tournante pour les prestations logistiques en Suisse romande. Au 1^{er} janvier 2009, PostLogistics a repris le centre logistique de Canon, à Mägenwil, ainsi que ses 30 collaborateurs. Celui-ci offre 14 000 places de palettes dans l'entrepôt à haut rayonnage et 28 000 places de conteneurs dans le magasin

«Malgré une rude concurrence, la Poste a augmenté le volume de colis transporté grâce à des solutions innovantes pour la clientèle commerciale.»

automatisé de stockage des petites pièces. Jouissant d'une excellente desserte routière et ferroviaire, ce centre logistique s'insère parfaitement dans l'infrastructure logistique de la Poste. PostLogistics étudie en outre différentes options pour son futur réseau de centres assurant la logistique de stockage: les baux des sites actuels expiront dans les années qui viennent.

■ Equiper les Rollbox d'un système électronique

PostLogistics dispose de quelque 45 000 Rollbox pour le transport de colis. Le nouveau système d'identification électronique (RFID) donne un aperçu précis de leur nombre et de leur emplacement: fin 2008, tous les Rollbox étaient équipés d'un tag. Lorsqu'un lecteur lit le tag, la centrale reçoit un signal par ondes radio. Le système simplifie et optimise la gestion des Rollbox dans les centres colis, chez les clients commerciaux et dans les offices de poste et il empêche les erreurs d'acheminement et les engorgements.

■ Véhicules équipés de GPS

Chaque camion de PostLogistics a été équipé d'un ordinateur de bord qui transmet à tout moment l'emplacement du véhicule au moyen d'un système GPS et avertit la centrale de planification de l'état de chargement du camion en temps réel. Ainsi, le personnel de plani-

fication peut réagir rapidement à tout changement, prendre au débotté de nouveaux ordres ou informer le client de l'état de sa livraison en temps réel.

■ Lien électronique avec les clients

Grâce à la réorganisation des plateformes clientèle (e-logistics), PostLogistics renforce l'interaction avec la clientèle. Sur la plateforme librement accessible «My Post Business», les clients peuvent accéder à différentes applications protégées par un mot de passe. Ils peuvent ainsi créer les documents d'expédition pour leurs envois, échanger des données d'adresses, localiser leur colis, consulter des informations sur la taille et le poids, télécharger une photo du colis ou visualiser la signature du destinataire de leur colis; enfin, ils ont accès à leurs données de facturation.

■ Mobility Solutions SA

Le gestionnaire de parcs de véhicules Mobility Solutions SA (MoS) a fait l'acquisition de Fleetconsulting SA, entreprise de St-Gall spécialisée dans le conseil sur l'optimisation des parcs de véhicules et dans les chartes d'utilisation des véhicules de fonction. En s'attachant les connaissances d'un expert de la branche, MoS, qui met également en place un Centre de compétences pour les solutions de mobilité durable, se dote des moyens nécessaires pour répondre aux besoins de la clientèle sans cesse croissants.

■ SecurePost SA

SecurePost SA a augmenté son chiffre d'affaires grâce à l'acquisition de nouveaux clients et a renforcé sa position sur le marché stagnant des transports de fonds et de valeurs, du traitement du numéraire et des distributeurs automatiques. La société du groupe a poursuivi sa stratégie de croissance en rachetant ANZA Security GmbH. Depuis octobre, elle a son propre centre de gestion avec contrôle des accès pour garantir la surveillance des véhicules. Elle a par ailleurs développé le suivi électronique des envois, introduit début 2009.

■ Certification ISO 9001 et 14001

PostLogistics a obtenu la certification ISO 9001 (gestion de la qualité) et ISO 14001 (gestion de l'environnement). La certification répond à un besoin de la clientèle, surtout dans les envois de détail et la logistique de stockage.

Perspectives

PostLogistics souhaite continuer à s'imposer comme prestataire logistique de premier plan. Elle veut avant tout offrir des solutions globales aux grands clients, afin que ces derniers puissent se concentrer sur leur coeur de métier. Elle continuera à traiter en priorité les secteurs du commerce de détail, de la santé et de l'électronique de divertissement et développera ses activités dans des créneaux comme la logistique des vêtements professionnels. Pour 2009, PostLogistics s'attend à un résultat d'exploitation similaire à ceux des exercices précédents, à moins que des facteurs économiques n'influent sensiblement sur la situation du marché.

PostLogistics | Chiffres clés

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 516	1 461
Résultat d'exploitation	mio. CHF	39	76
Volumes			
Colis	mio. d'envoi	105	104
Envois exprès	mio. d'envoi	5,0	4,7
Envois de messagerie	chiffre d'affaires net en mio. CHF	41	38
Envois de détail	chiffre d'affaires net en mio. CHF	111	109
Logistique de stockage	chiffre d'affaires net en mio. CHF	90	97
Innight Express	chiffre d'affaires net en mio. CHF	31	22
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	5 294	5 105
Qualité			
Délai de distribution des colis PostPac Priority en Suisse	% des envois	98,0	97,6
Délai de distribution des colis PostPac Economy en Suisse	% des envois	98,7	97,5
Satisfaction de la clientèle commerciale	indice	79	79
Part de marché			
Colis	%	74	74

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

**Swiss Post
International**
Environnement

SPI opère sur deux marchés. En Suisse, l'unité se charge de l'importation et de l'exportation de lettres, de colis et d'envois de messagerie, en s'affirmant sur ce marché par rapport aux concurrents nationaux et étrangers. SPI collabore étroitement avec PostMail et PostLogistics pour la distribution de lettres et colis provenant de l'étranger. Pour distribuer les envois de Suisse partout dans le monde, elle fait appel à ses partenaires Swiss Post GLS et TNT Swiss Post. Les volumes d'envois sont restés stables par rapport à 2007.

«Malgré la concurrence en Suisse et à l'étranger, Swiss Post International prospère.»

A l'étranger, les rôles sont inversés: SPI concurrence les entreprises postales publiques ou anciennes régies d'Etat et elle est présente sur des marchés de niche, p. ex. le marché international du courrier. A cette fin, elle a mis sur pied dans plusieurs pays, avec des agents de vente, des partenaires franchisés et des sociétés du groupe, sa propre infrastructure et elle collabore sur la base de contrats bilatéraux avec les concurrents des entreprises postales nationales. En tant que société du groupe de La Poste Suisse, SPI coopère également, dans le cadre des accords multilatéraux au sein de l'UPU (Union Postale Universelle), avec les sociétés publiques ou anciennes régies d'Etat. Sur ce marché très mobile, avec des relations commerciales fluctuantes et parallèles, les solutions que SPI propose à ses clients sont décisives. Ces derniers prennent leurs décisions sur la base du prix, de la qualité (la ponctualité p. ex.) ou selon des besoins très spécifiques. Pour cette raison, la gamme de SPI comporte plus de 50 produits.

Finances

Bien que les chiffres d'affaires à l'exportation et ceux des sociétés du groupe aient augmenté de 17 millions de francs, les produits d'exploitation de SPI ont diminué de 111 millions de francs par rapport à 2007 (1,145 milliard). Cette dégradation s'explique principalement par des cours de devises étrangères en baisse: les comptes consolidés des sociétés du groupe à l'étranger sont convertis à des taux plus faibles et, en vertu des impératifs des décomptes du trafic international, les pertes de change essuyées sont plus importantes. Les charges d'exploitation ont diminué de 113 millions de francs et se montent à 998 millions de francs (contre 1,111 milliard en 2007). Cela tient d'une part au taux de change plus avantageux et d'autre part à des optimisations de processus dans la logistique et l'informatique ainsi qu'à des économies de coûts dans l'administration. Au total, le résultat d'exploitation de SPI n'a que très peu bougé par rapport à 2007 (36 millions de francs contre 34 millions).

 Mise en œuvre
de la stratégie

■ Présence renforcée sur des marchés de niche

En janvier, SPI a acquis la totalité des parts d'IMS Europe AB, à Malmö (Suède), renforçant ainsi sa position dans le sud de la Scandinavie. Cette entreprise opère dans les groupes de produits suivants: marketing mail, business mail, business to consumer, presse et lettershop. Elle a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires de 3,6 millions de francs.

Afin de renforcer sa position dans l'expédition à l'étranger de produits de presse, SPI a fait l'acquisition de Global Press Distribution GmbH (GPD) en Allemagne. GPD, qui fournit des services en relation avec l'expédition nationale et internationale de journaux, a dégagé en 2007 un chiffre d'affaires de 8 millions de francs après conversion.

Le nouveau partenaire de distribution Mail Order Solutions (MOS) est l'agent commercial de SPI à Bombay. Il propose des solutions dédiées à la clientèle commerciale. MOS fait partie des entreprises de marketing direct les plus performantes d'Inde. Avec MOS, SPI compte désormais cinq sites en Asie. Avec les reprises et le nouveau partenariat de franchisage en Inde, SPI entend poursuivre sa croissance sur les marchés de niche à l'étranger.

Perspectives

■ Première entreprise postale sous licence à Singapour

SPI est, à Singapour, la première entreprise postale officiellement sous licence sur un marché postal libéralisé depuis décembre 2007. SPI a fait ses débuts à Singapour en 2003 sur la base d'un partenariat de franchisage. Depuis 2006, elle gère sa propre filiale sur place. Dès les premiers mois, les objectifs en termes de chiffre d'affaires pour 2008 étaient dépassés.

■ Développement du concept de vente par des tiers

SPI a développé le modèle de détaillant pour les sociétés du groupe, qui peuvent mettre à la disposition d'entreprises tierces les produits éprouvés, le savoir-faire de SPI, les activités de marketing et la marque Swiss Post. SPI entend s'appuyer sur ce concept pour poursuivre sa croissance sur le marché international du courrier.

■ CASH Employeur Award 2008

Swiss Post International a reçu en octobre le CASH Employeur Award et s'est vu remettre un certificat d'employeur modèle. Vingt-cinq entreprises suisses ont été récompensées par cette distinction à ce jour.

En 2007, le Centre de services logistiques a été mis en service près de l'aéroport de Francfort et le site a beaucoup gagné en qualité et en performance en 2008 du fait d'installations supplémentaires. SPI étudie la mise en place de plateformes logistiques de ce type en Asie et aux Etats-Unis. En Grande-Bretagne, elle souhaite proposer de nouveaux réseaux logistiques (network access partnership) à ses clients et offrir ainsi des possibilités d'envoi sur mesure et se positionner comme un partenaire sur le marché du courrier international.

Swiss Post International | Chiffres clés
 2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 034	1 145
services réservés	%	10,1	12,6
Résultat d'exploitation	mio. CHF	36	34
Volumes (exportations et importations Suisse)			
Lettres Exportation	mio. d'envois	184,0	194,0
Colis Exportation	mio. d'envois	1,4	0,8
GLS	mio. d'envois	0,6	1,3
Exprès Exportation (TNT Swiss Post SA)	mio. d'envois	1,5	1,9
Lettres Importation	mio. d'envois	235,8	234,6
Colis Importation	mio. d'envois	4,3	2,9
GLS	mio. d'envois	0,8	1,3
Exprès Importation (EMS)	mio. d'envois	0,4	0,3
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	1 294	1 133
en Suisse	unités de personnel	597	579
Qualité			
Respect du délai Courrier à l'international (importation)	% des envois	92,6	94,9
Respect du délai Courrier à l'international (exportation)	% des envois	90,4	91,3
Satisfaction de la clientèle commerciale (au total)	indice	75	75
Satisfaction de la clientèle Lettres	indice	74	75
Satisfaction de la clientèle Colis	indice	75	74
Part de marché			
Importation et exportation Courrier Suisse	en % du ch. d'affaires	82	82
Importation et exportation courrier, exprès, colis Suisse	en % du ch. d'affaires	46	47

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Clients stratégiques et solutions

Environnement

Présente dans 14 pays, l'unité Clients stratégiques et solutions (SKL) propose aux clients nationaux et internationaux un traitement efficace et moderne de leurs documents physiques et numériques ainsi qu'un dialogue avec leur clientèle. Elle permet ainsi un élargissement des prestations postales classiques ayant trait au courrier jusque dans l'enceinte des entreprises, prend en charge le courrier interne, la numérisation, le traitement et l'archivage électroniques, l'impression, l'emballage sur mesure et l'envoi de documents. Ce faisant, des processus sont gérés de bout en bout pour le client, sous forme de prestation partielle classique voire de reprise de tous les processus de l'entreprise (Business Process Outsourcing, BPO). L'unité permet en particulier à ses clients la conversion d'informations physiques et électroniques. Les solutions dialogue vont, elles, des campagnes de marketing direct au marketing téléphonique en passant par les programmes de fidélisation de la clientèle par cartes. Grâce aux solutions e-business, SKL met en réseau des entreprises, les aide dans la facturation, les services de paiement électroniques, la gestion des identités, les signatures numériques, l'archivage électronique et le pilotage des processus commerciaux, logistiques et de fulfillment tels qu'ils sont p. ex. utilisés dans l'e-commerce. Dans la gestion de documents et les solutions de dialogue aussi, les processus et plateformes informatiques gagnent en importance.

«SKL se charge du traitement moderne de documents physiques et numériques.»

SKL est présente sur un marché international hétéroclite, de portée encore nationale mais en pleine émergence à l'échelle mondiale, dont le potentiel se chiffre en milliards et sur lequel de grands groupes internationaux font face à de nombreux prestataires de niche spécialisés et plutôt orientés vers les marchés locaux. Ce marché est à la fois très soumis à la concurrence et fortement influencé par les évolutions technologiques. La part de publicité directe dans les dépenses publicitaires totales ne cesse de croître. Dans le même temps, le dialogue direct avec la clientèle, tout comme l'activité publicitaire, est tributaire des variations conjoncturelles. L'externalisation de processus commerciaux liés au traitement de documents et extérieurs au cœur de métier des entreprises ainsi que les solutions dialogue avec la clientèle offrent des perspectives de croissance intéressantes. Un développement ciblé au sein du portefeuille existant de clients internationaux ou le rachat d'entreprises peuvent permettre de pénétrer de nouveaux marchés partiels nationaux.

Finances

En 2008, les produits d'exploitation de SKL ont progressé de 2,3% pour atteindre 708 millions de francs (contre 692 millions en 2007). Le résultat d'exploitation (EBIT) se chiffre à 9 millions de francs, soit 10 millions de plus qu'en 2007. La croissance de cette unité, principalement présente à l'étranger, a été entachée par la cotation en forte baisse, par rapport au cours du franc suisse, du dollar américain, de l'euro et de la livre. Par ailleurs, en Allemagne, marché clé du groupe GHP, le ralentissement de la croissance s'était déjà fait nettement sentir en 2008.

Mise en œuvre de la stratégie

Née en 2007 de la fusion de différentes sociétés du groupe nationales et internationales, SKL a une double mission: se consolider et enregistrer une croissance durable.

L'élément déterminant de la consolidation et, partant, de la rentabilisation de l'unité, était et demeure la création de structures de bout en bout à l'international. Cela s'accompagne d'une simplification des structures en matière de droit des entreprises, laquelle a déjà été réalisée en grande partie en Suisse et se trouve dans la phase de mise en œuvre à l'étranger. C'est dans ce contexte que sont intervenues la vente de l'activité de placement du personnel aux Etats-Unis à l'ancien propriétaire et la reprise intégrale des parts au groupe GHP.

Nulle autre unité que SKL n'est autant concernée par la simplification et l'uniformisation de la présentation et le renforcement de la marque faîtière «Poste». Plus de 25 sociétés du groupe

Perspectives

modifient leur raison sociale et signalent aux clients leur appartenance à La Poste Suisse par un co-branding au niveau de leur logo. Durant une période transitoire, leur nom de base porte l'extension «La Poste/La Posta/Die Post» (en Suisse) ou «Swiss Post» (à l'étranger). SKL souhaite ainsi renforcer sa notoriété à l'étranger avec l'unité Swiss Post International et incarner les valeurs fondamentales de partenariat, de dynamisme et de crédibilité. Parallèlement, le positionnement de SKL joue la carte suisse, la flexibilité, la vitalité et la capacité d'innovation. Pour renforcer son offre de solutions documents sur les marchés existants et sur de nouveaux marchés et atteindre le taux de croissance visé, La Poste Suisse a racheté l'entreprise française Global Business Services (GBS+), qui compte un millier de collaborateurs en France, en Allemagne et en Slovaquie. La Poste fait partie des principaux prestataires dans le domaine des solutions documents en Suisse, en Grande-Bretagne, en Allemagne et en France.

Le positionnement de SwissSign SA a été redéfini. Aujourd'hui, l'entreprise propose des solutions standardisées mais aussi personnalisées pour des processus sécurisés dans l'univers numérique: identification par pièce d'identité numérique, déclaration de volonté validée juridiquement par signature électronique et transmission électronique sécurisée avec quittance d'envoi et de retrait (IncaMail).

En 2009, SKL poursuivra la mise en œuvre de structures de bout en bout à l'international. L'acquisition de projets de clients importants est également au nombre des priorités. SKL a fait un pas en ce sens avec le projet EWID (solution proposée aux cantons et aux communes pour le recensement de la population de 2010) et la reprise progressive, à compter de 2009, de la gestion de documents de Zurich Financial Services Group dans six pays européens. Dans les années à venir, SKL vise aussi bien une croissance organique qu'une croissance par les acquisitions et souhaite promouvoir d'autres innovations au profit de ses clients. Plus que dans les autres unités, la marche des affaires de SKL à l'étranger, en particulier en Allemagne, sera étroitement liée à la situation économique. Le fait que de nombreuses entreprises se concentrent sur leur cœur de métier et externalisent les autres processus en période de crise est pour elle une chance à saisir.

Clients stratégiques et solutions | Chiffres clés

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF ¹	708	692
Résultat d'exploitation	mio. CHF ¹	9	-1
Volumes			
Chiffres d'affaires réalisé avec les clients importants	mio. CHF	1 179	1 144
Communications téléphoniques (GHP Dialog Services)	nombre en mio.	3,2	4,3
Pages numérisées (GHP Dialog Services)	nombre en mio.	23,7	15,7
Publipostages personnalisés (GHP Direct Mail)	nombre en mio.	1 000	1 000
Cartes personnalisées (GHP Card Services)	nombre en mio.	254,0	256,0
Cartes standardisées (GHP Card Services)	nombre en mio.	22,0	21,0
Envois produits (DocumentServices SA)	nombre en mio.	204,2	169,2
Volume des mandats (groupe MailSource)	mio. CHF	568,5	261,7
Transactions (Swiss Post Solutions SA/yellowworld)	nombre en mio.	37,1	29,9
Personnel			
Effectifs	unités de personnel ¹	6 109	5 306
à l'étranger	%	87,9	89,4
Qualité			
Satisfaction de la clientèle	Indice ²	77	75

1 En 2007, des sociétés du groupe des segments PostMail (DocumentServices SA, SwissSign SA) et PostLogistics (yellowworld SA) ont été regroupées au sein du segment Clients stratégiques et solutions.

2 La satisfaction de la clientèle de Clients stratégiques et solutions a été mesurée pour la première fois en 2008; les valeurs des années précédentes sont celles de l'unité Gestion des clients stratégique.

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (▶ 99)

Réseau postal et vente

Environnement

En 2008, le nombre de lettres déposées au guichet a diminué de 46% et le nombre de colis de 46% par rapport à l'an 2000. Sur la même période, on relève une baisse de 17% du trafic des paiements. Le guichet ne représente plus qu'une des possibilités parmi de nombreuses autres d'effectuer des opérations postales: la clientèle recourt aux Postomat, aux points-service PickPost ainsi qu'aux boutiques en ligne; beaucoup privilégient les modes de communication électroniques tels que l'e-mail et le SMS; les clients commerciaux demandent la prise en charge de leurs envois depuis l'entreprise ou utilisent des prestations de la concurrence. La vente d'articles télématiques (téléphones, ordinateurs) est soumise à une forte pression sur les marges, le marché est très convoité et en partie saturé. En revanche, la collaboration avec Ticketcorner a bien évolué: près d'un tiers des billets sont achetés à des guichets postaux.

Finances

Les charges d'exploitation ont diminué de 329 millions de francs pour atteindre 1,432 milliard de francs (contre 1,761 milliard en 2007) et le résultat d'exploitation a chuté de 70 millions de francs et se chiffre à -95 millions de francs (contre -25 millions en 2007). Cela tient principalement au transfert du personnel de distribution vers PostMail. Le chiffre d'affaires résultant de la vente d'autres articles de marque est passé de 420 millions de francs à 444 millions, une progression de 5,7%. La Poste mise sur une amélioration progressive du résultat de quelque 50 millions de francs par an à compter de 2009, une fois le projet Ymago (réorganisation du réseau postal) bouclé.

Mise en œuvre de la stratégie

Réseau postal et vente a remporté en 2007 le prix ESPRIX pour le réseau postal, obtenant ainsi la plus haute distinction pour l'excellence de sa gestion d'entreprise. Le prix récompense la mise en œuvre réussie de la stratégie et encourage l'unité à poursuivre sur cette voie. Réseau postal et vente continue à miser systématiquement sur les ventes et souhaite être LE canal de vente des PME et de la clientèle privée pour les envois postaux. A cette fin, l'unité emploie plus de 11 000 personnes et gère 2408 offices de poste, ce qui représente environ 4 offices de poste pour 10 000 habitants, soit près de deux fois plus que dans d'autres pays européens.

■ Nouvelles agences sur le modèle de la «poste dans l'épicerie de village»

En 2008 aussi, l'unité a continué de développer le réseau postal, notamment en mettant en œuvre le nouveau modèle d'agence «la poste dans l'épicerie de village». L'avantage? Des heures d'ouverture attrayantes et une offre couvrant les besoins quotidiens en matière de courrier et de colis. Grâce à la PostFinance Card, les paiements sans numéraire et les retraits d'argent y sont en outre possibles. Au vu des bons résultats des tests clientèle, Réseau postal et vente s'était fixé pour objectif de trouver en 2007/2008 quelque 200 emplacements pour

«Réseau postal et vente mise résolument sur le service à la clientèle.»

le modèle d'agence: fin 2008, 208 agences étaient mises en œuvre. Les autorités locales soutiennent cette nouvelle solution dans la plupart des cas car elle permet de maintenir la Poste sur place et de renforcer, surtout en région rurale, l'infrastructure au travers de la collaboration avec des gérants de magasins locaux.

■ Commande d'articles au guichet

Le service de commande de la livraison à domicile permet à la clientèle de commander et de payer au guichet de nouveaux articles qui n'étaient disponibles que dans des PostShop de plus grande taille. Le nouveau modèle de distribution a été introduit avant la fin d'année dans quelque 1800 offices de poste.

Perspectives

■ Davantage de temps pour la clientèle

Le traitement administratif d'une opération au guichet a été simplifié par le nouveau système de caisse V-MaX. Les collaborateurs peuvent ainsi consacrer plus de temps au conseil de la clientèle.

■ Gamme de produits simplifiée

Réseau postal et vente connaissant au mieux les besoins des clients privés, elle est, depuis 2008, responsable de tout l'assortiment vendu dans les offices de poste: l'unité ne décide plus seulement des articles supplémentaires tels que les portables ou les friandises, elle choisit également parmi les produits des autres unités ceux dont les prestations correspondent le mieux aux clients. L'assortiment est examiné à la loupe et adapté de sorte que seuls les produits demandés sont proposés. Depuis mars, les 500 offices de poste les plus petits proposent un assortiment simplifié, ce qui permet à Réseau postal et vente d'économiser, principalement sur les coûts de stockage et de manutention. Tous les offices de poste continuent de proposer la gamme complète des produits et prestations du service universel.

L'unité entend poursuivre en 2009 sur la voie de la Business Excellence sur la base du modèle EFQM et prévoit sa prochaine autoévaluation circonstanciée pour 2011. Elle va en outre mettre systématiquement en place la gestion de la relève pour la direction des offices de poste et introduire un programme de développement en ce sens. L'assortiment sera davantage ciblé sur la demande. Réseau postal et vente table sur un recul supplémentaire du volume des prestations standard. Les charges d'exploitation ne pouvant être réduites immédiatement, il faut s'attendre à une baisse du résultat d'exploitation.

Réseau postal et vente | Chiffres clés
 2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 337	1 736
chiffre d'affaires net Autres articles de marque	mio. CHF	444	420
Résultat d'exploitation	mio. CHF	-95	-25
Volumes			
Courrier	nombre en mio.	996	1 049
Colis	nombre en mio.	28	29
Versements	nombre en mio.	212	216
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	7 055	10 997
Qualité			
Satisfaction de la clientèle privée	indice	86	88
Satisfaction des PME	indice	80	83
Part de marché			
Nombre d'offices de poste	nombre	2 408	2 469
offices de poste avec trafic des paiements	nombre	2 184	2 300
offices de poste sans trafic des paiements	nombre	11	12
agences avec trafic des paiements	nombre	20	63
agences sans trafic des paiements	nombre	188	87
arrêts PostMobil	nombre	5	7
Service à domicile	localités	1 097	1 043

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

PostFinance Environnement

La plupart des prestataires de services financiers des entreprises postales européennes ont une licence bancaire, sauf la Suisse, l'Italie, le Portugal et le Luxembourg. Outre la Suisse, seule l'Espagne dispose d'un mandat de service universel dans le domaine du trafic des paiements. Le Conseil fédéral ne souhaite pas de banque postale; PostFinance doit toutefois être placée sous le contrôle de l'autorité de surveillance des banques de la Commission fédérale des banques (Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers, FINMA, depuis le 1^{er} janvier 2009) et continuer à proposer sa palette de services financiers. Avec une licence bancaire, elle serait à égalité avec les autres instituts financiers, pourrait accorder en toute autonomie des hypothèques et des crédits et n'aurait plus à placer à l'étranger une grande partie des fonds de la clientèle. L'évolution de PostFinance est un point de discussion de la révision de la loi sur la poste (► 7). Le Conseil fédéral a pris acte des résultats de la consultation du printemps 2008 et mandaté le DETEC pour l'élaboration d'un message au Parlement, qui devrait le traiter courant 2009. La nouvelle loi entrera en application au plus tôt en 2011.

Courant 2008, la crise sur les marchés financiers a contraint les Etats-Unis et des pays européens à instaurer des mesures de protection voire à prendre sous leur tutelle des établissements financiers, en vue d'empêcher leur faillite. PostFinance est une entreprise saine sans problèmes en matière de financement ou d'obtention de capitaux, qui dispose en outre d'une garantie d'Etat fournie par la Confédération.

Finances

Le modèle commercial de PostFinance résiste à la crise: l'ouverture de 311 000 nouveaux comptes et l'augmentation des fonds moyens des clients de 5,6 milliards de francs, qui atteignent 49,3 milliards de francs, soit 9,6% de part de marché (contre 7,7% en 2007), témoignent de la confiance accordée à PostFinance. Dans un contexte économique difficile, PostFinance a enregistré un solide résultat d'exploitation de 229 millions de francs, soit 89 millions de moins qu'en 2007, année record. Cela s'explique par les correctifs de valeur d'un montant de 179 millions de francs auxquels l'unité a dû procéder sur ses placements financiers: 120 millions de francs ont été passés sur les placements à taux fixes et 59 millions de francs sur les placements en actions.

«PostFinance est «l'autre banque» pour les PME et les particuliers.»

Mise en œuvre de la stratégie

Du fait de la stratégie de placement prudente de PostFinance, la dépréciation ne se monte qu'à 0,3% environ du portefeuille. Les charges d'exploitation ont augmenté de 1,619 milliard de francs pour passer à 1,962 milliard, notamment parce que PostFinance a créé 180 nouveaux emplois (unités de personnel). Les volumes de prêts aux clients privés et commerciaux ont augmenté de 24,5% pour s'établir à 6,353 milliards de francs. 984 592 clients utilisent la plateforme e-finance, soit 126 005 de plus qu'en 2007. Le nombre de transactions effectuées, plus de 843 millions chaque année, fait de PostFinance le leader du trafic des paiements en Suisse.

PostFinance s'engage pour la clientèle suisse et se présente comme l'autre banque pour les PME et les clients privés. Elle souhaite les convaincre par le meilleur service possible, des solutions et un conseil globaux en matière de paiement et d'épargne et des offres de base pour les placements, les financements et la prévoyance. 150 000 petites entreprises ont une relation bancaire avec PostFinance et bénéficient depuis mai 2007 d'un conseil que les autres banques ne proposent qu'à leurs gros clients commerciaux. Les conseillers rendent visite aux petits chefs d'entreprise dans leur établissement ou à leur domicile, y compris en soirée et le samedi, et leur proposent des solutions sur mesure tant dans le cadre de leur activité professionnelle que sur le plan privé.

■ Nouveau partenaire pour les hypothèques

Depuis le milieu de l'année, PostFinance compte un nouveau partenaire dans le secteur des hypothèques pour les clients privés: la Münchener Hypothekenbank eG (MHB), le 4^e plus grand établissement bancaire de Bavière (D). PostFinance est responsable de la définition des

produits, du marketing, de la vente et de l'évaluations du traitement tandis que MHB se charge du refinancement et supporte les risques en matière de crédit. La collaboration augmente la marge de manœuvre de PostFinance et procure aux clients de meilleures conditions (voir également à ce sujet l'entretien avec J. Bucher, page 18). Les collaborateurs PostFinance demeurent les interlocuteurs des clients. Le partenariat avec UBS se poursuit; il porte sur les fonds, le traitement du trafic des paiements avec titres pour UBS, le traitement des cartes de crédit et les crédits en cours.

■ Au service des clients

Pour s'adapter encore mieux aux besoins de la clientèle, PostFinance s'est dotée, mi-2008, d'une nouvelle organisation: les unités d'organisation Produits ainsi que Marché et distribution ont été renforcées, le nombre d'interfaces a été réduit et les processus internes ont été simplifiés. La transformation des centres de conseils en filiales PostFinance s'est poursuivie: aujourd'hui, PostFinance dispose de 32 antennes où les clients privés peuvent recevoir des conseils. Dans cinq villes, elle n'a pas encore trouvé de locaux adéquats au centre-ville. 45 postes à plein temps ont été créés pour le conseil global aux clients privés et 46 postes supplémentaires pour des conseillers à la clientèle sont encore prévus.

■ Inauguration d'un centre de calcul moderne

En avril, PostFinance a inauguré de nouveaux locaux à Zofingue, où travaillent 216 personnes. Les bâtiments ultramodernes abritent un centre de calcul pour le traitement des justificatifs de l'Operations Center de Lucerne. PostFinance a transféré l'un de ses centres de calcul à Zofingue afin d'améliorer la sécurité: la séparation géographique réduit en effet les risques de panne en cas d'intempéries.

Perspectives

En 2009, le Parlement se prononcera sur l'évolution politique de PostFinance (► 11) dans le cadre de la révision de la loi sur la poste (► 7). Indépendamment de cette décision, PostFinance entend poursuivre sa stratégie de croissance sur le marché financier grand public et offrir aux clients le meilleur service possible. Elle va en outre développer l'offre de conseil destinée aux clients privés et commerciaux. Compte tenu d'une évolution favorable des taux d'intérêt, le résultat d'exploitation 2009 devrait à nouveau enregistrer une hausse.

PostFinance | Chiffres clés

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	2 191	1 937
Résultat d'exploitation	mio. CHF	229	318
Volumes	mio. CHF		
Afflux de nouveaux capitaux	mio. CHF	5 941	3 409
Nombre de comptes clients	milliers	3 646	3 335
Niveau moyen des fonds des clients (PostFinance)	mio. CHF	49 265	43 667
Nombre de transactions	mio.	843	823
e-finance	nombre de clients	984 592	858 587
Volume de fonds	mio. CHF	1 160	1 475
Volume Prêts Clients commerciaux	mio. CHF	4 313	3 160
Volume Hypothèques Clients privés	mio. CHF	2 040	1 944
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	2 889	2 709
Qualité			
Traitement le jour prévu Justificatifs Offices de poste	%	99,99	99,99
Traitement le jour prévu Justificatifs Ordres de paiement	%	99,99	99,66
Satisfaction de la clientèle commerciale	indice	82	82
Satisfaction de la clientèle privée	indice	85	84
Part de marché			
Opérations passives	% ¹	9,57	7,67

¹ Valeurs de l'exercice précédent ajustées

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

CarPostal Environnement

Les mandants de l'offre de transport (Confédération, cantons, communes) privilégient désormais les conventions sur les objectifs et la fourniture de prestations plutôt que les appels d'offres. Les contrats mettent l'accent sur les normes de qualité et les objectifs en termes d'augmentation de la productivité. Autrement dit, les prestations doivent toujours être meilleures à moindre coût. Les conventions ne constituent cependant pas une garantie de mandat. Si les objectifs convenus ne sont pas atteints, les prestations peuvent toujours être mises au concours. Les entreprises de transports publics subissent ainsi une forte pression sur les marges. Elles doivent réduire leurs coûts ou trouver de nouvelles sources de revenus.

La Confédération débloque plus de 5 milliards de francs pour la poursuite de Rail 2000 et souhaite encore améliorer l'offre de trains et de bus dans toutes les régions à l'horizon 2030. Il est notamment prévu d'aménager des gares et des lignes de RER. Cela devrait entraîner une hausse de la demande de prestations de CarPostal, l'unité étant le plus important prestataire du système suisse de transports publics pour le transport de proximité.

En 2008, la demande a progressé de près de 5% pour CarPostal, ce qui conduit à davantage de goulets d'étranglement en termes de capacité aux heures de pointe. Elle y est fait face au moyen d'investissements dans l'infrastructure et le personnel et de mesures pour améliorer l'efficacité (plus de kilomètres par véhicule, moins de périodes d'immobilisation et de tournées à vide). En outre, des efforts doivent être réalisés pour informer les passagers en temps voulu des goulets d'étranglement et des solutions prévues pour les contourner.

Finances

Les produits d'exploitation ont augmenté de 19 millions de francs pour passer à 604 millions (contre 585 millions en 2007) et les charges d'exploitation de 25 millions pour s'inscrire à 578 millions de francs (contre 553 millions en 2007). L'augmentation des recettes du fait d'une demande en hausse et les mesures de réduction des coûts n'ont pas permis de compenser la hausse des prix du carburant et l'augmentation des charges salariales due au renchérissement.

«CarPostal reste le principal prestataire du système suisse de transports publics pour le transport de proximité.»

Mise en œuvre de la stratégie

C'est pourquoi le résultat d'exploitation a baissé de 5 millions de francs pour se chiffrer à 27 millions de francs (contre 32 millions en 2007).

■ Offre horaire élargie

A la faveur du changement d'horaire de décembre 2008, CarPostal a introduit 15 nouvelles lignes et élargi son offre horaire dans le trafic d'agglomération et le trafic en zone urbaine ainsi que durant les heures creuses. Chaque année, 3,5 millions de kilomètres supplémentaires sont parcourus. CarPostal répond à la demande croissante en matière de transports publics et renforce sa position de leader dans le transport public routier.

■ Appels d'offres remportés

Dans le trafic d'agglomération et le trafic local, CarPostal a obtenu les lignes de transport urbain de Martigny, Les Brenets et Rolle en Suisse romande et d'Einsiedeln en Suisse centrale. Elle a également été choisie pour gérer le transport urbain à Däniken et a remporté les appels d'offres pour les lignes Bienne–Lyss, Saint-Blaise–Enge–Lignières, La Neuveville–Le Landeron–le Plateau de Diesse et Marin–Le Landeron. Ce sont par contre des concurrents qui ont obtenu les lignes de transport urbain d'Arosa et de Rorschach.

■ Ouverture de deux centres de compétences

CarPostal a ouvert deux centres de compétences, l'un pour le système de comptage électronique des voyageurs DILAX à Bâle et l'autre pour le contrôle des titres de transport et l'encaisse-

ment à Zurich. CarPostal souhaite développer ces prestations pour des communautés tarifaires ou d'autres entreprises de transport.

■ CarPostal présente dans le sud de la France

Depuis début 2008, CarPostal répond à des appels d'offres dans toutes les régions de France intéressantes en termes de transports publics. En 2008, l'unité a en outre effectué son entrée dans le domaine des transports régionaux. Depuis octobre, elle possède ainsi à Narbonne, dans le sud de la France, une succursale qui gère des lignes régulières de transport régional et qui est présente dans le transport touristique.

■ Marge de manœuvre accrue pour les partenaires contractuels

Les contrats passés avec plus de 200 entrepreneurs CarPostal n'ayant pas été remaniés depuis cinq ans, ils ne correspondent plus en tous points aux conditions actuelles du marché. CarPostal a donc développé, en collaboration avec BUS CH, l'association des entrepreneurs CarPostal et des entreprises suisses de transports publics routiers, un nouveau modèle de contrat distinguant les entreprises CarPostal et les partenaires de transports. Ces derniers, de grandes entreprises pour la plupart, obtiennent une marge de manœuvre entrepreneuriale plus importante. Les objectifs demeurent les mêmes pour les deux modèles de contrats: une collaboration axée sur le partenariat et les résultats avec pour objectif une compétitivité accrue. Dès 2009, les contrats arrivés à expiration sont remplacés par le nouveau modèle. Les conditions d'engagement des chauffeurs des entrepreneurs CarPostal demeurent régies par un règlement du personnel ou se basent sur des fondamentaux dérivés des conventions collectives de travail sectorielles cantonales. CarPostal a lancé une campagne d'image en plusieurs volets et introduit le nouveau claim «La classe jaune» dans sa communication avec les passagers, un an après l'avoir introduit avec succès en interne.

■ Présence renforcée dans l'Oberland bernois

En décembre, CarPostal a obtenu l'exploitation de la branche transports publics d'Autoverkehr Spiez-Krattigen-Aeschi SA. Les 15 collaborateurs de l'entreprise forment le nouveau groupe en régie Spiez et renforcent la présence de CarPostal dans l'Oberland bernois.

Perspectives

CarPostal souhaite poursuivre sa croissance à l'étranger et réfléchit à son introduction sur les marchés italien et allemand. En Suisse, elle entend demeurer le numéro un du transport régional sur route, s'affirmer comme prestataire de fonctions de gestion système et acquérir de nouvelles parts de marché dans le trafic d'agglomération. Elle réfléchit également à l'introduction de véhicules dotés de systèmes de propulsion innovants. En dépit de la croissance prévue à l'étranger, la pression accrue sur les prix en Suisse et la hausse des charges salariales, celles de la prévoyance en particulier, devraient entraîner une baisse du résultat d'exploitation par rapport à l'exercice précédent.

CarPostal | Chiffres clés

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	604	585
générés à l'étranger	%	5,4	5,6
Résultat d'exploitation	mio. CHF	27	32
généré à l'étranger	%	1,0	1,5
Volumes			
Voyageurs	mio.	115	111
Kilomètres-véhicules	mio. km	94	89
Véhicules	nombre	1 989	1 909
Réseau des cars postaux	km	10 345	9 827
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	1 570	1 521
Qualité			
Satisfaction de la clientèle Loisirs	indice	82	82
Satisfaction de la clientèle Pendulaires	indice	75	73
Part de marché			
Transports régionaux de voyageurs (rail/route)	%	15	15

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Autres Philatélie

Les produits d'exploitation de Philatélie se montaient l'an dernier à 46 millions de francs, le résultat d'exploitation atteignant 17 millions de francs. Tandis que la vente de timbres a progressé, la boutique «extra» de vente par correspondance de produits de qualité n'a pas satisfait pleinement les attentes élevées qui pesaient sur elle malgré une augmentation du chiffre d'affaires de 57% environ. Cette activité doit compenser la baisse de la vente de produits philatéliques et de timbres enregistrée ces dernières années et exploiter le savoir existant en matière de distribution. Les résiliations d'abonnements de collectionneurs ont légèrement décliné en 2008. Concernant les affranchissements, les ventes ont pu se maintenir. Certains sujets appréciés tels que les timbres sur l'Euro 2008 séduisent de plus en plus de non-collectionneurs.

«Forte progression de 26% des ventes via le PhilaShop électronique.»

Les courriers publicitaires directs ont enregistré un taux de retour important de la part de groupes cibles bien définis. Ainsi, Philatélie a attiré l'attention des clubs de natation sur le timbre commémorant les 50 ans de la Société suisse de sauvetage. Les ventes réalisées par le PhilaShop électronique ont fortement progressé, soit de 26%. En vue de stimuler la vente par correspondance, les groupes cibles et l'assortiment ont été redéfinis. Des produits design de qualité dans les rubriques «Habitat», «Maison», «Corps & esprit» ou «Jeux» s'adressent désormais également aux jeunes clients.

Philatélie | Chiffres clés

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	46	48
produits non philatéliques	%	5	2
Résultat d'exploitation	mio. CHF	17	19
Volumes			
Nouveaux timbres-poste	nombre	46	50
Abonnements Suisse	nombre	46 595	50 500
Abonnements Etranger	nombre	16 410	17 650
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	115	120
Qualité			
Satisfaction de la clientèle	indice	84	84

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Immobilier

En 2008, Immobilier a enregistré des produits d'exploitation de 761 millions de francs et un résultat d'exploitation de 373 millions de francs. L'unité a géré quelque 480 projets de construction et vendu 28 immeubles: le bâtiment d'exploitation de Lausanne Ouchy, qui n'est plus utilisé en raison du remodelage des centres courrier (REMA), mais aussi le Forum Poste de Macolin, un complexe de bureaux avec une grande surface commerciale à Lausanne Malley et des locaux industriels à Schlieren (ZH). Pour le bâtiment d'exploitation de Zurich (Sihlpost), la Poste a reçu une indemnité pour les constructions faisant retour. Immobilier Poste va réaffecter la Schanzenpost à Berne, qui doit devenir le siège principal de la Poste à compter de 2014. Le siège PostFinance se trouvera dans un autre immeuble qui reste à construire près de la PostFinance Arena et dans les locaux de la PostFinance Arena, à Berne. La Schönburg, actuel siège principal de la Poste à Berne, doit être vendue. Etant donné l'optimisation de la distribution et les améliorations apportées aux immeubles, Immobilier Poste souhaite par ailleurs réaliser plusieurs autres projets de construction ainsi que des ventes. Elle gère en outre activement quelque 1304 immeubles en propriété et 1693 autres pris à bail.

Immobilier | Chiffres clés

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	183	180
Volumes			
Immeubles	nombre	2 997	2 923
en propriété	nombre	1 304	1 346
loués	nombre	1 693	1 577
Surface gérée	mio. m ²	2,8	2,6
louée	mio. m ²	0,7	0,5
Valeur d'investissement	mio. CHF	5 732	6 057
Produits locatifs internes	mio. CHF	415	399
Produits locatifs externes	mio. CHF	59	55
Volumes d'investissements	mio. CHF	160	140
Volumes d'entretien	mio. CHF	50	47
Projets en cours	nombre	Plus de 500	Plus de 600

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Service House

L'unité Service House a enregistré des produits d'exploitation de 133 millions de francs et un résultat de 6 millions de francs. L'an dernier était placé sous le signe de la libéralisation du marché: la Poste a externalisé son unité de nettoyage et d'entretien technique des bâtiments le 1^{er} janvier 2009 dans la nouvelle société du groupe InfraPost SA. Les rapports de travail sont désormais régis par la convention collective de travail pour les unités externalisées de La Poste Suisse (CCT SGr), les conditions d'engagement restant pour l'essentiel les mêmes.

Technologies de l'information

L'unité Technologies de l'information (IT) a clôturé l'exercice sur des produits d'exploitation de 258 millions de francs.

Elle a poursuivi le remplacement des quelque 22 300 raccordements téléphoniques en vue de passer à la téléphonie par Internet (téléphonie IP). 5600 raccordements ont été supprimés, ce qui va permettre des économies annuelles de 1,5 million de francs environ. Une fois l'opération terminée, la Poste économisera également 18 000 mégawatts/heure d'énergie électrique, soit quelque 2,5 millions de francs. Dans le cadre du projet «Optimisation de l'impression», IT a changé toutes les imprimantes et réduit le nombre de modèles de 10 à 7. L'unité a en outre commencé à faire passer 15 000 PC au système d'exploitation Windows Vista. Ce projet doit prendre fin courant 2009.

La Poste a remporté le Prix de l'innovation 2007 la désignant comme l'un des clients SAP les plus innovants du monde. Des projets novateurs tels que les projets de gestion électronique des postulations ou le centre d'appels pour les centres de services Personnel lui ont permis de s'imposer.

Technologies de l'information | Chiffres clés

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	633	602
Volumes			
Contacts User Help Desk	nombre moyen par mois	24 000	25 000
Appareils gérés	nombre	62 000	38 200
Nombre d'applications différentes	nombre	450	430
Volume de données sauvegardées par semaine	gigabyte	220 000	110 000
Taux de résolution à la 1 ^{re} intervention	pourcentage de cas	67,5	67,7
Assistance	nombre par an	39 600	40 500

D'autres chiffres clés ainsi que des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

Les montants figurant dans le rapport de gestion sont arrondis. Le chiffre 0 est une valeur arrondie indiquant que la valeur présentée est inférieure à la moitié de l'unité utilisée. Un trait (-) à la place d'un chiffre signifie que la valeur est nulle (inexistante).

■ Légendes des graphiques et des tableaux

Les couleurs utilisées dans les graphiques et les tableaux ont la signification suivante:

- Année en cours
- Année précédente
- Effet positif sur le résultat
- Effet négatif sur le résultat

Conformément au principe de la «true and fair view», la présentation des graphiques est fidèle à l'échelle. CHF 1 mia. correspond à 15 mm.

Les pourcentages dans les graphiques ont été normalisés comme suit:

- 100% à l'horizontale correspond à 75 mm
- 100% à la verticale correspond à 40 mm

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (►) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2008links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

Rapport de gestion 2008

4 **Interviews**

22 **Préface**

25 **Aperçu**

31 **Profil de l'entreprise**

Sommaire

Evolution de l'activité

49 Valeur ajoutée pour le propriétaire

78 **Valeur ajoutée pour les clients**

78 Clients privés

78 Offre

78 Satisfaction de la clientèle

79 Courrier

80 Colis, envois express et services de messagerie

81 Réseau postal

82 Services financiers

82 Transport de voyageurs

84 Clients commerciaux

84 Offre

84 Satisfaction de la clientèle

85 Courrier

85 Logistique

86 Marketing direct

86 Presse

86 Solutions documents et solutions dialogue

87 Prestations de PostFinance

88 Prestations de CarPostal

91 Valeur ajoutée pour le personnel

103 Valeur ajoutée pour la société

118 **Gestion**

132 **Rapport financier**

196 **Informations détaillées**

Valeur ajoutée pour les clients

Les objectifs stratégiques de la Poste

Afin de créer de la valeur ajoutée pour ses **clients**, la Poste développe son offre de prestations, elle mène une politique des prix conforme au marché et donne la priorité à un service à la clientèle de qualité. Elle améliore ainsi ses ventes.

Conformément au principe de développement durable de l'entreprise, cette valeur ajoutée ne peut être générée que si la Poste en crée également pour le **propriétaire**, pour le **personnel** et pour la **société**.

Afin de créer de la valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds, la Poste doit assurer et renforcer sa compétitivité. Elle y œuvre en promouvant l'innovation, en enregistrant une croissance rentable et en exploitant les potentiels d'efficacité (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds», page 49). Une politique du personnel moderne ainsi que le développement de la volonté de performance et de la motivation créent de la valeur ajoutée pour les collaborateurs et assurent les performances (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour le personnel», page 91). Le développement de la desserte de base, la participation constructive à la définition des conditions-cadres et une action socialement responsable permettent à la Poste d'améliorer ses prestations et créent de la valeur ajoutée pour la société (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour la société», page 103).

Clients privés Offre

L'offre réservée aux particuliers et aux PME est standardisée. Elle comprend le courrier, les colis, les envois express, les services de messagerie, les services financiers et le transport de voyageurs sur route. Ces prestations peuvent être obtenues dans 2195 offices de poste et 208 agences («la poste dans l'épicerie du village»), à 774 distributeurs et via Internet (guichet postal virtuel et e-finance). Des conseils concernant les services financiers sont par ailleurs prodigués dans 32 antennes PostFinance.

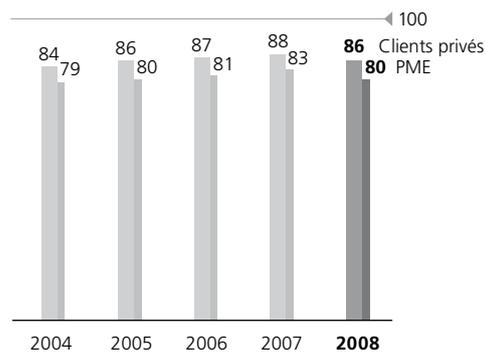
Satisfaction de la clientèle

L'offre complète ainsi que le suivi et les conseils assurés par les collaborateurs sont très appréciés des clients, qui reconnaissent ainsi le bien-fondé des changements et des améliorations des dernières années. C'est ce qui ressort de l'enquête réalisée chaque année auprès de la clientèle, laquelle critique toutefois le traitement des problèmes.

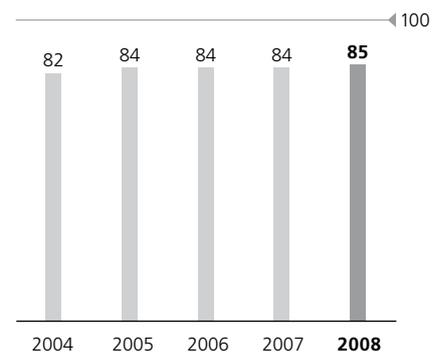
Clients privés | Satisfaction de la clientèle

Indice (échelle de 0 à 100, 100 = satisfaction maximale)

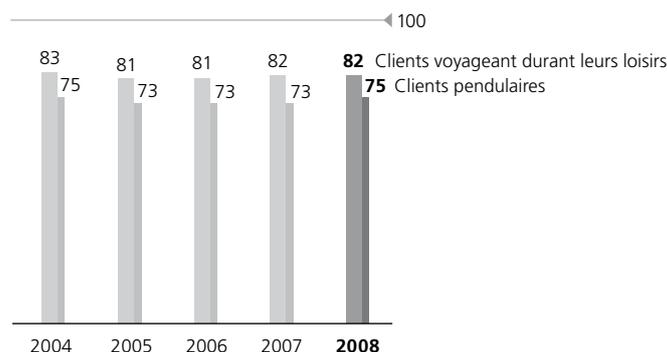
Offices de poste



PostFinance



CarPostal



Courrier

Offre de prestations

Dépôt, transport et distribution des lettres du courrier A, des envois isolés et des envois en nombre du courrier B, des lettres avec justificatif de distribution et des réexpéditions. Concernant l'évolution des volumes, voir la page 51.

Evolution en 2008

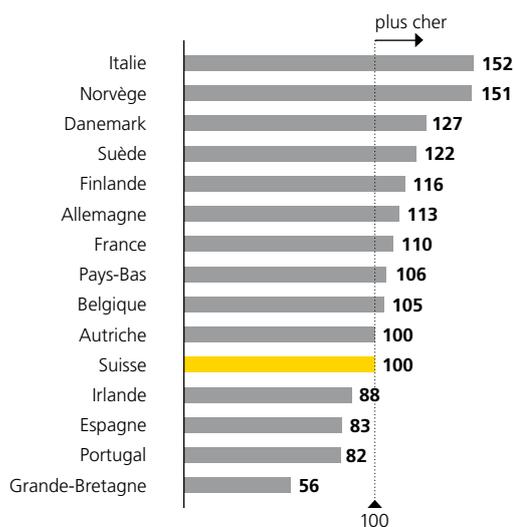
Depuis mars, le «Blick» est distribué avant 6h30 aux abonnés dans les agglomérations allemandes, et non plus avec le courrier normal. Pour cela, de nouveaux collaborateurs ont été recrutés et un nouveau système informatique a été mis au point.

A la fin 2008, la Poste avait installé dans tout le pays 4836 boîtes aux lettres modernes et uniformes. Le nouveau modèle, plus sécurisé, est doté d'une grande surface d'information. La Poste veille en outre à installer les nouvelles boîtes aux lettres à des endroits fréquentés et bien éclairés. D'ici à 2010, toutes les anciennes boîtes aux lettres auront été remplacées par le nouveau modèle.

Rapport qualité-prix

Si seuls les prix de quelques catégories de courrier sélectionnées dans différents pays sont comparés, il en résulte une image déformée. C'est pourquoi l'Université de Fribourg a mis au point en 2006 l'indice de la poste aux lettres. Celui-ci est un panier de prestations tenant compte de toutes les catégories de lettres proposées par la Poste, qui sont pondérées en fonction de leur fréquence d'utilisation. Cet indice montre que les prix du courrier en Suisse sont plutôt faibles par rapport à ceux de l'étranger. Ainsi, le prix de lettres équivalentes est 10 à 13% plus élevé en France et en Allemagne et même 52% plus élevé en Italie. (► 14)

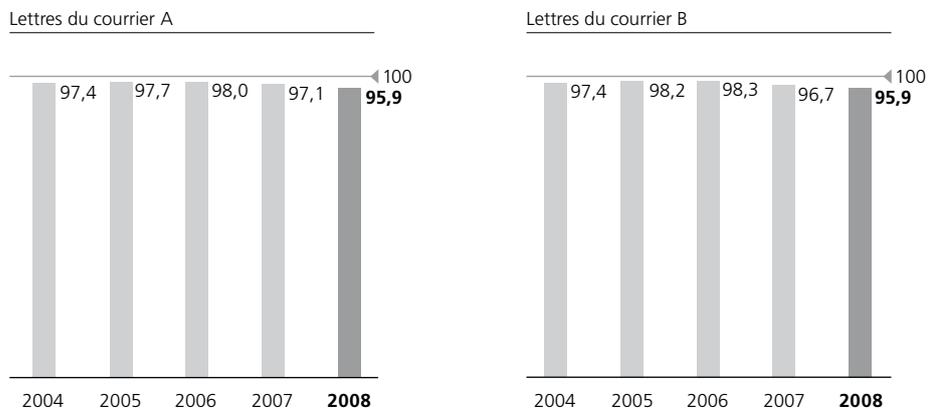
Indice de la poste aux lettres (BPI)*
 2008, indice Suisse = 100



* Le BPI est un panier de prestations tenant compte de toutes les catégories de lettres proposées par la Poste, qui sont pondérées en fonction de leur fréquence d'utilisation par les clients suisses. Pour la comparaison, on s'est fondé dans chaque pays sur les prix adaptés en fonction des taux de change de l'actuelle ou de l'ancienne régie d'Etat (au 15 janvier 2009).

En 2008, la Poste a traité près de 2,7 milliards de lettres. 95,9% des lettres du courrier A déposées dans les délais ont été distribuées le jour suivant. Les envois isolés du courrier B devaient être distribués au plus tard le troisième jour ouvré suivant leur dépôt. En 2008, la Poste a respecté cet engagement dans 95,9% des cas. Comme l'on s'y attendait, les résultats des délais d'acheminement ont légèrement reculé en 2008, ce qui est dû à la mise en exploitation progressive des nouveaux centres courrier de Zurich-Mülligen, Eclépens et Härkingen (projet REMA) et au passage complexe au nouveau traitement du courrier.

Lettres du service intérieur | Envois distribués dans les délais au destinataire*
En pourcentage



* Pour le courrier A, le délai convenu est le lendemain; pour le courrier B, au plus tard 3 jours ouvrables après le dépôt.

Colis, envois express et services de messagerie

Offre de prestations

Dépôt, transport et distribution d'envois PostPac Priority, PostPac Economy et encombrants ainsi que prestations complémentaires telles que Remboursement, Fragile ou Signature. Envois express et services de messagerie pour l'acheminement rapide de lettres et de colis. Concernant l'évolution des volumes, voir la page 51.

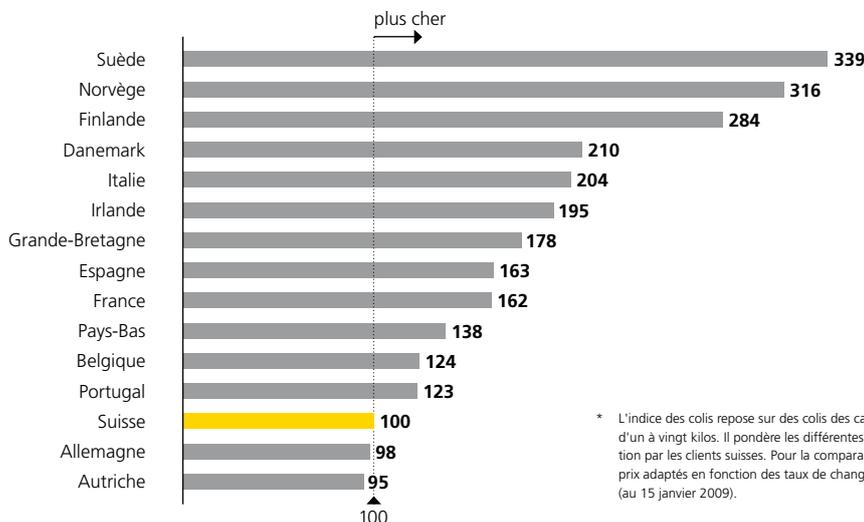
Evolution en 2008

Désormais, les facteurs colis prennent en charge les colis des particuliers lors de leur tournée. Pour cela, les clients établissent sur Internet, au moyen de WebStamp, une étiquette affranchie et indiquent la date de prise en charge souhaitée.

Rapport qualité-prix

Mandaté par la Poste, le Centre de recherche en statistique économique de l'Université de Fribourg a mis au point un indice des colis (PPI). Celui-ci repose sur un panier composé de produits postaux dont les prix dans le pays de comparaison, convertis en francs suisses, sont comparés aux prix suisses. Les différents produits sont pondérés en fonction des volumes d'envois en Suisse. Le PPI correspond au concept de Laspeyres, utilisé dans le monde entier.

Indice des colis (PPI)*
2008, indice Suisse = 100



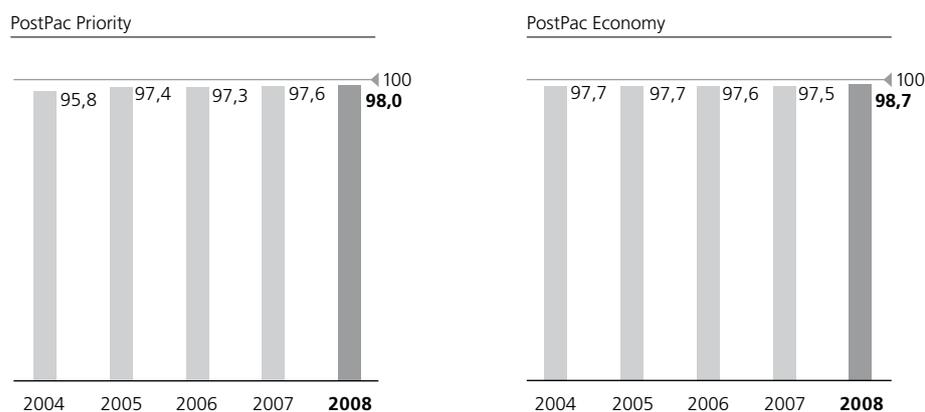
* L'indice des colis repose sur des colis des catégories «PostPac Priority» et «PostPac Economy» d'un à vingt kilos. Il pondère les différentes catégories de colis selon leur fréquence d'utilisation par les clients suisses. Pour la comparaison, on s'est fondé dans chaque pays sur les prix adaptés en fonction des taux de change de l'actuelle ou de l'ancienne régie d'Etat (au 15 janvier 2009).

Selon cet indice, toutes catégories confondues, seuls l'Allemagne et l'Autriche acheminent les colis à un niveau de prix encore plus bas que La Poste Suisse. Les prix sont 46% plus élevés en France et 84% plus élevés en Italie. (► 14)

En 2008, la Poste a acheminé plus de 100 millions de colis. Par rapport à l'année précédente, les valeurs déjà élevées concernant la qualité ont encore été améliorées: de 0,4 point de pourcentage pour atteindre 98,0% pour PostPac Priority et de 1,2 point pour se fixer à 98,7% pour PostPac Economy. Ces bons résultats montrent que, dix ans après leur mise en service, les moyens technologiques utilisés dans les centres colis de la Poste comptent toujours parmi les plus fiables et les plus modernes.

Colis du service intérieur | Envois distribués dans les délais au destinataire*

En pourcentage



* Pour le PostPac Priority, le délai convenu est le jour ouvrable suivant; pour le PostPac Economy, deux jours ouvrables après.

Réseau postal

Offre de prestations

Evolution en 2008

La Poste met à la disposition de ses clients un réseau dense et performant comprenant 2195 offices de poste et 208 agences («la poste dans l'épicerie du village») répartis sur tout le territoire.

Dans les agences, les clients peuvent retirer de l'argent au moyen de la PostFinance Card et régler des factures sans numéraire. Ils disposent en outre, pour le dépôt de lettres et de colis, d'une balance en libre-service.

Désormais, des extraits de casier judiciaire peuvent être commandés et réglés dans 2000 offices de poste. Le client présente ses papiers d'identité, puis ses données sont transmises à l'Office fédéral de la justice (OFJ) via une connection Internet sécurisée. Quelques jours plus tard, il reçoit l'extrait à son domicile. Ce service coûte 20 francs, quel que soit le mode de transmission de la commande à l'OFJ. Près de 40% du total des extraits de casier judiciaire établis par l'OFJ en 2008 ont été commandés à un guichet postal.

La «livraison à domicile» est un service de commande proposé par 1800 PostShop. La Poste répond ainsi à un besoin important de la population rurale, de nombreux articles n'étant disponibles auparavant que dans des boutiques d'une certaine taille. En voici le fonctionnement: les foyers de la région de desserte d'un office de poste reçoivent tous les mois dans leurs boîtes aux lettres un chéquier de bons. Le client dépose au guichet de son office de poste le bon sur lequel figure le produit souhaité, il règle en espèces ou avec la PostFinance Card et l'article lui est livré à domicile sans frais de port.

Les responsables d'offices de poste rendent régulièrement visite aux PME ou invitent les principaux clients au moins une fois par an à une manifestation dédiée aux clients. Ils les conseillent pour toutes les questions ayant trait à la logistique et les informent régulièrement sur de nouveaux produits et prestations.

Services financiers

Offre de prestations

Placer, épargner, payer: comptes privés et Deposito, obligations de caisse, comptes et fonds de prévoyance, assurances-vie, dépôts-valeurs, hypothèques. Trafic des paiements en Suisse et à l'étranger, moyens de paiement en voyage, plateforme e-finance, facturation électronique.

Evolution en 2008

Depuis mi-2008, ceux qui interrompent provisoirement ou définitivement leur activité professionnelle peuvent ouvrir chez PostFinance un compte de libre passage et y déposer leur capital de prévoyance (2^e pilier). Ce compte est proposé en coopération avec la Fondation de libre passage Rendita, sa gestion est gratuite et il est rémunéré à un taux attrayant.

En 2008, plusieurs milliers d'appareils automatiques acceptant la PostFinance Card pour le règlement de titres de transport (bus et tram) ont été installés partout en Suisse. Cela a été notamment possible car PostFinance a réduit les frais de transaction pour les petits montants. Voir aussi le chapitre «Clients commerciaux», page 87.

PostFinance a lancé le set plus, qui permet aux clients de gérer plusieurs comptes. Il est gratuit pour tous ceux qui ont une hypothèque, une assurance-vie ou une fortune de 25 000 francs au moins. De plus, les titulaires du set plus peuvent retirer gratuitement des espèces à des distributeurs automatiques à l'étranger.

Trente et un pays européens ont créé le Single Euro Payments Area (SEPA), ou espace unique de paiement en euros, en vue de simplifier et d'uniformiser les paiements dans la devise européenne. Aujourd'hui, PostFinance effectue chaque jour près d'un millier de paiements à des destinataires d'autres instituts financiers SEPA. Les clients font ainsi l'économie de frais de virement élevés.

PostFinance a réduit les frais de ses fonds de placement et adapté son offre: trois de ses propres fonds sont passés d'une gestion active à une gestion passive, ce qui réduit les frais annuels jusqu'à 60% selon le fonds. De plus, la commission d'émission a été uniformisée et représente désormais, pour tous les fonds, 1% de la valeur souscrite. La gestion du dépôt reste gratuite. Dorénavant, les fonds sous gestion active sont gérés par plusieurs gérants de fonds, leaders dans leur domaine, selon une approche multi-gestionnaires. Cette forme de gestion des fonds est unique en son genre pour les clients privés; d'autres instituts financiers ne la proposent qu'à leurs clients institutionnels.

Pour conseiller encore mieux ses clients, PostFinance poursuit la transformation des centres de conseils en filiales PostFinance autonomes. Désormais, les clients peuvent y effectuer des versements et des retraits d'espèces. De plus, quantité de nouveaux conseillers à la clientèle ont été recrutés et formés.

Le contact par téléphone 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 a du succès: chaque mois, 30 000 appels sont réceptionnés en-dehors des heures de bureau.

Transport de voyageurs

Offre de prestations

CarPostal propose à ses clients plus de 750 lignes de cars postaux totalisant plus de 10 000 kilomètres et près de 12 000 arrêts dans le cadre des transports publics ainsi que des lignes touristiques, des courses spéciales, de ScolaCar (ramassage scolaire) et de PubliCar (bus sur appel).

Evolution en 2008

CarPostal a élargi son offre de prestations lors du changement d'horaire en décembre 2008. Elle a introduit de nouvelles lignes et optimisé les horaires, en particulier durant les heures creuses et la nuit. Au total, 3,5 millions de kilomètres supplémentaires seront parcourus chaque année à partir de 2009.

A Zurich, les passagers des cars postaux obtiennent désormais des informations sur le prochain arrêt, la destination et la situation du trafic. Pour cela, CarPostal a mis en place son propre poste de contrôle avec deux emplois à plein temps et a installé dans les quelque 130 cars postaux zurichois des ordinateurs de bord et des écrans. Le nouveau système a été testé et introduit en collaboration avec le réseau des transports de Zurich ZVV.

CarPostal a adhéré au système tarifaire national pour le transport des vélos et reprend toute la gamme de titres de transport pour vélos proposée par les CFF et la plupart des autres compagnies ferroviaires et entreprises de transport. Les clients bénéficient ainsi de prix moins élevés et n'ont plus besoin que d'un seul billet pour un voyage. Dans les régions touristiques, les cars postaux sont désormais équipés de porte-bagages spéciaux pour les vélos.

Durant l'UEFA EURO 2008, CarPostal a étendu pendant 23 jours l'offre nocturne en ajoutant des bus dans les agglomérations. Elle a transporté près de 50 000 passagers dans des courses spéciales depuis des camps de supporters ou des parkings (Park & Ride).

Chaque année, CarPostal et l'Union des transports publics (UTP) décernent le prix FLUX à un nœud de communication qui convainc tant du point de vue des clients que sous l'angle de son exploitation et de sa conception. En 2008, la gare de Baden a été récompensée. Le jury a considéré que la ville de Baden avait exploité au mieux les potentiels économiques dans et autour de la gare. Le prix, dont le mot d'ordre était «Développement des gares multimodales et potentiel de croissance économique», a été décerné lors du Movimento, le forum de la mobilité, à Berne.

Avec le «mobile tagging», les voyageurs peuvent consulter les horaires des cars postaux sur leur téléphone portable. Ils photographient avec leur téléphone un code optique imprimé à l'arrêt et l'heure de passage des trois prochains cars postaux s'affiche en temps réel. Après le succès de l'expérience pilote en Appenzell en 2007, le projet a encore été développé en 2008 et introduit entre Neuchâtel et Bienne ainsi que dans l'agglomération bernoise.

CarPostal a décroché l'argent avec le mobile tagging au concours de l'innovation 2008 organisé à Berlin par l'association allemande ÖPNV (Öffentlicher Personen-Nahverkehr). La grande utilité du service pour les clients a été soulignée. Ce prix récompense les produits ou projets novateurs et prometteurs conçus pour les entreprises de transport.

Clients commerciaux Offre

L'offre réservée aux clients commerciaux comprend des solutions sur mesure pour les grandes entreprises, des prestations personnalisées ainsi que des produits et prestations standardisés également proposés aux particuliers et aux PME (voir le chapitre «Clients privés», page 78). Pour une meilleure vue globale, l'offre a été décomposée en cinq paquets de prestations: courrier, logistique, marketing direct, presse ainsi que solutions documents et solutions dialogue. S'y ajoutent des prestations spécifiques fournies aux clients commerciaux par PostFinance et par CarPostal.

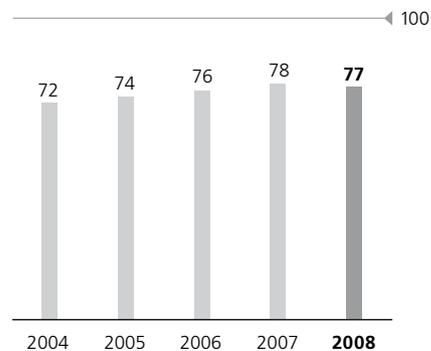
Satisfaction de la clientèle

Les clients perçoivent la Poste comme un partenaire dynamique et fiable. Lors du sondage réalisé auprès de la clientèle en 2008, ils lui attribuent à nouveau de bonnes notes: les clients commerciaux apprécient en particulier les efforts déployés par la Poste pour s'adapter à leurs nouveaux besoins et se déclarent très satisfaits des conseillers à la clientèle et du personnel de distribution.

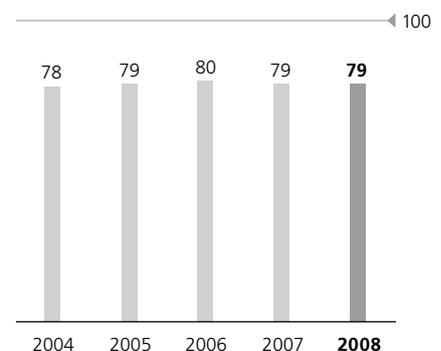
Clients commerciaux | Satisfaction de la clientèle

Echelle de 0 à 100, 100 = satisfaction maximale

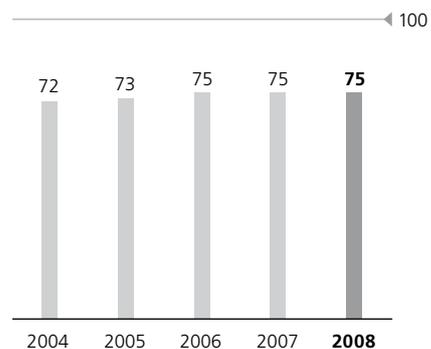
PostMail



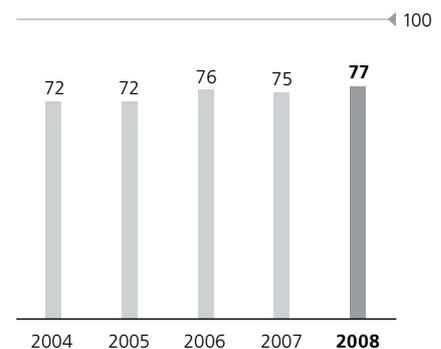
PostLogistics¹



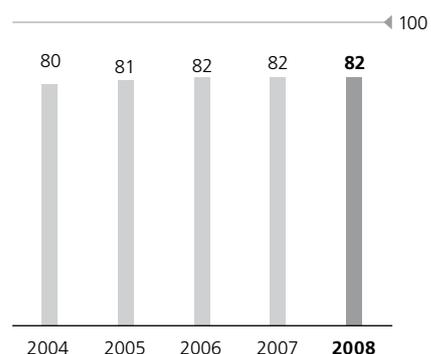
Swiss Post International



Clients stratégiques et solutions²



PostFinance



¹ La satisfaction de la clientèle de PostLogistics a été mesurée pour la première fois en 2007; les valeurs des années précédentes sont celles de l'ancienne unité PosteColis.

² La satisfaction de la clientèle de Clients stratégiques et solutions a été mesurée pour la première fois en 2008; les valeurs des années précédentes sont celles de l'unité Gestion des clients stratégiques.

Depuis dix ans, la satisfaction des clients est mesurée chaque année par un institut d'études de marché indépendant.

Courrier

Offre de prestations

Le paquet de prestations «Courrier» englobe différents modes d'acheminement, en Suisse et à l'étranger, pour les envois isolés et les envois en nombre, des solutions d'affranchissement automatiques ainsi que la prise en charge et la distribution.

Evolution en 2008

Clients privés et commerciaux peuvent déposer les cartouches d'encre vides dans une pochette RefillPost déjà affranchie et adressée, puis la déposer au guichet. Deux ou trois jours ouvrés plus tard, ils reçoivent leurs cartouches d'encre rechargées. RefillPost ménage l'environnement et coûte jusqu'à 50% de moins qu'une cartouche neuve.

L'International Post Corporation (IPC) a décerné un certificat d'excellence au centre courrier international de Zurich-Mülligen et à l'Exchange Office Zurich-Aéroport. Cette distinction récompense les normes internationales les plus élevées après avoir passé au crible les processus de préparation et de distribution des envois pour l'étranger.

Logistique

Offre de prestations

«Logistique» comprend des prestations telles que la logistique de marchandises et de stockage nationale et internationale (colis, express, messagerie, envois de détail, distribution nocturne), l'envoi international de marchandises (jusqu'à 500 kg) dans plus de 200 pays avec des prestations complémentaires telles que le dédouanement, la logistique des valeurs (gestion de distributeurs d'argent, transport d'envois de valeur et d'espèces) et e-logistics (logistique physique combinant des solutions informatiques intégrées).

«La Poste a mis au point des emballages isothermes pour les médicaments.»

Evolution en 2008

La Poste a mis au point pour les clients de la branche pharmaceutique le Disposet Cold, un récipient isotherme réutilisable pour le transport de médicaments sans rupture de la chaîne du froid. Le client commande le nombre souhaité de Disposet Cold par Internet ou par fax, puis reçoit les récipients et les éléments réfrigérants à la date convenue. Le récipient reste la propriété de la Poste, qui le nettoie et le stocke.

En collaboration avec la F. Murpf SA, la Poste propose également le transport d'envois de détail (palettes) ne supportant pas les fluctuations de température, des aliments surgelés et des médicaments à conserver au frais, p. ex.

Hôpitaux, casernes de pompiers, hôtels, régies de transports publics et nombre d'autres branches fournissent à leurs collaborateurs des tenues de travail uniformes. La Poste se charge de toute l'organisation: achat, surveillance de la production, stockage, transport, livraison, commandes, nettoyage et élimination. Elle recourt à une solution informatique développée exclusivement à cette fin, quelle que soit la branche, et utilise sa longue expérience en matière de gestion des tenues de ses plusieurs dizaines de milliers de collaborateurs en uniforme.

Durant l'UEFA EURO 2008, la Poste s'est chargée du montage et du démontage des stands de vente d'INTERSPORT et a veillé à ce que ceux-ci soient toujours ravitaillés en articles pour supporteurs. INTERSPORT tenait une centaine de stands dans et autour des huit stades en Suisse et en Autriche.

Depuis début 2008, la Poste se charge du dédouanement de marchandises à l'importation et à l'exportation pour le compte d'entreprises. Celles-ci tirent surtout profit d'un dédouanement rapide et peu coûteux ainsi que d'avantages en termes de liquidités dans le cadre de l'imputation de la T.V.A.

Par le biais d'un concept de distribution commun, SPI Germany et primeMail unissent leurs forces pour proposer aux clients partout dans le monde des produits et prestations supplémentaires ainsi qu'un interlocuteur unique. Les vendeurs de la nouvelle organisation de distribution sont en relation avec les clients depuis Francfort, Hambourg, Nuremberg, Stuttgart et Troisdorf près de Cologne.

Marketing direct

Offre de prestations

Le paquet de prestations «Marketing direct» porte sur la fidélisation de la clientèle et l'interaction entre les entreprises et leurs clients: envois publicitaires adressés et sans adresse en Suisse et à l'étranger, production de publipostages et de cartes avec prestations complémentaires telles que gestion de projets et solutions systèmes ainsi que gestion des adresses et des réponses.

Evolution en 2008

Par le biais de «PromoPost avec distribution le samedi», la Poste distribue à coûts avantageux, un jour habituellement pauvre en publicité, des envois sans adresse. Les expériences des clients montrent que le taux de réponse est supérieur de 20 à 30% à celui constaté en semaine.

Sur DirectFactory, une plateforme Internet de la Poste, les clients peuvent créer eux-mêmes des publipostages adressés et des cartes postales, la Poste se chargeant de la production et de la distribution dans les délais. En 2008, des fonctions supplémentaires pratiques et des produits créatifs ont été développés et mis en ligne.

Pour DirectNews, la revue gratuite des clients, la Poste a gagné un Award d'argent dans la catégorie intégration des médias au Best of Corporate Publishing, le plus grand concours en Europe pour la communication d'entreprise.

La Poste a en outre obtenu le Comenius EduMedia Siegel, un label pour les moyens de formation en Europe, pour ses cours en ligne gratuits dans le domaine du marketing de dialogue.

Presse

Offre de prestations

«Presse» comprend des prestations telles que la distribution, nationale et internationale, de journaux et revues en abonnement, de quotidiens et de mensuels, de journaux locaux et régionaux ainsi que les distributions matinales et spéciales, la production (préparation des envois), le marketing, la vente et l'administration (gestion des abonnés).

Evolution en 2008

Avec la nouvelle solution sectorielle de promotion des abonnements, la Poste aide les éditeurs à acquérir de nouveaux abonnés. Elle distribue le journal à des foyers non abonnés et, quelques jours plus tard, l'éditeur prend contact par téléphone avec le client potentiel. Des résultats intermédiaires satisfaisants ont été enregistrés lors d'un essai pilote.

Solutions documents et solutions dialogue

Offre de prestations

«Solutions documents et solutions dialogue», ce sont la gestion du courrier interne (prestations postales d'une entreprise), la gestion de documents (saisie de données et traitement de documents) et la gestion des archives (archivage physique et numérique). La Poste met en outre en réseau des entreprises, elle leur fournit l'infrastructure et de nombreuses prestations complémentaires. Elle propose des solutions pour la facturation et le paiement électroniques (offre complète), l'e-commerce (offre de solutions globales en tant qu'entrepreneur général), des archives électroniques (tenues pour le compte des entreprises) et e-logistics (plateformes pour la mise en réseau de tous les partenaires impliqués dans un processus).

Evolution en 2008

Dans l'optique du recensement de 2010, la Poste propose aux communes et aux cantons un soutien dans la collecte des données des ménages. Pour cela, elle a développé, en collaboration avec l'Office fédéral de la statistique (OFS), un processus uniforme et une offre nationale avantageuse en termes de coûts. Le processus comprend la collecte et la préparation des données, leur consolidation électronique et leur vérification par le personnel de distribution. Les charges et le travail pour les communes sont moins importants, l'OFS obtient des indications précises sur la taille et la composition des ménages. Soumise au secret postal, la Poste garantit la protection des données. A l'issue des travaux, elle supprimera toutes les données collectées.

La Poste propose aux entreprises la prestation Archives électroniques, qui leur permet d'archiver leurs données et leurs documents de manière sécurisée et en conformité avec la loi. Les clients font l'économie des coûts qui seraient occasionnés pour la mise en place de leur propre infrastructure, peuvent se fier à un archivage solide, sûr et performant et accèdent à tout moment au matériel archivé.

En collaboration avec Suisse Tourisme et Swiss Snowsport, la Poste a émis en 2008 le premier timbre du monde avec «BeeTagg» intégré. Ce dernier est un code optique donnant accès à l'utilisateur, via son téléphone portable, à Internet et à des informations. Le potentiel de l'interaction mobile est grand et ouvre de nouvelles perspectives pour les solutions dialogue et la communication.

«Archives électroniques de la Poste permet un archivage sécurisé et conforme à la loi.»

Les clients commerciaux de la Poste peuvent relier leur logiciel de comptabilité à WebStamp Business, via une interface, et affranchir ainsi leurs factures lors de l'impression. Les timbres numériques qu'ils créent eux-mêmes peuvent contenir le logo de l'entreprise ou des messages publicitaires. Les frais sont directement débités du compte postal.

Avec des clients du secteur de la vente par correspondance, la Poste a mis au point une solution informatique reliant directement avec le site Internet de la maison de vente plus de 350 points-service PickPost. Pour chaque commande en ligne, le client choisit le mode de livraison et donc le point-service PickPost. La solution peut être adaptée pour d'autres clients de ce secteur.

La Poste prévoit de proposer à ses clients une case postale électronique à partir de 2009. Elle est conçue pour les personnes qui sont souvent en déplacement. Celles-ci conservent une adresse de destination fixe, mais la Poste distribue leurs envois à l'adresse souhaitée, par voie physique ou électronique. Les clients peuvent décider devant leur écran si la Poste doit détruire ou ouvrir l'envoi. La Poste entend proposer ce service pratique tout d'abord en Suisse et dans les pays voisins.

Tous les partenaires impliqués dans une réparation peuvent recourir à l'application Internet Repairnet de la Poste. Les services concernés (filiales de vente, service après-vente ou entreposage) peuvent y consulter l'état de réparation de l'article (un téléphone portable p. ex.).

Prestations de PostFinance

Offre de prestations

Pour les grandes entreprises: compte commercial, compte e-Deposito, services de paiement nationaux et internationaux, financement sur mesure de liquidités, d'actifs circulants et immobilisés ainsi que solutions pour la comptabilité débiteurs et créanciers. Solutions de trafic des paiements pour des banques et établissements financiers en Suisse et au Liechtenstein.

Evolution en 2008

PostFinance propose à ses clients de faire des achats et de payer avec le paiement PostFinance par mobile, un service élargi en permanence. Désormais, les personnes pratiquant la vente à la ferme ou dans des champs de fleurs en libre-service peuvent proposer à leurs clients ce mode de paiement et éviter ainsi les caisses non sécurisées: PostFinance débite le compte postal de l'acheteur du prix de l'achat et crédite le vendeur du montant. Condition préalable: s'être inscrit au service.

Si les clients effectuent des paiements avec la PostFinance Card, le vendeur ou l'exploitant de l'appareil automatique verse une taxe à PostFinance. Celle-ci a mis au point un nouveau modèle de prix pour les petits montants: à partir de 2009, le vendeur versera 5 centimes pour des montants inférieurs à 5 francs et 10 centimes pour des montants inférieurs à 10 francs. Jusque-là, le prix dépendait du nombre de transactions et s'élevait généralement à plus de 20 centimes par achat.

A la demande des petits chefs d'entreprise, les conseillers à la clientèle leur rendent visite dans leur entreprise ou chez eux, y compris le soir et le samedi. PostFinance conseille les clients sur tout ce qui a trait à des questions financières privées et professionnelles. En 2008, 28 000 clients ont bénéficié de ce service.

PostFinance traite désormais le trafic des paiements pour la banque CIC (Suisse) SA, une filiale du groupe bancaire international Crédit Mutuel CIC et, à partir de 2009, pour la Banque cantonale du Tessin. La Banque cantonale de Glaris et UBS utilisent déjà cette prestation depuis respectivement 2007 et 2005.

Prestations de CarPostal

Offre de prestations

Dans les transports publics, CarPostal, en tant que prestataire de systèmes, est le partenaire des cantons et des communes.

Evolution en 2008

CarPostal a mis en place deux centres de compétences, l'un pour le système de comptage des passagers DILAX à Bâle et l'autre pour le contrôle des titres de transport et l'encaissement à Zurich.

Interviews	4
Préface	22
Aperçu	25
Profil de l'entreprise	31
Evolution de l'activité	49
Gestion	118
Rapport financier	132

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

Les montants figurant dans le rapport de gestion sont arrondis. Le chiffre 0 est une valeur arrondie indiquant que la valeur présentée est inférieure à la moitié de l'unité utilisée. Un trait (-) à la place d'un chiffre signifie que la valeur est nulle (inexistante).

■ Légendes des graphiques et des tableaux

Les couleurs utilisées dans les graphiques et les tableaux ont la signification suivante:

- Année en cours
- Année précédente
- Effet positif sur le résultat
- Effet négatif sur le résultat

Conformément au principe de la «true and fair view», la présentation des graphiques est fidèle à l'échelle. CHF 1 mia. correspond à 15 mm.

Les pourcentages dans les graphiques ont été normalisés comme suit:

- 100% à l'horizontale correspond à 75 mm
- 100% à la verticale correspond à 40 mm

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (▶) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2008links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

Rapport de gestion 2008

4 **Interviews**

22 **Préface**

25 **Aperçu**

31 **Profil de l'entreprise**

Sommaire **Evolution de l'activité**

49 Valeur ajoutée pour le propriétaire

77 Valeur ajoutée pour les clients

92 **Valeur ajoutée pour le personnel**

92 Emplois

93 L'employeur Poste

93 Gestion de la diversité

94 Vie professionnelle et vie privée

94 Gestion de la santé au sein de l'entreprise

95 Intégration de personnes handicapées

96 Conseil et assistance en situation d'urgence

96 Caisse de pensions

96 Développement du personnel

96 Culture de direction

96 Motivation et volonté de performance

97 Formation professionnelle, perfectionnement et promotion de la relève

98 Promotion de la compétitivité sur le marché du travail

98 Démographie

99 Partenariat social

99 Conditions de travail

99 Loi sur le personnel de la Confédération et Code des obligations

99 Conventions collectives de travail

100 Sociétés du groupe à l'étranger (SPI et SKL)

100 Réorganisations socialement responsables

103 Valeur ajoutée pour la société

118 **Gestion**

132 **Rapport financier**

196 **Informations détaillées**

Valeur ajoutée pour le personnel

Objectifs stratégiques de la Poste

Afin d'assurer ses performances et de créer de la valeur ajoutée pour son **personnel**, la Poste mène une politique du personnel moderne (► 17) et mise sur la volonté de performance et la motivation.

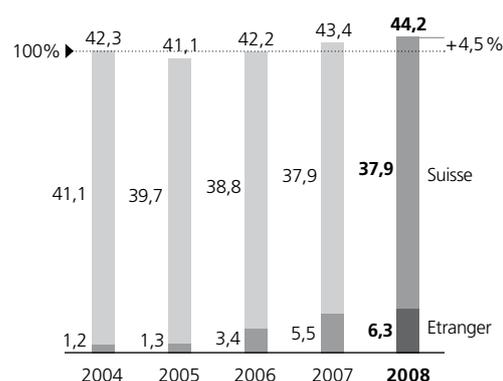
Conformément au principe de développement durable de l'entreprise, cette valeur ajoutée ne peut être générée que si la Poste en crée également pour le **propriétaire**, pour les **clients** et pour la **société**.

Afin de créer de la valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds, la Poste doit assurer et renforcer sa compétitivité. Elle y œuvre en promouvant l'innovation, en enregistrant une croissance rentable et en exploitant les potentiels d'efficacité (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds», page 49). En développant l'offre de prestations, en menant une politique des prix conforme au marché et en proposant un service à la clientèle de qualité, elle améliore ses ventes et crée ainsi de la valeur ajoutée pour les clients (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour les clients», page 77). Le développement de la desserte de base, la participation constructive à la définition des conditions-cadres et une action socialement responsable permettent à la Poste d'améliorer ses prestations et créent de la valeur ajoutée pour la société (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour la société», page 103).

Emploi

L'évolution constatée ces dernières années s'est poursuivie: le nombre de collaborateurs de la maison mère a diminué, tandis que le groupe a enregistré une hausse de ses effectifs.

Groupe | Nombre d'emplois à plein temps
2004 = 100%, en milliers de postes à temps plein



La réduction du nombre de collaborateurs au sein de la maison mère de 500 postes à temps plein est due cette année encore à une baisse du volume des envois et à l'optimisation des processus logistiques. Les effectifs moyens du groupe Poste ont augmenté en 2008 de 731 postes à temps plein.

Groupe et La Poste Suisse* | Effectifs
2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Effectifs Groupe	personnes	59 184	58 067
à l'étranger	%	11,6	10,6
Effectifs Groupe	unités de personnel ¹	44 178	43 447
à l'étranger	%	14,2	12,7
Effectifs La Poste Suisse	unités de personnel ¹	32 919	33 419
Taux de départ La Poste Suisse	en %	11,1	10,2
Taux de fluctuation (départs volontaires)	en %	4,8	4,5
Licenciements pour raisons économiques	quantité	78	92

* La Poste Suisse = toutes les unités du groupe de La Poste Suisse (sans les sociétés du groupe en Suisse et à l'étranger)
1 Effectifs moyens convertis en postes à temps plein.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Concernant la prise en compte des intérêts des régions (► 13) en termes d'emplois, voir la page 104.

Groupe | Effectifs par segment
2008 par rapport à l'année précédente
unités de personnel¹

	2008	2007
PostMail	17 594	14 370
PostLogistics	5 294	5 105
Swiss Post International	1 294	1 133
Clients stratégiques et solutions	6 109	5 306
Réseau postal et vente	7 055	10 997
PostFinance	2 889	2 709
CarPostal	1 570	1 521
Autres	2 373	2 306

¹ Effectifs moyens convertis en postes à temps plein.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Le transfert du personnel de distribution (3600 unités de personnel) de Réseau postal et vente vers PostMail explique les variations d'effectifs importantes de ces deux unités d'une année à l'autre.

La Poste a également créé de nouveaux emplois: PostFinance a étoffé ses unités Produits ainsi que Marché et distribution de 142 unités de personnel et l'unité Clients stratégiques et solutions a repris différentes entreprises et augmenté ainsi ses effectifs de plusieurs centaines d'unités de personnel.

L'employeur Poste
Gestion de la diversité

Pour la Poste, la gestion de la diversité va au-delà de l'égalité des salaires et de la promotion des femmes. Il s'agit de tenir compte des différences de génération, de culture et de style de vie ainsi que d'intégrer les personnes handicapées. Cette diversité, la Poste l'applique lors de la sélection des collaborateurs, du choix des formes de travail et, surtout, lors de la formation des équipes. Elle a ancré la gestion de la diversité dans sa stratégie, car cette approche est axée sur les besoins des clients. Nous sommes convaincus de créer ainsi de la valeur ajoutée pour les clients et pour l'entreprise. En effet, les équipes mixtes sont mieux à même de comprendre les clients et de répondre à leurs besoins de manière personnalisée. C'est pourquoi, à qualifications égales, la priorité est donnée aux femmes et aux minorités linguistiques.

La Poste Suisse* | Gestion de la diversité
2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Sexe			
Hommes	%	49,1	49,2
Femmes	%	50,9	50,8
Proportion de femmes à la direction			
Proportion de femmes au Conseil d'administration	%	20,0	22,2
Proportion de femmes à la Direction du groupe	%	0,0	0,0
Proportion de femmes parmi les cadres supérieurs ¹	%	8,1	8,6
Diversité linguistique (langue maternelle)			
Allemand	proportion de personnes en %	66,1	66,4
Français	proportion de personnes en %	21,4	21,4
Italien	proportion de personnes en %	7,4	7,4
Romanche	proportion de personnes en %	0,7	0,7
Autres	proportion de personnes en %	4,4	4,1
Nationalités			
suisse	proportion de personnes en %	89,5	89,9
autres	proportion de personnes en %	10,5	10,1
Nations représentées	quantité	118	112

* La Poste Suisse = toutes les unités du groupe de La Poste Suisse (sans les sociétés du groupe en Suisse et à l'étranger)

¹ Hors Direction du groupe.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Vie professionnelle et vie privée

Nombre de collaborateurs accordent de plus en plus d'importance à la réalisation de leurs projets personnels et à la conciliation de leur travail, de leur vie familiale et de leurs loisirs. C'est pourquoi l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle figure parmi les objectifs centraux de la politique du personnel de la Poste. (► 17) Nous proposons des modèles de temps de travail modernes – horaires de travail mobiles, temps partiel, annualisation du temps de travail ou jobsharing. Il est une évidence pour la Poste: les hommes et les femmes qui peuvent adapter leur temps de travail à d'importants besoins personnels, familiaux ou autres sont plus performants. En 2008, plus de 45,7% des collaborateurs travaillaient à un taux d'occupation inférieur à 90%, dont 16,7% d'hommes (un pourcentage qui ne cesse d'augmenter). La proportion de cadres à temps partiel est passée de 5,1% en 2003 à 9,6% en 2008. Par ailleurs, la Poste propose à ses collaborateurs des places de crèche et participe aux frais de garde des enfants.

La Poste Suisse* | Temps partiel¹

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Temps partiel total	%	45,7	45,2
hommes	%	16,7	15,7
femmes	%	73,5	73,8
Temps partiel des cadres	%	9,6	9,2
hommes	%	6,0	6,0
femmes	%	31,2	30,8

* La Poste Suisse = toutes les unités du groupe de La Poste Suisse (sans les sociétés du groupe en Suisse et à l'étranger)

¹ Temps partiel = taux d'occupation inférieur à 90%.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Grâce au programme «Temps partiel chez les cadres», la Poste entend faire passer, d'ici à 2010, la proportion de femmes cadres supérieurs à 13%. Elle mise sur les universitaires qui, après une pause pour élever leurs enfants, prévoient de réintégrer la vie professionnelle et soutient le cours «Women back to business» de l'Université de St-Gall, pour lequel un certificat est délivré. Ces cinq dernières années, la part de femmes cadres au sein du groupe a doublé pour passer de 22 à 41 (8,8%). Près de 21% des plus de 4000 cadres de la Poste sont des femmes.

Le 1^{er} janvier 2009 est entrée en vigueur la nouvelle loi sur les allocations familiales, qui définit de nouveaux montants minimum. Jusque-là, la Poste a toujours été plus généreuse et elle le demeurera.

Gestion de la santé au sein de l'entreprise

La Poste met sur pied un centre de compétences pour la gestion de la santé au sein de l'entreprise (GSE) de sorte à étendre, systématiser et renforcer la promotion de la santé, qu'elle met en œuvre depuis de nombreuses années. Conjointement avec d'autres grandes entreprises suisses, elle a élaboré, sur la base du Réseau européen pour la promotion de la santé en entreprise (ENWHP), des critères de qualité homogènes pour la GSE. «Friendly Work Space» (environnement de travail convivial), tel est le nom du label de qualité unique au monde décerné aux entreprises qui investissent dans des collaborateurs en bonne santé, motivés et performants. Il relie entre elles les différentes mesures de la promotion de la santé en entreprise et est intégré dans des systèmes de gestion existants. Outre des conditions de travail optimales, la GSE requiert des mesures supplémentaires pour la prévention et la promotion de la santé ainsi que pour la gestion des cas en entreprise et entend encourager les collaborateurs à prendre en main leur santé.

Depuis 2001, le nombre d'accidents professionnels a diminué de 10,1%. En 2008, il était de 6,2 pour 100 unités de personnel. La réduction des accidents professionnels et non professionnels et des coûts subséquents peut être un avantage concurrentiel considérable sur le marché libéralisé. Avec le système de gestion de la sécurité au travail, nous procédons systématiquement à la prévention des accidents sur nos sites d'exploitation. Des spécialistes de la sécurité au travail se rendent sur place pour aider les supérieurs à repérer les manipulations et les situations potentiellement dangereuses et pour proposer aux responsables des mesures d'amélioration. A l'occasion d'audits, nous contrôlons régulièrement le respect des directives et la mise en œuvre des mesures. Par le biais de la campagne «Soulever et porter correctement une charge», menée en collaboration avec la Suva, l'attention des collaborateurs a été attirée sur les erreurs à éviter et sur la façon de ménager l'appareil locomoteur. Afin que les répercussions des

accidents non professionnels soient elles aussi réduites, des casques de vélo ont été proposés aux collaborateurs à des prix réduits dans le cadre de campagnes de sensibilisation.

PostLogistics a engagé sur les sites d'exploitation des physiothérapeutes qui montrent aux collaborateurs comment soulever, porter, être assis ou être debout de façon ergonomique. En cas de douleurs aiguës, les personnes peuvent prendre directement rendez-vous avec les physiothérapeutes. Dans les centres colis, des spécialistes proposent des entraînements pour muscler l'appareil locomoteur. La Poste a en outre informé ses collaborateurs sur les effets de l'alcool et sur l'interdiction de consommer de l'alcool sur le lieu de travail; des séminaires pour arrêter de fumer et la vaccination contre la grippe sont proposés. Les supérieurs sont formés à la gestion de la santé et apprennent à mener des entretiens santé avec les collaborateurs: après une absence pour maladie ou accident, ces derniers sont accueillis et informés personnellement des changements intervenus.

«La Poste accorde beaucoup d'importance à la santé de son personnel.»

Dans le cadre du programme «SantéPlus», PostMail accompagne les collaborateurs à travers plusieurs mesures pour les aider à rester en bonne santé et performants. Axé sur le mouvement, le programme a démarré du haut de la hiérarchie. Plus d'un millier de cadres se sont déjà penchés sur le sujet lors de la centaine d'ateliers organisés et ont défini des mesures dans leur domaine de compétence. Avec SantéPlus, la gestion des présences, déjà introduite avec succès, devient une véritable gestion de la santé en entreprise.

En 2008, une campagne sur l'alimentation a été menée auprès des collaborateurs de PostFinance. Des spécialistes ont étudié les habitudes alimentaires de près de 800 personnes et les ont conseillées sur la composition de leurs repas. En outre, les collaborateurs sont régulièrement informés, via Intranet ou une newsletter, sur des sujets tels que la gestion du stress et la prévention des addictions. Pour la première fois, des séminaires ont été proposés aux cadres sur la manière de concilier différents intérêts malgré les changements et des exigences élevées en termes de performance.

La Poste Suisse* | Gestion de la santé 2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Accidents professionnels La Poste Suisse	quantité pour 100 unités de personnel	6,2	5,6
Accidents non professionnels La Poste Suisse	quantité pour 100 unités de personnel	15,7	14,7
Coûts causés par les accidents La Poste Suisse	mio. CHF	69,6	74,3
Absences dues à une maladie ou à un accident	jours par collaborateur ¹	10,8	11,1
Absences dues à une maladie ou à un accident	jours par année	335 465	356 479

* La Poste Suisse = Toutes les unités du groupe de La Poste Suisse (sans les sociétés du groupe en Suisse et à l'étranger)

¹ Selon la CCT, les rapports de travail sont maintenus pendant deux ans; selon le CO, ils sont réévalués après six mois. Ces chiffres ne peuvent donc pas être comparés avec ceux d'autres entreprises.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Intégration de personnes handicapées

La Poste Suisse intègre les personnes handicapées ou les garde dans ses effectifs. Elle applique ce principe depuis de nombreuses années déjà. Afin de prévenir les cas d'invalidité, nous entendons ramener le plus vite possible à leur poste de travail les collaborateurs qui sont tombés malades ou qui ont eu un accident. Nous utilisons à cet égard des systèmes efficaces de gestion des présences. Des gestionnaires de la santé adéquatement formés et nos assistants sociaux soutiennent les supérieurs hiérarchiques dans cette tâche importante. Par ailleurs, la Poste propose à titre préventif des séminaires sur la gestion des ressources.

Conseil et assistance en situation d'urgence

Nous soutenons, conseillons et accompagnons les collaborateurs en situation de crise, gratuitement et en toute confidentialité. Lors des entretiens, nous tentons de renforcer leurs capacités et leur sens des responsabilités. Nous intervenons en particulier en cas de conflits familiaux ou conjugaux, de difficultés sur le lieu de travail ainsi que de problèmes de dépendance et d'argent. Nous luttons en outre contre toute forme d'abus de pouvoir (harcèlement sexuel ou moral). En 2008, les 28 assistants sociaux de la Poste ont dispensé des conseils à quelque 2900 collaborateurs et ont organisé 55 séminaires ou y ont participé comme intervenants.

La Poste a créé le Fonds du personnel de la Poste pour aider les collaborateurs et les retraités du groupe en proie à des difficultés financières ou aux ressources modestes. Elle contribue aux frais de maladie et d'accident ainsi qu'aux dépenses de formation des enfants en octroyant des aides non remboursables (subsides). Elle encourage en outre les vacances en famille en louant une soixantaine de logements de vacances à des prix avantageux et accorde des prêts à un taux d'intérêt préférentiel. En 2008, elle a ainsi accordé 760 000 francs de subsides et 602 000 francs de prêts dont ont bénéficié 432 collaborateurs. Les dépenses du Fonds du personnel sont financées par les intérêts de sa fortune, qui s'élevait fin 2008 à 59 millions de francs.

Caisse de pensions

Depuis le 1^{er} janvier 2008, la Poste assure son personnel selon un système moderne de primauté mixte, qui combine les avantages du système de la primauté des prestations et de la primauté des cotisations: alors que la prévoyance vieillesse est assurée selon la primauté des cotisations, les prestations liées au risque d'invalidité ou de décès sont assurées selon la primauté des prestations. Les risques sont donc assumés solidairement, alors que chaque assuré peut épargner de manière individuelle pour sa vieillesse. La rente de vieillesse se fonde sur les cotisations effectives versées par l'employeur et par l'employé, plus intérêts. En fonction de leurs objectifs personnels en matière d'épargne et de leur situation financière, les assurés peuvent choisir chaque année entre trois plans d'épargne.

En 2007, 250 millions de francs provenant du bénéfice consolidé ont été injectés dans la caisse de pensions, l'objectif étant de constituer des réserves pour fluctuations de cours. Bien que le Conseil de fondation et le Comité de placements aient suivi attentivement la situation et pris des décisions en tenant compte des risques, la Caisse de pensions Poste, comme tous les autres organismes de prévoyance, a pâti des fortes turbulences sur les marchés des capitaux. Elle a clôturé l'année avec un degré de couverture inférieur à 90% (degré de couverture au 31 décembre 2007: 102,1%). Pour améliorer la situation financière, la Poste verse dans la caisse de pensions 50 millions de francs supplémentaires en tant que réserve de cotisations de l'employeur (en renonçant à l'utiliser tant que le degré de couverture de 100% n'est pas de nouveau atteint).

Caisse de pensions Poste

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Degré de couverture de la Caisse de pensions Poste selon LPP ¹	%	88,1	102,1
Découvert de la Caisse de pensions Poste selon IFRS ²	mio. CHF	3 541	1 642

¹ Selon la LPP.

² Voir le rapport financier, page 152.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Développement du personnel Culture de direction

La gestion et la collaboration (► 9) reposent sur des relations respectueuses, justes et partenariales ainsi que sur une communication transparente et ouverte. Nous appliquons le principe «Ensemble, nous sommes forts», encourageons le sens des responsabilités et misons sur la disposition de chacun à évoluer. Nous ne tolérons ni discrimination ni harcèlement.

Motivation et volonté de performance

Les collaborateurs du groupe Poste sont motivés, engagés et, dans l'ensemble, satisfaits. C'est ce que montre le sondage du personnel effectué pour la onzième année consécutive par un organisme extérieur indépendant. Avec 70 points sur une échelle de 100, le niveau de la motivation et de la volonté de performance reste aussi élevé que les deux dernières années. La satisfaction est de 66 points sur 100: elle est demeurée quasiment stable au cours des dix

**Formation professionnelle,
 perfectionnement et
 promotion de la relève**

dernières années, malgré un passé marqué par le changement et en dépit des bouleversements auxquels nombre de nos collaborateurs ont été confrontés suite à notre réorganisation. Cette année, 68% des collaborateurs, soit 4% de plus que l'année précédente, ont répondu à la centaine de questions du sondage. L'image globale qui ressort du sondage est positive; des mesures s'imposent ponctuellement dans quelques unités du groupe.

Souhaitant renforcer nos performances et continuer d'innover, nous nous assurons, à travers la formation professionnelle (► 23-24), le perfectionnement et la promotion de la relève, que nos collaborateurs enrichissent en permanence leurs connaissances et leurs compétences.

Chaque année, la Poste propose à de nombreux jeunes gens une place de formation avec, à la clé, un diplôme reconnu par l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie (OFFT): en 2008, sur l'ensemble de la Suisse, on dénombrait pas moins de 1571 personnes en formation (+6,2% par rapport à 2007) dans les secteurs Logistique, Vente/communication, Informatique et Maintenance. Afin que toutes les personnes en formation deviennent des professionnels sollicités, nous les faisons intervenir dans différents domaines de travail. Pour la première fois, la direction d'un office de poste a été confiée à de futurs employés du commerce de détail, qui ont servi seuls les clients au guichet, un conseiller expérimenté se tenant à leur disposition en cas de questions. En 2008, 99% des jeunes en formation ont réussi les examens finaux. Le nombre de places de formation a augmenté de plus de 40% depuis 2004. Pour le début de l'année 2009, la Poste recherchait 700 nouvelles personnes à former, soit 4,6% des effectifs.

Groupe (Suisse) | Formation professionnelle

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Apprentis Groupe Suisse	personnes	1 571	1 473
nouveaux engagements	personnes	633	606
Taux de formation	en % des effectifs	4,1	3,9
Taux d'apprentis engagés	%	91	91

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Pour le perfectionnement de ses collaborateurs, la Poste emploie plus d'une centaine de spécialistes des ressources humaines ainsi que des coachs ou des formateurs internes et externes. L'objectif premier de la vaste offre proposée dans l'ensemble du groupe est de promouvoir les compétences dirigeantes, sociales, personnelles et méthodologiques. L'offre est examinée chaque année et adaptée aux nouveaux enjeux. En 2008, plus de 3150 collaborateurs ont assisté à quelque 200 séminaires et ateliers d'un ou de plusieurs jours. La Poste s'internationalisant de plus en plus, des séminaires sont proposés en anglais en vue de favoriser la compréhension interculturelle. La Poste encourage les compétences linguistiques de ses collaborateurs en allemand, en français, en italien, en anglais, en espagnol et en suisse-allemand. En 2008, quelque 700 collaborateurs ont suivi environ 160 cours ponctuels, hebdomadaires ou intensifs proposés dans le cadre de la formation linguistique interne. Parallèlement, les unités du groupe proposent un vaste choix de cours et de séminaires spécialisés. En fonction des besoins de chacun et de ceux de l'entreprise en personnel qualifié, la Poste participe financièrement au perfectionnement interne ou externe de ses collaborateurs et aménage leur temps de travail en conséquence.

L'unité Réseau postal et vente a encore développé son programme de formation interne ESCOLA et propose à ses collaborateurs des cours pour l'amélioration de leurs compétences techniques, méthodologiques, dirigeantes, sociales et personnelles. L'unité entend ainsi mieux préparer ses collaborateurs aux défis stratégiques et les aider à mieux gérer les nombreux changements. Jusqu'à présent, près de 1500 collaborateurs ont participé à 57 formations.

La Poste souhaite attirer davantage d'universitaires et de diplômés des hautes écoles spécialisées. La lutte pour les meilleurs éléments devient de plus en plus rude. Nous offrons aux jeunes diplômés l'opportunité de faire leurs premiers pas professionnels et d'acquérir des compétences dans les domaines les plus divers. En 2008, près de 50 étudiants et jeunes diplômés ont suivi le programme de formation pour stagiaires et de doctorat ou effectué un stage au sein de notre entreprise. Le premier permet aux universitaires de se familiariser avec deux domaines et de collaborer à des projets stratégiques pendant 18 mois. En règle générale, les autres stages durent entre trois et six mois, ils incluent la collaboration à des projets et

peuvent débiter dès le quatrième semestre. Dans le cadre du programme de doctorat, nous soutenons des travaux scientifiques consacrés au secteur postal.

La Poste a ouvert le centre de compétences Formation et perfectionnement personnel roulant, qui inclut une école de conduite. A compter de septembre 2009, tous les conducteurs affectés au transport de personnes et de marchandises devront être titulaires, en plus du permis de conduire, d'un certificat de capacité. D'une durée de cinq ans, ce certificat n'est prolongé que si la formation de cinq jours prescrite dans les cinq ans est attestée. Cette formation ne peut être proposée que par les entreprises reconnues par les cantons comme centres de formation et dont les enseignants sont autorisés à enseigner. Les collaborateurs d'autres entreprises de transport et les particuliers peuvent y participer. Le centre de compétences de CarPostal respecte la directive de l'Union européenne relative à la qualification initiale et à la formation continue des conducteurs affectés au transport des marchandises et des voyageurs et applique l'ordonnance réglant l'admission des chauffeurs adoptée par le Conseil fédéral en juin 2007.

«La Poste propose aux jeunes diplômés des programmes à leur niveau.»

Promotion de la compétitivité sur le marché du travail

En 2008, 400 collaborateurs des unités du groupe PostMail et PostLogistics ont commencé une formation de rattrapage de gestionnaire en logistique, 400 autres suivront à l'automne 2009. Avec le programme ValiPoste, la Poste encourage depuis 2006 la compétitivité sur le marché du travail interne et externe des collaborateurs ayant suivi une formation de monopole (p. ex. anciens fonctionnaires postaux en uniforme). Les collaborateurs de l'exploitation peuvent ainsi obtenir un certificat fédéral de capacité de gestionnaire en logistique en complétant par un perfectionnement ciblé leur formation initiale et les compétences acquises dans la pratique. Ce programme a été officiellement reconnu par l'OFFT comme «autre procédé de qualification». Le certificat de capacité augmente les chances des collaborateurs sur les marchés de l'emploi interne et externe et leur ouvre les portes des formations professionnelles plus avancées. (► 23)

Démographie

Le vieillissement de la population pose également des défis à Poste: depuis la fin des années soixante, le taux de natalité ne cesse de baisser et l'espérance de vie de s'allonger. Parallèlement à la diminution du nombre d'actifs, la part des plus de 50 ans dans la population totale continue d'augmenter. A la Poste, l'âge moyen du personnel de la maison mère s'est accru entre 1999 et 2008, passant de 39,2 à 43,3 ans. Au vu de la réduction attendue du nombre d'actifs, la Poste aura à cœur de préserver, voire d'augmenter la motivation et la volonté de performance de ses employés les plus âgés. Désireux de continuer à développer notre culture d'estime à l'égard de ces collaborateurs expérimentés et de maintenir le plus longtemps possible leurs capacités physiques et intellectuelles, nous leur proposons des formations spécifiques telles que «50+», lors desquelles ils se penchent sur leur parcours et sur celui d'autres personnes et peuvent faire un bilan.

La Poste Suisse* | Démographie

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Personnel âgé de 50 à 59 ans	%	27,0	26,2
Personnel de 60 ans et plus	%	4,1	3,5
Age moyen du personnel	année	43,3	42,8

* La Poste Suisse = toutes les unités du groupe de La Poste Suisse (sans les sociétés du groupe en Suisse et à l'étranger)

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Partenariat social

Conditions de travail

Loi sur le personnel de la Confédération et Code des obligations

Conventions collectives de travail

La Poste emploie quelque 52 300 collaborateurs en Suisse, ce qui fait d'elle le deuxième employeur du pays. Les conditions d'engagement reposent actuellement sur deux bases légales distinctes: la loi sur le personnel de la Confédération (LPers) et le Code des obligations (CO).

Au vu de la pression concurrentielle, la Poste préconise la fin de l'assujettissement de son personnel à la LPers (► 17) et l'engagement de ce dernier selon le CO. Offrant des conditions de travail particulièrement avantageuses, la Poste est en effet de plus en plus désavantagée sur le marché libre. Afin de rester performante et de préserver ses emplois à l'avenir, elle a besoin d'une réglementation en matière de droit du travail qui lui permette de lutter à armes égales contre ses concurrents. Bien que favorable au partenariat social, la Poste ne souhaite plus que l'obligation de conclure une convention collective de travail soit ancrée dans la future législation postale. Au cas où la nouvelle loi libéraliserait entièrement le marché postal, la Poste devrait bénéficier des mêmes conditions que ses concurrents. A cet égard, elle soutient la conclusion de CCT sectorielles, car la concurrence doit se faire, non pas au détriment des conditions d'engagement, mais sur la qualité des produits et prestations. Le respect de normes de travail usuelles doit continuer à conditionner les activités déployées sur le marché.

Fondée sur la LPers, la CCT Poste est en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2002. La majorité des collaborateurs de l'entreprise (plus de 41 000 collaborateurs) y sont soumis. Les conditions de travail des autres collaborateurs de la Poste sont régies par des accords basés sur le CO (p. ex. la CCT pour les unités externalisées et la CCT Auxiliaires). (► 17, 19-22)

Les cadres sont eux aussi soumis au CO. Leur salaire se décompose en un salaire de base, fixe, et en une part variable. Cette dernière est calculée en fonction de la réussite économique et d'indicateurs tels que la satisfaction de la clientèle et du personnel. De plus, les objectifs personnels de travail sont axés sur l'orientation stratégique du groupe ou de l'unité. Pour ces composants du salaire qui dépendent de la performance et de la réussite de l'entreprise, il est tenu compte de la réussite du groupe à hauteur de 30%, de celle de l'unité à hauteur de 30% et de la performance individuelle à hauteur de 40%. Les cadres sont ainsi encouragés à penser et à agir à long terme en vue d'apporter une véritable valeur ajoutée à l'entreprise.

Les 400 cadres supérieurs peuvent désormais bénéficier d'un congé sabbatique à durée limitée et en partie rémunéré. Les conditions et conditions-cadres sont définies dans le Règlement des cadres. La Poste veut ainsi aider ses cadres à trouver leur équilibre entre vie professionnelle et vie privée ainsi qu'encourager leur esprit d'innovation et leur créativité.

■ Convention collective de travail (CCT) Poste

La CCT Poste (► 19) garantit des allocations sociales supérieures à la moyenne, des primes pour performances exceptionnelles ainsi que d'autres avantages tels que des bons annuels d'une valeur de 400 francs, un abonnement demi-tarif gratuit ou un abonnement annuel à prix réduit chez Mobility CarSharing. Le montant du salaire dépend de la fonction, de l'expérience et des performances de chacun.

■ Convention collective de travail pour les unités externalisées (CCT SGr)

Pour les sociétés du groupe, les conditions d'engagement reposeront désormais sur la convention collective de travail pour les unités externalisées et sur des conventions d'affiliation (CCT SGr). La CCT SGr régit les relations entre partenaires sociaux ainsi que les principales conditions de travail. La convention d'affiliation définit les conditions d'engagement propres à chaque société du groupe. (► 21-22)

La CCT SGr se distingue de la CCT Poste principalement en ce qui concerne les dispositions régissant la résiliation des rapports de travail, la participation et les obligations en matière de plan social. De plus, les négociations salariales sont menées séparément. Toutes branches et toutes régions confondues, les salaires des collaborateurs de la Poste sont supérieurs à la moyenne. La Poste entend continuer à agir de manière socialement responsable et figurer, dans chaque branche, parmi les employeurs offrant les meilleures conditions d'engagement. Une telle responsabilité sociale dépend largement de la réussite de l'entreprise.

Sociétés du groupe à l'étranger (SPI et SKL)

Les collaborateurs des sociétés du groupe à l'étranger sont soumis à des contrats individuels de travail qui reposent sur le droit du travail du pays concerné et sur les usages dans la branche en question.

Groupe ou La Poste Suisse* | Conditions d'engagement, salaires et indemnités

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Engagements selon CCT Poste*	unités de personnel en %	71,2	74,1
Salaire minimal selon CCT Poste*	CHF par année ¹	42 746	41 826
Salaire moyen du personnel	CHF par année ²	78 141	77 160
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe	CHF par année ³	492 781	487 611
Ecart salarial	facteur ⁴	6,3	6,3

* La Poste Suisse = toutes les unités du groupe de La Poste Suisse (sans les sociétés du groupe en Suisse et à l'étranger)

¹ Salaire minimal selon la CCT Poste pour un collaborateur de 18 ans n'ayant pas suivi d'apprentissage professionnel.

² Salaire moyen du personnel (à l'exception des membres de la Direction du groupe et du Conseil d'administration ainsi que des cadres de l'échelon 1) de La Poste Suisse et des sociétés du groupe PostLogistics SA, CarPostal Suisse SA, InfaPost SA, MailSource SA, SPI Logistics SA, SPI Management SA, SecurePost SA, DocumentServices SA, PostMail SA, Mobility Solutions SA, yellowworld SA, RIM Sarl, SwissSign SA und EDS SA (sans Epsilon SA, Bevo SA, MDS SA et Prevag SA).

³ Sans le directeur général.

⁴ Indemnités moyennes des membres de la Direction du groupe par rapport au salaire moyen du personnel.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Réorganisations socialement responsables

Pour être plus compétitive, la Poste doit travailler de façon rentable, s'adapter aux nouvelles conditions du marché et procéder aux réorganisations lorsque celles-ci s'imposent. Ces dernières années, une attention particulière a été portée au facteur humain lors des réorganisations. Depuis 2003, 8511 collaborateurs ont été concernés par le projet REMA (remodelage des centres courrier) et ont pu bénéficier des mesures élaborées alors dans le plan social: à la fin 2008, 99% d'entre eux avaient retrouvé un poste en interne ou en externe, étaient partis à la retraite ou avaient opté pour une indemnité de départ.

Afin d'optimiser les transports et d'économiser des frais de location, PostMail a passé au crible les sites de l'organisation de distribution. Du fait de regroupements ou de suppressions de sites, quelques collaborateurs changent de lieu de travail. La Poste s'est entendue avec les partenaires sociaux sur des mesures d'atténuation telles que la compensation des écarts de salaire et des trajets domicile-travail d'une certaine distance. Les conditions d'engagement sont inchangées.

Comme toujours, nous faisons tout notre possible pour éviter les licenciements. Nous recherchons tout d'abord un autre poste en interne, élaborons avec le collaborateur concerné des mesures de qualification et le conseillons au sein de notre Bourse de l'emploi (AMZ). L'AMZ propose aux collaborateurs des bilans de compétences et des conseils sur leur évolution professionnelle ainsi que des séminaires sur des thèmes tels que la compétitivité sur le marché du travail, la gestion des changements, le plan de carrière ou l'acte de candidature. En 2008, ses sept conseillers ont organisé 46 séminaires suivis par 792 participants et ont mené 716 entretiens individuels.

Groupe (Suisse) | Bourse de l'emploi

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Conseils individuels par la Bourse de l'emploi	quantité	716	1436
Séminaires de la Bourse de l'emploi	participants	792	1309

Interviews	4
Préface	22
Aperçu	25
Profil de l'entreprise	31
Evolution de l'activité	49
Gestion	118
Rapport financier	132

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

Les montants figurant dans le rapport de gestion sont arrondis. Le chiffre 0 est une valeur arrondie indiquant que la valeur présentée est inférieure à la moitié de l'unité utilisée. Un trait (-) à la place d'un chiffre signifie que la valeur est nulle (inexistante).

■ Légendes des graphiques et des tableaux

Les couleurs utilisées dans les graphiques et les tableaux ont la signification suivante:

- Année en cours
- Année précédente
- Effet positif sur le résultat
- Effet négatif sur le résultat

Conformément au principe de la «true and fair view», la présentation des graphiques est fidèle à l'échelle. CHF 1 mia. correspond à 15 mm.

Les pourcentages dans les graphiques ont été normalisés comme suit:

- 100% à l'horizontale correspond à 75 mm
- 100% à la verticale correspond à 40 mm

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (►) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2008links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

Rapport de gestion 2008

4 Interviews

22 Préface

25 Aperçu

31 Profil de l'entreprise

Sommaire

Evolution de l'activité

49 Valeur ajoutée pour le propriétaire

77 Valeur ajoutée pour les clients

91 Valeur ajoutée pour le personnel

104 Valeur ajoutée pour la société

104 Une action socialement responsable

104 Emplois dans les régions

105 Dialogue avec les parties prenantes

106 Répartition de la valeur ajoutée

106 Respect des lois et lutte contre la corruption

107 Chaîne d'approvisionnement

107 Coopération au développement

107 Relations publiques

107 Efficacité en termes de ressources et impact environnemental

107 Défis

107 Objectifs environnementaux

108 Stratégie environnementale

108 Performance écologique

108 Energie

109 Papier

110 Eau

110 Climat

110 Déchets

110 Incidents

110 Impact sur l'environnement

112 Mesures

112 Gestion de la flotte

112 Transport de marchandises

113 Transport de voyageurs

113 Mobilité du personnel

114 Infrastructure

114 Technologies de l'information

114 Produits

115 Biodiversité

115 Formation

115 Perspectives

115 Risques futurs et répercussions économiques

115 Initiatives sectorielles à l'échelle internationale (PostEurop / IPC)

116 Sponsoring

117 Engagement

118 **Gestion**

132 **Rapport financier**

196 **Informations détaillées**

Valeur ajoutée pour la société

Objectifs stratégiques de la Poste

Afin de créer de la valeur ajoutée pour la **société**, la Poste améliore ses prestations en développant la desserte de base, en participant de façon constructive à la définition de nouvelles conditions-cadres et en menant une action socialement responsable.

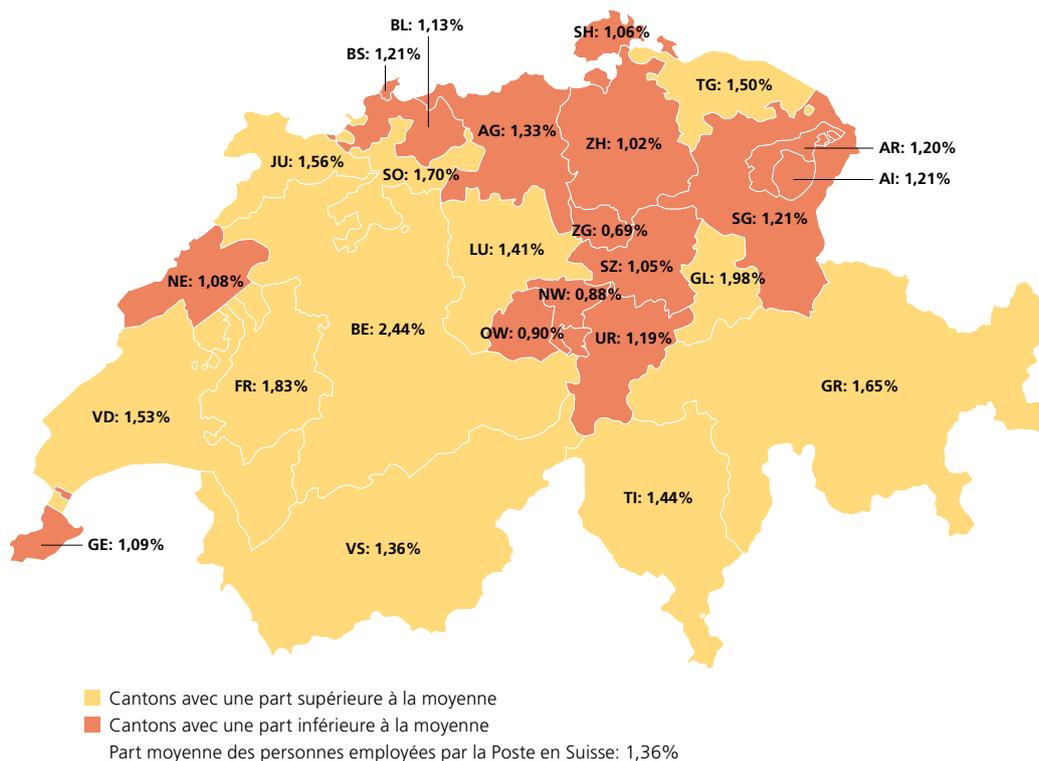
Conformément au principe de développement durable de l'entreprise, cette valeur ajoutée ne peut être créée que si la Poste en génère également pour le **propriétaire**, pour les **clients** et pour le **personnel**.

Afin de créer de la valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds, la Poste doit assurer et renforcer sa compétitivité. Elle y œuvre en promouvant l'innovation, en enregistrant une croissance rentable et en exploitant les potentiels d'efficacité (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds», page 49). En développant l'offre de prestations, en menant une politique des prix conforme au marché et en proposant un service à la clientèle de qualité, elle améliore ses ventes et crée ainsi de la valeur ajoutée pour les clients (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour les clients», page 77). Une politique du personnel moderne ainsi que l'encouragement de la volonté de performance et de la motivation permettent de créer de la valeur ajoutée pour le personnel et assurent les performances (voir chapitre «Valeur ajoutée pour le personnel», page 91).

Une action socialement responsable Emplois dans les régions

La Poste propose près de 10 000 emplois dans les régions périphériques. Sur le plan strictement économique, il serait préférable de concentrer environ un cinquième de ces emplois, mais l'entreprise entend être un employeur important sur l'ensemble du territoire, et plus particulièrement dans les régions périphériques. (► 13, 16) Dans notre volonté de réduire les déséquilibres entre les zones urbaines dynamiques et les zones rurales moins favorisées, nous avons créé 77 postes à plein temps pour le vidéocodage et le traitement des retours à Coire en 2007 et 75 à Sion en 2008. Depuis début 2008, PostFinance propose 197 postes à temps plein dans son nouveau centre de calcul de Zofingue (AG). Le taux de personnes actives dans les secteurs de l'industrie et des services employées par la Poste est de 1,42% au plan national et de 1,36% dans les régions périphériques.

Groupe | Part des personnes actives des secteurs de l'industrie et des services employées par la Poste par canton 2008
En pourcentage



Groupe (Suisse) | Emplois dans les régions

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Emplois Suisse	personnel Poste sur 1000 employés	12,0	12,3
Emplois Régions périphériques ¹	personnel Poste sur 1000 employés	13,2	12,9

¹ Définition des régions périphériques conforme à la loi fédérale du 21 mars 1997 sur l'aide aux investissements dans les régions de montagne (LIM). Les régions LIM et les communes qu'elles regroupent sont énumérées dans l'annexe à cette loi.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Dialogue avec les parties prenantes

La Poste Suisse et le Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB) sont sortis des sentiers battus en matière de développement des régions périphériques: dans le cadre d'InnoV-Net, les deux partenaires ont mis en œuvre deux ans durant des projets durables et encouragé la création de réseaux de desserte innovants dans les régions périphériques et de montagne. Il s'est agi de savoir comment créer des centres régionaux garantissant à la population une desserte de base de qualité et valorisant ainsi l'espace vital. A Ramosch, en Engadine, le boulanger, l'épicerie, la Poste et l'office de tourisme ayant été regroupés sous le même toit, la population continue d'accéder à tous les biens et services de base. Le rapport final publié début 2009 met en évidence les facteurs requis pour maintenir la desserte de base: les communes concernées doivent développer des stratégies à long terme et aborder activement le changement. C'est ainsi qu'elles pourront garder leur attrait.

En 2008 aussi, la Poste a mené un dialogue avec ses collaborateurs, avec ses clients ainsi qu'avec des représentants des milieux politique et économique. Elle a cherché ce dialogue via plusieurs canaux: l'entretien direct, la correspondance écrite, les médias et des moyens de communication électroniques tels qu'Internet. De plus, les membres de la Direction du groupe ont participé aux manifestations les plus diverses. Le directeur général Ulrich Gygi est notamment intervenu à Berthoud, à Schaffhouse et à Yverdon dans le cadre de rencontres consacrées au dialogue avec la population et a répondu aux questions des participants.

La Poste entretient également un échange permanent avec les syndicats. En 2008, celui-ci a porté sur la rémunération du personnel de distribution ainsi que sur les nouvelles conditions de travail et les nouveaux processus résultant de l'optimisation des sites de distribution de PostMail. Les deux parties se sont entendues sur un classement homogène et sur le salaire qui en découle ainsi que sur un forfait mobilité et la compensation des écarts de salaire en vue d'atténuer les mesures. Les discussions ont également concerné le transfert de l'unité Service House vers InfraPost SA, créée au 1^{er} janvier 2009. Résultat des négociations: les collaborateurs sont soumis à la CCT des sociétés du groupe. La Poste reprend par ailleurs des éléments des conventions collectives de travail sectorielles ayant force obligatoire générale. Lors des négociations salariales annuelles pour le personnel soumis à la CCT Poste, les partenaires sociaux se sont mis d'accord sur une augmentation générale de salaire de 3,1%. De plus, 0,8% de la masse salariale récompensent les performances individuelles.

La Poste s'est régulièrement entretenue avec le propriétaire, représenté par le DETEC et l'Administration fédérale des finances. Il s'agit à chaque fois de savoir si elle remplit les objectifs stratégiques que lui assigne le propriétaire. Des réunions ont également lieu avec l'Autorité de régulation postale, que la Poste informe sur l'évolution des prestations relevant de la desserte de base.

Par des entretiens personnels et des moyens d'information spécifiques tels que des prises de position sur la desserte de base, sur la stratégie logistique et la stratégie à l'étranger, sur les prix et l'ouverture du marché, les représentants des milieux politique, économique et sociétal ont obtenu des informations de première main sur la position de la Poste. En 2008, les entretiens ont porté principalement sur la poursuite de la libéralisation, sur la révision totale de la législation postale ainsi que sur les évolutions du réseau postal et de la distribution. En 2009 aussi, la Poste poursuivra le dialogue sur ces questions et sur d'autres.

En 2008, c'est avant tout sur ses prestations, sur ses nouvelles offres, sur des acquisitions en Suisse et à l'étranger, sur les nouvelles nominations à la tête de l'entreprise et sur la marche des affaires que la Poste a informé ses clients et le public.

Répartition de la valeur ajoutée

La répartition de la valeur ajoutée indique à qui la création de richesses est distribuée. La valeur ajoutée mesure le rendement de notre production, c'est-à-dire la différence entre notre chiffre d'affaires et la valeur de la consommation intermédiaire de biens et de services nécessaires à cette production. En 2008, notre valeur ajoutée a atteint 4,875 milliards de francs (contre 4,925 milliards de francs en 2007). Les collaborateurs sont les principaux bénéficiaires de cette valeur ajoutée (79,5%). Les pouvoirs publics, eux, bénéficient de la valeur ajoutée via les recettes fiscales. S'agissant des impôts directs, l'article 13 de la loi sur l'organisation de la Poste stipule que la maison mère Poste est uniquement imposée sur les bénéfices qu'elle réalise en fournissant les services libres. Toutes les sociétés du groupe, par contre, sont imposées sur l'intégralité de leurs bénéfices. Les services postaux ne relevant pas des services réservés sont soumis à la T.V.A. En se fondant sur la loi sur l'organisation de la Poste et sur les objectifs stratégiques du Conseil fédéral, la Poste distribuera son bénéfice à la Confédération, sous réserve de la décision du Conseil fédéral. Conformément à la demande d'affectation des bénéfices, un montant de 170 millions de francs a été versé en 2008 dans les caisses de l'Etat.

Groupe | Valeur ajoutée

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Valeur ajoutée générée	mio. CHF ¹	4 875	4 925
distribuée au personnel	mio. CHF	3 873	3 851
distribuée aux bailleurs de fonds externes	mio. CHF	22	20
distribuée aux pouvoirs publics	mio. CHF	10	13
distribuée au propriétaire	mio. CHF ²	170	300
distribuée à l'entreprise	mio. CHF	800	741
utilisée pour les amortissements	mio. CHF	279	284
utilisée pour les dépôts dans la Caisse de pensions Poste	mio. CHF ²	250	250
utilisée pour la constitution de fonds propres	mio. CHF ²	365	359
utilisée à d'autres fins	mio. CHF	-94	-152

1 Création de valeur = résultat d'exploitation + charges du personnel + amortissements – résultat de la vente d'immobilisations corporelles, d'immobilisations incorporelles et de participations.

2 Affectation demandée des bénéfices de la Poste. Voir rapport financier, comptes de La Poste Suisse, page 192.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Respect des lois et lutte contre la corruption

La Poste surveille le respect des règles internes et externes en matière fiscale et pénale en tenant compte de risques tels que l'image, la réputation et les dommages financiers pour l'entreprise. Pour cela, elle a élaboré un Règlement sur les documents normatifs qui comporte des éléments contraignants et porte sur les principaux domaines à risque (protection des données, achats, droit des cartels et blanchiment d'argent). Les directives contiennent des règles de conduite à adopter par les collaborateurs dans des situations particulières.

«Le personnel est régulièrement sensibilisé à des sujets tels que le blanchiment d'argent et la corruption.»

Il existe depuis 2004, dans les quatre principaux domaines à risque, des programmes de conformité, qui font partie des mesures préventives. Dans le domaine des achats, l'ancienne directive est remplacée par un nouveau programme de conformité et intégrée dans le thème plus global de l'anti-corruption. Lors de formations, les collaborateurs ont été sensibilisés à des sujets tels que le blanchiment d'argent et la corruption dans les achats.

Chaîne d'approvisionnement

Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils respectent toutes les dispositions légales et privilégions la collaboration avec des entreprises novatrices, fiables et performantes. (► 34) Nous analysons et évaluons régulièrement tous nos fournisseurs et discutons des résultats avec les entreprises concernées. Des contrats ont été signés avec des entreprises spécialisées pour effectuer les contrôles nécessaires. Les fournisseurs étrangers sont contrôlés par des auditeurs externes et surveillés en permanence. Si une entreprise ne respecte pas les engagements, en particulier les dispositions du code éthique et social (► 35), elle est exclue de notre liste de fournisseurs.

Coopération au développement

La solidarité est une notion importante pour La Poste Suisse. En étroite collaboration avec l'Union postale universelle (UPU) ou dans un cadre bilatéral, nous soutenons des opérateurs postaux dans des pays en développement, le but étant d'optimiser sans cesse la qualité du service afin de rendre le réseau postal mondial encore plus efficace. En 2008, des experts en transport et en comptabilité se sont rendus au Cameroun. Nous avons en outre fourni du matériel d'exploitation dont nous n'avons plus besoin du fait du remodelage des centres courrier (projet REMA). Plus de 40 pays se sont montrés intéressés; les premiers conteneurs ont pris la direction du Kenya et du Togo.

Relations publiques

Dans ses tâches de relations publiques, La Poste Suisse agit dans l'esprit du code d'Athènes (► 39) et du code de Lisbonne (► 40). Ces documents reconnus à l'échelle internationale contiennent des règles éthiques précises pour garantir un travail de relations publiques suscitant la confiance.

Effacité en termes de ressources et impact environnemental

Défis

Parallèlement à la production et au commerce mondiaux, la consommation d'énergie primaire a considérablement augmenté ces 25 dernières années. Sur la même période, la consommation totale d'énergie a atteint des records en Suisse. La dépendance pétrolière de notre pays est importante. Du fait d'une pénurie ou d'une demande d'énergie fossile en hausse, les prix de toutes les énergies pourraient de nouveau atteindre des pics une fois que les marchés financiers se seront repris. En vue de réduire cette dépendance, il faut augmenter l'efficacité énergétique et utiliser davantage d'énergies renouvelables (biomasse, énergie éolienne, hydraulique et solaire). De plus, la pénurie d'énergie électrique qui devrait apparaître à partir de 2010 ne pourra être comblée par des mesures accrues d'augmentation de l'efficacité, par le développement de l'énergie hydraulique ni par les autres énergies renouvelables.

De l'avis d'experts, un réchauffement de l'atmosphère de 0,2°C par décennie ne met pas en péril la diversité des espèces et l'écosystème. Les émissions de CO₂ occasionnées par l'homme étant dues principalement à la consommation d'énergie fossile, il faut réduire sensiblement celle-ci. Aujourd'hui, les rejets de CO₂ s'élèvent à quatre tonnes par personne dans le monde, soit un total de 24 milliards de tonnes. Cela correspond à une puissance continue de 1800 W par personne. En vue d'enrayer le changement climatique, il faudrait que les rejets de CO₂ par personne passent sous la barre de la tonne, ce qui signifierait une puissance de seulement 500 W. Or, prospérité et croissance économique requièrent une consommation de 2000 W par personne. Le seuil de l'élévation de la température ne devant pas être dépassé, il faut obtenir la différence de 1500 W par personne avec les énergies renouvelables, qui n'émettent pas de CO₂. Aujourd'hui, la consommation d'énergie primaire en Suisse s'élève à 6000 W par personne.

Objectifs environnementaux

La Poste Suisse applique aussi bien les engagements de la Suisse dans le cadre du Protocole de Kyoto (réduire d'ici à 2012 les émissions de gaz à effet de serre de 8% par rapport à 1990) que les objectifs d'EnergieSuisse (réduire d'ici à 2010 les rejets de CO₂ de 10% par rapport à 1990). Elle reconnaît ainsi qu'il est urgent d'agir pour lutter contre le réchauffement climatique et les gaz à effet de serre. (► 25-28)

Groupe (Suisse)* Objectifs environnementaux	Objectif pour 2010	Etat en 2007
Consommation d'énergie thermique non renouvelable	Réduire la consommation de 10% par rapport à 2000	-15,3%
Consommation de carburants	Réduire la consommation de 8% par rapport à 2000	-5,5%
Consommation d'énergie électrique non renouvelable	Augmenter la consommation de 5% au plus par rapport à 2000	-0,5%
Consommation de papier	Stabiliser la consommation au niveau de 2000	+67,9%
Part de l'énergie électrique renouvelable	L'énergie électrique renouvelable représente 1% de l'énergie électrique consommée en 2000.	0,9%
Part de l'énergie thermique renouvelable	L'énergie thermique renouvelable représente 3% de l'énergie thermique consommée en 2000.	12,1%
Consommation d'eau	Stabiliser la consommation au niveau de 2000	-41,7%

* La Poste Suisse plus CarPostal Suisse SA, InfraPost SA, Mobility Solutions SA, PostLogistics SA, PostMail SA, Swiss Post International SA.

Dans le cadre de PostEurop, nous participons avec d'autres opérateurs postaux à un programme destiné à réduire de 10% les émissions de CO₂ entre 2007 et 2012. (► 28)

Un écobilan complet (► 30) nous permet de définir chaque année les aspects environnementaux pertinents et de fixer nos objectifs. (► 26)

Stratégie environnementale

Pour atteindre nos objectifs environnementaux et créer de la valeur ajoutée pour l'entreprise et pour la société, nous poursuivons une stratégie environnementale (► 27) qui s'articule autour de quatre axes: réduire les coûts, réduire les risques, saisir les opportunités sur le marché et augmenter notre attrait en tant qu'employeur.

Soucieux de relever les défis que pose le changement climatique, nous axons notre stratégie partielle Protection du climat (► 28) sur deux aspects: augmenter l'efficacité énergétique en optimisant les processus et en réalisant des investissements, accroître la part des énergies renouvelables par la construction d'installations et dans l'approvisionnement en énergie. Les besoins restants, qui ne peuvent être couverts par des énergies renouvelables, sont compensés, si nécessaire, par l'achat de certificats d'émission de CO₂.

Performance écologique

Energie

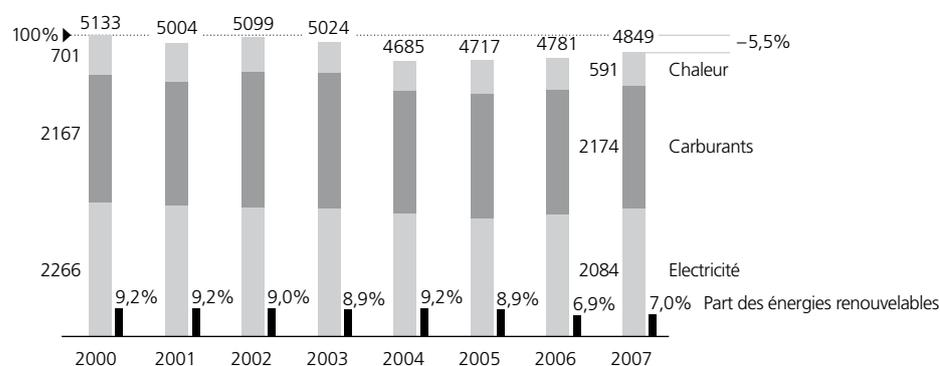
Depuis 2000, nous avons réduit la part d'énergie thermique de 15,3% pour l'énergie finale et de 15,6% pour l'énergie primaire. Sur la même période, la part des énergies renouvelables utilisées pour l'énergie finale est passée de 7,5 à 12,1%. Au cours de la dernière période de collecte de données, la consommation totale d'énergie primaire a augmenté de 2,1%.

Depuis 2000, le nombre de trajets effectués a augmenté de 19%. Parallèlement, de plus en plus de véhicules de CarPostal sont équipés de la climatisation et de filtres à particules, ce qui se traduit par une augmentation de la consommation de carburant. Malgré tout, nous sommes parvenus à réduire notre consommation totale de carburant pour les transports de biens et de personnes de près de 6% par rapport à l'an 2000. Une baisse toutefois trop faible pour compenser la hausse du prix des carburants.

Depuis 2000, notre consommation d'électricité a été réduite de 0,5% au niveau de l'énergie finale et de 4,1% à celui de l'énergie primaire.

Par rapport à l'année précédente, la consommation d'énergie primaire a augmenté de 2,1%. La légère baisse de la consommation de carburant (-1,4%) a été plus que compensée par l'augmentation du chauffage (+2,9%) et de l'électricité (+5,4%).

Groupe (Suisse)* | Consommation d'énergie primaire selon le type d'énergie finale¹
 2000 = 100%, Terajoule (TJ)

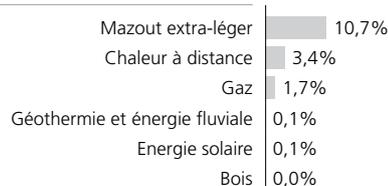


* La Poste Suisse plus CarPostal Suisse SA, InfraPost SA, Mobility Solutions SA, PostLogistics SA, PostMail SA, Swiss Post International SA.

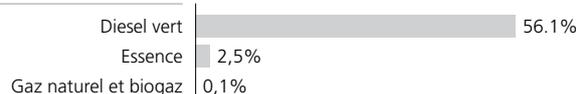
¹ La consommation d'énergie primaire est la consommation de ressources énergétiques non renouvelables comme le pétrole, le gaz, le charbon et l'uranium. La consommation d'énergie primaire pour une quantité déterminée d'énergie finale comprend aussi la charge énergétique de toutes les étapes en amont de la production d'énergie.

Groupe (Suisse)* | Consommation d'énergie selon la source d'énergie
 2007, en pourcentage, énergie finale

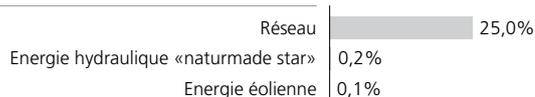
Chaleur



Carburants



Electricité



* La Poste Suisse plus CarPostal Suisse SA, InfraPost SA, Mobility Solutions SA, PostLogistics SA, PostMail SA, Swiss Post International SA.

Papier

A la Poste, l'impact environnemental de la consommation de papier est plutôt faible par rapport aux autres domaines (0,4% des nuisances totales). Entre 2000 et 2007, notre consommation de papier a pourtant augmenté de 68% pour atteindre plus de 158 millions de feuilles A4, soit 3630 feuilles par poste à plein temps et par an. Malgré diverses mesures, nous ne sommes pas parvenus à réduire la consommation absolue par rapport à 2007 (+0,5%). Toutefois, la consommation par poste à plein temps a diminué de 2% par rapport à 2007 pour atteindre 3630 feuilles.

Jusqu'à fin 2007, les offices de poste ont imprimé 7,5 millions de feuilles par an pour les seuls décomptes de caisse et décomptes totaux. Les bases légales ayant changé, ils peuvent désormais procéder à l'archivage numérique de ces documents et, partant, réduire leur consommation de papier de 7,5 millions de feuilles. Chaque année, 100 000 francs pourront ainsi être économisés.

Par ailleurs, la Poste utilise exclusivement du papier certifié FSC ainsi que des enveloppes constituées à 33% de papier recyclé. Le journal du personnel, le rapport de gestion et les nouvelles brochures sont eux aussi imprimés sur du papier FSC. Le label octroyé par le Conseil international de gestion forestière (FSC) garantit une exploitation respectueuse de l'environ-

nement et des valeurs sociales. Des organismes de certification indépendants contrôlent régulièrement les exploitations forestières du FSC et les entreprises chargées du traitement du bois, garantissant ainsi la traçabilité de la feuille de papier depuis son origine.

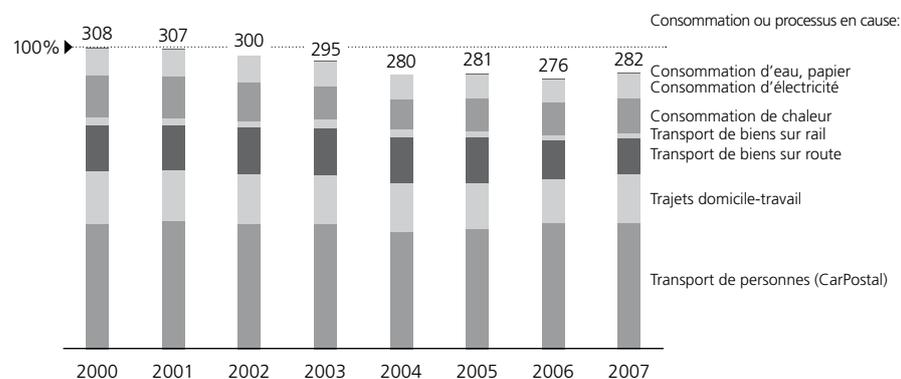
Eau

Grâce à différentes mesures, la consommation d'eau diminue depuis plusieurs années: l'introduction du nettoyage écologique et l'utilisation de tissus en microfibres permettent de renoncer aux détergents classiques. Lors de travaux de rénovation et de maintenance, des toilettes moins gourmandes en eau et des robinets avec économiseur d'eau ont été installés. La Poste a vendu ses stations de lavage des véhicules, activité désormais confiée à des entreprises tierces.

Climat

Au total, nous avons réduit de 8,5% notre impact climatique depuis 2000 et de 11,1% depuis 1998. Ces quatre dernières années, les émissions nocives pour le climat sont demeurées stables. Il est donc indispensable de renforcer notre engagement afin d'atteindre les objectifs du Protocole de Kyoto et d'EnergieSuisse. Nous sommes convaincus qu'avec l'introduction de la taxe sur le CO₂, notre stratégie d'anticipation (► 27-28) visant à améliorer l'efficacité énergétique nous permettra de tirer un avantage financier par rapport à la concurrence.

Groupe (Suisse)* | Impact climatique des gaz à effet de serre
2000 = 100%, équivalent 1000 t CO₂¹



* La Poste Suisse plus CarPostal Suisse SA, InfraPost SA, Mobility Solutions SA, PostLogistics SA, PostMail SA, Swiss Post International SA.

¹ Outre le dioxyde de carbone (CO₂), d'autres gaz, tels que le méthane ou le protoxyde d'azote, contribuent aux changements climatiques, leur impact par kilo étant parfois beaucoup plus important que celui du CO₂. Cette quantité de gaz, pondérée en fonction de son impact relatif sur le climat, est exprimée en équivalent de CO₂.

Déchets

Globalement, les quantités de déchets ont légèrement augmenté ces dernières années. En 2007, les déchets ont été analysés pour la première fois de façon détaillée. En raison de la charge environnementale plus élevée, les déchets spéciaux ont fait l'objet d'une attention particulière (p. ex. accus, tubes fluorescents, appareils électriques, dissolvants). Dans la mesure du possible, les déchets sont recyclés; c'est le cas de la plupart des appareils électriques, via SWICO. Dans de nombreux bâtiments de taille moyenne à grande, des dispositifs d'élimination permettent de procéder au tri sélectif. Le principe de ces dispositifs: éviter, recycler et éliminer dans le respect de l'environnement.

Incidents

En 2008, on n'a dénombré aucun incident impliquant des produits chimiques, des huiles ou des carburants et ayant un impact négatif sur le climat, les sols, l'eau, l'air, la biodiversité ou la santé de l'homme.

Impact sur l'environnement

L'impact global de la Poste sur l'environnement est mesuré dans le cadre du système de gestion de l'environnement (► 29) à l'aide d'un écobilan. (► 30) Ce dernier prend en compte la totalité du cycle de vie des produits et prestations de la Poste, de l'extraction des matières premières à l'élimination, en passant par l'utilisation. Le transport de voyageurs (CarPostal), le transport de marchandises (PostMail et PostLogistics), la consommation d'énergie (électricité et chaleur), l'utilisation de consommables (papier, eau, déchets) et les trajets des collaborateurs entre leur domicile et leur lieu de travail ont tous un impact sur l'environnement.

Cette étude complète montre que l'impact global sur l'environnement a diminué de 14,6% par rapport à 2000 (► 26) et même de 21,6% par rapport à 1998. Cela prouve que notre stratégie environnementale à long terme (► 27) est efficace et que nos efforts pour mettre en œuvre notre politique en la matière (► 25) n'ont pas été vains. Par rapport à 2007, l'impact global sur l'environnement a progressé de 2,2%, ce qui s'explique par des trajets domicile-travail plus longs et par une consommation accrue d'électricité et de chaleur.

Plus de la moitié des nuisances environnementales occasionnées par la Poste sont dues au transport de voyageurs et de marchandises. CarPostal est responsable des deux tiers de ces nuisances. Il ne faut toutefois pas perdre de vue que, dans le système de transport suisse, les transports routiers publics se substituent au transport individuel. Ainsi, un car postal de 40 places peut assurer à lui seul l'équivalent de 40 trajets en voiture.

«Ces dix dernières années, la Poste a réduit son impact sur le climat de plus de 11%.»

Sur les 66,8 millions de kilomètres parcourus en 2007, 64% l'ont été par la route et 36% par le rail. 80% du territoire au maximum ont été desservis, la moyenne s'établissant à 59%. Depuis 2000, CarPostal ne cesse d'améliorer son offre, entraînant une augmentation de 19% des kilomètres parcourus. Malgré tout, notre impact climatique est resté stable et la consommation d'énergie a diminué de 2% par rapport à 2000.

Groupe (Suisse)* | Performance écologique

2008 par rapport à l'année précédente

		2007	2006
Efficacité en termes de ressources et d'énergie			
Consommation d'énergie	GJ énergie primaire ¹	4 848 712	4 780 861
électricité	GJ énergie primaire ¹	2 173 516	2 061 443
chaleur	GJ énergie primaire ¹	591 315	562 487
carburants	GJ énergie primaire ¹	2 083 881	2 186 387
Consommation d'eau	m ³	391 400	456 178
Papier	mio. de feuilles A4	157,72	156,87
part du papier recyclable	%	36,9	11,9
Energies renouvelables			
Chaleur de sources renouvelables	% de la consommation de chaleur	12,1	9,3
Carburants renouvelables	% de la consommation de carburants	0,0	0,0
Electricité de sources renouvelables	% de la consommation d'électricité	0,9	1,0
Impact sur l'environnement			
Impact général sur l'environnement	mio. de points de pollution ²	301 665	295 212
Nuisances générales	équivalent t CO ₂ ³	281 861	276 201
Nuisances Transport de marchandises	équivalent t CO ₂ ³	41 938	44 605
rail	équivalent t CO ₂ ³	4 738	4 765
route	équivalent t CO ₂ ³	37 200	39 840
Nuisances Transport de personnes	équivalent t CO ₂ ³	128 000	128 500
Nuisances Trajets domicile-travail	équivalent t CO ₂ ³	50 270	44 520
Quantité totale de déchets	t	17 379	16 871

* La Poste Suisse plus CarPostal Suisse SA, InfraPost SA, Mobility Solutions SA, PostLogistics SA, PostMail SA, Swiss Post International SA.

1 La consommation d'énergie primaire est la consommation de ressources énergétiques non renouvelables comme le pétrole, le gaz, le charbon ou l'uranium. Contrairement à l'énergie finale qui ne prend en compte que la quantité d'énergie nécessaire à l'exploitation, la consommation d'énergie primaire comprend aussi toutes les étapes en amont de la production d'énergie.

2 L'évaluation de l'impact sur l'environnement se fonde sur la méthode de la pénurie écologique. Celle-ci permet de comparer entre elles les différentes charges sur l'environnement et d'en rendre compte au moyen d'un indicateur unique – les points de pollution – élaboré par l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) dans le cadre de la politique suisse de l'environnement.

3 Outre le dioxyde de carbone (CO₂), d'autres gaz, tels que le méthane ou le protoxyde d'azote, contribuent aux changements climatiques, leur impact par kilo sur le climat étant parfois sensiblement plus important que celui du CO₂. Cette quantité de gaz qui est pondérée en fonction de son impact relatif sur le climat est exprimée en équivalent de CO₂.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Mesures

Gestion de la flotte

La société du groupe Mobility Solutions SA (MoS) est responsable des quelque 13 000 véhicules motorisés de la Poste (voitures particulières, fourgonnettes, camions, scooters et véhicules spéciaux). Dans les achats, MoS privilégie les véhicules propres. En général, les véhicules de distribution restent sept ans en circulation. Leur durée d'utilisation varie en fonction du kilométrage et des coûts d'entretien annuels. Leur renouvellement obéit à des critères économiques. Les nouveaux véhicules disposent des moteurs et des techniques de filtrage des gaz d'échappement les plus modernes. La Poste mise également sur les carburants alternatifs, à condition toutefois qu'ils ne soient pas produits au détriment des denrées alimentaires. Avec 30 véhicules, elle possède l'une des flottes de véhicules au gaz naturel les plus importantes de Suisse. Celle-ci sera enrichie l'année prochaine d'une centaine de véhicules. Ces véhicules sont nettement moins polluants que les véhicules diesel: ils rejettent environ 90% d'oxydes d'azote (NO_x) en moins et un tiers d'hydrocarbures non méthaniques (NMHC; responsables de la formation d'ozone) en moins. De plus, ils ne rejettent quasiment aucune particule.

A l'automne 2008, la Poste a passé commande de 250 scooters électriques, peu polluants, pour la distribution du courrier dans les grandes villes et agglomérations. Elle gère ainsi la flotte de véhicules de distribution de ce type la plus importante en Europe. Non seulement ces scooters ne rejettent quasiment pas de CO₂, mais ils ne sont pas bruyants. D'autres alternatives telles que des fourgonnettes électriques, des voitures à bras et des vélos sont actuellement testés.

Pour l'acquisition et la mise à disposition de véhicules, la Poste collabore avec Mobility CarSharing Suisse.

En 2008, MoS a créé le Centre de compétences pour les solutions de mobilité durable, dont l'objectif est de suivre les évolutions concernant la technique, les carburants, l'environnement, les mesures politiques, etc. et de conseiller dans ce sens les services internes et externes de la Poste. Ainsi, durant l'année sous revue, les responsables des véhicules chez PostLogistics ont été conseillés pour l'achat de fourgonnettes roulant au gaz.

La Poste a bénéficié des premières prestations de conseil gratuites prodiguées par le service de la ville de Berne dédié à la mobilité. Il s'agit d'améliorer la mobilité générale de l'entreprise, notamment l'infrastructure pour les vélos, l'offre de places de stationnement, l'état de la flotte et l'offre de transports publics.

Transports de marchandises

Compte tenu des impératifs financiers et des contraintes de délais auxquels est soumis le transport de marchandises, on a assisté ces dernières années à un transfert du rail vers la route. Malgré tout, l'impact climatique des transports de marchandises a diminué de 20% depuis 2000. Nous nous efforçons de fournir des prestations de transport les plus écologiques possibles. Afin de réduire des émissions telles que les poussières fines ou les oxydes d'azote, nous mettons en œuvre des solutions logistiques et techniques. Cela nous a permis de réduire notre impact global sur l'environnement de 38% depuis 2000.

Nos mesures sont les suivantes: répartition idéale entre le rail et la route, planification intelligente de nos trajets, gestion de notre flotte intégrant les aspects environnementaux et utilisation de véhicules peu polluants. Bien entendu, nous appliquons toutes ces mesures en tenant compte des contraintes de coûts dictées par la concurrence. L'utilisation de systèmes de gestion des transports permet d'identifier des synergies et, partant, d'éviter les trajets en double. Des applications de banques de données nous aident à réduire encore davantage le nombre de trajets à vide.

Depuis août, PostLogistics utilise 15 camions à deux niveaux, doublant ainsi le volume chargé par trajet. Cela devrait lui permettre chaque année de parcourir un million de kilomètres en moins et d'économiser environ 300 000 litres de diesel, soit une réduction des émissions de CO₂ d'un peu plus de 800 tonnes. L'extension de la flotte de camions à deux niveaux est actuellement examinée.

Soucieuse de réduire encore plus les émissions de CO₂, la Poste forme ses conducteurs à la conduite écologique (cours «Eco-Drive»).

Transports de voyageurs

CarPostal réduit sa charge environnementale principalement par le biais de trois mesures: adéquation, dans la mesure du possible, entre la capacité des véhicules et le nombre de voyageurs, achat de véhicules munis des tout derniers dispositifs de filtrage des gaz d'échappement et utilisation de diesel vert. Couplé à un moteur et à un pot catalytique modernes, ce carburant permet d'éliminer une grande partie des rejets polluants soumis à des valeurs limites.

CarPostal a équipé de filtres à particules encore 400 de ses véhicules et parcourt désormais plus de 75% des distances avec des véhicules propres. Depuis 2006, l'unité s'efforce de ne plus acheter que des bus neufs respectant la norme EEV (Enhanced Environmentally Friendly Vehicles), plus stricte que la norme Euro 5 qui entrera en vigueur cette année. En vue de réduire encore la consommation de carburant, nous équipons les véhicules d'un dispositif d'affichage de la consommation de carburant qui indique en permanence au conducteur cette consommation. Des essais pilotes ont montré que l'affichage peut permettre d'économiser jusqu'à 5% de carburant chaque jour.

CarPostal est membre de la «Klimaplatzform der Wirtschaft» (plateforme climatique de l'économie), initiée par la ville de Berne, l'agenda 21 local (LA21) et des entreprises engagées. Les membres, qui lancent ensemble des projets, visent une réduction de 10% des émissions de CO₂ et de la consommation d'énergie fossile dans la ville de Berne d'ici à 2015. CarPostal participe à un projet de réduction de la consommation de diesel.

Mobilité du personnel

Chaque jour, les collaborateurs de la Poste parcourent plus d'un million de kilomètres entre leur domicile et leur lieu de travail, soit près de trois fois la distance entre la Terre et la Lune. Plus de la moitié de ces trajets sont effectués en voiture, un peu plus d'un tiers en transports publics et environ 5% à pied ou à vélo. Les trajets des collaborateurs participent à l'impact global de la Poste sur l'environnement à hauteur de 12,6%, soit plus des trois quarts de l'impact dû au transport de marchandises (14,8%) et près de trois fois plus que celui dû au chauffage des bâtiments de la Poste.

Pour inciter ses employés à emprunter les transports publics, la Poste leur offre, conformément à la CCT Poste, un abonnement demi-tarif. Tous les apprentis de La Poste Suisse et des sociétés du groupe se voient, eux, offrir un abonnement général (AG), les collaborateurs bénéficiant d'un rabais de 20% pour l'achat d'un AG, également valable pour les AG à prix réduit (AG jeune, senior, Plus Familia partenaire, Plus Familia jeune, Plus Duo partenaire, etc.).

En 2008 aussi, la Poste a soutenu l'action «bike to work» («à vélo au boulot») lancée par PRO VELO Suisse et a représenté le contingent le plus important de participants avec 1953 collaborateurs. Au mois de juin, ceux-ci se sont rendus au travail à vélo pendant au moins la moitié de leurs journées de travail et ont ainsi parcouru en moyenne 14 km pendant 14 jours.

Pour les voyages d'affaires, les collaborateurs utilisent en règle générale les transports publics. De plus, Mobility CarSharing met à leur disposition 1850 véhicules – dont 65 modèles hybrides – répartis sur plus de 1000 sites. Les collaborateurs utilisant un véhicule privé écologique pour les voyages d'affaires reçoivent des indemnités kilométriques de 20% supérieures aux autres. Les voyages d'affaires virtuels sont encore plus écologiques et économiques. Ils sont possibles grâce aux e-meetings (visioconférence). Au début de la réunion ou de la formation, les participants se connectent à une salle virtuelle dans laquelle se déroule une visioconférence. Ils peuvent ainsi voir en temps réel les autres interlocuteurs et communiquer avec eux.

Infrastructure

Pour rénover et réaménager ses bâtiments, la Poste mise sur la norme Minergie et, pour les constructions, elle étudie la mise en œuvre de la norme Minergie-P. Il s'agit d'un label de qualité énergétique englobant l'enveloppe des bâtiments, la production de chaleur pour le chauffage et l'eau chaude ainsi que l'aération. Les bâtiments certifiés Minergie-P consomment encore moins d'énergie: leur isolation thermique est meilleure et les exigences en termes d'étanchéité à l'air de l'enveloppe du bâtiment et de besoins de puissance thermique sont plus importantes. Ils doivent impérativement utiliser des énergies renouvelables et la consommation électrique des appareils doit être plus faible. Les nouveaux centres courrier et les centres colis mis en service en 2000 sont certifiés Minergie. Par rapport aux bâtiments classiques, la facture énergétique a pu être réduite de deux tiers.

«La Poste mise sur Minergie pour les travaux de transformation voire sur Minergie-P pour les constructions.»

Technologies de l'information

L'unité Immobilier n'achète plus que des appareils de classe d'efficacité énergétique A, mettant ainsi en œuvre la norme de pratique d'excellence pour la réalisation des objectifs climatiques PostEurop. L'étiquetteEnergie indique la consommation d'électricité d'appareils électroménagers et de lampes et elle informe sur leur efficacité énergétique.

Au centre de calcul de la Engehalde, à Berne, PostFinance recourt durant dix mois de l'année aux eaux fluviales pour la climatisation, puisant pour cela dans le cours de l'Aar. Depuis le réaménagement, les économies annuelles se chiffrent à environ 2,2 millions de kWh, soit 235 000 francs au plus.

Les serveurs virtuels remplacent de plus en plus les serveurs physiques, ce qui, en termes d'exploitation et de refroidissement, permet de gagner de la place et d'économiser de l'énergie. La Poste gère quelque 1600 serveurs, dont déjà plus de 200 sont devenus virtuels en 2008, ce qui permet d'économiser chaque année environ 1500 MWh et de la place.

La Poste recourt désormais à la téléphonie IP via le réseau informatique. 850 centrales téléphoniques ont été remplacées par 15 serveurs équipés du logiciel de téléphonie, ce qui correspond à une économie annuelle d'énergie électrique de près de 18 000 MWh et d'environ 200 m³ de volume occupé par les installations. De plus, les déplacements qu'entraînait la maintenance sur site ne sont plus nécessaires. Ce passage à la téléphonie IP sera achevé fin 2010.

Produits

PostFinance a lancé quatre «fonds à thèmes» tenant compte de critères écologiques et sociaux et émis par des tiers: ils contiennent des actions d'entreprises qui mettent l'accent sur l'écologie, la durabilité sociale, les énergies renouvelables ou le climat.

Depuis cette année, particuliers et entreprises peuvent envoyer leurs lettres et colis sans impact sur le climat. La Poste a développé en 2008 un modèle de compensation des émissions de CO₂ et préparé son lancement.

Biodiversité

En vue de préserver et de favoriser la biodiversité, des mesures spéciales ont été mises en œuvre sur les sites des deux nouveaux centres courrier d'Eclépens et de Härkingen, certifiés Minergie (pour le centre courrier de Zurich-Mülligen, la marge de manœuvre en la matière était limitée étant donné qu'il s'agissait de transformer un bâtiment existant). Les deux centres sont dotés de grandes halles d'un niveau avec des bureaux et des parties communes en mezzanine. Le bâtiment est entouré de quais où peuvent être chargés et déchargés des camions et des conteneurs. A l'exception des vasistas, les toits sont plantés, ce qui a des répercussions positives sur la faune et la flore et crée un climat agréable l'été. La pelouse sur le toit et la couche de terre stockent l'eau de pluie et la réintègrent dans le cycle naturel de l'eau via l'évaporation. Les surfaces extérieures qui ne servent pas à la circulation ne sont pas imperméabilisées, l'eau de pluie peut s'y infiltrer.

Formation

La formation en ligne «L'écologie à la Poste» apprend aux collaborateurs comment économiser le carburant, l'énergie, la chaleur, l'eau et le papier. La Poste entend sensibiliser ses collaborateurs à une gestion des ressources respectueuse et économiser des coûts. L'outil didactique, modulaire, transmet les informations de manière divertissante et ludique.

Perspectives

Les risques futurs et leurs répercussions économiques

Les entreprises de logistique sont les plus concernées par les effets du changement climatique et sont celles qui y sont les moins bien préparées, c'est ce qui ressort d'une étude de la société KPMG consacrée aux risques futurs et à leurs répercussions. Le secteur des transports, responsable dans une large mesure des rejets de CO₂ à l'échelle mondiale avec une part de près de 13% (source: Conseil de l'ONU sur le climat), est dans le collimateur des législateurs.

Dans son analyse, KPMG identifie quatre risques: les risques physiques ainsi que les risques liés à la régulation, à la réputation et aux processus. Leur ampleur varie selon le secteur et la région, mais, globalement, on constate qu'ils augmentent et développent leur propre dynamique, quelle que soit la vitesse à laquelle progresse le changement climatique. A moyen terme, la mobilité sera plus chère du fait de prescriptions, de taxes sur les véhicules polluants, de péages et autres taxes qui toucheront en particulier le transport aérien et routier. Outre la régulation, le risque lié aux phénomènes météorologiques augmente aussi; ceux-ci peuvent conduire à une hausse des retards et des accidents et occasionner des dommages à l'infrastructure. La prise de conscience écologique accroît le risque d'une perte d'image. On peut en déduire que les risques liés au changement climatique sont globalement sous-estimés en ce qui concerne le secteur des transports. Ce dernier semble être insuffisamment préparé aux risques, par exemple une hausse des coûts due à une plus grande régulation ou une plus grande probabilité de dommages et de retards. Toutefois, tous les domaines du secteur des transports ne seront pas concernés au même degré par les risques découlant du changement climatique. Ainsi, le transport ferroviaire pourrait tirer parti des taxes plus élevées sur le transport aérien et routier.

Initiatives sectorielles à l'échelle internationale (PostEurop / IPC)

L'association PostEurop, dont font partie 50 opérateurs postaux européens, a défini dans son programme de protection du climat lancé en 2007 un objectif de réduction des émissions de CO₂ de 10% ces cinq prochaines années. La Poste Suisse a participé à la définition de ce programme, qu'elle soutient avec 17 autres opérateurs postaux.

L'association des 24 principales entreprises postales du monde, l'International Post Corporation (IPC), a développé, dans le cadre de son initiative pour la protection du climat, un système de mesure et de surveillance. L'objectif premier est de mettre en place un benchmarking permettant aux entreprises internationales de se comparer entre elles et d'échanger des pratiques d'excellence. Au sein de l'IPC, la Poste s'engage également activement pour la protection du climat.

Sponsoring

L'engagement culturel et sportif de la Poste est primordial pour l'image de l'entreprise. Le sponsoring de manifestations ciblées véhicule des qualités ainsi que nos valeurs fondamentales de dynamisme, de partenariat et de crédibilité. En 2008, les dépenses de sponsoring avoisinaient les 14,4 millions de francs. Depuis 2005, la Poste axe son sponsoring sportif sur la course à pied. Elle apporte son soutien à Swiss Runners, organisation faitière des 25 principales courses pédestres de Suisse, dont la Course Féminine Suisse, la Course de Chiètres et la Course de la Saint-Sylvestre à Zurich. Elle a aussi subventionné directement la plupart de ces manifestations.

L'engagement de la Poste en faveur de la course à pied sert notamment à motiver ses collaborateurs qui, en 2008, ont pu profiter de plus de 2500 départs gratuits aux courses Swiss Runners et participer aux séminaires sportifs ouverts à tous. La Poste a en outre formé sa première équipe de course à pied, qui rassemble les meilleurs coureurs de Suisse. Les athlètes ont préparé des classes scolaires à la participation à une course. Les écoliers des régions de Berne, de Bienne et de Zurich se sont entraînés durant huit semaines et ont pris part avec leur classe à la Course féminine de Berne, aux courses de Bienne et à la Course zurichoise de la Saint-Sylvestre. Il s'agissait de leur transmettre la passion de la course à pied.

PostFinance est sponsor principal de la Ligue Suisse de Hockey sur Glace (LSHG) et de la Ligue Nationale. Dans le cadre du projet «Top Scorer», elle a versé 441 400 francs aux sections junior des clubs et de la ligue pour la saison 2007/2008. L'unité est également sponsor principal de l'équipe nationale de course d'orientation, couronnée de succès, et s'engage là aussi pour les espoirs par le biais du programme «sCOOL». Elle soutient également la relève dans d'autres disciplines sportives à travers la Fondation de l'Aide Sportive Suisse.

La patinoire à Berne s'appelle désormais la PostFinance Arena, expression du solide engagement de PostFinance pour ce sport. C'est là que se tiendra en 2009 le championnat du monde de hockey sur glace.

«Le championnat du monde de hockey sur glace se tiendra à la PostFinance Arena à Berne.»

Dans le domaine culturel, PostFinance apporte son soutien à de grands festivals de musique ainsi qu'à Good News et à Live Music Production, les deux principaux organisateurs de concerts en Suisse. Parallèlement, elle organise depuis 13 ans une série de concerts de musique classique baptisés PostFinance Classics. Elle s'engage également en faveur de la relève dans le domaine culturel en soutenant l'Orchestre Symphonique Suisse de Jeunes. La Poste est à l'origine de la fondation du Musée de la communication de Berne et sponsor principal du Salon International du Livre et de la Presse de Genève. Dans le domaine du cinéma, elle est présente dans toutes les régions linguistiques. Elle est partenaire de longue date du Festival international du film de Locarno, le plus grand rendez-vous du 7^e art de Suisse, et des Journées de Soleure, vitrine du cinéma helvétique. Depuis 2008, elle est également le principal sponsor des Visions du Réel de Nyon, le plus célèbre festival de cinéma en Suisse romande, et co-partenaire du Zurich Film Festival.

Quatre apprentis de la Poste suivent actuellement une formation d'employé(e) de commerce dans le cadre d'une section sport-études à l'Ecole professionnelle d'administration de Berne. Effectué en quatre ans au lieu des trois habituels, ce cursus permet aux apprentis de consacrer environ 25% de leur temps à l'entraînement et aux compétitions. Notre entreprise prouve ainsi qu'elle est également un employeur intéressant pour les sportifs de haut niveau.

L'Association Sport + Culture Poste Suisse réunit 110 groupements sportifs et culturels de La Poste Suisse et de Swisscom SA et compte plus de 8000 membres. Elle organise chaque année de nombreuses manifestations nationales et régionales. La Poste offre ainsi à ses collaborateurs une plateforme importante pour leurs activités extraprofessionnelles.

Groupe | Sponsoring

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Sponsoring sportif	mio. CHF	12,65	9,75
Sponsoring culturel	mio. CHF	4,27	4,65

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

Engagement

■ Pro Juventute et Pro Patria

Nous soutenons les fondations Pro Juventute et Pro Patria en émettant chaque année deux séries de quatre timbres vendus avec un supplément qui leur est reversé. La première institution se mobilise pour répondre aux besoins des enfants et des adolescents de Suisse et défendre leurs droits; la seconde apporte son soutien financier à des projets de sauvegarde du patrimoine culturel et à des actions sociales.

■ Action «2 x Noël» et opération «Père Noël»

L'action «2 x Noël» a permis de récolter l'an passé près de 62 500 colis (contre 65 000 l'année précédente), qui ont ensuite été distribués par la Croix-Rouge à des personnes démunies dans tous les cantons de Suisse et à des institutions sociales en Bosnie-Herzégovine, en Biélorussie et en Moldavie. Par ailleurs, la Poste fait chaque année le bonheur des enfants qui écrivent au Père Noël. En 2008, ils étaient 16 401 à recevoir une réponse agrémentée d'un petit cadeau dans le cadre de l'opération «Père Noël».

■ Chaîne du Bonheur

Nous soutenons les appels aux dons de la Chaîne du Bonheur en prenant à notre charge les frais de versement. Ces derniers avoisinaient les 35 000 francs l'an dernier. La Chaîne du Bonheur a organisé des journées de collecte nationale au profit des victimes de catastrophes naturelles telles que les inondations en Asie et les cyclones au Mexique et dans les Caraïbes.

Groupe | Engagement

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Engagement social/cadeaux/dons	mio. CHF	3,22	3,43

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées. (► 99)

■ Kulturpreis Deutsche Sprache

La Poste s'est vu décerner le Kulturpreis Deutsche Sprache à Kassel (D) dans la catégorie institutionnelle. Chaque année, la fondation Erhard Schöck et l'association Verein Deutsche Sprache (VDS) récompensent des entreprises pour les efforts qu'elles déploient en faveur de la langue allemande.

Rapport de gestion 2008

4	Interviews
22	Préface
25	Aperçu
31	Profil de l'entreprise
49	Evolution de l'activité

Sommaire

Gestion

120	Responsabilité
120	Vision
120	Valeurs fondamentales
120	Société
121	Gestion des risques
121	Principes
121	Organisation
121	Risques
122	Gouvernement d'entreprise
122	Principes et directives
122	Structure du groupe
122	Statut juridique et propriété
122	Gestion par la Confédération
122	Présentation des comptes du service universel
123	Structure du capital
123	Conseil d'administration
123	Composition
124	Changements
124	Structure d'organisation
125	Règlement des compétences
125	Instruments d'information et de contrôle
126	Direction du groupe
126	Composition
126	Changements
127	Indemnisation
127	Politique
127	Fixation des indemnités
127	Montant des indemnités
127	Organe de révision
128	Politiques et principes
128	Gestion et collaboration
128	Concurrence
128	Personnel
128	Formation professionnelle
129	Sécurité
129	Environnement
129	Achats

130	Instruments de gestion
130	Innovation
130	Groupes de dialogue
131	Capital intellectuel
131	Qualité
131	Environnement
131	Sécurité
131	Chaîne d'approvisionnement
132	Rapport financier
196	Informations détaillées

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

Les montants figurant dans le rapport de gestion sont arrondis. Le chiffre 0 est une valeur arrondie indiquant que la valeur présentée est inférieure à la moitié de l'unité utilisée.
Un trait (-) à la place d'un chiffre signifie que la valeur est nulle (inexistante).

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (▶) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2008links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

Responsabilité

Vision

La vision est la ligne directrice suprême de La Poste Suisse. (► 8) Se fondant sur la législation postale (► 4) et les objectifs stratégiques assignés par le Conseil fédéral (► 1-2), elle a été remaniée et adaptée en 2006. Document fondamental, la vision de la Poste constitue un outil de gestion essentiel. Elle «jalonne son parcours».

Le principal message de la vision peut se résumer comme suit: «La Poste, qui assure la desserte de base, contribue à la prospérité générale tout en assumant ses responsabilités sociales». Par ailleurs, six principes définissent les objectifs les plus importants de la Poste en relation avec son propriétaire, la société, la clientèle et le personnel:

- Nous créons une valeur ajoutée pour la clientèle et l’entreprise.
- Nous demeurons leaders dans notre activité de base.
- Nous nous développons de façon profitable.
- Nous progressons avec nos clients, ensemble.
- Nous sommes forts grâce à nos collaborateurs.
- Nous préparons l’avenir avec nos partenaires.

Valeurs fondamentales

Les trois valeurs fondamentales «dynamique», «crédible» et «partenariale» cimentent la vision de la Poste. Elles sont la pierre de touche de nos réflexions et de nos actions quotidiennes. Elles expriment en outre la manière dont la Poste et son personnel souhaitent être perçus de l’extérieur. Servant d’exemples, elles sont donc contraignantes. (► 17)

«Dynamique, crédible et partenariale: les trois valeurs fondamentales de la Poste.»

«Dynamique» signifie que la Poste, en tant qu’entreprise autonome, évolue dans un environnement concurrentiel. Elle supporte la compétition née de la concurrence et réalise des bénéfices. Il doit être facile de faire des affaires avec la Poste.

«Crédible» signifie que la Poste fournit ses prestations en contact étroit avec la population et les milieux économiques, et qu’elle tient ses promesses. Nos partenaires peuvent se fier à la Poste.

«Partenariale» décrit les rapports entre les collaborateurs, de même qu’avec les partenaires et les clients, qui se manifestent par l’estime mutuelle, par un comportement juste et honnête et par une communication franche. La Poste est une entreprise performante grâce à ses partenaires.

Société

La Poste entend répondre aux attentes de la société qui souhaite qu’elle soit gérée dans l’optique d’un développement durable, proposer à sa clientèle des prestations ad hoc et être un employeur soucieux de l’environnement pour son personnel. Dans son concept global sur le développement durable, la Poste a précisé sa position sur le sujet et posé des fondements en la matière en privilégiant la protection du climat. (► 28) En 2008, elle a mis en place l’organe Développement durable. (cf. paragraphe «Instruments de gestion», page 130)

Gestion des risques

Principes

La Poste Suisse considère une gestion des risques efficace et anticipative comme une tâche de direction créatrice de valeur et comme une fonction clé de l'action entrepreneuriale (► 33). Il s'agit, non pas d'éviter tout risque, mais de créer des marges de manœuvre qui permettront d'affronter les risques. La gestion maîtrisée des risques doit permettre d'exploiter systématiquement les opportunités existantes et d'accroître le résultat de l'entreprise. Elle aide à la réalisation des objectifs commerciaux en présentant les risques de façon transparente (en tant que base pour les décisions stratégiques et opérationnelles), en identifiant des risques potentiels sur le plan des capitaux, des recettes et des finances, en classant les risques et la nécessité d'agir par ordre de priorité ainsi qu'en prenant des mesures visant à limiter les risques à un niveau acceptable.

Organisation

Le Conseil d'administration définit les lignes directrices suprêmes et les principes fondamentaux du système de gestion des risques de la Poste et approuve la politique des risques définie par la Direction du groupe. (► 33) Les gestionnaires des risques au niveau du groupe et des unités gèrent le processus et s'assurent que les risques ont été décelés et entièrement intégrés dans les systèmes de mesure et de reporting correspondants.

La gestion des risques s'intègre dans le processus stratégique annuel du groupe. Les thématiques prises en considération lors de ce processus sont les suivantes: stratégie et environnement, clientèle/marché, fourniture de prestations, politique des prix, projets/prestations externes, reporting/controlling, sécurité, dommages propres et dommages couverts par la responsabilité civile, gestion du personnel, technologies de l'information, finances, gouvernement d'entreprise, aspects juridiques, communication/image.

La Poste a introduit dans l'unité du groupe PostFinance une gestion adéquate des risques financiers. Les risques commerciaux spécifiques à PostFinance – marché, liquidités, crédit et opérations – sont gérés au moyen d'instruments et de méthodes usuels dans la branche, sachant que la gestion des risques de PostFinance se fonde sur les pratiques d'excellence du secteur financier et les applique en fonction de ses particularités. La gestion des risques de PostFinance identifie, mesure et contrôle les risques et le respect des limites, indépendamment des activités opérationnelles, et fournit les conclusions ad hoc aux organes de surveillance compétents. En cas de dépassement des limites, des mesures prédéfinies sont immédiatement mises en œuvre. Le traitement professionnel des risques financiers chez PostFinance garantit d'une part la sécurité des fonds des clients et, d'autre part, la capacité de rendement durable de l'unité du groupe PostFinance et de l'entreprise dans son ensemble.

Risques

En 2008, La Poste Suisse a identifié et analysé douze risques principaux, pour lesquels elle a ébauché des scénarios et, dans la mesure du possible, élaboré des mesures. Il s'agit de risques présentant une étendue potentielle des dommages de 50 millions de francs au moins. Quatre de ces risques concernent les conditions-cadres (politiques), quatre sont des risques de marché et quatre sont de nature endogène. Onze autres risques sont étudiés à titre préventif et, dans la mesure du possible, pilotés activement. Exemples: le plan de la Poste en cas de pandémie, les mesures préventives pour les dommages causés par des tremblements de terre ou les questions touchant à la démographie.

Pour en savoir plus sur la gestion des risques de la Poste, se reporter au rapport financier, page 175.

Gouvernement d'entreprise

Principes et directives

Les directives de la Bourse suisse relatives au gouvernement d'entreprise ne s'appliquent en principe qu'aux sociétés cotées en bourse. Cependant, La Poste Suisse agit en s'y conformant, dans la mesure où leur respect est tout aussi primordial pour un établissement de droit public détenant un mandat de desserte de base.

Une entreprise se doit d'être crédible et digne de confiance. La Poste Suisse jouit déjà dans une large mesure de ces deux avantages. Un gouvernement d'entreprise efficace doit aussi y contribuer. Etablissement autonome de la Confédération, La Poste Suisse est chargée par le législateur d'assurer dans l'ensemble du pays un service universel (► 3-5). Composé de services postaux et de services de paiement, ce service universel répond aux divers besoins de la clientèle, du personnel et du public qui réclament également une certaine transparence. Bien que La Poste Suisse ne soit pas une société cotée en bourse, son rapport de gestion se fonde sur les directives de la Bourse suisse en matière de gouvernement d'entreprise. Cette publication est toutefois établie en fonction de spécificités réglementaires, lesquelles résident avant tout dans la forme juridique, le mandat de desserte de base de la Poste et le statut de propriétaire de la Confédération.

Structure du groupe

Statut juridique et propriété

Maison mère du groupe Poste, La Poste Suisse est un établissement autonome de droit public doté d'une personnalité juridique propre. La Confédération en est la seule propriétaire. Les lois fédérales sur la poste et sur l'organisation de la Poste décrivent en principe le mandat de l'entreprise ainsi que les attributions de ses organes. Les tâches opérationnelles relèvent des unités du groupe PostMail, PostLogistics, PostFinance, CarPostal, Swiss Post International, Réseau postal et vente, Clients stratégiques et solutions, de l'unité Philatélie ainsi que des sociétés du groupe correspondantes (cf. organigramme en page 35). Aucune société du groupe n'est cotée en bourse. Les principes de gestion sont les mêmes dans tout le groupe et s'appliquent à toutes les unités opérationnelles. Une vue d'ensemble des sociétés du groupe et des sociétés associées incluses dans le périmètre de consolidation de La Poste Suisse est présentée en page 181.

Gestion par la Confédération

Le Conseil fédéral assigne à la Poste des objectifs stratégiques (► 1-2), lesquels sont adaptés périodiquement, en général tous les quatre ans (cf. paragraphe «Directives», page 40). A des fins de pilotage et de surveillance, la Confédération, en sa qualité de propriétaire, reçoit notamment le rapport de gestion de la Poste (rapport annuel, bilan avec annexe, compte de résultat, rapport de l'organe de révision ainsi que comptes consolidés et rapport du réviseur sur les comptes consolidés), qu'il lui appartient d'approuver. Elle reçoit en outre un rapport annuel sur l'état de réalisation des objectifs stratégiques, un rapport sur le personnel, conformément à la loi sur le personnel de la Confédération, un rapport relatif à l'ordonnance sur les salaires des cadres ainsi que le rapport annuel destiné à l'Autorité de régulation.

Outre le DETEC, le Conseil fédéral a chargé le Département fédéral des finances (DFF) d'exercer les droits de propriété. Par ailleurs, des rencontres ont lieu régulièrement entre représentants du DETEC et du DFF et les responsables de la Poste. Au nombre de cinq en 2008, elles ont notamment porté sur la marche des affaires, les comptes annuels, le rapport sur la réalisation des objectifs stratégiques, la distribution du bénéfice à la Confédération, la planification stratégique de l'entreprise 2008–2010, l'assainissement de la caisse de pensions ainsi que la succession du directeur général et du président du Conseil d'administration.

Présentation des comptes du service universel

La Poste est tenue de présenter à son propriétaire et à l'Autorité de régulation postale les coûts, les recettes et les résultats du service universel et des services libres ainsi que les coûts du réseau postal couvrant l'ensemble du territoire. La présentation réglementaire des comptes diffère des normes IFRS (International Financial Reporting Standards) et suit la directive spécifique de l'Autorité de régulation postale concernant la présentation des coûts du service universel et la preuve du respect de l'interdiction des subventions croisées. KPMG, l'organe de contrôle mandaté par l'Autorité de régulation postale, vérifie chaque année que la Poste a bien rempli ces exigences. En 2008, les coûts du service universel selon la présentation réglementaire se sont montés à 3,8 milliards de francs environ. Jusqu'à présent, ils ont pu être couverts, conformément au modèle de financement de la première réforme postale de 1997, par les recettes du monopole et des services non réservés.

«Le réseau optimal se compose de 700 points d'accès gérés en propre et de 1000 sites exploités par des tiers.»

Depuis l'exercice 2007, la participation aux coûts d'infrastructure comprend, selon la directive de l'Autorité de régulation postale de fin 2007, les coûts structurels (coûts fixes) du dépôt et de la vente en dehors du réseau postal (nécessaire à son fonctionnement). Le réseau optimal se compose de 700 points d'accès gérés en propre et de 1000 sites exploités par des tiers. La participation aux coûts d'infrastructure ainsi définie est un simple calcul théorique et n'a aucune influence sur le résultat financier de la Poste. Elle sert uniquement à appliquer les instructions de l'Autorité de régulation postale relatives à la présentation des comptes. Au cours de l'exercice, la participation aux coûts d'infrastructure était de 204 millions de francs (valeur non vérifiée) contre 212 millions en 2007.

Structure du capital

Lors de l'établissement du bilan d'ouverture de l'entreprise au 1^{er} janvier 1998, la Confédération a pourvu la Poste d'un capital de dotation non rémunéré de 1,3 milliard de francs. A partir de 2004, la Poste a versé chaque année à la caisse de pensions un capital atteignant plusieurs centaines de millions de francs, comblant ainsi le déficit en matière de couverture qui a découlé du transfert dans la Caisse de pensions Poste. Le reste du bénéfice a été affecté, par une thésaurisation, aux fonds propres du groupe. Au 31 décembre 2008, soit après affectation du bénéfice consolidé de l'exercice, ceux-ci s'élevaient à 2,857 milliards de francs, se situant ainsi toujours sous la valeur requise (habituelle pour la branche) de 3,491 milliards de francs. Après 2007, la Poste versera pour la deuxième fois à la Confédération une partie de son bénéfice (probablement 170 millions de francs). Le mouvement des fonds propres au 31 décembre 2008 est indiqué en page 136 du rapport financier.

Conseil d'administration Composition

Le Conseil d'administration de La Poste Suisse était composé, au 31 décembre 2008, de neuf membres, tous nommés par le Conseil fédéral pour quatre ans en principe. Ce dernier en désigne également le président et veille, lors de l'élection du Conseil d'administration, à une représentation adéquate des sexes et des régions. Conformément au principe de la séparation des pouvoirs entre le Conseil d'administration et la Direction du groupe et à la loi sur l'organisation de la Poste, le Conseil d'administration assume une fonction de contrôle et de surveillance, mais aussi de pilotage dans les questions stratégiques.

Groupe | Composition du Conseil d'administration et participation aux comités au 31.12.2008

Nom	Fonction	Comités	Nationalité	Au Conseil d'administration depuis:
Anton Menth	Président	Comité Personnel (président), Comité de révision	CH	2002
Claude R. Béglé	Membre	Comité Personnel	CH	2008
Susanne Blank	Membre		CH	2008
Jean-Marc Eggenberger	Membre		CH	2003
Dominique Freymond	Membre	Comité Personnel	CH	2002
Rudolf W. Hug	Membre	Comité Personnel, Comité de révision (président)	CH	1998
Peter Thomas Sany	Membre	Comité de révision	CH	2002
Nicola Thibaudeau	Membre	Comité Personnel	CH, CAN	2006
Wolfgang Werlé	Membre	Comité de révision	DE	2002

Les membres n'entretiennent pas de relations d'affaires avec La Poste Suisse ni avec ses sociétés; aucun d'entre eux n'a assumé de fonction dirigeante au sein de La Poste Suisse ou de l'une des sociétés du groupe au cours des trois dernières années. En vertu de la législation postale, le personnel doit être représenté de manière appropriée au Conseil d'administration. En 2008, les représentants étaient Lucrezia Meier-Schatz, remplacée par Susanne Blank à partir de juin, et Jean-Marc Eggenberger.

Changements

En juin, Susanne Blank a succédé à Lucrezia Meier-Schatz, démissionnaire. Claude R. Béglé est entré au Conseil d'administration début octobre en qualité de membre et de président désigné. En avril 2009, il remplacera Anton Menth, qui a atteint la limite d'âge prescrite.

Structure d'organisation

Rôle et méthode de travail du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration approuve les fondements de la politique d'entreprise, la stratégie du groupe, y compris la planification financière stratégique, le système des prix à l'intention du DETEC, les normes de présentation des comptes, le budget, le rapport à l'intention du propriétaire et de l'Autorité de régulation postale ainsi que les grands projets stratégiques. Il nomme en outre les membres de la Direction du groupe, approuve les conventions collectives de travail et les salaires des membres de la Direction du groupe. Le Conseil d'administration s'est réuni dix fois au cours de l'exercice. Parmi les dossiers qu'il a traités figurent la marche des affaires, la clôture des comptes 2007, le budget 2008, la planification stratégique de l'entreprise pour 2009 – 2011, la révision complète de la législation postale, REMA, la succession du directeur général, le controlling de projet et la stratégie des marques. Le directeur général et le responsable de l'unité Finances participent généralement aux séances du Conseil d'administration, avec voix consultative. En fonction de l'ordre du jour, d'autres membres de la Direction du groupe, des experts internes et externes ou des membres de l'unité Révision interne peuvent également y assister.

Hormis l'élection de son président par le Conseil fédéral, le Conseil d'administration se constitue lui-même. Le président du Conseil d'administration nomme un secrétaire qui n'en est pas membre. La limite d'âge de 70 ans vaut pour tous les membres. En outre, deux comités permanents, investis d'une fonction consultative et au sein desquels siège d'office le président du Conseil d'administration, sont chargés de préparer les décisions (comité de révision et comité Personnel). Aucune représentation réciproque au sein des conseils d'administration n'existe entre la Poste et d'autres entreprises.

Le président du Conseil d'administration dirige les séances de l'organe et le représente à l'extérieur. Il exerce la haute surveillance sur la Direction du groupe, soumet des propositions pour la nomination des membres de la Direction du groupe et échange des informations avec le directeur général. Il approuve en outre le programme de révision annuel de l'unité Révision interne.

Comité de révision

Composé de quatre membres – Rudolf W. Hug (président), Anton Menth, Lucrezia Meier-Schatz puis Wolfgang Werlé (à partir de juin) et Peter Thomas Sany – le comité de révision assiste le Conseil d'administration, notamment dans le cadre des tâches liées à l'examen de la comptabilité et du Rapport financier. Il est responsable de la création et du développement de structures de surveillance internes appropriées et veille au respect des dispositions légales. Enfin, il évalue à intervalles réguliers la gestion des risques de la Poste et le respect de l'accord en matière de trésorerie conclu avec l'Administration fédérale des finances. Afin de remplir efficacement ses tâches, le comité de révision communique régulièrement avec la Direction du groupe, les gestionnaires des risques de la Poste et de PostFinance ainsi que les organes de révision interne et externe. Il examine les observations et les recommandations des organes de révision interne et externe avant de soumettre d'éventuelles propositions au Conseil d'administration. Le comité de révision se réunit aussi souvent que l'exigent les affaires; au cours de l'exercice sous revue, il a organisé cinq séances auxquelles ont participé le directeur général, le responsable Finances et la responsable Révision interne. Elles ont été consacrées en priorité aux dossiers suivants: la marche des activités financières, les rapports à l'intention du Conseil fédéral, du DETEC et de l'Autorité de régulation postale, la politique des placements et des risques de PostFinance, les rapports de révision de l'unité Révision interne, l'accord avec la société de révision, le budget 2008 et les effets de la crise financière sur La Poste Suisse.

Comité Personnel

Composé d'abord de quatre membres – Anton Menth (président), Dominique Freymond, Rudolf W. Hug et Nicola Thibaudeau – puis de cinq membres, avec la participation temporaire de Claude R. Bégly de septembre 2008 à mars 2009, le comité Personnel est investi d'une fonction consultative en matière de nomination, de révocation, de détermination des salaires versés aux membres de la Direction du groupe et de définition du mandat de négociation salariale annuelle avec les associations du personnel. Les neuf séances qu'il a tenues au cours de l'exercice sous revue ont été consacrées à la succession du directeur général et aux mesures salariales.

Règlement des compétences

Conformément au principe de délimitation des compétences de ses organes, la Poste applique pour la répartition des tâches un système dual qui, en Suisse, est par exemple obligatoire pour les banques. Les membres du Conseil d'administration ne peuvent ainsi pas être en même temps membres de la Direction du groupe.

Les tâches qui ne relèvent pas expressément de la compétence du Conseil d'administration sont du ressort de la Direction du groupe. Selon sa propre appréciation, le Conseil d'administration peut néanmoins reprendre à tout moment des tâches de la Direction du groupe pour les remplir lui-même. Les tâches et les compétences des membres du Conseil d'administration et de la Direction du groupe se fondent sur les dispositions de la loi sur l'organisation de la Poste et sur le règlement d'organisation promulgué par le Conseil d'administration.

Instruments d'information et de contrôle

Rapports

Afin d'exercer sa haute surveillance, le Conseil d'administration reçoit des rapports mensuels qui présentent la situation du groupe et des différentes unités opérationnelles. Des chiffres et des graphiques montrent l'évolution durant l'année en cours et permettent des comparaisons avec l'année précédente. Des budgets et des valeurs prévisionnelles y apparaissent également. Outre des informations financières, les rapports mensuels comprennent également des indicateurs sur le marché ainsi que sur le personnel et les innovations. L'analyse du marché inclut l'évolution du chiffre d'affaires des concurrents et des plus grands clients (p. ex. les banques). S'agissant du personnel, le Conseil d'administration obtient des précisions sur les effectifs, la création de valeur et la charge par collaborateur, les jours de vacances et les heures supplémentaires, les fluctuations, la morbidité, la satisfaction du personnel (indice) et le nombre d'apprentis. Quant aux innovations, les rapports mensuels rendent compte du chiffre d'affaires réalisé avec les nouveaux produits, la part de ces derniers dans les produits d'exploitation ainsi que le nombre et le pourcentage de mise en œuvre des propositions d'amélioration.

Par ailleurs, le Conseil d'administration reçoit chaque trimestre des rapports sur les finances et le controlling de projet et est informé par le comité de révision du respect du budget, de la planification financière stratégique et des exigences stratégiques du Conseil fédéral. Il est aussi tenu continuellement au courant de l'ensemble des rapports de révision établis au plan tant interne qu'externe. Chaque trimestre, des rapports lui parviennent également de la gestion des risques (cf. pages 121 et 175), de la trésorerie, de la communication d'entreprise et de la révision interne (cf. page 126). Au début de chaque séance du Conseil d'administration, le directeur général et le responsable Finances dressent un tableau de la situation de l'entreprise.

Le Conseil d'administration donne son aval au rapport semestriel et approuve le rapport de gestion, les comptes annuels ainsi que les rapports destinés au propriétaire qui sont remis au Conseil fédéral.

Système de contrôle interne des processus financiers

La Poste exploite un système de contrôle interne (SCI) qui, de manière précoce, identifie, évalue et couvre au moyen de contrôles clés les processus financiers pertinents ainsi que les risques correspondants de la tenue et de la présentation des comptes. Ce système garantit la qualité élevée des comptes-rendus financiers. Il constitue aux yeux de la Poste une tâche récurrente destinée à améliorer en permanence les processus.

Le Conseil d'administration et la Direction du groupe fixent les conditions-cadres du SCI Finances de la Poste dans un manuel et reçoivent au moins une fois par année un rapport sur l'état de développement du SCI. L'organe de révision externe a examiné pour la première fois avec les comptes 2008 l'existence d'un système de contrôle interne selon le Code des obligations. D'autres indications sur le SCI figurent aux pages 175 et 191.

Révision interne

Les activités de révision, alignées sur le modèle COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), visent à garantir l'efficacité et la capacité de rendement des processus, la fiabilité des rapports financiers ainsi que le respect des lois et des prescriptions. L'unité Révision interne rend compte de ses activités en permanence au comité de révision et annuellement à l'ensemble du Conseil d'administration, sachant que tous les rapports sont remis au président de ce dernier et à l'organe de révision externe. En qualité de membre de l'Association suisse de révision interne et, indirectement, de l'institut international Institute of Internal Auditors, l'unité Révision interne de la Poste est tenue de respecter les normes internationales en vigueur. Celles-ci énoncent notamment des principes relatifs à l'intégrité, l'objectivité, à la confidentialité, aux compétences professionnelles et à l'assurance qualité. Subordonnée au président du Conseil d'administration, l'unité Révision interne est indépendante de la Direction du groupe, responsable au plan opérationnel.

Organisme d'autorégulation

Comme tous les intermédiaires financiers, La Poste Suisse est soumise à la loi sur le blanchiment d'argent dans le domaine des services financiers. L'étendue et la nature spécifique du trafic des paiements postaux ont incité le législateur à confier la surveillance de ce secteur à un organisme d'autorégulation (OAR Poste). Sur le plan administratif, l'OAR Poste est subordonné au Conseil d'administration pour l'exercice de ses tâches. Toutefois, ni le Conseil d'administration ni la Direction du groupe ne sont autorisés à fournir des instructions techniques à l'OAR. Les activités et obligations de ce dernier sont supervisées par l'autorité de contrôle de la Confédération en matière de lutte contre le blanchiment d'argent, qui effectue chaque année des contrôles sur site. L'OAR Poste évolue dans un contexte délicat: salariés de la Poste, ses membres doivent aussi satisfaire aux conditions de l'autorité de contrôle tout en surveillant les activités que l'entreprise déploie en qualité d'intermédiaire financier.

Direction du groupe
Composition

La Direction du groupe est composée du directeur général et de huit autres membres. Tous les membres de la Direction du groupe sont nommés par le Conseil d'administration.

Groupe | Composition de la Direction du groupe

au 31.12.2008

Nom	Fonction	Nationalité	Membre depuis:
Ulrich Gygi	Directeur général	CH	2003
Jürg Bucher	Responsable PostFinance	CH	2003
Yves-André Jeandupeux	Responsable Personnel	CH	2005
Michel Kunz	Responsable PostLogistics/ PostMail	CH	1999
Daniel Landolf	Responsable CarPostal	CH	2001
Frank Marthaler	Responsable Clients stratégiques et solutions	CH	2007
Patrick Salamin	Responsable Réseau postal et vente	CH/IRL	2007
Jean-Pierre Streich	Responsable Swiss Post International	CH	1999
Markus Zenhäusern	Responsable Finances	CH	2008

Outre la gestion opérationnelle, elle doit notamment définir à l'intention du Conseil d'administration la stratégie du groupe, le plan de financement et le plan d'organisation du personnel. Elle se réunit généralement deux fois par mois, les procès-verbaux des séances étant remis au président du Conseil d'administration. Les membres de la Direction du groupe sont chargés de la gestion opérationnelle des unités d'organisation dont ils sont responsables et représentent les secteurs d'activité et les sociétés du groupe concernés au sein de la Direction du groupe. Le directeur général représente la Direction du groupe devant le Conseil d'administration. Il n'existe aucun contrat de gestion avec des sociétés ni personnes physiques en dehors du groupe.

Changements

Fin 2008, Hanspeter Strodel, responsable Finances, est parti à la retraite. Markus Zenhäusern, son successeur, a pris officiellement ses fonctions en juillet.

Indemnisation Politique

Selon l'ordonnance sur les salaires des cadres, en vigueur depuis le 1^{er} février 2004, il y a lieu de prendre en compte, au moment de fixer le montant des indemnités versées à la Direction du groupe, le risque encouru par l'entreprise, la taille de celle-ci, les salaires pratiqués dans la branche et les règles relatives à la rémunération des cadres supérieurs de la Confédération.

Fixation des indemnités

Conformément au règlement «Conditions d'engagement applicables aux membres de la Direction du groupe», la rémunération se compose d'un salaire de base fixe et d'un bonus de prestation pouvant atteindre au maximum 40% du salaire de base annuel brut. Le bonus de prestation dépend des résultats du groupe (40%), de ceux de l'unité d'organisation (40%) ainsi que de la contribution personnelle (20%). Les membres de la Direction du groupe reçoivent en outre un abonnement général des CFF en 1^{re} classe, un véhicule de fonction, un téléphone portable, une indemnité forfaitaire mensuelle pour frais ainsi que les avantages dont bénéficie l'ensemble du personnel. La Poste paie aussi les primes de leur assurance-risque.

Aucun membre du Conseil d'administration ou de la Direction du groupe ni aucune personne qui leur est proche n'a bénéficié d'autres honoraires, rémunérations, garanties, avances, crédits, prêts ou prestations en nature. Le bonus de prestation et le salaire de base des membres de la Direction du groupe sont assurés comme suit: jusqu'au montant maximal possible de 180 000 francs auprès de la Caisse de pensions Poste (primauté des cotisations); pour les revenus supérieurs à ce montant, par le biais d'une assurance pour cadres (primauté des cotisations). Les primes relatives à la prévoyance vieillesse sont prises en charge à parts égales par l'employeur et l'employé. Les contrats de travail se fondent sur le Code des obligations. Aucune convention ne définit les éventuelles indemnités de départ des membres de la Direction du groupe et du Conseil d'administration. Le délai de résiliation des membres de la Direction du groupe est de douze mois.

Il convient de tenir compte des changements de membres au sein des organes correspondants si une comparaison est effectuée avec l'année précédente.

Montant des indemnités Conseil d'administration

Le Conseil fédéral fixe le montant des indemnités versées aux membres du Conseil d'administration. Ceux-ci (incluant le président) ont reçu au cours de l'exercice une rémunération globale, prestations accessoires incluses, de 865 591 francs (salaires de base, prestations accessoires). Les prestations accessoires d'un montant total de 93 925 francs ont été incluses dans la rémunération globale. Les honoraires perçus par le président du Conseil d'administration ont atteint 200 000 francs et les prestations accessoires se sont élevées à 48 560 francs.

Direction du groupe

Au cours de l'exercice, les dix membres de la Direction du groupe (incluant le directeur général) ont reçu une rémunération globale, prestations accessoires incluses, de 4 771 630 francs (salaires de base, prestations accessoires et bonus de prestation). Comme pour le Conseil d'administration, les prestations accessoires d'un montant total de 331 611 francs ont été incluses dans la rémunération globale. Le bonus de prestation versé en 2009 aux membres de la Direction du groupe, qui se fondait sur les objectifs réalisés en 2008, a atteint 1 076 686 francs. Le salaire de base du directeur général s'est élevé à 570 000 francs et son bonus de prestation à 200 000 francs (base 2008, versé en 2009).

Organe de révision

Depuis 1998, KPMG SA, mandaté par le Conseil fédéral, est l'organe de révision externe de La Poste Suisse et le réviseur des comptes consolidés. Depuis 2005, le réviseur en chef est responsable de la Poste. Le comité de révision du Conseil d'administration consulte régulièrement l'organe de révision externe et veille à l'indépendance de ce dernier.

Politiques et principes

Gestion et collaboration

La gestion et la collaboration reposent sur le respect, l'équité et le partenariat ainsi que sur une communication franche et transparente. Agissant selon le principe «Ensemble, nous sommes forts», la Poste encourage la prise de responsabilités et mise sur l'ouverture au changement de tout un chacun. Elle ne tolère ni la discrimination ni le harcèlement. (► 9)

Concurrence

La Poste remplit son mandat légal de desserte de base et exploite en même temps le potentiel d'action qui lui est accordé. Dans le domaine des services libres (7,145 milliards de francs des produits d'exploitation), elle est soumise aux mêmes règles que les prestataires privés, sous réserve des exceptions légales. La Poste reconnaît et respecte les règles de la libre concurrence, par exemple la loi sur les cartels et la loi contre la concurrence déloyale. De par sa taille, le groupe occupe une forte position sur le marché et bénéficie notamment de conditions avantageuses lors de ses achats.

«La Poste reconnaît et respecte les règles de la libre concurrence.»

Personnel

Par contre, elle ne peut suivre la même démarche que pourrait adopter un acteur plus petit du marché: l'article de la loi des cartels relatif aux pratiques illicites d'entreprises ayant une position dominante lui interdit notamment toute inégalité de traitement par rapport aux intervenants commerciaux. La Poste a également les mains liées en ce qui concerne la fixation des prix et la définition de ses relations contractuelles avec les fournisseurs et les clients.

La collaboration se fonde sur la vision et la stratégie de la Poste. En appliquant le principe «Nous sommes forts grâce à nos collaborateurs», la Poste s'engage en faveur d'une culture d'entreprise dynamique axée sur la prestation et l'esprit d'équipe, d'une démarche basée sur le respect, d'une communication franche, de possibilités de développement attrayantes et de la mise en œuvre responsable des changements au sein de l'entreprise. Ses collaborateurs assument leurs responsabilités, utilisent leur marge de manœuvre et contribuent ainsi à la réussite de l'entreprise. Dans sa politique du personnel (► 17), la Poste pose des fondements contraignants et définit les attentes qu'elle a à l'égard de la direction, des supérieurs hiérarchiques et du personnel en Suisse et à l'étranger.

Formation professionnelle

La Poste offre aux jeunes en fin de scolarité qui sont dynamiques et motivés de bonnes places de formation dans différents métiers. Tous doivent avoir la possibilité d'acquérir un certificat de capacité. La Poste augmente ainsi leurs chances sur le marché du travail interne et externe. Les apprenants doivent être en mesure d'agir rapidement de manière autonome et responsable, de développer une méthodologie individuelle de travail et d'apprentissage et d'évoluer au plan personnel. La Poste encourage les expériences pratiques en milieu professionnel qui permettent aux apprenants d'appliquer leur savoir théorique à la réalité quotidienne. (► 23-24)

Sécurité

La sécurité fait partie intégrante de la culture d'entreprise. La Poste satisfait aux exigences légales en la matière et permet au personnel et aux supérieurs hiérarchiques de contribuer activement à la promotion de la sécurité. L'unité Sécurité d'entreprise aide les unités du groupe à évaluer correctement les dangers et les risques et à protéger le personnel, la clientèle, les partenaires ainsi que les valeurs matérielles et immatérielles. Au moyen de sa politique de sécurité (► 32), la Poste entend garantir en tout temps son exploitation et, en cas d'événements critiques, des interventions rapides et ciblées.

Environnement

La Poste mène une politique de l'environnement (► 25) qui est conforme aux connaissances les plus récentes en matière écologique et qui tient compte parallèlement des nécessités économiques. A la base de ses efforts se trouvent les besoins des gens. Au travers de ses décisions et de ses actions, la Poste entend contribuer au développement durable. Celui-ci va pour elle au-delà de la protection de l'environnement. La satisfaction des besoins matériels et immatériels dépend autant de la capacité de rendement économique et de l'innovation, de la création d'emplois, des revenus et du bien-être que de l'utilisation consciencieuse et respectueuse des ressources. Et seule une société solidaire peut répartir équitablement la prospérité économique qui a été générée et entretenir ses valeurs. La Poste estime donc que les principes de sa politique de l'environnement forment un cadre pour l'intégration des aspects écologiques dans une démarche plus vaste visant le développement durable de l'entreprise. (► 26-31)

Achats

La Poste Suisse fonde sa politique d'achats sur la loi fédérale sur les marchés publics et sur l'ordonnance du même nom. (► 36-38) Elle est donc tenue de respecter les procédures d'adjudication prédéfinies (► 38), d'effectuer ses achats autant que possible sur le marché libre et de traiter tous les concurrents sur un pied d'égalité. Elle considère ainsi ses fournisseurs comme des partenaires dans un contexte de concurrence âpre mais équitable. Afin de garantir des conditions d'achat optimales et une efficacité élevée, elle cherche à établir des relations durables pour l'approvisionnement en produits stratégiques, y compris des coopérations et des partenariats. Son volume d'achat annuel atteint quelque 2,5 milliards de francs.

L'unité Achats du groupe agit dans l'intérêt du groupe, dans le respect de sa responsabilité économique, éthique, sociale et écologique. (► 34) Ainsi, depuis 2006, tous les fournisseurs sont tenus de signer le code éthique et social de la Poste (► 35) et de respecter des normes minimales. A cet égard, ils doivent surtout utiliser les ressources de manière consciencieuse, ménager l'environnement et respecter les dispositions internationales relatives à la protection des travailleurs.

Instruments de gestion

Innovation

Avec un programme en matière d'innovation, la Poste se prépare à la libéralisation complète du marché. Elle entend ainsi encourager de façon ciblée le développement et l'application de nouvelles idées dans le domaine du commerce et des processus et se positionner comme entreprise innovante dans l'esprit de la clientèle et du public. Afin d'atteindre cet objectif, elle souhaite promouvoir chez son personnel une philosophie de plus en plus fondée sur la curiosité et développer la culture d'entreprise. Des modules de perfectionnement ont été définis pour véhiculer un langage et des outils communs. Lors de séminaires de deux jours, 400 cadres se sont ainsi familiarisés avec des méthodes visant à encourager de manière ciblée les innovations dans le travail quotidien. Le comité de la Direction du groupe «Innovation, nouvelles activités et développement durable» donne un coup de pouce aux projets novateurs.

En 2008, l'organe Développement durable a été institué. Centre de compétences, il est chargé de conseiller les unités, de lancer ou de coordonner des programmes et des mesures et de mener des projets. Les nombreuses activités qui existaient jusqu'à présent sont ainsi regroupées et renforcées. La mise en œuvre et le financement des mesures continuent à relever des unités et des sociétés du groupe.

L'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL) et La Poste Suisse collaborent depuis 2002. En février, elles ont fondé sur le campus de l'EPFL la plateforme de l'innovation PostLab et ont intensifié leur coopération. Le PostLab entretient des contacts avec des professeurs, des étudiants, des start-up et des entreprises présentes sur le campus comme Logitech et Nokia. Le PostLab traite les thèmes de la mobilité et du réel-virtuel, en établissant un pont entre la pratique d'une part et l'EPFL et d'autres universités, d'autre part. Avec d'autres hautes écoles suisses, une recherche est en outre menée sur les questions liées à la mise en circulation aussi rapide que possible de véhicules électriques et des exigences correspondantes spécifiques à la Poste sont définies.

«Postidea» est un outil de gestion d'idées et de propositions d'amélioration qui contribue à combler le fossé entre les améliorations prévues et les réserves inexploitées au sein de l'entreprise en termes de performance. Au moyen d'actions ciblées et en stimulant sa créativité, la Poste encourage son personnel à participer activement à l'évolution de l'entreprise. Elle entend exploiter le potentiel de tout un chacun et développe donc en permanence cet outil: depuis peu, elle demande ainsi activement à ses collaborateurs de lui faire part de leurs idées et de leurs propositions. En plus de propositions complètes, ceux-ci ont aussi la possibilité de soumettre de simples ébauches d'idée qui pourront ensuite être approfondies par des collègues. Près de 15% des quelque 5500 idées et ébauches d'idée soumises ont été mises en œuvre, conduisant à des économies de plus de deux millions de francs.

Groupes de dialogue

De nombreux groupements de la société, de l'économie et de la politique portent un intérêt particulier à la Poste, grande entreprise internationale présente dans toute la Suisse, et lui posent des exigences. Par exemple, son propriétaire, la Confédération, attend d'elle qu'elle soit performante et qu'elle assure une desserte de base de qualité, son personnel (représenté par les syndicats) souhaite aussi qu'elle prospère et soit un employeur socialement responsable, les politiques abordent notamment les aspects de la politique régionale et les clients demandent des prestations attrayantes. La Poste a pour principe d'informer de manière précoce et complète les groupes concernés sur ses activités et ses projets. Elle mène ce dialogue dans le cadre d'entretiens personnels et via les canaux modernes de la société de l'information.

La Poste applique une politique de gestion systématique des groupes de dialogue, afin de discuter de façon constructive des nombreuses attentes en jeu et de reconnaître à temps les développements pour ensuite en tenir compte.

Capital intellectuel

Depuis 2002, la Poste exploite de manière ciblée, par le biais de diverses plateformes, le savoir et les expériences de ses 58 000 collaborateurs en Suisse et à l'étranger. La série d'exposés «Postorama» a traité pour la vingtième fois déjà de thèmes postaux à l'ordre du jour. Ces rencontres ont rassemblé entre 70 et 140 collaborateurs en moyenne en dehors de leur temps de travail. Sur Intranet, 130 groupements du savoir ou «communities of practice», regroupant des membres de différents unités ou services, débattent de sujets librement choisis et ébauchent de nouvelles solutions. Des événements spéciaux sont en outre organisés pour les responsables de projet, afin qu'ils puissent eux aussi échanger des idées et nouer de nouveaux contacts, puisque, contrairement aux autres fonctions de direction (p. ex. les responsables du personnel), ils ne disposent d'aucune plateforme formelle de niveau supérieur. A l'avenir, une plateforme électronique commune devrait relier les divers savoirs et idées. Développé en 2008, le concept sera mis en œuvre en 2009.

Qualité

La Poste Suisse mise sur la qualité. Seuls des produits et des prestations impeccables lui permettent de rester compétitive dans un environnement concurrentiel très intense. Les unités ont pour modèle d'excellence celui de l'EFQM (Fondation européenne pour la gestion de la qualité), qui englobe notamment la qualité en termes de gestion, de processus, d'écoute de la clientèle et de résultats.

Environnement

Le système de gestion de l'environnement (► 29) vise à appliquer de manière efficace la politique de l'environnement de la Poste (► 25). Il permet de reconnaître et de définir les activités pertinentes en la matière (► 30), de fixer des objectifs (► 26), de lancer des mesures, de contrôler leur efficacité et d'établir des rapports. Le système de gestion de l'environnement est adapté en permanence au contexte changeant. A l'avenir, de nouvelles optimisations de cette saisie de données seront nécessaires. En raison de la période de chauffage considérée, les chiffres sur l'environnement se fondent sur la dernière année civile.

Sécurité

Opérationnelle 24 heures sur 24, la permanence de l'unité Sécurité d'entreprise est le premier interlocuteur des collaborateurs en cas d'événements ou de délits relatifs à la sécurité. Elle est sollicitée plus de 4000 fois par année. En cas d'événements inhabituels, la gestion des crises établit rapidement une analyse de la situation et définit une réaction adéquate. Lors d'une simulation de crise, les état-majors spéciaux des unités ont testé pendant trois jours leur rapidité d'intervention, leurs fonctions ainsi que la répartition des rôles et des tâches. Les points faibles qui ont été décelés à cette occasion ont chaque fois été supprimés. L'objectif est de pratiquer des exercices réguliers pour s'assurer que les connaissances acquises ne soient pas perdues. Suite à un accord conclu avec CareLink, La Poste Suisse peut compter sur le soutien de l'organisation d'entraide suisse en cas d'événements extraordinaires. Les collaborateurs de la Poste participent désormais aux corps de volontaires de CareLink pour des interventions au plan tant interne qu'externe. En 2008, quelque 80 personnes ont assisté aux modules de formation «Spécialistes de la sécurité Poste» et plus de 500 supérieurs hiérarchiques de l'unité Sécurité au travail ont participé à des formations. L'offre comprend désormais le cours «Sécurité lors de manifestations», sujet que l'unité Sécurité d'entreprise aborde dans une directive technique spécifique.

Chaîne d'approvisionnement

L'organisation des achats de la Poste et ses processus sont axés sur les besoins internes des clients et sur les exigences d'activités spécifiques (p. ex. les imprimés). La Poste travaille à cet égard avec des systèmes d'achat homogènes et des outils de gestion supplémentaires. Elle veille à respecter des normes éprouvées comme la certification FSC pour les achats de papier ou l'étiquetteEnergie pour l'achat d'appareils électriques et électroniques. Quand rien d'autre n'est spécifié, elle s'en tient aux exigences minimales de l'Office fédéral de l'énergie.

Rapport de gestion 2008

4	Interviews
22	Préface
25	Aperçu
31	Profil de l'entreprise
49	Evolution de l'activité
118	Gestion

Sommaire **Rapport financier**

134	Groupe
134	Compte de résultat consolidé
135	Bilan consolidé
136	Variation consolidée des fonds propres
138	Tableau de financement consolidé
139	Annexe
139	1 Activités de la Poste
139	2 Normes de présentation des comptes
140	3 Principes de consolidation et de présentation des comptes
145	4 Incertitudes d'estimation et appréciation du management
146	5 Informations sectorielles
150	6 Résultat des services financiers
150	7 Autres produits d'exploitation
151	8 Charges de personnel
151	9 Prévoyance du personnel
154	10 Charges des biens commercialisés et prestations de services
154	11 Autres charges d'exploitation
155	12 Produits financiers
155	13 Charges financières
155	14 Impôts sur le bénéfice
157	15 Créances
159	16 Stocks
160	17 Immobilisations financières
161	18 Evaluées à la valeur de marché avec effet sur le résultat, négoce
161	19 Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance
163	20 Immobilisations financières disponibles à la vente
164	21 Instruments financiers dérivés
166	22 Prêts
167	23 Participations dans des sociétés associées
167	24 Immobilisations corporelles
169	25 Immobilisations incorporelles et goodwill
171	26 Engagements financiers
172	27 Provisions
173	28 Leasing d'exploitation
174	29 Engagements conditionnels
174	30 Parties liées et personnes clés
175	31 Gestion des risques
181	32 Périmètre de consolidation

184	33 Modifications du périmètre de consolidation
186	34 Actifs non courants détenus en vue de la vente
186	35 Principaux cours de conversion des monnaies étrangères
186	36 Événements postérieurs à la date de clôture
187	Rapport de l'organe de révision
188	La Poste Suisse
188	Compte de résultat
189	Bilan
190	Annexe
192	Proposition d'utilisation du bénéfice
193	Rapport de l'organe de révision
194	Informations complémentaires sur PostFinance
194	Compte de résultat
195	Bilan
196	Informations détaillées

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

Les montants figurant dans le rapport financier sont arrondis. Le chiffre 0 est une valeur arrondie indiquant que la valeur présentée est inférieure à la moitié de l'unité utilisée. Un trait (-) à la place d'un chiffre signifie que la valeur est nulle (inexistante).

Groupe

Compte de résultat consolidé

Compte de résultat consolidé			
En millions de CHF	Note	2008	2007
Chiffre d'affaires net des prestations logistiques		5 584	5 726
Chiffre d'affaires net des biens commercialisés		635	623
Produits des services financiers	6	2 177	1 927
Autres produits d'exploitation	7	584	436
Total des produits d'exploitation	5	8 980	8 712
Charges de personnel	8, 9	-3 873	-3 851
Charges des biens commercialisés et prestations de services	10	-1 630	-1 630
Charges des services financiers	6	-880	-553
Autres charges d'exploitation	11	-1 506	-1 528
Amortissements	24, 25	-279	-284
Total des charges d'exploitation		-8 168	-7 846
Résultat d'exploitation	5	812	866
Produits financiers	12	25	18
Charges financières	13	-22	-20
Résultat des sociétés associées	23	10	12
Bénéfice avant impôts		825	876
Impôts sur le bénéfice	14	0	33
Bénéfice consolidé		825	909
Répartition du bénéfice consolidé			
Part du bénéfice consolidé revenant à la Confédération suisse (propriétaire)		823	907
Part du bénéfice consolidé revenant aux intérêts minoritaires		2	2
Bénéfice consolidé		825	909

Bilan consolidé

Bilan consolidé

En millions de CHF

	Note	31.12.2008	31.12.2007
Actifs			
Avoirs en caisse		2 341	2 810
Créances sur établissements financiers	15	17 066	11 004
Créances rémunérées sur clients	15	105	86
Créances résultant de livraisons et prestations	15	1 098	1 043
Autres créances	15	1 056	897
Stocks	16	80	82
Actifs non courants détenus en vue de la vente	34	16	17
Immobilisations financières	17-22	47 008	41 442
Participations dans des sociétés associées	23	42	43
Immobilisations corporelles	24	2 460	2 338
Immobilisations incorporelles	25	261	261
Impôts différés actifs	14	70	61
Total des actifs		71 603	60 084
Passifs			
Fonds des clients (PostFinance)	26	64 204	51 462
Autres engagements financiers	26	364	1 511
Engagements résultant de livraisons et prestations		835	770
Autres engagements		900	972
Provisions	27	433	544
Engagements de prévoyance du personnel	9	1 995	2 339
Dettes d'impôts courants		4	4
Impôts différés passifs	14	11	12
Total des fonds étrangers		68 746	57 614
Capital de dotation		1 300	1 300
Réserves issues du capital		1 366	1 116
Réserves issues de bénéfices		67	-206
Réserves pour autoassurance		265	265
Plus-values latentes		-150	-9
Réserves de couverture		31	1
Réserves issues de la conversion de monnaies		-26	-1
Fonds propres revenant au propriétaire		2 853	2 466
Part des intérêts minoritaires		4	4
Total des fonds propres		2 857	2 470
Total des passifs		71 603	60 084

Variation consolidée des fonds propres

Variation consolidée des fonds propres En millions de CHF	Note	Capital de dotation	Réserves issues du capital	Réserves issues de bénéfices ¹	Réserves pour auto-assurance	Plus-values latentes	Réserves de couverture	Rés. issues de la conversion de monnaies	Fonds propres revenant au propriétaire	Parts des intérêts minoritaires	Total
Etat au 01.01.2007		1300	904	-901	265	26	1	3	1598	7	1605
Diminution de plus-values latentes sur immobilisations financières disponibles à la vente	17					-3			-3		-3
Gains provenant de la vente d'immobilisations financières transférés au compte de résultat	17					-13			-13		-13
Amortissement de plus-values latentes sur immob. financières reclassées dans la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance»	17					-19			-19		-19
Variation de plus-values/moins-values non réalisées sur réserves de couverture du cash-flow (net)							-5		-5		-5
Plus-values/moins-values provenant des couvertures du cash-flow et transférées au compte de résultat							5		5		5
Variation des parts minoritaires										-5	-5
Variation des réserves issues de la conversion de monnaies								-4	-4	0	-4
Total des charges/produits saisis dans les fonds propres						-35	0	-4	-39	-5	-44
Bénéfice consolidé				907					907	2	909
Total des plus-values/moins-values de la période				907		-35	1	-1	868	-3	865
Distribution du bénéfice ²				-212					-212		-212
Apport en capital ²	9		212						212		212
Etat au 31.12.2007		1300	1116	-206	265	-9	1	-1	2466	4	2470
Etat au 01.01.2008		1300	1116	-206	265	-9	1	-1	2466	4	2470
Diminution de plus-values latentes sur immobilisations financières disponibles à la vente	17					-137			-137		-137
Pertes provenant de la vente d'immobilisations financières transférées au compte de résultat	17					7			7		7
Amortissement de plus-values latentes sur immob. financières reclassées dans la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance»	17					-11			-11		-11
Variation de plus-values/moins-values non réalisées sur réserves de couverture du cash-flow (net)							149		149		149
Plus-values/moins-values provenant des couvertures du cash-flow et transférées au compte de résultat							-119		-119		-119
Variation des parts minoritaires										0	0
Variation des réserves issues de la conversion de monnaies								-25	-25	0	-25
Total des charges/produits saisis dans les fonds propres						-141	30	-25	-136	0	-136
Bénéfice consolidé				823					823	2	825
Total des plus-values/moins-values de la période				823		-141	30	-25	687	2	689
Distribution du bénéfice ²				-550					-550	-2	-552
Apport en capital ²	9		250						250		250
Etat au 31.12.2008		1300	1366	67	265	-150	31	-26	2853	4	2857

1 Contient l'inscription initiale au bilan, au 1^{er} janvier 2002, d'engagements de prévoyance du personnel conformes à la norme IAS 19 «Avantages du personnel» pour un montant de CHF 3,658 milliards.

2 Dans le cadre de l'utilisation du bénéfice 2007, une somme de CHF 250 millions (2006: CHF 212 millions) a été affectée à la Caisse de pensions Poste à titre d'apport à la réserve de contributions de l'employeur, conformément à la décision du Conseil fédéral. Ce versement s'est traduit par une augmentation du même montant des réserves issues du capital. De plus, CHF 300 millions ont été versées au propriétaire en 2008.

Au 1^{er} janvier 1998, la Confédération suisse a doté la Poste d'un capital sans intérêts de 1,3 milliard de francs.

Pour des raisons économiques et de besoin de couverture, les risques d'assurance sont financés essentiellement par une autoassurance. Des sinistres exceptionnels peuvent donc avoir une incidence sur le résultat. Pour couvrir ce risque supporté directement par la Poste, il existe dans les fonds propres une réserve spéciale affectée à cet usage. En revanche, les risques majeurs et les risques spéciaux sont assurés auprès de tiers. Selon l'article 14 de la loi sur l'organisation de la Poste (LOP), la Poste n'est pas soumise aux dispositions du droit fédéral et des droits cantonaux en matière d'assurances obligatoires.

Les plus-values latentes résultent des fluctuations de la valeur des immobilisations financières disponibles à la vente, découlant elles-mêmes principalement des variations des taux d'intérêt sur le marché des capitaux. Lors de la vente d'immobilisations financières, les plus-values latentes correspondantes sont réalisées et portées au compte de résultat.

Les réserves de couverture (hedging reserve) incluent les plus-values et moins-values nettes résultant des variations de la valeur de marché de la partie efficace des instruments de couverture de cash-flows futurs (cash flow hedges). Si la transaction couverte se réalise, la réserve de couverture est dissoute avec effet sur le compte de résultat.

Tableau de financement consolidé

Tableau de financement consolidé

En millions de CHF

	Note	2008	2007
Bénéfice avant impôts		825	876
Amortissements	24, 25	279	283
Bénéfices sur vente d'immobilisations corporelles, net		-88	-74
Correctifs de valeur sur immobilisations financières	17	188	9
Variations d'évaluation des immobilisations financières avec effet sur le résultat		291	98
(Diminution) des provisions, net		-200	-119
Autre résultat financier (hors services financiers)		2	-12
Autre résultat sans effet sur les flux de liquidités		-11	-12
Variation de l'actif circulant net:			
(Augmentation) des créances		-85	-64
Augmentation des engagements		13	74
(Augmentation)/Diminution des autres actifs circulants non rémunérés		0	-3
Variation des postes des services financiers:			
(Augmentation)/Diminution des créances sur établissements financiers (durée dès 3 mois)		1 657	-1 310
(Augmentation) des immobilisations financières		-6 148	-6 849
Variation des fonds des clients (PostFinance)/des créances rémunérées sur clients		12 725	3 094
Variation des autres créances/engagements résultant de services financiers		-1 154	712
Impôts sur le bénéfice payés		-13	-15
Flux de trésorerie des activités d'exploitation		8 281	-3 312
Acquisition d'immobilisations corporelles	24	-447	-577
Acquisition d'immobilisations incorporelles (sans goodwill)	25	-26	-26
Acquisition de sociétés affiliées, nette de trésorerie acquise	33	-41	-24
Acquisition de parts minoritaires	33	-2	-17
Vente d'immobilisations corporelles		153	104
Vente d'autres immobilisations financières (non opérationnelles), net		9	-38
Intérêts perçus (hors services financiers)		23	23
Flux de trésorerie des activités d'investissement		-331	-555
(Diminution) des autres engagements financiers		-116	-42
Intérêts payés		-7	-9
Apport à la Caisse de pensions Poste provenant du bénéfice	9	-250	-212
Distribution du bénéfice au propriétaire		-300	0
Distribution du bénéfice aux intérêts minoritaires		-2	-1
Flux de trésorerie des activités de financement		-675	-264
Variation des liquidités		7 275	-4 131
Liquidités en début d'exercice		11 228	15 359
Liquidités en fin d'exercice		18 503	11 228
Les liquidités comprennent les:			
Avoirs en caisse		2 341	2 810
Créances sur établissements financiers d'une durée initiale inférieure à 3 mois	15	16 162	8 418
Total des liquidités en fin d'exercice		18 503	11 228

Annexe 1 | Activités

2 | Normes de présentation des comptes

La Poste Suisse est un établissement de droit public appartenant à 100 % à la Confédération suisse et dont le siège est à Berne. La Poste Suisse et les sociétés du groupe (dénommées ci-après la Poste) fournissent des prestations logistiques et financières en Suisse et à l'étranger (voir la note 5, Informations sectorielles).

Les comptes annuels consolidés de la Poste sont établis conformément aux International Financial Reporting Standards (ci-après normes IFRS) et correspondent aux dispositions de la loi sur l'organisation de la Poste (LOP).

Les comptes annuels consolidés sont établis selon le principe de la valeur d'acquisition. Les exceptions à cette règle sont décrites dans les principes de présentation des comptes ci-après. Ainsi, les instruments financiers dérivés et les immobilisations financières détenues à des fins de négoce, désignées comme devant être comptabilisées à la juste valeur (fair value) et classées comme disponibles à la vente sont portés au bilan à leur valeur de marché.

Afin de tenir compte de la particularité des services financiers et de leur importance pour la Poste, leur résultat est présenté séparément dans l'annexe, note 6, Résultat des services financiers. En outre, le bilan est structuré non pas en rubriques à court et à long terme, mais en ordre de liquidité décroissant. Les charges et les produits financiers des services financiers ainsi que les flux de liquidités y relatifs sont présentés comme charges, produits et flux de liquidités d'exploitation. Les charges et les produits financiers des autres unités du groupe figurent dans le résultat financier non opérationnel (sans les services financiers), les flux de liquidités associés étant présentés comme transactions d'investissement ou de financement.

Les normes IAS et IFRS révisées ou nouvelles ci-après sont appliquées.

International Financial Reporting
Standards (normes IFRS)
révisés et nouveaux

Norme	Interprétation	Effets possibles sur les comptes consolidés (pas d'application anticipée)
IAS 1 rév.	Présentation des états financiers	Dès 2009: présentation et publication
IAS 23 rév.	Coûts d'emprunt	Dès 2009: comptabilisation à l'actif des coûts d'emprunt pendant la durée de construction
IFRS 8	Segments opérationnels	Dès 2009: présentation des comptes des segments
IFRS 2 amend.	Paiement fondé sur des actions – conditions d'acquisition et annulation	Dès 2009: pas d'influence
IAS 32 amend.	Instruments financiers: présentation et IAS 1 – Présentation des états financiers: instruments financiers remboursables au gré du porteur et obligations à la suite d'une liquidation	Dès 2009: pas d'influence
IFRS 1 amend.	Première adoption des IFRS et IAS 27 – Etats financiers consolidés et individuels selon les IFRS	Dès 2009: pas d'influence
IFRS 3 rév.	Rapprochements d'entreprises	Pour les exercices ouverts à compter du 01.07.2009
IAS 27 rév.	Etats financiers consolidés et individuels selon les IFRS	Pour les exercices ouverts à compter du 01.07.2009
IAS 39 amend.	Instruments financiers: comptabilisation et évaluation – Eléments couverts éligibles	Pour les exercices ouverts à compter du 01.07.2009
IFRS 1 rév.	Première adoption des IFRS – Norme restructurée	Dès 2009: pas d'influence majeure
IFRIC 13	Programmes de fidélisation des clients	Dès 2009: pas d'influence majeure
IFRIC 15	Accords pour la construction d'un bien immobilier	Dès 2009: pas d'influence majeure
IFRIC 16	Couvertures d'un investissement net dans une activité à l'étranger	Dès 2009: pas d'influence majeure
IFRIC 17	Distribution en nature aux actionnaires	Dès 2009: pas d'influence majeure

Fonds propres
de la Poste dans son
environnement public

A la suite de l'inscription au bilan, au 1^{er} janvier 2002 (bilan d'ouverture IFRS), de la provision pour engagements de prévoyance selon IAS 19 de 3,7 milliards de francs, les bilans consolidés de 2002 et 2003 affichaient des fonds propres négatifs. Toutefois, grâce aux bénéfices retenus, le bilan arrêté au 31 décembre 2004 présentait de nouveau des fonds propres positifs. Soulignons que la provision précitée a été constituée sans préjudice du financement des engagements de prévoyance concernés par la Confédération. Lors de sa séance du 29 octobre 2003, le Conseil fédéral a défini les grandes lignes des solutions visant à résoudre les problèmes des caisses de pensions de la Confédération et des anciennes régies fédérales.

3 | Principes de consolidation et de présentation des comptes

Les comptes annuels consolidés de la Poste comprennent La Poste Suisse et toutes les sociétés dans lesquelles celle-ci détient, soit directement, soit indirectement, plus de 50 % des droits de vote ou dont elle assume la responsabilité de la gestion opérationnelle et financière. Ces sociétés sont intégralement consolidées. La consolidation se fonde sur les comptes de La Poste Suisse et de chacune des sociétés du groupe, arrêtés selon des principes uniformes et à la même date.

La consolidation a pour effet d'éliminer la totalité des créances et engagements internes au groupe, des charges et produits découlant de transactions internes ainsi que des bénéfices intermédiaires non réalisés. Les parts des intérêts minoritaires aux fonds propres de sociétés consolidées sont présentées avec les fonds propres, sous un poste séparé. De même, les parts du bénéfice revenant aux intérêts minoritaires sont indiquées séparément du compte de résultat consolidé.

Les participations dans des entreprises associées avec droits de vote compris entre 20 et 50 % et/ou dans des entreprises associées sur lesquelles la Poste exerce une influence prépondérante, mais qu'elle ne contrôle pas, ne sont pas consolidées, mais comptabilisées selon la méthode de mise en équivalence (equity method) et enregistrées comme participations dans des sociétés associées. Les coentreprises (joint ventures) assorties de 50 % de droits de vote, sur lesquelles la Poste exerce une influence prépondérante, mais sans en avoir le contrôle, sont enregistrées et présentées selon la même méthode. Celle-ci consiste à calculer la valeur de la participation à partir de la valeur d'acquisition, augmentée de la part du bénéfice ou diminuée de la part de la perte réalisés après la date de l'achat. Les transactions et les montants importants concernant ces sociétés sont présentés séparément comme postes relatifs aux sociétés associées. Les participations inférieures à 20 % sont saisies et présentées en tant qu'immobilisations financières de la catégorie «disponible à la vente».

Les sociétés acquises en cours d'exercice sont intégrées dans les comptes annuels consolidés à compter de la date de la prise de contrôle effective. Les sociétés vendues sont prises en compte jusqu'à la date de leur cession.

Une vue d'ensemble des sociétés du groupe et des sociétés associées est présentée dans l'annexe, note 32, Périmètre de consolidation.

Conversion de monnaies étrangères

Les comptes annuels consolidés de la Poste sont établis en francs suisses (CHF).

Les transactions en monnaies étrangères sont converties au cours du jour de la transaction. A la date de clôture du bilan, les actifs financiers et engagements libellés en monnaie étrangère sont convertis au cours du jour. Les placements non monétaires classés dans la catégorie des «immobilisations financières disponibles à la vente» sont évalués à la valeur de marché et le résultat de change non réalisé est comptabilisé directement dans les fonds propres.

L'actif et le passif des bilans établis en monnaie étrangère de sociétés intégralement consolidées sont convertis en francs suisses au cours du jour de clôture du bilan. Le compte de résultat, le tableau de financement et les autres états de variation sont convertis au cours moyen de la période sous revue. Les écarts résultant de la conversion du bilan annuel et du compte de résultat des sociétés étrangères du groupe sont comptabilisés directement dans les fonds propres consolidés.

Comptabilisation des produits

Les produits sont comptabilisés lorsqu'il est établi que les avantages économiques découlant de la transaction reviennent à la Poste et que ceux-ci peuvent être calculés de façon fiable.

Les produits des services logistiques sont comptabilisés à la date de fourniture des services, après déduction des diminutions de recettes. Les revenus de la vente de produits sont portés au compte de résultat lorsque les risques et les avantages liés à la propriété du produit ont été transférés à l'acheteur. La Poste reçoit des indemnités de la Confédération pour ses prestations relevant du transport public de voyageurs ainsi que pour les coûts non couverts du transport de journaux. Ces indemnités sont portées au compte de résultat en fonction de la période. Les produits des commissions et des services provenant des services financiers sont comptabilisés en fonction de la période. Les produits financiers résultant des immobilisations financières et les charges financières pour les dépôts des clients sont régularisés en fonction de la période. Les produits d'intérêts sur placements financiers à revenu fixe des catégories «détenu jusqu'à l'échéance» et «disponible à la vente» sont enregistrés selon la méthode des taux effectifs.

Avoirs en caisse

Les avoirs en caisse incluent le stock de numéraire en francs suisses et en monnaies étrangères ainsi que les fonds en instance de comptabilisation (versements en espèces aux offices de poste non encore inscrits au crédit du compte de PostFinance (SIC) auprès de la Banque nationale suisse). L'évaluation des avoirs en caisse est effectuée à la valeur nominale.

Créances financières

Les créances sur établissements financiers et celles rémunérées sur les clients (découverts techniques des comptes postaux) sont évaluées en appliquant la méthode des taux d'intérêt effectifs, sur la base du coût d'acquisition amorti qui, en règle générale, correspond à la valeur nominale. En cas de doute sur la solvabilité d'un créancier, des correctifs de valeur appropriés sont constitués (impairment). Les correctifs de valeur individuels sont imputés sur un compte ad hoc distinct. La radiation définitive de la créance intervient lorsque des indices sûrs montrent qu'elle ne pourra plus être recouvrée. Outre les correctifs de valeur individuels appliqués à des risques de défaillance spécifiques et connus, des correctifs de valeur forfaitaires sont constitués sur la base de données statistiques relatives au risque de défaillance en général.

Créances résultant de livraisons et prestations et autres créances

Les créances résultant de livraisons et prestations et les autres créances sont comptabilisées au coût d'acquisition amorti, qui correspond généralement à leur valeur nominale, déduction faite d'un correctif de valeur (ducroire) pour d'éventuelles défaillances. Les correctifs de valeur individuels sont imputés sur un compte ad hoc distinct. La radiation définitive de la créance intervient lorsque des indices sûrs montrent qu'elle ne pourra plus être recouvrée. Outre les correctifs de valeur individuels appliqués à des risques de défaillance spécifiques et connus, des correctifs de valeur forfaitaires sont constitués sur la base de données statistiques relatives au risque de défaillance en général.

Stocks

Les stocks englobent les marchandises, les produits finis et semi-finis, les carburants et le matériel d'exploitation. Ils sont évalués à la valeur la plus faible entre leur coût d'acquisition ou de revient et leur juste valeur (fair value), déduction faite des frais de vente. Les coûts d'acquisition ou de revient sont calculés selon la méthode du coût moyen pondéré. Pour les stocks non courants, des correctifs de valeur correspondants sont constitués.

Immobilisations financières

Les immobilisations financières acquises dans le but de réaliser des bénéfices à court terme en exploitant de façon ciblée les fluctuations de cours du marché sont évaluées à leur valeur de marché, ce qui signifie qu'elles relèvent de la catégorie «à la valeur de marché avec effet sur le résultat, négoce». Dans cette catégorie, la variation de la valeur de marché est comptabilisée dans le compte de résultat. Les produits d'intérêts et de dividendes résultant d'immobilisations financières «à la valeur de marché avec effet sur le résultat, négoce» sont présentés dans le compte de résultat sous un poste séparé.

Les immobilisations financières assorties d'une échéance fixe que la Poste a la possibilité et l'intention de conserver jusqu'à cette date sont classées comme détenues jusqu'à l'échéance et comptabilisées au coût d'acquisition amorti selon la méthode des taux d'intérêt effectifs. La méthode des taux d'intérêt effectifs prévoit la répartition de la différence entre la valeur d'acquisition et la valeur de remboursement (agio/disagio) sur la durée du placement concerné à l'aide de la méthode de la valeur actuelle, de sorte qu'une rémunération constante est garantie jusqu'à l'échéance.

Les autres immobilisations financières dont la durée de détention n'est pas définie et qui peuvent être vendues à tout moment pour obtenir des liquidités ou en réaction aux fluctuations du marché sont considérées comme étant disponibles à la vente et comptabilisées à leur valeur de marché. Les plus-values et moins-values non réalisées sont saisies dans les fonds propres sous la rubrique «plus-values latentes sur immobilisations financières», sans effet sur le résultat; elles sont passées au compte de résultat seulement au moment de la vente de l'immobilisation financière ou de l'apparition d'une moins-value (impairment). Les écarts de conversion de monnaies étrangères se rapportant aux immobilisations financières disponibles à la vente sont comptabilisés au compte de résultat.

Les prêts accordés par la Poste sont portés au bilan au coût d'acquisition amorti. La mise en compte des immobilisations financières dans le bilan a lieu à la date de règlement.

La Poste vérifie régulièrement les immobilisations financières quant à une indication de diminution de leur valeur. Lui servent en particulier d'indicateurs, d'une part, l'évolution des valeurs de marché et, d'autre part, l'abaissement de la notation de crédit des immobilisations par des

agences de notation reconnues ou par des banques qualifiées. En présence de tels indicateurs, elle détermine la valeur recouvrable des immobilisations. La valeur recouvrable des immobilisations et des prêts rémunérés correspond à la valeur actuelle des flux de liquidités attendus provenant du paiement des intérêts et de remboursements. La valeur actuelle des immobilisations et des prêts détenus jusqu'à l'échéance est calculée sur la base du taux d'intérêt effectif initial des immobilisations financières concernées. Lorsque la valeur recouvrable est inférieure à la valeur comptable d'une immobilisation financière, la différence est inscrite comme moins-value au compte de résultat. Si une immobilisation financière disponible à la vente doit faire l'objet d'une diminution de valeur, la perte nette cumulée de ce placement financier est extraite des fonds propres, puis affectée au compte de résultat. Si la valeur de marché d'un placement rémunéré, par exemple un emprunt obligataire, est inférieure à sa valeur comptable simplement en raison d'un changement des taux du marché, la moins-value n'est pas comptabilisée, pour autant que la solvabilité de l'émetteur puisse être considérée comme bonne. Le cas échéant, la variation de la valeur de marché d'immobilisations financières disponibles à la vente est comptabilisée directement dans les fonds propres. Des diminutions de valeur sont opérées sur les instruments de fonds propres de la catégorie «disponible à la vente» lorsqu'une diminution significative (recul de 20 % par rapport au prix d'achat) ou durable (9 mois) de la valeur de marché est constatée. Jusqu'à la réalisation des titres, aucune plus-value n'est comptabilisée avec effet sur le résultat, les variations positives étant imputées directement sur les fonds propres. Les correctifs de valeur individuels d'immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance et de prêts sont imputés sur un compte ad hoc distinct. La radiation définitive de l'immobilisation financière intervient lorsque des indices sûrs montrent qu'elle ne pourra plus être recouvrée. Outre les correctifs de valeur individuels appliqués à des risques de défaillance spécifiques et connus, des correctifs de valeur forfaitaires sont constitués pour les immobilisations détenues jusqu'à l'échéance et les prêts, sur la base de données statistiques relatives au risque de défaillance en général.

Les instruments financiers dérivés sont utilisés essentiellement pour couvrir les risques de change et de taux d'intérêt et, dans une moindre mesure, pour le négoce.

Les opérations de couverture sont inscrites au bilan lorsque les instruments financiers dérivés compensent efficacement les fluctuations de la valeur de marché ou du flux financier des transactions couvertes. L'efficacité des opérations de couverture est vérifiée semestriellement.

Les couvertures de juste valeur (fair value hedges) sont utilisées pour couvrir la valeur de marché d'un actif ou d'un passif. Les variations de valeur aussi bien de l'instrument de couverture que de l'instrument sous-jacent sont comptabilisées au compte de résultat.

Les couvertures de cash-flow servent à couvrir les transactions futures attendues. La partie efficace de la variation est imputée aux fonds propres, tandis que la partie inefficace est comptabilisée avec incidence sur le résultat.

Les dérivés qui ne sont pas mis en compte selon les règles de la comptabilité de couverture ou qui n'en remplissent pas les conditions sont traités comme des instruments de négoce.

Les instruments financiers dérivés achetés aux fins de négoce sont inscrits au bilan à leur valeur de marché, lors de la conclusion de la transaction. Par la suite, ils sont également évalués à leur valeur de marché. Les variations de valeur de marché des instruments de négoce sont comptabilisées avec incidence sur le résultat.

L'évaluation des valeurs de marché d'instruments financiers se fait sur la base des cotations boursières et de modèles d'évaluation (méthode de la valeur actuelle, etc.). Dans le cas des instruments financiers cotés, la valeur de marché correspond à la valeur boursière. Pour les instruments financiers monétaires non cotés, la juste valeur (fair value) est calculée sur la base de l'actualisation du cash-flow en utilisant le taux d'intérêt actuel s'appliquant à des instruments comparables de même échéance.

Opérations de mise en pension et de prise en pension et opérations de prêts de titres

Les liquidités qui résultent des opérations de prise en pension (reverse repurchase) sont comptabilisées en tant que créances sur établissements financiers. Les placements financiers obtenus à titre de sûretés lors de l'opération ne sont pas comptabilisés. L'inscription au bilan se fait au jour d'exécution. Les produits d'intérêts issus des opérations de prise en pension sont régularisés en fonction de la période.

Les placements financiers transférés en tant que sûretés lors des opérations de mise en pension (repurchase) continuent à être comptabilisés en tant qu'immobilisations financières. L'apport de liquidités est enregistré dans les autres engagements financiers. Les charges d'intérêts résultant des opérations de mise en pension sont régularisées en fonction de la période.

En ce qui concerne les opérations de prêts/emprunts de titres, la Poste a recours seulement au prêt de titres (securities lending). Les instruments financiers prêtés continuent à être comptabilisés en tant qu'immobilisations financières.

La couverture des titres des opérations de mise en pension et de prise en pension et opérations de prêts de titres est effectuée chaque jour aux valeurs de marché.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition, déduction faite des amortissements cumulés. Les amortissements sont effectués de façon linéaire sur les durées d'utilisation estimées ci-après.

Durée estimée d'utilisation des immobilisations corporelles

Immeubles	aucune
Immeubles d'exploitation	20 à 60 ans
Installations d'exploitation	3 à 20 ans
Machines	3 à 15 ans
Equipements informatiques	3 à 10 ans
Mobilier	3 à 20 ans
Véhicules ferroviaires	10 à 30 ans
Autres véhicules	3 à 10 ans

Les aménagements réalisés par le locataire et les installations situées dans des espaces loués inscrits à l'actif sont amortis sur la période d'utilisation estimée ou sur la durée du bail si elle est plus courte. Les immobilisations corporelles dont les diverses composantes ont une durée d'utilisation différente sont saisies et amorties par composante. La durée d'utilisation des immobilisations corporelles est vérifiée annuellement. Il n'y a pas d'immeuble important pouvant être considéré comme un immeuble de placement au sens de la norme IAS 40.

Les rénovations importantes et autres coûts augmentant la valeur des bâtiments sont activés et amortis sur la durée d'utilisation économique estimée. Les frais ordinaires de réparation ou d'entretien sont comptabilisés en charges. Les coûts de financement liés à des immobilisations en construction ne sont pas inscrits à l'actif, mais portés directement en charges.

Leasing

Les contrats de leasing (crédit-bail) d'immeubles, d'équipements, d'autres immobilisations corporelles et de véhicules pour lesquels la Poste supporte la totalité des risques et des avantages liés à la propriété sont considérés comme des leasings financiers. La valeur de marché de l'objet en leasing est capitalisée au début du contrat de leasing et comptabilisée en tant qu'immobilisation corporelle, tandis que les paiements futurs à titre de leasing sont actualisés et comptabilisés en tant qu'engagements. Tout paiement à titre de leasing est subdivisé en amortissement et charges d'intérêts. La part d'amortissement est déduite des engagements de leasing capitalisés.

Les autres contrats de leasing sont comptabilisés en tant que leasing d'exploitation (operating leasing). Les paiements à titre de leasing sont comptabilisés sur toute la durée du contrat dans le compte de résultat.

Les terrains et les bâtiments loués à long terme sont comptabilisés séparément. Sous certaines conditions, les bâtiments figurent au bilan comme leasing financier, tandis que le crédit-bail de terrains est en principe considéré comme du leasing d'exploitation, du fait que la durée d'utilisation des terrains ne peut pas être déterminée.

Immobilisations incorporelles

Lors de regroupements d'entreprises, le goodwill est inscrit au bilan au coût d'acquisition, après déduction de la moins-value (impairment). En cas d'acquisition, le montant de la transaction est désormais réparti, dans le cadre de l'allocation du prix d'achat, sur des actifs, des engagements et des engagements conditionnels identifiables.

Les entrées d'actifs incorporels non acquis par regroupement d'entreprises sont comptabilisées à la valeur d'acquisition et amorties linéairement sur la durée estimée de leur utilisation économique. Les durées estimées d'utilisation d'actifs incorporels sont régulièrement vérifiées. Elles sont inférieures à dix ans.

Moins-values (immobilisations corporelles et incorporelles)

Les immobilisations corporelles et incorporelles (sans goodwill) sont régulièrement vérifiées quant à la présence d'indices de surévaluation. Le cas échéant, leur valeur comptable est comparée à leur valeur recouvrable nette (valeur la plus élevée entre le prix de vente net et la valeur d'utilité). Si la valeur comptable de l'actif dépasse sa valeur recouvrable nette, la moins-value correspondant à l'écart entre la valeur comptable et la valeur recouvrable nette est comptabilisée avec effet sur le résultat. Un test de dépréciation du goodwill est effectué au moins une fois par an.

Fonds des clients (PostFinance)

Les fonds de la clientèle déposés auprès de PostFinance sur des comptes postaux, des comptes Deposito et des comptes de placement ainsi que les obligations de caisse sont évalués au coût d'acquisition amorti, qui correspond généralement à leur valeur nominale.

Autres engagements financiers

Les autres engagements financiers se composent d'engagements envers des établissements financiers, évalués au coût d'acquisition amorti, d'instruments financiers dérivés, évalués à leur valeur de marché, d'engagements de leasing financier ainsi que d'opérations de mise en pension (repurchase).

Provisions

Des provisions sont constituées si, au moment de l'inscription au bilan, un événement passé se traduit par une obligation actuelle, qu'une sortie de fonds est probable et que son montant peut être calculé de manière fiable.

Les provisions pour restructuration ne sont constituées qu'après présentation et communication d'un plan détaillé.

La Poste assume elle-même divers risques par une autoassurance. Les charges attendues pour des dommages pouvant survenir et non assurés auprès de tiers sont provisionnées.

Prévoyance du personnel

La majorité du personnel est assurée auprès de la Caisse de pensions Poste selon un plan de prévoyance à prestations définies. Le plan couvre les conséquences économiques de la vieillesse, de l'invalidité et du décès, conformément aux dispositions légales. Les charges et les engagements résultant du plan de prévoyance sont calculés annuellement selon la méthode dite des unités de crédit projetées. Celle-ci se fonde sur le nombre d'années de service accomplies par les collaborateurs au moment de la clôture du bilan et sur des hypothèses quant à l'évolution des salaires.

Lorsque des modifications apportées au plan de prévoyance entraînent la naissance de droits acquis, les coûts qui en résultent sont immédiatement comptabilisés au compte de résultat. Les autres coûts de prévoyance sont régulièrement enregistrés au compte de résultat sur la durée de service restante moyenne estimée des assurés. Les pertes et bénéfices cumulés – actuariels et sur les placements – sont répartis linéairement sur la durée de service restante moyenne des salariés, s'ils excèdent de 10 % le montant le plus élevé des engagements et du patrimoine de prévoyance (obligation au titre des prestations projetées).

Pour les autres plans de prévoyance, les contributions versées par l'employeur sont portées à la charge du compte de résultat, conformément aux règles applicables aux plans à primauté des cotisations.

Les provisions pour les autres prestations à long terme versées aux collaborateurs (primes de fidélité) et pour les bons pour le personnel remis aux retraités sont également déterminées selon la méthode des unités de crédit projetées, de même que les provisions pour congés sabbatiques des cadres des échelons 1 et 2.

Impôts sur le bénéfice

Conformément à l'article 13 de la loi sur l'organisation de la Poste (LOP), seuls les bénéfices de La Poste Suisse résultant d'activités soumises à la concurrence telles que définies par l'article 9 de la loi fédérale sur la poste (LPO) sont imposables. Les sociétés du groupe en Suisse et à l'étranger sont soumises aux impôts ordinaires sur les bénéfices perçus dans leur pays.

Pour les prestations imposables de la Poste et pour les sociétés du groupe, les impôts différés sont calculés sur la base des taux d'imposition actuels ou attendus dans le pays concerné. Ils tiennent compte des effets en matière d'impôts sur le bénéfice des écarts temporaires entre la valeur comptable nette et la valeur fiscale des actifs et des passifs, selon l'approche bilan de la méthode du report variable (balance sheet liability method). Les reports de pertes fiscales ne sont pris en compte dans le calcul des impôts différés que dans la mesure où une compensation avec des bénéfices imposables futurs est probable.

Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées

Les actifs non courants (immobilisations corporelles et incorporelles) ou les groupes à céder (p. ex. des parties d'entreprise) sont classés comme détenus en vue de la vente s'ils ne sont plus utilisés et que l'intention est effectivement de les vendre. Les actifs non courants détenus en vue de la vente sont évalués à la plus faible des valeurs entre valeur comptable et valeur de réalisation, déduction faite des frais de vente, et ne sont plus amortis. Les activités abandonnées sont des activités clairement identifiables qui ont déjà été vendues ou qui sont classées parmi les actifs non courants détenus en vue de la vente.

4 | Incertitudes d'estimation et appréciation du management

L'établissement des comptes consolidés repose sur un certain nombre d'estimations et d'hypothèses. Bien que la Direction du groupe Poste fasse ces estimations et hypothèses le plus scrupuleusement possible, compte tenu des informations les plus récentes sur les événements en cours ainsi que des mesures prévues au niveau du groupe, les résultats effectifs peuvent différer des prévisions. Les estimations et les hypothèses qui, si elles ne s'avèrent pas, présentent un important risque d'ajustement majeur de la valeur comptable d'un actif ou d'un engagement au cours du prochain exercice sont présentées ci-après.

Sont également commentées les méthodes d'établissement du bilan et d'évaluation qui, selon l'appréciation de la Direction du groupe, peuvent avoir une influence importante sur les comptes annuels consolidés.

Incertitudes d'estimation quant à l'application des méthodes d'établissement du bilan et d'évaluation

■ Durées d'utilisation des immobilisations corporelles

Les durées d'utilisation des immobilisations corporelles sont établies compte tenu de l'état de la technique et des enseignements tirés du passé. Les durées d'utilisation effectives peuvent toutefois différer des estimations en raison des progrès technologiques et de l'évolution des conditions du marché. Le cas échéant, les durées d'utilisation sont ajustées à la nouvelle situation et, si une avancée technologique rend les immobilisations corporelles obsolètes, celles-ci sont amorties plus rapidement ou vendues.

■ Engagements de prévoyance du personnel

Les charges et les engagements de prévoyance du personnel sont calculés annuellement selon la méthode des unités de crédit projetées. Les calculs se fondent sur différentes hypothèses actuarielles, notamment sur le rendement du patrimoine de prévoyance escompté à long terme, sur l'évolution attendue des salaires et des rentes et sur le taux d'actualisation des engagements de prévoyance.

■ Valeur de marché des instruments financiers

La valeur de marché des immobilisations financières non cotées en Bourse repose sur des méthodes d'estimation reconnues. Les hypothèses adoptées s'appuient en particulier sur des informations tirées du marché. Pour la détermination de la valeur de marché de quelques immobilisations financières non cotées en Bourse et disponibles à la vente, on a utilisé la méthode de l'actualisation du cash-flow. Le calcul de la valeur actualisée du cash-flow repose sur les courbes de taux d'intérêt de Bloomberg, compte tenu des paramètres pertinents (notation, durée, etc.).

■ Goodwill

La dépréciation des postes de goodwill est vérifiée annuellement, également au moyen de la méthode de l'actualisation du cash-flow. Les paramètres appliqués reposent sur des hypothèses spécifiques au pays et à l'unité génératrice de trésorerie concernés. Les flux financiers utilisés

Appréciation du management quant à l'application des méthodes d'établissement du bilan et d'évaluation

dans les calculs tiennent compte de la planification financière stratégique à trois ans et d'une valeur résiduelle, qui ne contient aucune composante de croissance.

■ Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance

Les immobilisations financières assorties d'une échéance fixe que la Poste a la possibilité et l'intention de conserver jusqu'à cette date sont classées comme détenues jusqu'à l'échéance. Si la Poste ne pouvait finalement pas conserver ces immobilisations financières jusqu'à leur échéance, celles-ci seraient reclassées dans la catégorie «disponible à la vente», avec pour conséquence qu'elles devraient être évaluées non plus au coût d'acquisition amorti, mais à leur valeur de marché.

■ Moins-values sur des immobilisations financières et des prêts disponibles à la vente ou détenus jusqu'à l'échéance

Pour déterminer une moins-value (impairment) non temporaire, la Poste applique les dispositions de la norme IAS 39 «Instruments financiers: comptabilisation et évaluation». Le management prend donc plusieurs facteurs en considération, tels que la durée, la branche, les perspectives d'avenir, le contexte technologique, etc.

5 | Informations sectorielles

Principes

Les informations sectorielles reposent sur les structures d'organisation et de gestion internes de la Poste. Les relations entre les segments se fondent sur un catalogue de prestations et un concept de prix de transfert. Ces prix sont déterminés sur la base de critères relevant de l'économie d'entreprise. Les résultats des segments Réseau postal et vente, PostLogistics et PostMail sont présentés après compensation des coûts des processus de dépôt, de transport et de distribution. Le résultat de Réseau postal et vente intègre le résultat de la vente des autres articles de marque ainsi que les coûts non couverts par la compensation des prestations internes.

L'attribution des unités de La Poste Suisse et des sociétés du groupe figurant au bilan aux différents segments est présentée à la note 32, Périmètre de consolidation.

Segmentation primaire

Segmentation primaire	Description
PostMail	Services dans les domaines du courrier adressé, des journaux et des envois non adressés
PostLogistics	Colis, envois express, messageries, transports et services logistiques
Swiss Post International	Traitement des lettres et des colis à destination et en provenance de l'étranger, services y relatifs à l'étranger et expédition de produits de presse
Clients stratégiques et solutions	Services sur de nouveaux marchés, comme le marketing de dialogue, la gestion de documents et la gestion de la clientèle
Réseau postal et vente	Canal de distribution de services postaux et, à titre complémentaire, de produits de tiers pour la clientèle privée ainsi que pour les petites et moyennes entreprises
PostFinance	Services dans les domaines du trafic des paiements, des placements, de la prévoyance et du financement
CarPostal	Transport de voyageurs par la route ainsi que services complémentaires
Autres	Unités de La Poste Suisse non attribuables aux autres segments (unités comme Immobilier, Technologies de l'information et Philatélie).
Consolidation	Effets des éliminations internes au groupe

Segmentation secondaire

Il s'agit d'une segmentation géographique: «Suisse» et «Etranger et transfrontalier». Le segment «Etranger et transfrontalier» englobe la totalité du chiffre d'affaires de Swiss Post International et des autres sociétés étrangères du groupe.

Mandat de prestations légal

Le mandat de prestations légal de la Poste l'oblige à fournir ses services sur l'ensemble du territoire suisse (desserte de base ou service universel). La Poste n'est pas libre de fixer les prix des prestations relevant du service universel comme elle l'entend. Les modifications de prix des services réservés (monopole) doivent être approuvées par le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC). De plus, en raison de la position dominante de la Poste sur le marché, le Surveillant des prix peut examiner ses autres prix à tout moment.

En vertu de la loi sur la poste, la Poste fournit des services réservés et non réservés ainsi que des services libres. Les services réservés (monopole de la Poste) relèvent des segments PostMail (courrier adressé) et Swiss Post International (courrier international entrant).

Le 1^{er} avril 2006, le marché des lettres a été partiellement ouvert à la concurrence par l'abaissement de la limite du monopole à 100 grammes. Grâce à ce monopole résiduel, la Poste est en mesure de continuer à assurer une desserte de base de qualité à des prix abordables, contribuant ainsi à renforcer le service public en Suisse.

Indemnisation par l'Etat

La Poste reçoit de la Confédération suisse les indemnités ci-après, incluses dans le chiffre d'affaires net des services logistiques.

- Segment PostMail: 30 millions de francs (2007: 80 millions) pour les coûts non couverts du transport de journaux.
- Segment CarPostal: 144 millions de francs (2007: 184 millions) pour les transports de voyageurs effectués au titre des transports publics.

Composition de l'actif et du passif des segments

Les actifs et les passifs d'exploitation résultant des activités d'exploitation d'un segment lui sont si possible attribués directement. Comme le résultat du segment PostFinance contient les produits financiers et les charges financières, les avoirs et les engagements rémunérés correspondants sont pris en compte dans les actifs et les passifs du segment.

Les actifs et les passifs du segment Autres contiennent principalement:

- la valeur comptable des immeubles de La Poste Suisse gérés de manière centralisée;
- les engagements de prévoyance du personnel.

Les actifs et les passifs non imputés comprennent des avoirs et des dettes (surtout des prêts, p. ex. aux entrepreneurs CarPostal) qui sont de nature essentiellement financière et ne sont donc pas comptabilisés avec les actifs et les passifs des segments.

Informations complémentaires

Les charges et les produits sans incidence sur les liquidités comprennent surtout la constitution et la dissolution de provisions sans effet sur les flux de liquidités.

Résultats par segment
et par région

Résultats par segment 2008 En millions de CHF	Note	PostMail	Post- Logistics	Swiss Post Internat- ional	Clients stratégiques et solutions	Réseau postal et vente	Post- Finance	CarPostal ¹	Autres ²	Consoli- dation	Groupe
Produits d'exploitation											
avec clients		2 587	1 151	1 030	650	449	2 180	603	330	–	8 980
avec autres segments		329	365	4	58	888	11	1	846	–2 502	–
Total des produits d'exploitation		2 916	1 516	1 034	708	1 337	2 191	604	1 176	–2 502	8 980
Résultat d'exploitation		249	39	36	9	–95	229	27	318		812
Résultat financier	12, 13										3
Résultat des sociétés associées	23	0	–	7	0	–	2	0	1		10
Impôts sur le bénéfice	14										0
Bénéfice consolidé											825
Actifs des segments		502	417	701	407	459	67 142	196	3 368	–3 571	69 621
Sociétés associées		4	–	15	0	–	15	2	6		42
Actifs non imputés ³											1 940
Total des actifs											71 603
Engagements des segments		293	476	668	247	553	66 540	311	2 650	–3 571	68 167
Passifs non imputés ³											579
Total des fonds étrangers											68 746
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles	24, 25	129	78	11	25	4	10	35	181		473
Amortissements	24, 25	34	51	7	36	1	20	21	113		283
Moins-values	17, 25	–	–	–	1	–	187	–	–		188
Plus-values	24	–	–	–	4	–	–	–	–		4
Autres (charges)/produits sans incidence sur les liquidités		28	–20	–4	–4	5	0	–18	–134		–147
Effectif ⁴		17 594	5 294	1 294	6 109	7 055	2 889	1 570	2 373		44 178

1 Le segment CarPostal est soumis à la loi sur les chemins de fer, qui dispose que la comptabilité des entreprises concessionnaires est réglée séparément par voie d'ordonnance (ORCO). Les comptes établis selon l'ORCO et selon les normes IFRS présentent des différences.

2 Inclut des unités de services et des unités de gestion comme Immobilier et Technologies de l'information, ainsi que l'unité Philatélie.

3 Les actifs et les passifs non imputés comprennent des avoirs et des dettes contribuant surtout au résultat financier et non au résultat d'exploitation et ne sont donc pas comptabilisés avec les actifs et les passifs des segments.

4 Effectif moyen converti en postes à plein temps (sans apprentis). L'augmentation de l'effectif de PostMail et la diminution de celui de Réseau postal et vente résultent du transfert des collaborateurs de la distribution à domicile d'une unité à l'autre.

Résultats par région

2008 En millions de CHF	Note	Suisse	Etranger et trans- frontalier	Groupe
Produits d'exploitation réalisés avec des clients		7 372	1 608	8 980
Actifs des segments		68 667	954	69 621
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles	24, 25	440	33	473

Résultats par segment

2007 En millions de CHF	Note	PostMail	Post- Logistics	Swiss Post Internat- ional	Clients stratégiques et solutions	Réseau postal et vente	Post- Finance	CarPostal ¹	Autres ²	Consoli- dation	Groupe
Produits d'exploitation											
avec clients		2 659	1 118	1 142	662	420	1 928	583	200	–	8 712
avec autres segments		349	343	3	30	1 316	9	2	818	–2 870	–
Total des produits d'exploitation		3 008	1 461	1 145	692	1 736	1 937	585	1 018	–2 870	8 712
Résultat d'exploitation		236	76	34	–1	–25	318	32	196		866
Résultat financier	12, 13										–2
Résultat des sociétés associées	23	2	–	8	0	–	2	0	0		12
Impôts sur le bénéfice	14										33
Bénéfice consolidé											909
Actifs des segments		549	341	705	524	453	56 103	184	2 468	–4 143	57 184
Sociétés associées		5	–	15	0	–	15	2	6		43
Actifs non imputés ³											2 857
Total des actifs											60 084
Engagements des segments		325	342	686	385	476	55 297	304	3 427	–4 143	57 099
Passifs non imputés ³											515
Total des fonds étrangers											57 614
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles	24, 25	138	64	18	26	2	23	26	308		605
Amortissements	24, 25	31	47	6	30	1	22	22	100		259
Moins-values	17, 24, 25	–	–	0	25	–	9	–	–		34
Plus-values	17, 25	–	–	–	0	–	0	–	–		0
Autres (charges)/produits sans incidence sur les liquidités		–12	–6	–2	–5	–3	1	–19	–125		–171
Effectif ⁴		14 370	5 105	1 133	5 306	10 997	2 709	1 521	2 306		43 447

1 Le segment CarPostal est soumis à la loi sur les chemins de fer, qui dispose que la comptabilité des entreprises concessionnaires est réglée séparément par voie d'ordonnance (ORCO). Les comptes établis selon l'ORCO et selon les normes IFRS présentent des différences.

2 Inclut des unités de services et des unités de gestion comme Immobilier et Technologies de l'information, ainsi que l'unité Philatélie.

3 Les actifs et les passifs non imputés comprennent des avoirs et des dettes contribuant surtout au résultat financier et non au résultat d'exploitation et ne sont donc pas comptabilisés avec les actifs et les passifs des segments.

4 Effectif moyen converti en postes à plein temps (sans apprentis).

Résultats par région

2007 En millions de CHF	Note	Suisse	Etranger et trans- frontalier	Groupe
Produits d'exploitation réalisés avec des clients		6 971	1 741	8 712
Actifs des segments		56 209	975	57 184
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles	24, 25	572	33	605

6 | Résultat des services financiers

La présentation ci-après tient compte des caractéristiques propres aux opérations des services financiers. Sa structure est conforme à celle en usage dans les banques.

Résultat des services financiers

En millions de CHF

	2008	2007
Produits d'intérêts		
Produits d'intérêts de créances sur établissements financiers	40	59
Produits d'intérêts d'opérations de prêts de titres et de prise en pension	142	152
Produits d'intérêts de créances rémunérées sur clients	9	9
Produits d'intérêts et de dividendes selon l'option FVTPL ¹ : portefeuille de négoce	-	-
Produits d'intérêts et de dividendes d'immobilisations financières	1 183	915
Charges d'intérêts		
Charges d'intérêts pour fonds des clients (PostFinance)	-526	-405
Charges d'intérêts pour engagements envers des établissements financiers	-14	-7
Charges d'intérêts d'opérations de mise en pension	-6	-4
Résultat des opérations d'intérêts	828	719
Correctifs de valeur sur immobilisations financières	-188	-12
Pertes du trafic des paiements	-4	-4
Résultat des opérations d'intérêts après correctifs de valeur	636	703
Produits des commissions des opérations de crédit	73	66
Produits des commissions des opérations sur titres et placements	26	29
Produits des commissions d'autres prestations de services	23	17
Charges des commissions	-69	-61
Résultat des prestations de services	508	518
Résultat des opérations de commissions et de prestations de services	561	569
Résultat des opérations de négoce	111	100
Résultat de la vente d'immobilisations financières disponibles à la vente	2	11
Autre résultat financier	-13	-9
Résultat des services financiers	1 297	1 374
Présenté dans le compte de résultat consolidé sous:		
Produits des services financiers	2 177	1 927
Charges des services financiers	-880	-553

¹ FVTPL: fair value through profit or loss (les variations de la valeur de marché sont saisies dans le compte de résultat).

7 | Autres produits d'exploitation

Autres produits d'exploitation

En millions de CHF

	2008	2007
Revenu locatif	63	61
Bénéfices sur ventes d'immobilisations corporelles	89	76
Autres produits	432	299
Total des autres produits d'exploitation	584	436

Les autres produits comprennent essentiellement les taxes sur la valeur ajoutée et les taxes douanières encaissées par le segment Swiss Post International (voir aussi la note 11, Autres charges d'exploitation), ainsi que les nouvelles solutions développées dans le secteur logistique et, en 2008, l'indemnité de retour de la Sihpost, à Zurich.

8 | Charges de personnel

Composition

Composition des charges de personnel

En millions de CHF	Note	2008	2007
Salaires		3 325	3 301
Prestations sociales		308	329
Charges de prévoyance	9	150	143
Autres charges de personnel		90	78
Total des charges de personnel		3 873	3 851

Effectif

Effectif

Unités de personnel ¹	2008	2007
Effectif du groupe Poste (sans apprentis)	44 178	43 447
Effectif de La Poste Suisse (sans apprentis)	32 919	33 419
Apprentis du groupe	1 631	1 525

1 Effectif moyen converti en postes à plein temps.

9 | Prévoyance du personnel

Il existe différentes institutions de prévoyance en faveur du personnel en Suisse et à l'étranger, mais la majorité du personnel est assurée auprès de la Fondation Caisse de pensions Poste. Le 1^{er} janvier 2008, la Caisse de pensions Poste a changé de régime de primauté et ses affiliés sont depuis lors assurés selon un plan de prévoyance à primauté mixte conforme à la LPP. Ce plan assure le personnel de La Poste Suisse et des organisations et entreprises affiliées, ainsi que les collaborateurs des entrepreneurs CarPostal – pour autant qu'ils soient affectés à l'exploitation des lignes de CarPostal –, contre les conséquences économiques de la vieillesse, de l'invalidité et du décès. Les prestations de vieillesse de tous les assurés actifs sont calculées en primauté des cotisations et les prestations de risque (décès et invalidité) en primauté des prestations. La couverture de l'assurance de risque débute le 1^{er} janvier de l'année qui suit les 17 ans révolus de la personne assurée, tandis que l'assurance vieillesse prend effet le 1^{er} janvier de l'année qui suit ses 21 ans révolus, pour autant que des rapports réguliers de travail rétribués par un salaire mensuel aient été conclus pour plus de trois mois et que le salaire annuel déterminant soit plus élevé que les deux huitièmes de la rente de vieillesse maximale. Les calculs effectués selon la norme IAS 19 tiennent aussi compte de la solution de prévoyance du groupe GHP. Les autres plans de prévoyance ne sont pas significatifs pour les comptes annuels consolidés.

Hypothèses actuarielles

Les paramètres utilisés aux fins de calcul sont les suivants:

Hypothèses actuarielles

En pour-cent	2008	2007
Taux d'actualisation	3,50	3,25
Evolution attendue des salaires	2,00	2,00
Rendement du patrimoine de prévoyance attendu à long terme	4,50	4,50
Indexation des rentes	0,50	0,50
Fluctuation	4,02	3,70

Les prestations à long terme versées aux collaborateurs sont présentées et décrites à la note 27, Provisions.

Coûts annuels

Charges de prévoyance	2008	2007
En millions de CHF		
Droits de prévoyance acquis	437	441
Rémunération des engagements de prévoyance futurs	486	458
Rendement attendu du patrimoine	-613	-606
Amortissement du coût des services passés	0	4
Cotisations des employés	-171	-156
Autres	11	-
Charges de prévoyance de plans à primauté des prestations	150	141
Charges de prévoyance des entrepreneurs CarPostal comptabilisées dans la rubrique Indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal	-8	-9
Charges de prévoyance d'autres plans de prévoyance	8	11
Charges de prévoyance du groupe	150	143
Revenu effectif du patrimoine de prévoyance	-1 833	126

Les échanges de prestations entre la Fondation Caisse de pensions Poste et La Poste Suisse ont lieu aux conditions usuelles du marché.

Etat de la couverture

Présentation des engagements de prévoyance portés au bilan découlant des plans de prévoyance à primauté des prestations de la Fondation Caisse de pensions Poste et du groupe GHP:

Récapitulation de l'état de la couverture	31.12.2008	31.12.2007
En millions de CHF		
Valeur actuelle des engagements de prévoyance avec patrimoine distinct	15 192	15 190
Patrimoine de prévoyance à la valeur de marché	-11 651	-13 548
Découvert	3 541	1 642
Bénéfices actuariels non encore amortis ¹	-1 597	641
Coûts des changements de plan non encore amortis	34	33
Engagements de prévoyance sans patrimoine distinct	13	23
Total des engagements de prévoyance portés au bilan pour plans à primauté des prestations	1 991	2 339

¹ Le montant correspond aux bénéfices/pertes actuariels résultant de la différence entre les valeurs supputées et les valeurs effectives ainsi que des adaptations des hypothèses actuarielles.

Evolution des engagements de prévoyance portés au bilan pour plans à primauté des prestations

Evolution des engagements de prévoyance portés au bilan pour plans à primauté des prestations	2008	2007
En millions de CHF		
Etat au 1^{er} janvier	2 339	2 627
Charges de prévoyance de plans à primauté des prestations	150	141
Contributions de l'employeur	-245	-217
Utilisation du bénéfice	-250	-212
Paiements de rentes par l'employeur	-1	-
Différences de conversion	-2	-
Entrées dans le périmètre de consolidation	-	0
Etat au 31 décembre¹	1 991	2 339
dont:		
à court terme (paiements échéant dans les douze prochains mois)	150	141
à long terme	1 841	2 198

¹ Les différences par rapport aux chiffres du bilan résultent d'engagements de prévoyance pour lesquels aucun calcul selon IAS 19 n'a été effectué.

Evolution des engagements de prévoyance

Evolution des engagements de prévoyance

En millions de CHF

	2008	2007
Etat au 1^{er} janvier	15 213	15 671
Droits de prévoyance acquis	437	441
Prestations payées provenant du patrimoine de prévoyance	-811	-791
Prestations payées directement par l'employeur	-1	-1
Rémunération des engagements de prévoyance	486	458
Acquisitions d'entreprises	-	3
(Bénéfices)/Pertes actuarielles	-208	-516
Différences de conversion	-2	1
Effets des changements de plan (changement de primauté)	-	-53
Autres	91	-
Etat au 31 décembre	15 205	15 213
Engagements de prévoyance avec patrimoine distinct	15 192	15 190
Engagements de prévoyance sans patrimoine distinct	13	23
Total des engagements de prévoyance	15 205	15 213

Evolution du patrimoine de prévoyance

Evolution du patrimoine de prévoyance (valeur de marché)

En millions de CHF

	2008	2007
Etat au 1^{er} janvier	13 548	13 627
Cotisations des employés	171	156
Contributions de l'employeur	245	217
Prestations payées	-811	-791
Revenu attendu du patrimoine	613	606
Bénéfices/(Pertes) du patrimoine de prévoyance	-2 445	-480
Entrées dans le périmètre de consolidation	-	0
Utilisation du bénéfice ¹	250	212
Différences de conversion	0	1
Autres	80	-
Etat au 31 décembre	11 651	13 548

¹ Dans le cadre de l'utilisation des bénéfices de 2006 et 2007, des sommes s'élevant respectivement à CHF 212 millions et à CHF 250 millions ont été affectées à la Caisse de pensions Poste en tant que réserve de contributions de l'employeur, conformément aux décisions du Conseil fédéral. Ces versements se sont traduits par des augmentations de mêmes montants des réserves issues du capital.

Catégories de placements

Catégories de placement et rendements attendus En pour-cent	Rendement attendu à long terme	Part au patrimoine total évaluée à la juste valeur	
		31.12.2008	31.12.2007
Obligations	3,25	55	46
Actions	7,00	20	27
Immobilier	4,50	10	10
Autres	4,45	15	17
Total	4,44	100	100

Le patrimoine de la Caisse de pensions Poste ne contient aucun titre de La Poste Suisse, ni aucun immeuble loué par la Poste.

Evolution
du découvert

Evolution du découvert En millions de CHF	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2004
Engagements de prévoyance	15 205	15 213	15 671	15 456	14 437
Patrimoine de prévoyance	-11 651	-13 548	-13 627	-12 580	-11 284
Découvert	3 554	1 665	2 044	2 876	3 153
Ajustements empiriques des engagements de prévoyance					
Montant	131	9	-31	-210	-136
En pour-cent	0,9	0,1	-0,2	-1,4	-0,9
Ajustements empiriques du patrimoine de prévoyance					
Montant	-2 445	-480	369	724	-12
En pour-cent	-21,0	-3,5	2,7	5,8	-0,1

Les ajustements empiriques des engagements de prévoyance et du patrimoine de prévoyance documentent les écarts enregistrés entre les hypothèses de planification et l'évolution effective de la situation en cours d'exercice.

Futures contributions
de l'employeur

Les contributions ordinaires de l'employeur attendues en 2009 s'élèvent à 245 millions de francs (2008: 217 millions).

10 | Charges des biens commercialisés et prestations de services

Charges des biens commercialisés et prestations de services En millions de CHF	2008	2007
Charges des biens commercialisés	544	526
Indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal	276	268
Indemnités versées aux entreprises de transport	399	355
Indemnités versées au service postal international	235	331
Collaborateurs temporaires	176	150
Total des charges des biens commercialisés et prestations de services	1 630	1 630

L'augmentation des charges des biens commercialisés est due principalement aux nouvelles solutions développées dans le secteur logistique. Les entrepreneurs CarPostal sont des entrepreneurs indépendants, mandatés pour exploiter des lignes de CarPostal pour le compte de La Poste Suisse. L'augmentation des indemnités versées aux entreprises de transport s'explique par la progression du trafic et surtout par le renchérissement (entre autres carburants et salaires). Quant aux indemnités versées au service postal international, elles ont diminué principalement en raison des effets de change. Enfin, l'augmentation des charges des collaborateurs temporaires est due à l'exploitation parallèle liée au projet REMA.

11 | Autres charges d'exploitations

Autres charges d'exploitation En millions de CHF	2008	2007
Frais de locaux	212	208
Entretien et réparation d'immobilisations corporelles	279	286
Energie et carburants	73	55
Matériel d'exploitation	172	206
Frais de bureau et d'administration	150	152
Marketing et communication	98	99
Pertes sur vente d'immobilisations corporelles	2	2
Autres charges	520	520
Total des autres charges d'exploitation	1 506	1 528

12 | Produits financiers

Produits financiers

En millions de CHF

	2008	2007
Produits d'intérêts d'autres prêts	12	12
Bénéfices sur ventes d'immobilisations financières	3	2
Gains de change	7	3
Autres produits financiers	3	1
Total des produits financiers	25	18

Les produits des opérations des services financiers de PostFinance sont comptabilisés avec les produits des services financiers.

13 | Charges financières

Charges financières

En millions de CHF

	Note	2008	2007
Charges d'intérêts d'autres engagements financiers		6	8
Ajustements de la valeur actuelle de provisions	27	0	5
Charges d'intérêts des leasings financiers	26	1	0
Pertes de change		11	2
Autres charges financières		4	5
Total des charges financières		22	20

Les charges des opérations des services financiers de PostFinance sont comptabilisées avec les charges des services financiers.

14 | Impôts sur le bénéfice

Impôts sur le bénéfice

En millions de CHF

	2008	2007
Charges d'impôts courants	10	13
Produits d'impôts différés	-10	-46
Total des impôts sur le bénéfice	0	-33

La majeure partie des opérations de La Poste Suisse ne sont pas imposables, hormis les bénéfices réalisés avec les services libres. Toutefois, la part des prestations imposables pourrait croître à l'avenir en raison de la libéralisation des services postaux.

Impôts différés
sur postes du bilan

Impôts différés sur postes du bilan En millions de CHF	31 décembre 2008			31 décembre 2007		
	Impôts différés actifs	Impôts différés passifs	Avoirs/(Engagements), net	Impôts différés actifs	Impôts différés passifs	Avoirs/(Engagements), net
Immobilisations corporelles	1	-4	-3	0	-6	-6
Immobilisations incorporelles	16	-6	10	20	-5	15
Autres engagements financiers	1	0	1	2	-	2
Autres engagements	0	0	0	0	-1	-1
Provisions	1	0	1	0	-0	0
Provisions prévoyance du personnel (IAS 19)	18	0	18	16	-	16
Autres postes du bilan	0	-1	-1	-	-	-
Impôts différés résultant d'écart temporels	37	-11	26	38	-12	26
Actifs d'impôts résultant de reports de pertes	33		33	23		23
Impôts différés actifs/passifs, brut	70	-11	59	61	-12	49
Impôts différés actifs/passifs de l'exercice précédent	-61	12	-49	-20	14	-6
Modification du périmètre de consolidation	-4	5	1	0	1	1
Influence du cours des monnaies	-1	0	-1	2	-	2
Impôts différés portés au compte de résultat	4	6	10	43	3	46

Les impôts différés actifs de 70 millions de francs (2007: 61 millions) comprennent essentiellement des reports de pertes fiscales, des écarts temporels sur des immobilisations incorporelles et des provisions pour engagements de prévoyance conformes à la norme IAS 19 non acceptées sur le plan fiscal. Les impôts différés actifs résultant d'écarts temporels déductibles et les reports de pertes fiscales existants ne sont comptabilisés que si la réalisation des produits d'impôts concernés est vraisemblable.

Les impôts différés passifs de 11 millions de francs (2007: 12 millions) sont dus principalement à des écarts temporels entre la valeur comptable et la valeur fiscale d'immobilisations corporelles et incorporelles.

Reports de pertes déductibles fiscalement

En millions de CHF	Activés	Non activés	Total
1 an	18	47	65
2 à 6 ans	107	105	212
Plus de 6 ans	16	178	194
Total des reports de pertes déductibles fiscalement	141	330	471

Les reports de pertes fiscales de 330 millions de francs (2007: 326 millions) n'ont pas été portés à l'actif du groupe, car leur réalisation future paraît incertaine. Les reports de pertes fiscales échoient pour la plupart après sept ans.

Reports de pertes
déductibles fiscalement

Analyse des charges d'impôts sur le bénéfice

Le tableau ci-après présente la réconciliation du bénéfice imposable et des charges d'impôts comptabilisées. Le taux d'imposition moyen pondéré appliqué s'élève à 17,8 % (2007: 18,6 %).

Réconciliation du bénéfice imposable et des charges d'impôts comptabilisées

En millions de CHF

	2008	2007
Bénéfice avant impôts	825	876
Bénéfice de La Poste Suisse exonéré de l'impôt	814	844
Bénéfice imposable	11	32
Taux d'imposition moyen pondéré	17,8%	18,6%
Charges d'impôts selon le taux d'imposition moyen pondéré	2	6
Causes d'augmentation/de diminution:		
Utilisation de reports de pertes non activés	-2	-12
Non-activation d'impôts différés sur la perte de la période	4	-
Autres charges non déductibles	1	1
Compléments et remboursements d'impôts des exercices précédents	1	-
Bénéfices/pertes imposés à un taux différent	1	-1
Variation des correctifs d'impôts différés actifs	5	-23
Modification du taux d'imposition	1	-1
Autres effets	-13 ¹	-3
Charges d'impôts comptabilisées	0	-33

¹ Principalement activation de reports de pertes et variations d'écarts temporaires.

15 | Créances

Toute opération de prise en pension entraîne la comptabilisation d'une créance correspondante, qui reflète le droit de la Poste de récupérer le dépôt d'espèces effectué. Les titres obtenus par des opérations de prise en pension ne sont inscrits au bilan que lorsque les risques et les avantages qui leur sont associés ont été transférés. Leur valeur de marché est surveillée, afin, si nécessaire, de fournir ou d'exiger des sûretés supplémentaires.

Il n'y a pas de biens patrimoniaux gagés (sûretés) en relation avec des créances.

Créances par catégorie En millions de CHF	31 décembre 2008			31 décembre 2007		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Créances sur établissements financiers ¹	17 067	1	17 066	11 005	1	11 004
Créances rémunérées sur clients	108	3	105	89	3	86
Créances résultant de livraisons et prestations	1 110	12	1 098	1 053	10	1 043
Autres créances	1 060	4	1 056	900	3	897
Total des créances	19 345	20	19 325	13 047	17	13 030
¹ dont créances résultant d'opérations de prise en pension			16 767			7 633
et couvertes par des titres dont la valeur de marché est de			16 767			7 633

Echéances des créances

Créances selon l'échéance En millions de CHF	31 décembre 2008			31 décembre 2007		
	Total	Echéance jusqu'à 3 mois	Echéance de plus de 3 mois	Total	Echéance jusqu'à 3 mois	Echéance de plus de 3 mois
Créances sur établissements financiers	17 066	16 162	904	11 004	8 418	2 586
Créances rémunérées sur clients	105	105	–	86	86	–
Créances résultant de livraisons et prestations	1 098	612	486	1 043	136	907
Autres créances	1 056	137	919	897	49	848
Total des créances	19 325	17 016	2 309	13 030	8 689	4 341

Les créances sur établissements financiers sont constituées d'avoirs en compte courant, de placements sur le marché monétaire et d'opérations de prise en pension. Les comptes courants concernent principalement le trafic des paiements internationaux de la Poste. Les placements sur le marché monétaire et les opérations de prise en pension interviennent dans le cadre de la gestion des fonds de la clientèle. La couverture des titres des opérations de prise en pension est effectuée chaque jour aux valeurs de marché.

Les créances rémunérées sur clients se rapportent à des découverts techniques des titulaires de comptes postaux.

En 2008, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 40 millions de francs (2007: 59 millions) pour les créances détenues sur des établissements financiers et à 9 millions de francs (2007: 9 millions) pour les créances rémunérées sur clients.

N'étant détenues qu'à court terme, les créances résultant de livraisons et prestations et les autres créances ne sont pas actualisées.

Créances sans correctif de valeur individuel et échues

Lorsqu'elle s'attend à ce qu'une créance génère une perte parce que le débiteur n'est vraisemblablement pas à même de remplir ses obligations contractuelles, La Poste Suisse corrige la valeur de la créance en question. Les créances échues pour lesquelles il existe une indication claire de diminution de valeur sont reportées sur une liste d'observation et surveillées.

Créances sans correctif de valeur individuel et échues En millions de CHF	31 décembre 2008				31 décembre 2007			
	1 à 90 jours	91 à 180 jours	181 à 365 jours	> 1 an	1 à 90 jours	91 à 180 jours	181 à 365 jours	> 1 an
Créances rémunérées sur clients	81	15	7	4	74	4	5	6
Créances résultant de livraisons et prestations	70	7	4	1	90	3	1	1
Autres créances	1	1	1	2	1	1	0	2
Total des créances	152	23	12	7	165	8	6	9

En 2008, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucune créance échue importante n'a dû être renégociée.

Créances avec correctif de valeur

Les créances ouvertes sont régulièrement examinées dans le cadre d'une procédure d'analyse des risques fixée par le groupe. Les correctifs de valeur individuels sont déterminés compte tenu de la différence entre la valeur nominale de la créance et le montant net jugé recouvrable.

Les postes ne faisant pas l'objet de correctifs de valeurs individuels sont soumis à un correctif de valeur forfaitaire déterminé sur la base de relevés statistiques portant sur les exercices précédents.

Créances avec correctif de valeur En millions de CHF	31 décembre 2008			31 décembre 2007		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Correctifs de valeur individuels						
Créances sur établissements financiers	2	-1	1	1	-1	-
Créances résultant de livraisons et prestations	37	-8	29	15	-7	8
Autres créances	5	-4	1	4	-3	1
Total des créances avec correctif de valeur individuel	44	-13	31	20	-11	9
Correctifs de valeur forfaitaires						
Créances rémunérées sur clients	108	-3	105	89	-3	86
Créances résultant de livraisons et prestations	923	-4	919	844	-3	841
Autres créances	0	0	0	1	0	1
Total des créances avec correctif de valeur forfaitaire	1031	-7	1024	934	-6	928

Variation des correctifs de valeur des créances

Variation des correctifs de valeur des créances En millions de CHF	Créances sur établissements financiers		Créances rémunérées sur clients		Créances résultant de livraisons et prestations		Autres créances	
	Correctifs de valeur individuels	Correctifs de valeur forfaitaires	Correctifs de valeur individuels	Correctifs de valeur forfaitaires	Correctifs de valeur individuels	Correctifs de valeur forfaitaires	Correctifs de valeur individuels	Correctifs de valeur forfaitaires
Etat au 01.01.2008	1	-	-	3	7	3	3	0
Moins-values	1	-	-	-	2	2	1	-
Plus-values	-	-	-	-	0	-1	-	0
Sorties	-1	-	-	-	-1	0	-	-
Etat au 31.12.2008	1	-	-	3	8	4	4	0
Etat au 01.01.2007	1	-	-	2	8	4	4	0
Moins-values	-	-	-	1	2	1	0	-
Plus-values	-	-	-	-	0	-1	-	0
Sorties	-	-	-	-	-3	-1	-1	-
Etat au 31.12.2007	1	-	-	3	7	3	3	0

16 | Stocks

Stocks

En millions de CHF	31.12.2008	31.12.2007
Biens commercialisés	43	46
Carburants et matériel d'exploitation	32	30
Produits finis et semis-finis	5	7
Correctifs de valeur pour stocks non courants	0	-1
Total des stocks	80	82

17 | Immobilisations financières

Immobilisations financières En millions de CHF	FVTPL ¹ négoce	Détenu jusqu'à l'échéance	Disponible à la vente	Instruments financiers dérivés	Prêts	Total
Note	18	19	20	21	22	
Etat au 01.01.2008	–	31 671	3 935	39	5 797	41 442
Entrées	0	12 428	1 112	140	8 873	22 553
Variation de valeur avec effet sur le résultat	–	–95	–197	–	0	–292
Variation de valeur sans effet sur le résultat	–	–	–114	–	–	–114
Moins-values	–	–113	–69	–	–6	–188
Transferts	–	–585	–	–	585	0
Sorties	–	–7 332	–1 560	–	–7 501	–16 393
Etat au 31.12.2008	0	35 974	3 107	179	7 748	47 008
Etat au 01.01.2007	–	26 325	4 422	16	3 949	34 712
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	–	–	0	–	–	0
Entrées	–	10 354	1 051	23	7 201	18 629
Variation de valeur avec effet sur le résultat	–	–86	20	–	–31	–97
Variation de valeur sans effet sur le résultat	–	–	–17	0	–	–17
Moins-values, net	–	–7	–	–	–2	–9
Sorties	–	–4 915	–1 541	–	–5 320	–11 776
Etat au 31.12.2007	–	31 671	3 935	39	5 797	41 442

1 FVTPL: fair value through profit or loss (évaluées à la valeur de marché avec effet sur le résultat, négoce).

L'afflux croissant de fonds de la clientèle enregistré durant l'année s'est traduit par une nouvelle augmentation des immobilisations financières. Les valeurs comptabilisées dans la catégorie «disponible à la vente» ainsi que celles des instruments financiers dérivés correspondent aux valeurs de marché, dans la mesure où elles proviennent directement de marchés publics organisés ou standardisés. Les positions pour lesquelles aucun prix formé «officiellement» n'est disponible sont évaluées à l'aide de courbes de taux d'intérêt, de primes de risque et de notations d'instruments dérivés (credit default swaps).

Les immobilisations financières des catégories «détenu jusqu'à l'échéance» et «prêts» sont évaluées selon la méthode du coût d'acquisition amorti. Dans un environnement de marché négatif, comme celui qui s'est installé en cours d'exercice et régnait encore à la date de clôture du bilan, il faut partir du principe que les coûts d'acquisition amortis sont en partie supérieurs aux valeurs de marché qui pourraient être obtenues en cas de vente immédiate. La raison en est que les primes de crédit ont nettement augmenté sur toutes les catégories de débiteurs, atteignant des valeurs très élevées au quatrième trimestre.

L'écart entre les valeurs comptables et les valeurs de marché des positions de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance» – calculées comme pour la catégorie «disponible à la vente» – est présenté à la note 19, Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance.

Il n'y a jamais eu d'immobilisations financières comptabilisées dans le portefeuille de négoce, si bien qu'il n'a pas été nécessaire de faire usage de la possibilité – adoptée dans la norme IAS 39 en octobre 2008 avec effet rétroactif au 1^{er} juillet – de reclasser des titres du portefeuille de négoce dans le portefeuille «disponible à la vente».

La croissance des instruments financiers dérivés (valeurs de remplacements positives) s'explique par l'augmentation des opérations de couverture de placements en monnaie étrangère (éléments couverts) et par l'évolution des taux de change. Ces instruments sont comptabilisés à hauteur de 154 millions de francs (31 décembre 2007: 20 millions) selon les prescriptions de la comptabilité de couverture (voir la note 21, Instruments financiers dérivés).

La diminution de valeur avec effet sur le résultat de 292 millions de francs est due principalement à l'influence négative du cours des devises sur les obligations (169 millions pour les immobilisations financières de la catégorie «disponible à la vente» et 43 millions pour celles de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance»). Le recul est dû également à hauteur de 58 millions à l'application de la méthode des taux d'intérêts effectifs (amortissement). Toutes les obligations en monnaie étrangère sont couvertes par des swaps de taux d'intérêt et de devises ou par des opérations à terme sur devises.

La valeur des obligations est systématiquement vérifiée quant à sa conservation. Les placements présentant une des caractéristiques ci-après sont examinés de plus près.

- Leur notation n'est plus de première qualité (hors investment grade: < BBB-).
- Leur prix sur le marché est tombé à moins de 60 %.
- Il n'est plus possible d'en déterminer un prix fiable.
- Il en a déjà été question précédemment en relation avec une moins-value (impairment).

Ces examens ont eu lieu lors du bouclage des comptes annuels.

En 2008, les diminutions de valeur d'immobilisations financières ont atteint 188 millions de francs au total, dont 69 millions résultent de l'évolution négative du cours de portefeuilles d'actions. Quant aux placements à taux fixe, ils ont fait l'objet de correctifs de valeur pour 119 millions de francs. Ces correctifs ont touché en particulier des emprunts obligataires qui ont subi un incident de crédit et dont on estime qu'ils ne seront pas intégralement remboursés. On a aussi augmenté les correctifs de valeur forfaitaires appliqués aux obligations et aux prêts.

Les immobilisations financières comprennent des montants prêtés pour des opérations de prêts de titres pour une valeur de 10,808 milliards de francs (31 décembre 2007: 11,91 milliards).

En 2008, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucune immobilisation financière évaluée à la valeur de marché avec effet sur le résultat, négoce, n'a été comptabilisée.

18 | Evaluées à la valeur de marché avec effet sur le résultat, négoce

19 | Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance En millions de CHF	Total	Echéance		
		moins de 1 an	1 à 5 ans	plus de 5 ans
31 décembre 2008				
Obligations	35 974	7 524	21 018	7 432
Total détenu jusqu'à l'échéance	35 974	7 524	21 018	7 432
Evaluées à la valeur de marché	35 904			
31 décembre 2007				
Obligations	31 671	6 349	18 683	6 639
Total détenu jusqu'à l'échéance	31 671	6 349	18 683	6 639
Evaluées à la valeur de marché	31 286			

Sur les 35,904 milliards de francs correspondant à la valeur de marché de ces immobilisations financières, 24,156 milliards (67 %) représentent des effets cotés en Bourse. Le solde de 11,748 milliards de francs (33 %) correspond à des prix du marché déterminés indirectement (à l'aide de cash-flows actualisés d'après des courbes de taux d'intérêt et des spreads de crédit).

En 2008, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 887 millions de francs (2007: 694 millions).

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance sans correctif de valeur individuel et échues

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur

Au 31 décembre 2008, pas plus qu'au 31 décembre 2007, aucune immobilisation financière détenue jusqu'à l'échéance sans correctif de valeur individuel et échue n'était comptabilisée.

En 2008, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucune immobilisation financière de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance» et échue n'a dû être renégociée.

Les indicateurs d'une diminution de valeur sont notamment l'évolution des valeurs de marché et la rétrogradation de la notation des immobilisations. Il est procédé à des correctifs de valeur individuels lorsque l'émetteur est notoirement en proie à des difficultés financières importantes ou que les intérêts et l'amortissement ne sont plus payés comme stipulé dans le contrat.

En l'absence d'indications objectives quant à la diminution de valeur d'instruments financiers particuliers, la Poste procède à une appréciation groupée. Les instruments financiers présentant des risques de défaillance comparables sont regroupés et soumis en sus à un correctif de valeur forfaitaire déterminé sur la base de relevés statistiques.

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur En millions de CHF	31 décembre 2008			31 décembre 2007		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Correctifs de valeur individuels						
Obligations	120	-108	12	-	-	-
Total détenu jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur individuel	120	-108	12	-	-	-
Correctifs de valeur forfaitaires						
Obligations	36 013	-51	35 962	31 717	-46	31 671
Total détenu jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur forfaitaire	36 013	-51	35 962	31 717	-46	31 671

Il n'y a pas de biens patrimoniaux gagés (sûretés) en relation avec des immobilisations financières de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance».

Variation des correctifs de valeur des immobilisations financières de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance»

Variation des correctifs de valeur des immobilisations financières de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance» En millions de CHF	Correctifs de valeur individuels	Correctifs de valeur forfaitaires	Total
Etat au 01.01.2008	-	46	46
Moins-values	108	5	113
Etat au 31.12.2008	108	51	159
Etat au 01.01.2007	-	39	39
Moins-values	-	7	7
Etat au 31.12.2007	-	46	46

20 | Immobilisations financières disponibles à la vente

Immobilisations financières disponibles à la vente

En millions de CHF	Total	Echéance			
		moins de 1 an	1 à 5 ans	plus de 5 ans	sans
31 décembre 2008					
Obligations	2 921	1 534	949	438	–
Actions	183	–	–	–	183
Autres	3	3	0	–	0
Total disponible à la vente	3 107	1 537	949	438	183
31 décembre 2007					
Obligations	3 666	1 485	1 957	224	–
Actions	267	–	–	–	267
Autres	2	1	–	–	1
Total disponible à la vente	3 935	1 486	1 957	224	268

En 2005, La Poste Suisse a commencé à se constituer une position stratégique en actions s'inscrivant dans un cadre clairement défini et bien délimité, conforme à la politique de l'entreprise en matière de placements et de risques. Les actions incluent des titres de participation pour un montant de 1 million de francs, évalués au coût d'acquisition du fait que leur juste valeur ne peut être déterminée avec fiabilité.

Sur les 2,921 milliards de francs correspondant à la valeur de marché des obligations, 2,011 milliards (69 %) représentent des effets cotés en Bourse. Le solde de 910 millions de francs (31 %) correspond à des prix du marché déterminés indirectement (à l'aide de cash-flows actualisés d'après des courbes de taux d'intérêt et des spreads de crédit).

En 2008, le bénéfice tiré des ventes et des remboursements anticipés d'immobilisations financières disponibles à la vente s'est élevé à 2 millions de francs (2007: 11 millions).

En 2008, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 107 millions de francs (2007: 104 millions).

Immobilisations financières disponibles à la vente sans correctif de valeur individuels et échues

Au 31 décembre 2008, pas plus qu'au 31 décembre 2007, aucune immobilisation financière disponible à la vente sans correctif de valeur individuel et échue n'était comptabilisée.

En 2008, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucune immobilisation financière de la catégorie «disponible à la vente» et échue n'a dû être renégoциée.

Immobilisations financières disponibles à la vente avec correctif de valeur

Les indicateurs d'une diminution de valeur des placements financiers à taux fixe sont notamment l'évolution des valeurs de marché et la rétrogradation de la notation des placements. Il est procédé à des correctifs de valeur individuels lorsque l'émetteur est notoirement en proie à des difficultés financières importantes ou que les intérêts et l'amortissement ne sont plus payés comme stipulé dans le contrat.

Des diminutions de valeur sont opérées sur les instruments de fonds propres de la catégorie «disponible à la vente» lorsqu'une diminution significative (recul de 20 % par rapport au prix d'achat) ou durable (9 mois) de la valeur de marché est constatée.

Les pertes comptabilisées dans les fonds propres sans incidence sur le résultat, au poste des plus-values latentes, sont passées au compte de résultat dès que la diminution de valeur (impairment) intervient.

Les correctifs de valeur opérés au 31 décembre 2008 s'élevaient à 69 millions de francs. Ils ont été constitués courant 2008 en raison de l'évolution négative du cours des portefeuilles d'actions. En 2007, aucune immobilisation financière disponible à la vente avec correctif de valeur qui soit significative n'était détenue.

Il n'y a pas de biens patrimoniaux gagés (sûretés) en relation avec des immobilisations financières de la catégorie «disponible à la vente».

21 | Instruments financiers dérivés

Instruments financiers dérivés En millions de CHF	31 décembre 2008				31 décembre 2007			
	Valeur de remplacement positive	Montant du sous-jacent	Valeur de remplacement négative	Montant du sous-jacent	Valeur de remplacement positive	Montant du sous-jacent	Valeur de remplacement négative	Montant du sous-jacent
Note	17		26		17		26	
Couvertures du cash-flow								
Monnaie	124	1 292	0	11	5	304	22	720
Intérêts	10	412	–	–	4	423	1	152
Couvertures de la juste valeur								
Monnaie	19	157	–	–	3	66	1	41
Intérêts	1	50	3	50	8	90	3	83
Autres								
Monnaie	22	203	6	236	15	112	48	517
Intérêts	3	89	2	799	4	211	0	362
Total des instruments financiers dérivés	179	2 203	11	1 096	39	1 206	75	1 875

Echéances des dérivés

Echéances des instruments financiers dérivés En millions de CHF	31 décembre 2008				31 décembre 2007			
	Valeur de remplacement positive	Montant du sous-jacent	Valeur de remplacement négative	Montant du sous-jacent	Valeur de remplacement positive	Montant du sous-jacent	Valeur de remplacement négative	Montant du sous-jacent
Note	17		26		17		26	
Couvertures du cash-flow								
Moins de 1 an	27	492	–	–	3	321	9	423
1 à 5 ans	95	1 073	0	11	6	390	7	267
Plus de 5 ans	12	139	–	–	0	16	7	182
Couvertures de la juste valeur								
Moins de 1 an	18	177	–	–	3	66	4	124
1 à 5 ans	2	30	3	50	8	90	–	–
Autres								
Moins de 1 an	25	265	6	914	5	253	27	645
1 à 5 ans	0	27	2	121	14	70	21	234
Plus de 5 ans	–	–	–	–	–	–	–	–
Total des instruments financiers dérivés	179	2 203	11	1 096	39	1 206	75	1 875

Valeur de remplacement

La valeur de remplacement d'un instrument financier dérivé correspond à sa valeur de marché, autrement dit au prix que l'on devrait payer pour conclure une affaire de remplacement en cas de défaillance de la contrepartie. Les valeurs de remplacement positives sont exposées au risque de crédit et représentent la perte comptable maximale que la banque subirait à la date du bilan en cas de défaillance de la contrepartie. Les valeurs de remplacement négatives apparaissent lorsqu'il serait possible de conclure une affaire de remplacement à des conditions plus avantageuses.

Montants du sous-jacent

Les montants du sous-jacent correspondent aux parts créancières des valeurs de base des instruments financiers dérivés ou aux valeurs nominales (underlying value).

La Poste acquiert des instruments financiers dérivés essentiellement à des fins de couverture. Les opérations de couverture sont inscrites au bilan (comptabilité de couverture) lorsque les instruments financiers dérivés compensent efficacement les fluctuations de la valeur de remplacement ou du flux de liquidités des transactions couvertes. Les dérivés auxquels la comptabilité de couverture n'est pas appliquée sont traités comme des instruments de négoce.

Couvertures du cash-flow

La Poste Suisse est exposée à des risques aussi bien de fluctuation des cours que de variation des taux d'intérêt. Le risque de change découlant des placements en obligations en devises étrangères est couvert contre les fluctuations de cours au moyen de swaps de devises. Quant aux variations des flux d'intérêts futurs sur immobilisations financières, elles sont couvertes par des swaps de taux d'intérêt de différentes durées. La réserve de couverture est imputée au compte de résultat au moment où la transaction sous-jacente se réalise.

Le 31 décembre 2008, les réserves de couverture s'élevaient à 31 millions de francs (2007: 1 million). Durant l'exercice sous revue, les transferts des réserves de couverture (fonds propres) au compte de résultat se sont élevés à moins 119 millions de francs (2007: plus 5 millions). Toutes les variations de valeur de marché des instruments de couverture sont comptabilisées dans les réserves de couverture sans incidence sur le résultat. Les intérêts nets échus et ceux payés/perçus (moins 5 millions de francs, comme en 2007) ainsi que la part en devises étrangères (moins 114 millions de francs; 2007: plus 10 millions) sont ensuite transférés au compte de résultat (recycling). Ainsi, seule la variation de valeur de marché résiduelle des instruments de couverture reste imputée dans la réserve de couverture du cash-flow. Aucun montant provenant des fonds propres n'a été comptabilisé dans les coûts d'acquisition ou dans d'autres valeurs comptables de valeurs patrimoniales ou d'engagements non financiers.

Couvertures de la juste valeur

Le risque de change découlant de placements en actions en devises étrangères est couvert contre les fluctuations de cours au moyen de contrats à terme sur devises. En 2008, on a enregistré plus 9 millions de francs de (gains)/pertes de change sur les portefeuilles d'actions (2007: moins 1 million), pour plus 7 millions de gains de change provenant des opérations à terme sur devises (2007: plus 1 million).

Voir aussi la note 31, Gestion des risques financiers, au sujet de la stratégie de gestion des risques. Les prescriptions de la comptabilité de couverture sont appliquées exclusivement par PostFinance en relation avec les immobilisations financières, ce depuis 2005.

22 | Prêts

Prêts En millions de CHF	Echéance				sans
	Total	moins de 1 an	1 à 5 ans	plus de 5 ans	
31 décembre 2008					
Administration fédérale des finances	–	–	–	–	–
Cantons, villes et communes ¹	3 812	937	1 772	1 103	–
Etablissements financiers	3 207	134	2 353	720	–
Entrepreneurs CarPostal	205	30	102	73	–
Autres ²	524	23	393	108	–
Total des prêts	7 748	1 124	4 620	2 004	–
31 décembre 2007					
Administration fédérale des finances	0	0	–	–	–
Cantons, villes et communes ¹	2 323	709	803	811	–
Etablissements financiers	3 100	527	1 444	1 129	–
Entrepreneurs CarPostal	196	28	98	70	–
Autres ²	178	81	44	53	–
Total des prêts	5 797	1 345	2 389	2 063	–

1 Prêts aux cantons, aux villes et aux communes ainsi que titres de créance sur des collectivités de droit public (CDP).

2 Prêts et titres de créances sur «Autres établissements» ainsi que hypothèques (CHF 6 millions; 2007: 8 millions) accordées à l'origine par la Caisse de pensions Poste et reprises par PostFinance.

En 2008, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 189 millions de francs (2007: 118 millions).

Prêts sans correctif de valeur individuel et échus

Lorsqu'elle s'attend à ce qu'un prêt génère une perte parce que le débiteur n'est vraisemblablement pas à même de remplir ses obligations contractuelles, La Poste Suisse corrige la valeur du prêt en question.

Au 31 décembre 2008, pas plus qu'au 31 décembre 2007, aucun prêt sans correctif de valeur individuel et échus n'était comptabilisé.

En 2008, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucun prêt échus important n'a dû être renégocié.

Prêts avec correctif de valeur

Prêts avec correctif de valeur En millions de CHF	31 décembre 2008			31 décembre 2007		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Correctifs de valeur individuels						
Prêts	–	–	–	–	–	–
Total des prêts avec correctif de valeur individuel	–	–	–	–	–	–
Correctifs de valeur forfaitaires						
Prêts	7 546	–16	7 530	5 601	–10	5 591
Total des prêts avec correctif de valeur forfaitaire	7 546	–16	7 530	5 601	–10	5 591

Il est procédé à des correctifs de valeur individuels lorsque le débiteur est notoirement en proie à des difficultés financières importantes ou que les intérêts et l'amortissement ne sont plus payés comme stipulé dans le contrat.

En l'absence d'indications objectives quant à la diminution de valeur de prêts particuliers, la Poste procède à une appréciation groupée. Les prêts présentant des risques de défaillance comparables sont regroupés et soumis en sus à un correctif de valeur forfaitaire déterminé sur la base de relevés statistiques.

Il n'y a pas de biens patrimoniaux gagés (sûretés) en relation avec des prêts.

Variation des correctifs de valeur des prêts

Variation des correctifs de valeur des prêts En millions de CHF	Correctifs de valeur individuels	Correctifs de valeur forfaitaires	Total
Etat au 01.01.2008	0	10	10
Moins-values	-	6	6
Etat au 31.12.2008	0	16	16
Etat au 01.01.2007	0	8	8
Moins-values	-	2	2
Etat au 31.12.2007	0	10	10

23 | Participations dans des sociétés associées

Les sociétés associées sont répertoriées à la note 32, Périmètre de consolidation.

Participations dans des sociétés associées En millions de CHF	2008	2007
Etat au 1.1.	43	42
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés associées	-	-
Sorties résultant de la vente de sociétés associées	0	-1
Dividendes perçus	-11	-10
Part au résultat net (après impôts)	10	12
Etat au 31.12.	42	43
dont goodwill	11	11

Résultats des sociétés associées

Résultat des sociétés associées En millions de CHF	2008	2007
Part au résultat net (après impôts)	10	12
Total du résultat des sociétés associées	10	12

Mutations enregistrées dans les sociétés associées

■ 2008

Les 50 % restants de la société Innovative Personalmanagement GmbH, avec siège à Bamberg (DE), ont été acquis le 2 décembre 2008. A la même date, la société a fusionné avec Swiss Post Solutions GmbH. Le siège social est toujours à Bamberg.

■ 2007

Emka Card Systems Ltd, dont le siège est à Tel Aviv, a été vendue le 25 juillet 2007.

24 | Immobilisations corporelles

A la clôture de l'exercice, les engagements d'investissements en immobilisations corporelles s'élevaient à 77 millions de francs (2007: 227 millions). Ce recul marqué s'explique par l'achèvement du projet REMA.

Au 31 décembre 2008, les immobilisations corporelles gagées en relation avec des hypothèques s'élevaient à 34 millions de francs (31 décembre 2007: 35 millions).

Immobilisations corporelles 2008 En millions de CHF	Immeubles d'exploitation	Immeubles d'exploitation en construction	Installations, machines et équipements informatiques	Mobilier, véhicules et autres installations	Autres immobilisations en construction	Total
Coûts d'acquisition						
Etat au 01.01.2008	5 772	366	1 217	578	113	8 046
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	2	–	2	7	–	11
Entrées	–14 ¹	161	63	88	149	447
Sorties	–438	–8	–156	–30	–3	–635
Reclassements	400	–400	115	2	–117	–
Sorties résultant de reclassements selon IFRS 5	–20	0	–	–36	–	–56
Diff. de conversion de monnaies étrangères	–8	0	–18	–4	0	–30
Etat au 31.12.2008	5 694	119	1 223	605	142	7 783

Amortissements cumulés

Etat au 01.01.2008	4 562	–	843	303	0	5 708
Amortissements	98	–	101	61	–	260
Plus-values	–	–	–4	–	–	–4
Sorties	–402	–	–153	–27	–	–582
Reclassements	2	–	–2	0	–	–
Sorties résultant de reclassements selon IFRS 5	–13	–	–	–30	–	–43
Diff. de conversion de monnaies étrangères	–2	–	–12	–2	0	–16
Etat au 31.12.2008	4 245	–	773	305	0	5 323
Valeur comptable au 31.12.2008	1 449	119	450	300	142	2 460
dont installations en leasing	–	–	4	9	–	13

Immobilisations corporelles

2007 En millions de CHF	Immeubles d'exploitation	Immeubles d'exploitation en construction	Installations, machines et équipements informatiques	Mobilier, véhicules et autres installations	Autres immobilisations en construction	Total
Coûts d'acquisition						
Etat au 01.01.2007	5 764	196	1 226	578	137	7 901
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	4	–	0	0	–	4
Entrées	0	281	77	78	143	579
Sorties	–70	–24	–254	–40	–4	–392
Reclassements	87	–87	163	0	–163	–
Sorties résultant de reclassements selon IFRS 5	–16	–	–	–39	–	–55
Diff. de conversion de monnaies étrangères	3	–	5	1	0	9
Etat au 31.12.2007	5 772	366	1 217	578	113	8 046

Amortissements cumulés

Etat au 01.01.2007	4 537	–	991	313	–	5 841
Amortissements	90	–	95	59	–	244
Moins-values	–	–	5	–	–	5
Sorties	–64	–	–251	–36	–	–351
Reclassements	–	–	0	0	–	–
Sorties résultant de reclassements selon IFRS 5	–1	–	–	–34	–	–35
Diff. de conversion de monnaies étrangères	0	–	3	1	–	4
Etat au 31.12.2007	4 562	–	843	303	–	5 708
Valeur comptable au 31.12.2007	1 210	366	374	275	113	2 338
dont installations en leasing	–	–	2	11	–	13

1 Y compris CHF 17 millions de subventions pour installations ferroviaires.

25 | Immobilisations incorporelles et goodwill

Immobilisations incorporelles et goodwill En millions de CHF	31 décembre 2008			31 décembre 2007		
	Goodwill ¹	Autres immobilisations incorporelles	Total	Goodwill ¹	Autres immobilisations incorporelles	Total
Coûts d'acquisition						
Etat au 1^{er} janvier	230	101	331	166	77	243
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	–	21	21	–	6	6
Entrées	29 ²	26	55	67 ³	26	93
Sorties	– 20 ⁴	– 2	– 22	–	– 9	– 9
Adaptation ultérieure des coûts d'acquisition	– 13 ⁵	–	– 13	–	–	–
Diff. de conversion de monnaies étrangères	– 16	– 6	– 22	– 3	1	– 2
Etat au 31 décembre	210	140	350	230	101	331
Amortissements cumulés						
Etat au 1^{er} janvier	23	47	70	3	41	44
Amortissements	–	23	23	–	14	14
Dissolution de badwill	– 1	–	– 1	–	–	–
Moins-values ⁶	–	1	1	20	–	20
Sorties	–	– 2	– 2	–	– 9	– 9
Diff. de conversion de monnaies étrangères	0	– 2	– 2	–	1	1
Etat au 31 décembre	22	67	89	23	47	70
Valeur comptable au 31 décembre	188	73	261	207	54	261

- 1 Goodwill de sociétés entièrement consolidées. Le goodwill résultant de l'acquisition de participations dans des sociétés associées est compris dans la valeur de la participation mise en compte (voir la note 23, Participations dans des sociétés associées).
- 2 Résulte pour l'essentiel de l'acquisition de IMS Europe AB, Graphic Data Ltd., Presse Vertriebs SA, groupe Global Business Services Plus, Global Press Distribution GmbH et Anza Security Sàrl.
- 3 Composition: groupe Highnes, FM Verzollungs SA; rachat de parts minoritaires: PostLogistics Innight SA, Client Vela GmbH, Swiss Post International Hong Kong Ltd.; ajustements de paiements additionnels (earnouts): GHP Holding GmbH, Swiss Post Solutions Inc.; exercice de l'option d'achat des 40 % restants de Swiss Post International (Italy) Srl (voir aussi la note 33, Modifications du périmètre de consolidation).
- 4 Sortie en relation avec la vente de 40 % des parts de Swiss Post Porta a Porta S.p.A., avec laquelle Swiss Post International (Italy) Srl avait fusionné.
- 5 Ajustements de paiements additionnels (earnouts) pour le groupe GHP.
- 6 Voir les remarques ci-après sous «Vérification de la valeur du goodwill».

Vérification de la valeur du goodwill

Les autres immobilisations incorporelles concernent principalement des logiciels standard achetés. Il n'y a pas d'engagements d'investissements.

Lors de nouvelles acquisitions, le goodwill est réparti sur différentes unités identifiables, dites unités génératrices de trésorerie (UGT), et soumis annuellement à un test de dépréciation. En règle générale, une société correspond à une UGT.

La valeur recouvrable nette d'une UGT est déterminée sur la base d'un calcul de valeur d'utilité intégrant les données de la planification financière stratégique du groupe. La valeur d'utilité tient compte des flux de liquidités des trois prochaines années, avec actualisation du taux pondéré de coût du capital, ainsi que d'une valeur résiduelle estimée, qui ne contient aucune composante de croissance.

Le goodwill se rapporte aux segments ou sociétés du groupe ci-après.

Goodwill par segment En millions de CHF	31 décembre 2008					31 décembre 2007				
	Goodwill total	PostMail	Post-Logistics	Swiss Post international	SKL ¹	Goodwill total	PostMail	Post-Logistics	Swiss Post international	SKL ¹
Groupe GHP ²	33	-	-	-	33	46	-	-	-	46
Swiss Post Solutions SA (MailSource SA) ³	9	-	-	-	9	5	-	-	-	5
Swiss Post Solutions Inc.	38	-	-	-	38	40	-	-	-	40
MailSource UK Ltd. & Graphic Data Ltd. ⁴	19	-	-	-	19	16	-	-	-	16
Groupe Global Business Services Plus	3	-	-	-	3	-	-	-	-	-
DCL Data Care SA ⁵	-	-	-	-	-	4	4	-	-	-
Räber Information Management Sàrl & Presse Vertriebs SA ⁶	11	11	-	-	-	3	3	-	-	-
MDS Media Data Services SA	4	-	-	4	-	4	-	-	4	-
Swiss Post International Logistics SA	2	-	-	2	-	-	-	-	-	-
Swiss Post International Netherlands BV	3	-	-	3	-	3	-	-	3	-
Swiss Post International (Italy) Srl ⁷	-	-	-	-	-	20	-	-	20	-
Swiss Post Porta a Porta S.p.A.	21	-	-	21	-	23	-	-	23	-
Swiss Post SAT Holding SA	9	-	-	9	-	9	-	-	9	-
Swiss Post International Singapore Pte Ltd	4	-	-	4	-	4	-	-	4	-
FM Verzollungs SA ⁸	-	-	-	-	-	2	-	-	2	-
IMS Europe AB	2	-	-	2	-	-	-	-	-	-
PostLogistics SA	27	-	27	-	-	27	-	27	-	-
Autres	3	-	1	2	-	1	0	-	1	-
Total	188	11	28	47	102	207	7	27	66	107

1 Clients stratégiques et solutions depuis le 1^{er} octobre 2007.

2 Ajustements de paiements additionnels (earnouts).

3 OneReason SA, DCL Data Care SA.

4 Acquisition de Graphic Data Ltd. le 2 avril 2008.

5 Fusion avec Swiss Post Solutions SA.

6 Acquisition de Presse Vertriebs SA le 1^{er} juillet 2008.

7 Réduction en raison de la fusion avec Swiss Post Porta a Porta S.p.A, suivie de la vente de 40 % des parts.

8 Fusion mit Swiss Post International Logistics SA.

Pour déterminer la valeur du goodwill des sociétés du groupe et des sociétés associées au 31 décembre 2008 à l'aide de la méthode d'actualisation des cash-flows futurs, on a appliqué les paramètres nationaux indiqués ci-dessous. On a également tenu compte d'une prime de risque du marché d'environ 4,5 % (Suisse et étranger) et, en fonction de l'estimation des risques, d'une prime de petite capitalisation (small cap) ainsi que d'un supplément de fonds étrangers compris entre 0 et 4 %.

Paramètres nationaux de détermination de la valeur du goodwill

En pour-cent	Taux d'intérêt ¹	Taux d'imposition ²	WACC ³
Suisse	2,8	21	3,6-6,4
Italie	5,0	31	6,8
Grande-Bretagne	4,7	28	6,7
Pays-Bas	4,5	26	6,6
Allemagne	4,3	30	6,3
Etats-Unis	3,8	40	7,8
Singapour	3,1	18	5,7

1 Rendement des emprunts de l'Etat à dix ans dans le pays concerné.

2 Taux d'imposition appliqué dans le pays de la société reprise.

3 Taux moyen pondéré de coût du capital avant impôts (weighted average cost of capital).

Le goodwill payé au titre de l'acquisition de participations dans des sociétés associées est compris dans la valeur de la participation mise en compte (voir la note 23, Participations dans des sociétés associées).

26 | Engagements financiers

Engagements financiers

En millions de CHF	A vue	Résiliable ¹	Moins de 1 an	1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Total
31 décembre 2008						
Comptes postaux	46 459	–	–	–	–	46 459
Comptes Deposito et comptes de placement	–	16 053	–	–	–	16 053
Obligations de caisse pour clients	–	–	495	477	28	1 000
Placements sur le marché monétaire pour clients	–	57	635	–	–	692
Total des fonds des clients (PostFinance)	46 459	16 110	1 130	477	28	64 204
Engagements envers des établissements financiers	6	–	14	8	2	30
Instruments financiers dérivés	–	–	6	5	–	11
Autres engagements financiers						
Leasing financier	–	–	6	10	2	18
Opérations de mise en pension	–	–	118	–	–	118
Autres	7	–	148	32	–	187
Total des autres engagements financiers	13	–	292	55	4	364
Total des engagements financiers	46 472	16 110	1 422	532	32	64 568
31 décembre 2007						
Comptes postaux	36 728	–	–	–	–	36 728
Comptes Deposito et comptes de placement	–	12 290	–	–	–	12 290
Obligations de caisse pour clients	–	–	529	338	20	887
Placements sur le marché monétaire pour clients	–	21	1 536	–	–	1 557
Total des fonds des clients (PostFinance)	36 728	12 311	2 065	338	20	51 462
Engagements envers des établissements financiers	17	0	10	12	4	43
Instruments financiers dérivés	–	–	40	28	7	75
Autres engagements financiers						
Leasing financier	–	–	6	12	3	21
Opérations de mise en pension	–	–	75	–	–	75
Autres	49	–	1 211	37	–	1 297
Total des autres engagements financiers	66	–	1 342	89	14	1 511
Total des engagements financiers	36 794	12 311	3 407	427	34	52 973

¹ Fonds sans durée fixe non résiliés, remboursables en respectant un délai de résiliation contractuel.

Les opérations de mise en pension sont soumises à fluctuations. En cas de demande de fonds importante, le besoin de refinancement à court terme est couvert par de telles opérations. Des sûretés sont en principe constituées pour la totalité de ces opérations.

Un montant de 3 millions de francs (2007: 27 millions) est comptabilisé dans les instruments financiers dérivés (valeur de remplacement négative), conformément aux prescriptions de la comptabilité de couverture.

Les charges d'intérêts pour les fonds des clients se sont élevées à 526 millions de francs (2007: 405 millions).

Valeur actuelle des engagements de leasing financier

Valeur actuelle des engagements de leasing financier En millions de CHF	31 décembre 2008			31 décembre 2007		
	Valeur nominale	Actualisation	Valeur actuelle	Valeur nominale	Actualisation	Valeur actuelle
Echéance de moins de 1 an	6	0	6	6	0	6
Echéance de 1 à 5 ans	11	-1	10	14	-2	12
Echéance de plus de 5 ans	2	0	2	3	0	3
Total	19	-1	18	23	-2	21

27 | Provisions

Provisions En millions de CHF	Autres prestations à long terme pour collaborateurs	Restructuration	Sinistres survenus	Risques de procès	Autres	Total
Etat au 01.01.2008	320	121	45	27	31	544
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	-	-	-	-	3	3
Constitution	19	6	17	4	8	54
Ajustement à la valeur actuelle	0	0	0	-	0	0
Utilisation	-23	-56	-17	-1	-3	-100
Dissolution	0	-27	-4	-15	-7	-53
Adaptation ultérieure des coûts d'acquisition	-	-	-	-	-12	-12
Diff. de conversion de monnaies étrangères	0	-	0	-1	-2	-3
Etat au 31.12.2008	316	44	41	14	18	433
dont à court terme	23	40	11	3	17	94
Etat au 01.01.2007	341	135	46	33	31	586
Constitution	16	9	15	16	21	77
Ajustement à la valeur actuelle	8	5	-	-	1	14
Utilisation	-23	-21	-11	-19	-20	-94
Dissolution	-22	-7	-5	-3	-2	-39
Etat au 31.12.2007	320	121	45	27	31	544
dont à court terme	23	111	9	1	22	166

Autres prestations à long terme pour collaborateurs

Les autres prestations à long terme pour collaborateurs comprennent, pour l'essentiel, les primes de fidélité à l'entreprise et des bons pour le personnel (délivrés principalement aux retraités). Leur évolution ressort des tableaux récapitulatifs ci-après.

Les paramètres appliqués sont les suivants:

Hypothèses de calcul au	Primes de fidélité		Bons pour le personnel	
	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2008	31.12.2007
Taux d'intérêt technique	3,00 %	3,00 %	3,25 %	3,25 %
Evolution annuelle des salaires	2,00 %	2,00 %	-	-
Taux d'utilisation des bons du personnel	-	-	95,00 %	95,00 %
Part de vacances	55,80 %	55,80 %	-	-
Fluctuation volontaire	4,01 %	3,63 %	3,98 %	3,61 %
Durée de service restante moyenne, en années	12	12	12	12

Autres prestations
à long terme pour
collaborateurs

Autres prestations à long terme pour collaborateurs En millions de CHF	Primes de fidélité ¹		Bons pour le personnel	
	2008	2007	2008	2007
Etat au 1^{er} janvier	213	232	107	107
Droits de prévoyance acquis	12	13	3	3
Prestations payées	-18	-18	-5	-5
Rémunération des engagements de prévoyance	6	5	3	3
(Produits)/Charges des changements de plan	6	-12	1	-3
(Bénéfices)/Pertes de l'exercice	-10	-7	-2	2
Etat au 31 décembre	209	213	107	107

1 Les primes de fidélité incluent les congés sabbatiques accordés aux cadres des échelons 1 et 2.

Charges comptabilisées
dans les charges
de personnel

Charges comptabilisées dans les charges de personnel En millions de CHF	Primes de fidélité		Bons pour le personnel	
	2008	2007	2008	2007
Droits de prévoyance acquis	12	13	3	3
Coûts de rémunération	6	5	3	3
Comptabilisation des coûts des changements de plan	6	-	1	-
Comptabilisation des (bénéfices)/pertes	-10	-19	-2	-2
Total des charges des autres prestations à long terme pour collaborateurs	14	-1	5	4

**28 | Leasing
d'exploitation**

La Poste en tant que
preneur de leasing

Les engagements minimaux découlant de contrats de leasing ou de location non résiliables se composent comme suit:

Engagements de leasing d'exploitation En millions de CHF	31.12.2008	31.12.2007
Engagements futurs de leasing d'exploitation		
Echéance moins de 1 an	109	119
Echéance 1 à 5 ans	271	310
Echéance plus de 5 ans	98	117
Obligations de paiement futures pour leasing d'exploitation	478	546
Paiements de leasing minimaux	146	123
Paiements de leasing conditionnels	8	7
Charges de leasing de la période sous revue	154	130
Produits de sous-locations durant l'exercice écoulé	16	17
Produits de sous-location futurs	42	51

Les paiements découlant de contrats de leasing d'exploitation concernent principalement des loyers d'immeubles du réseau postal d'une durée résiduelle moyenne de trois ans, ainsi que des loyers de bâtiments d'exploitation et des droits de superficie auprès de l'unité Immobilière. Les revenus provenant de sous-locations concernent des immeubles du réseau postal loués à des tiers jusqu'à l'expiration du bail, à des fins d'optimisation.

Les paiements de leasing conditionnels concernent des baux à loyer indexés.

La Poste en tant que
donneur de leasing

Les produits provenant de la location de parties de propres immeubles à des tiers se sont élevés à 44 millions de francs (2007: 41 millions). A la clôture du bilan, il n'y a pas d'autres contrats de leasing importants conclus à titre de donneur de leasing.

Produits des contrats de leasing

En millions de CHF

	31.12.2008	31.12.2007
Futurs paiements contractuels minimaux de leasing		
Echéance moins de 1 an	63	59
Echéance 1 à 5 ans	189	179
Echéance plus de 5 ans	61	64
Total	313	302

29 | Engagements conditionnels

Cautionnements

Au 31 décembre 2008, les engagements conditionnels étaient les suivants:

Le montant total des cautionnements et des engagements de garantie s'élevé à 45 millions de francs (2007: 52 millions).

Litiges en cours

La Direction du groupe part du principe que les prétentions ou litiges pour lesquels aucune provision n'a été constituée sont soit sans fondement, soit sans influence notable sur la situation financière ou sur le résultat d'exploitation du groupe. En 2008, les engagements conditionnels résultant de litiges s'élevaient à 6 millions de francs (2007: 5 millions).

30 | Parties liées et personnes clés

Le groupe Poste entretient des relations avec des parties liées au sens des International Financial Reporting Standards (normes IFRS), en particulier avec les sociétés du groupe, les sociétés associées et des personnes clés. En tant que propriétaire de La Poste Suisse, la Confédération suisse est aussi considérée comme partie liée.

Toutes les transactions entre la Poste et les personnes ou sociétés réputées parties liées ont lieu aux conditions du marché. En 2008, en tant que propriétaire de la Poste, la Confédération suisse a versé des indemnités d'un montant de 30 millions de francs pour le transport de journaux (2007: 80 millions) et de 144 millions de francs pour le transport de voyageurs (2007: 184 millions).

Les opérations commerciales entre La Poste Suisse et les sociétés du groupe sont éliminées par la consolidation et ne figurent plus dans les informations de la présente annexe.

La Poste Suisse et les sociétés du groupe ont effectué les transactions ci-après avec des parties liées – personnes ou sociétés – ne faisant pas partie du groupe.

Transactions avec des parties liées et des personnes clés

En millions de CHF

	Vente de biens et de services		Achat de biens et de services		Créances et prêts vis-à-vis d'entreprises liées		Engagements envers des entreprises liées	
	2008	2007	2008	2007	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2008	31.12.2007
Entreprises gérées en commun ou soumises à une influence prépondérante	539	488	208	235	124	22	762	2 253
Confédération suisse	216	309	62	75	3	4	491	2 039
Swisscom	169	135	51	63	11	12	11	15
Chemins de fer fédéraux (CFF)	154	43	95	97	110	6	259	199
RUAG	0	1	0	0	0	0	1	0
Skyguide	0	0	0	-	0	0	0	0
Transactions avec des actionnaires minoritaires de sociétés du groupe	21	24	0	0	2	2	0	0
Sociétés associées	8	11	9	9	1	2	1	1
Autres parties liées et personnes clés	0	0	31	46	0	0	1	1

Indemnités versées à des personnes clés

Pendant la période sous revue, les indemnités versées à des personnes clés se sont élevées, prestations accessoires incluses, à 5,7 millions de francs (2007: 5,6 millions). Les prestations de prévoyance en faveur de ces personnes ont atteint quant à elles le montant d'environ 1 million de francs, comme en 2007. Sont réputées être des personnes clés les membres du Conseil d'administration et de la Direction du groupe. Par ailleurs, fixé d'après le degré de réalisation des objectifs atteint en 2007, le bonus de prestation versé aux membres de la Direction du groupe en 2008 s'est élevé à environ 1,15 million de francs (2007: environ 1 million). Il n'y a pas de contrats de prêt en cours avec des personnes clés.

31 | Gestion des risques

Gestion des risques
(Corporate Risk
Management)

■ Organisation

La Poste Suisse dispose d'un système complet de gestion des risques intégrant l'ensemble de ses unités et des sociétés du groupe. La définition de la politique de risques incombe à la Direction du groupe et au Conseil d'administration, tandis que la gestion des risques proprement dite est placée sous la responsabilité de la hiérarchie.

Chaque unité de La Poste Suisse (CarPostal, PostFinance, PostMail, PostLogistics, Swiss Post International, Clients stratégiques et solutions, Réseau postal et vente) et chaque société du groupe possède un gestionnaire de risques attitré.

Les gestionnaires de risques ont pour mission de diriger le processus concerné et de coordonner l'établissement des rapports destinés à leur propre direction et au gestionnaire de risques du groupe. Sur le plan fonctionnel, ils sont rattachés à la direction des unités, mais il leur incombe de contrôler les risques de manière indépendante. Les gestionnaires de risques instaurent les contrôles et les limites nécessaires et surveillent les postes comptables et l'exposition aux risques. La gestion des risques veille à ce que les risques soient tous identifiés et enregistrés dans le système de mesure et de reporting ad hoc.

Les thématiques prises en considération sont les suivantes: stratégie et environnement, clientèle et marché, fourniture de prestations, politique des prix, projets, prestations externes, reporting et controlling, sécurité, dommages à la charge de l'entreprise et dommages couverts par la responsabilité civile, gestion du personnel, technologies de l'information, finances, gouvernement d'entreprise, aspects juridiques, communication et image.

Le processus de gestion des risques relève du processus stratégique annuel du groupe. Le gestionnaire de risques du groupe et le Comité de gestion des risques présentent à la Direction du groupe, deux fois l'an, un panorama de la situation du groupe en matière de risques, en particulier des risques principaux auxquels il est exposé. La Direction du groupe effectue une analyse des risques sur la base de ces informations et en communique les résultats au Comité d'audit et au Conseil d'administration. Ce dernier apprécie les risques en dernière instance.

■ Etat des risques

En 2008, La Poste Suisse a identifié et analysé douze risques principaux, pour lesquels elle a ébauché des scénarios et élaboré des mesures. Il s'agit de risques dont la réalisation peut entraîner des dommages supérieurs à 50 millions de francs. Quatre de ces risques concernent les conditions-cadres (politiques), quatre sont des risques de marché et quatre sont de nature endogène. Onze autres risques sont surveillés par précaution.

Système de contrôle interne

La Poste Suisse dispose également d'un système de contrôle interne (SCI) qui lui permet d'identifier en temps utile les processus financiers présentant des risques en termes de comptabilité et de présentation des comptes, de les évaluer et de les couvrir par des contrôles clés appropriés. Le SCI comprend les procédures et les mesures permettant d'assurer la régularité des comptes et de leur présentation. Il est le garant de la qualité élevée des états financiers du groupe. Pour la Poste, le SCI relève de ses tâches d'amélioration permanente des processus.

Conformément à l'article 728a, alinéa 1, chiffre 3, du Code suisse des obligations (CO), l'organe de révision externe vérifie s'il existe un SCI lors de la révision ordinaire des comptes.

Gestion des risques financiers chez PostFinance

Le Conseil d'administration et le Comité d'audit de La Poste Suisse édictent les directives d'ordre supérieur et les principes régissant la gestion des risques financiers, approuvent les politiques de placement et de risque du groupe et fixent les limites que les services opérationnels sont tenus d'observer dans la gestion des risques financiers.

■ Organisation

La Poste Suisse s'est également dotée d'un système adéquat de gestion des risques financiers propre à PostFinance. Les risques métier spécifiques de PostFinance, en particulier les risques de marché et de crédit ainsi que les risques opérationnels, sont gérés au moyen des méthodes et instruments usuels dans la branche.

La gestion des risques de PostFinance identifie, mesure et contrôle les risques et le respect des limites fixées – indépendamment des activités opérationnelles – et rend compte des résultats aux organes de surveillance compétents. Si les limites sont dépassées, des mesures prédéfinies sont immédiatement appliquées.

■ Méthodes de mesure

Les méthodes d'identification et de contrôle des risques s'appliquent aussi bien au niveau de chaque portefeuille de PostFinance qu'à celui de son bilan dans sa totalité. La limitation et la surveillance des risques de marché, en particulier, sont assurées à l'aide d'un système de limites à plusieurs échelons.

Le Comité Asset & Liability Management de PostFinance est responsable du pilotage et de la gestion actifs des risques financiers dans le respect des conditions-cadres prédéfinies. Il a notamment pour tâches et responsabilité de gérer la structure du bilan, de fixer des sous-limites de risques de marché et de crédit à l'intention des unités chargées du pilotage des risques sur le plan opérationnel et d'établir des portefeuilles de réplification adéquats. Le comité veille également au maintien d'une infrastructure de gestion des risques appropriée à tous points de vue: organisation, personnel, moyens techniques et méthodes.

Les principales grandeurs de mesure et limites s'appliquant au risque de marché au niveau des portefeuilles découlent de la méthode dite de la valeur à risque (VàR). La VàR est une estimation statistique de la perte que peut subir un portefeuille d'actifs financiers à la suite de mouvements défavorables du marché. Concrètement, elle décrit la perte maximale prévisible sur un horizon temporel donné (durée de détention) et avec un degré de vraisemblance déterminé (niveau de confiance), dans des conditions de marché normales. Elle condense les divers effets que peut avoir le risque de prix du marché en une seule grandeur de mesure.

Tous les instruments financiers sont réévalués compte tenu des variations historiques des facteurs de risque (mouvements de taux d'intérêt, variation des marges de crédit en fonction de la notation et cours de change). Le calcul de la VàR intègre ainsi directement la volatilité historique de chaque facteur de risque ainsi que les corrélations qui se sont vérifiées entre eux dans le passé.

PostFinance applique un modèle VàR reposant sur une durée de détention de dix jours et un niveau de confiance de 99 % avant que les positions ne puissent être dénouées et présume que les mouvements du marché pendant cette durée de détention seront conformes à ceux simulés par le modèle. En raison du caractère statistique de la VàR, il existe une certaine probabilité (1 %) que la perte effective soit supérieure à la perte maximale prévisible. Aux fins d'évaluation des risques, les mouvements simulés des facteurs de risque sont appliqués directement aux positions actuelles.

■ Risques financiers: catégories et mesure

Les risques ci-après sont surveillés en permanence par PostFinance.

– Risques de taux d'intérêt et de structure du bilan

Par risque de taux d'intérêt, on entend l'effet potentiel d'une variation des taux d'intérêt du marché sur la valeur de marché des actifs et des passifs figurant au bilan ainsi que sur le résultat des intérêts dans le compte de résultat.

Les affaires de PostFinance figurant au bilan sont une source de revenus essentielle pour la Poste. Or, comme les variations de taux ont un impact direct sur les produits d'intérêts, les risques de taux présentent une grande importance. Le Comité «Asset & Liability Management» surveille ces risques et les gère en permanence.

Une partie importante des fonds des clients de PostFinance n'est pas rémunérée à taux fixe. Pour faciliter la gestion des risques de taux, conformément au modèle du portefeuille de réplication, des tranches renouvelables à échéances différentes sont constituées afin de réduire la variabilité des marges au minimum.

Les taux d'opportunité découlant du portefeuille de réplication servent également de directives pour fixer les conditions appliquées aux clients.

Le placement des fonds se fait, d'une part, sur le marché monétaire (opérations de repo et de dépôt) et, d'autre part, sur le marché des capitaux, où il s'agit principalement d'emprunts à taux fixe, tandis que l'essentiel des dépôts de la clientèle sont rémunérés à des taux variables. La durée des placements est fixée en fonction de l'échéancier des passifs (notamment portefeuilles de réplication), afin d'obtenir une coordination optimale de la dépendance des taux d'intérêts des actifs et des passifs et de réduire ainsi la volatilité des produits. Le risque de marché découlant des opérations d'intérêts est mesuré et contrôlé chaque jour à l'aide du modèle VaR, tant au niveau de chacun des portefeuilles de PostFinance qu'à celui de son bilan dans sa totalité. Pour améliorer encore l'évaluation des risques, il est fait appel à des ratios de sensibilité, à des analyses d'écart et à des tests de stress.

Les données VaR ci-après mettent en évidence le risque de taux d'intérêt auquel la Poste était exposée au 31 décembre 2008 et au 31 décembre 2007 et illustrent les effets des mouvements des taux du marché sur la juste valeur des postes au bilan et hors bilan sensibles à ces taux. Au 31 décembre 2008, la VaR de taux d'intérêt du portefeuille bancaire de PostFinance s'élevait à 4,9 millions de francs (2007: 2,4 millions). Son montant le plus élevé enregistré en 2008 a atteint 5,6 millions de francs (2007: 11,1 millions), le moins élevé 0,5 million de francs (2007: 0,7 million), pour une moyenne annuelle de 1,9 million (2007: 3,7 millions). Quant au portefeuille de négoce, avec une VaR de taux d'intérêt de 0,09 million en moyenne annuelle (2007: 0,2 million), il n'est que très faiblement exposé au risque de taux.

– Risque de change

Le risque de change découle de la possible variation de la valeur d'un instrument financier en raison de fluctuations de change. A La Poste Suisse, sont exposées à ce risque les immobilisations financières et les activités opérationnelles.

Les valeurs présentées dans le tableau ci-après «Instruments financiers par monnaie» correspondent aux valeurs portées au bilan. Le risque de change résultant d'immobilisations financières en monnaie étrangère est neutralisé dans la mesure où les flux de liquidités associés à ces immobilisations (remboursements de coupons et de valeurs nominales) sont couverts par des swaps de devises et des opérations à terme sur devises de même durée. De plus, pour se protéger des effets des variations des taux d'intérêt des marchés monétaires et des cours de change sur les valeurs de marché et couvrir les produits des obligations à taux fixe en monnaie étrangère, la Poste a recours à des swaps de devises et de taux d'intérêt ainsi qu'à des opérations à terme sur devises. Le risque de marché découlant des opérations sur devises est lui aussi mesuré et contrôlé chaque jour à l'aide du modèle VaR, tant au niveau de chacun des portefeuilles qu'à celui du bilan dans sa totalité, et il est également fait appel à des simulations de stress pour améliorer encore leur évaluation. Au 31 décembre 2008, la VaR de devises du portefeuille de négoce de PostFinance s'élevait à 2,7 millions de francs (2007: 0,3 million). Son montant le plus élevé enregistré en 2008 a atteint 7,7 millions de francs (2007: 4,5 millions), le moins élevé 0,1 million de francs (2007: 0,8 million), pour une moyenne annuelle de 1,3 million de francs (2007: 1,1 million).

Instruments financiers par monnaie

En millions de CHF

31 décembre 2008	CHF	EUR	USD	GBP	Autres	Total
Actifs						
Avoirs en caisse	2 218	123	0	0	0	2 341
Créances sur établissements financiers	16 068	589	375	18	16	17 066
Créances rémunérées sur clients	105	–	–	–	–	105
Créances résultant de livraisons et prestations	551	435	13	27	72	1 098
Autres créances	912	109	9	3	23	1 056
Immobilisations financières	44 639	1 671	576	79	43	47 008
Portefeuille de négoce et dérivés	14	78	58	26	3	179
Détenu jusqu'à l'échéance	35 473	501	–	–	–	35 974
Disponible à la vente	1 409	1 087	518	53	40	3 107
Prêts	7 743	5	–	–	–	7 748
Fonds étrangers						
Fonds des clients (PostFinance)	62 634	1 172	376	10	12	64 204
Autres engagements financiers	229	128	5	0	2	364
Engagements résultant de livraisons et prestations	343	406	1	5	80	835
Autres engagements	749	116	2	7	26	900
31 décembre 2007	CHF	EUR	USD	GBP	Autres	Total
Actifs						
Avoirs en caisse	2 694	116	0	0	0	2 810
Créances sur établissements financiers	10 703	114	148	26	13	11 004
Créances rémunérées sur clients	86	–	–	–	0	86
Créances résultant de livraisons et prestations	554	375	22	32	60	1 043
Autres créances	726	138	7	2	24	897
Immobilisations financières	39 149	1 957	265	20	51	41 442
Portefeuille de négoce et dérivés	9	2	25	2	1	39
Détenu jusqu'à l'échéance	31 300	371	–	–	–	31 671
Disponible à la vente	2 045	1 582	240	18	50	3 935
Prêts	5 795	2	–	–	0	5 797
Fonds étrangers						
Fonds des clients (PostFinance)	50 668	651	126	9	8	51 462
Autres engagements financiers	1 337	142	26	0	6	1 511
Engagements résultant de livraisons et prestations	344	322	7	9	88	770
Autres engagements	755	131	18	13	55	972

– Risque actions

Par risque actions, on entend le risque de perte découlant de la diminution de la valeur d'indices d'actions ou d'actions particulières.

PostFinance a commencé à investir dans des actions en 2005, par souci de diversification. Elle est donc exposée au risque actions, qu'elle surveille et limite au moyen de mesures VaR. La surveillance des limites est exercée quotidiennement. Au 31 décembre 2008, la VaR d'actions du portefeuille bancaire de PostFinance s'élevait à 9,8 millions de francs (2007: 19,6 millions). Son montant le plus élevé enregistré en 2008 a atteint 23,5 millions de francs (2007: 21,1 millions), le moins élevé 1,6 million de francs (2007: 2,7 millions). En 2008 pas plus qu'en 2007, PostFinance ne détenait pas de portefeuille de négoce en actions.

– Risque de crédit

Le risque de crédit découle du danger qu'une contrepartie ne puisse plus tenir ses engagements, provoquant ainsi des pertes chez son partenaire. Il croît avec la concentration des contreparties dans une même branche ou dans une même région, du fait que des difficultés économiques affectant la branche ou la région en question peuvent nuire à la solvabilité de tout un groupe de contreparties, par ailleurs indépendantes les unes des autres.

Le risque de crédit lié aux placements effectués par la trésorerie de PostFinance sur le marché monétaire et sur le marché des capitaux est étroitement contrôlé par des prescriptions spéciales en matière de placements et de limites. Ces limites s'appliquent en particulier à la structure des contreparties, des portefeuilles et des notations. C'est ainsi que les fonds ne peuvent être placés qu'auprès de débiteurs au bénéfice d'une notation et présentant une solvabilité irréprochables.

Le risque de crédit est mesuré selon les règles de Bâle II, qui définissent, en termes de «fonds propres requis selon les critères de Bâle II», la limite des risques financiers que PostFinance peut assumer. L'exposition maximale de PostFinance au risque dépend en outre de la capacité de la Poste à assumer des risques et de la propension du Conseil d'administration à en prendre.

Les indications ou restrictions de placement reposent sur des notations publiquement accessibles établies par des agences de notation reconnues ou par des banques qualifiées.

Structure de la notation des placements financiers à taux fixe¹

Catégorie de notation, en pour-cent	31.12.2008	31.12.2007
AAA	67	54
AA	21	32
A	11	13
<A	1	<1

¹ Comprend les catégories «portefeuille de négoce», «détenu jusqu'à l'échéance» et «disponible à la vente»; base valeur de marché.

La large diversification des placements du point de vue des contreparties permet de limiter opportunément le cumul des risques.

Composition des principales contreparties¹

En millions de CHF	31.12.2008	31.12.2007
Banque de lettres de gage d'établissements suisses de crédit hypothécaire, Zurich	3 779	2 753
Confédération suisse, Berne	1 381	1 342
Credit Suisse	1 202	1 210

¹ Comprend des créances sur établissements financiers (hors prêts couverts) et des placements financiers; base valeur de marché.

Opérations de crédit

PostFinance n'assume aucun risque de crédit sur les opérations de crédit qu'elle propose en coopération avec UBS depuis mai 2003 et avec la Münchener Hypothekenbank (MHB) depuis juin 2008. Ces risques sont assumés de façon pleine et entière par la banque concernée selon le modèle de transfert des actifs (capital asset transfer).

Risque de liquidités

Le risque de liquidités consiste en l'éventualité de ne pas être à même de remplir des obligations de paiement en temps utile ou de ne pouvoir les remplir que partiellement. PostFinance applique le processus traditionnel de transformation des échéances, en ceci qu'elle comptabilise les fonds des clients systématiquement à l'actif du bilan, sur la base de portefeuilles dits de réplication. Le passif est constitué à hauteur d'environ 90 % de produits sans échéance. Or, contrairement aux banques, PostFinance n'a pas le droit, pour des raisons légales, d'utiliser les fonds des clients pour accorder des crédits traditionnels, comme des prêts hypothécaires ou des crédits d'entreprise. En revanche, elle peut les placer sur le marché monétaire et sur celui des capitaux. Elle place donc les fonds disponibles à long terme (niveau plancher) sur ce dernier et ceux disponibles à court terme sur le marché repo et dans le négoce interbancaire. L'actif du bilan est donc extrêmement liquide. De plus, les placements jouissant d'une excellente notation de crédit (A ou supérieure), les titres peuvent à tout moment être utilisés pour se procurer des liquidités. Voir aussi la note 26, Engagements financiers.

Gestion du capital

La Confédération suisse a mis à la disposition de La Poste Suisse un capital de dotation non rémunéré. La dotation en fonds propres de l'entreprise n'est soumise à aucune disposition légale, ni à aucune prescription de surveillance particulière. L'augmentation des fonds propres peut être assurée par des prélèvements sur les bénéfices et leur affectation aux réserves. A cet égard, le Conseil fédéral a autorisé la Poste à retenir ses bénéfices jusqu'à ce que la part de ses fonds propres ait atteint le niveau usuel dans la branche.

La Poste Suisse utilise ses fonds propres aux fins suivantes:

- assurer la poursuite de l'exploitation;
- obtenir un rendement approprié pour le propriétaire;
- réaliser l'objectif stratégique d'augmentation de sa valeur défini par le propriétaire;
- atteindre la part de fonds propres usuelle dans la branche.

Les fonds propres correspondent aux International Financial Reporting Standards (normes IFRS).

En vertu de la loi sur l'organisation de la Poste, les comptes annuels consolidés sont établis conformément aux normes IFRS. Selon ces comptes, les fonds propres du groupe s'élèvent à 2,857 milliards de francs (2007: 2,47 milliards).

32 | Périmètre de consolidation

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En millier	Au 31.12.2008	Au 31.12.2007
Suisse							
C	1-8	La Poste Suisse	Berne	CHF	1 300 000		
C	1	Bevo SA	Berne	CHF	100	50*	50*
C	1	Epsilon SA	Lancy	CHF	100	66*	66*
C	1	PostMail SA	Berne	CHF	100	100*	100*
C	1	Räber Information Management Sàrl	Küssnacht (SZ)	CHF	20	100*	100*
C	1	Prevag, Presse Vertriebs SA	Bâle	CHF	50	100*	-
C	2	BTL Logistics SA ¹	Berne	CHF	2 000	-	100*
C	2	Mobility Solutions SA	Berne	CHF	100	100*	100*
C	2	Mobility Solutions Management SA	Berne	CHF	100	85*	85*
C	2	PostLogistics SA	Dintikon	CHF	20 000	100*	100*
C	2	SecurePost SA	Berne	CHF	4 000	100*	100*
C	2	Anza Security Sàrl	Granges (SO)	CHF	45	100*	-
C	3	EDS Export & Distribution Services SA	Meilen	CHF	150	100	100
C	3	FM Verzollungs SA ²	Bâle	CHF	200	-	100
C	3	MDS Media Data Services SA	Kriens	CHF	200	100	100
C	3	Swiss Post International Holding SA	Berne	CHF	63 300	100*	100*
C	3	Swiss Post International Logistics SA	Bâle	CHF	1 000	100	100
C	3	Swiss Post International Management SA	Berne	CHF	1 000	100	100
C	3	Swiss Post SAT Holding SA	Berne	CHF	2 000	100	100
C	4	DCL Data Care SA ³	Kriens	CHF	280	-	100*
C	4	DocumentServices SA ⁴	Schlieren	CHF	1 600	100*	100*
C	4	Swiss Post Solutions SA (anc. MailSource SA)	Zurich	CHF	1 000	100*	100*
C	4	SwissSign SA ⁴	Zurich	CHF	450	100*	100*
C	4	yellowworld SA ³	Berne	CHF	1 500	-	100*
C	6	PostFinance SA	Zurich	CHF	100	100*	-
C	7	CarPostal Suisse SA	Berne	CHF	25 000	100*	100*
C	8	InfraPost SA	Berne	CHF	100	100*	-
E	1	Direct Mail Company SA	Bâle	CHF	420	50*	50*
E	1	Direct Mail Logistik SA	Bâle	CHF	100	50*	50*
E	1	Scooba Sàrl	Küssnacht (SZ)	CHF	20	35	35
E	3	TNT Swiss Post SA	Buchs (AG)	CHF	1 000	50	50
E	6	SIX Interbank Clearing SA	Zurich	CHF	2 100	25*	25*
E	7	Sensetalbahn SA	Laupen	CHF	2 890	34*	34*
E	7	Société des Autotransports du Pied du Jura Vaudois	L'Isle	CHF	1 200	35*	35*
Belgique							
C	3	Swiss Post International Belgium BVBA	Bruxelles	EUR	20	100	100
Chine							
C	3	Swiss Post International Hong Kong Ltd	Hong Kong	HKD	10	100	100
Allemagne							
C	3	Swiss Post Deutschland Holding GmbH	Troisdorf	EUR	100	100	100
C	3	Swiss Post International Germany GmbH & Co. KG	Troisdorf	EUR	1 526	100	100
C	3	Swiss Post International Germany Verwaltungs GmbH	Troisdorf	EUR	25	100	100
C	3	Trans-Euro GmbH	Weil am Rhein	EUR	25	100	100
C	3	Global Press Distribution GmbH	Mörfelden bei Frankfurt	EUR	80	100	-
C	4	Cards United GmbH	Paderborn	EUR	25	51	51
C	4	CF Card Factory GmbH	Hessisch-Lichtenau	EUR	500	51	51

Saisie
 C = consolidation intégrale
 E = mise en équivalence

Segment
 1 = PostMail
 2 = PostLogistics
 3 = Swiss Post International
 4 = Clients stratégiques et solutions

5 = Réseau postal et vente
 6 = PostFinance

7 = CarPostal
 8 = Autres

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En millier	Au 31.12.2008	Au 31.12.2007
Allemagne (suite)							
C	4	Client Vela GmbH	Munich	EUR	31	100	100
C	4	Fortuna Beteteiligungs GmbH ⁵	Bamberg	EUR	50	100	87
C	4	GHP Card Systems GmbH ⁶	Bamberg	EUR	100	–	100
C	4	GHP Dialog Services GmbH	Bamberg	EUR	50	100	100
C	4	GHP Direct Mail GmbH	Bamberg	EUR	1 000	100	100
C	4	Swiss Post Solutions GmbH (anc. GHP Holding GmbH)	Bamberg	EUR	5 000	38,3/60 ⁷	29/60
C	4	GHP Immobilien GmbH & Co. KG	Bamberg	EUR	200	52	52
C	4	GHP Immobilien Verwaltungs GmbH	Bamberg	EUR	25	100	100
C	4	LS Dialogmarketing GmbH & Co. KG	Dettingen	EUR	1 500	100	100
C	4	LS Dialogmarketing Verwaltungs GmbH	Dettingen	EUR	1 500	100	100
C	4	MailSource Deutschland GmbH	Cologne	EUR	500	100	100
C	4	PKS Direktwerbe GmbH	Francfort-sur-le-Main	EUR	150	100	100
C	4	Swiss Post Solutions Holding GmbH (anc. Swiss Post GHP Holding GmbH)	Bamberg	EUR	25	100*	100*
C	4	systemform Holding GmbH ⁸	Bamberg	EUR	500	–	100
C	4	Systemform MediaCard GmbH	Prien	EUR	1 050	100	100
C	4	Global Business Services Plus GmbH	Waltershausen	EUR	1 026	100	–
C	4	Global Business Services Plus Temps GmbH	Waltershausen	EUR	25	100	–
E	3	PrimeMail GmbH	Hambourg	EUR	1 000	50	50
E	4	Innovative Personalmanagement GmbH ⁹	Bamberg	EUR	25	–	50
E	4	eSourceOne GmbH	Hallstadt	EUR	25	50	50
E	6	Swiss Euro Clearing Bank GmbH	Francfort-sur-le-Main	EUR	10 000	25*	25*
France							
C	3	Société d'Affrètement et de Transit S.A.T. SAS	Huningue	EUR	200	100	100
C	3	Société de Transports Internationaux S.T.I. SARL	Huningue	EUR	8	100	100
C	3	Swiss Post International (France) SAS	Chassieu	EUR	300	100	100
C	4	GHP DirectFrance SARL ¹⁰	Levallois Perret	EUR	30	100	77
C	4	MailSource France SAS	Paris	EUR	100	100	100
C	4	Global Business Services Plus SAS	Paris	EUR	32 213	100	–
C	4	Global Business Services Plus France SAS	Paris	EUR	3 914	100	–
C	4	SOTEP SAS ¹¹	Paris	EUR	38	100	–
C	4	Global Business Services Plus QLS	Paris	EUR	37	51	–
C	7	CarPostal France SARL	Dole	EUR	200	100*	100*
C	7	CarPostal Bourg-en-Bresse SAS	Bourg-en-Bresse	EUR	190	100	100*
C	7	CarPostal Haguenau SAS ¹²	Haguenau	EUR	464	100	100
C	7	CarPostal Obernai SAS ¹³	Obernai	EUR	50	100	100
C	7	CarPostal Interurbain SAS	Narbonne	EUR	1 400	100	–
Grande-Bretagne							
C	3	Swiss Post International (UK) Ltd	Colnbrook	GBP	500	100	100
C	4	GHP Direct Ltd UK ¹⁴	Hampshire	GBP	0,2	–	100
C	4	Graphic Data (UK) Ltd	Richmond	GBP	31	100	–
C	4	MailSource UK Ltd	Richmond	GBP	7 272	100*	100*
Italie							
C	3	Swiss Post International (Italy) S.R.L ¹⁵	Fiumicino	EUR	3 560	–	100
C	3	Swiss Post Porta a Porta S.p.A. ¹⁶	Milan	EUR	2 000	60	100
C	4	Swiss Post Solutions S.p.A. (anc. MailSource Italia S.p.A.)	Milan	EUR	500	100	100

Saisie
 C = consolidation intégrale
 E = mise en équivalence

Segment
 1 = PostMail 3 = Swiss Post International
 2 = PostLogistics 4 = Clients stratégiques et solutions

5 = Réseau postal et vente
 6 = PostFinance

7 = CarPostal
 8 = Autres

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En millier	Au 31.12.2008	Au 31.12.2007
Liechtenstein							
C	7	PostAuto Schweiz Regionalzentrum Liechtenstein Anstalt	Triesen	CHF	30	100*	100*
C	8	Swiss Post Insurance AG	Vaduz	CHF	25 000	100*	–
E	8	Liechtensteinische Post AG	Vaduz	CHF	5 000	25*	25*
Malaisie							
C	3	Swiss Post International Malaysia Sdn Bhd ¹⁷	Selangor	MYR	100	100	65
Pays-Bas							
C	3	Swiss Post International Netherlands BV	Eindhoven	EUR	20	100	100
Autriche							
C	3	Swiss Post International Austria GmbH	Biedermannsdorf	EUR	51	100	100
Pologne							
C	4	Client Vela Sp. z o.o.	Cracovie	PLN	50	99	99
Russie							
C	4	GHP Direct Russ O.O.O.	Moscou	RBL	5 467	100	100
Suède							
C	3	IMS Europe AB	Limhamn	SEK	100	100	–
C	3	Swiss Post International Sweden AB	Stockholm	SEK	125	100	100
Singapour							
C	3	Swiss Post International Singapore Pte Ltd	Singapour	SGD	400	100	100
Slovaquie							
C	4	Global Business Services Plus Slovakia s.r.o.	Bratislava	EUR	15	100	–
Tchéquie							
C	4	GHP Direct Mail s.r.o.	Kozojedy	CZK	3 000	100	100
C	4	Mailstep Holding a.s.	Prague	CZK	1 000	100	100
C	4	Mailstep s.r.o.	Prague	CZK	120	100	100
Hongrie							
C	4	DMS Dialogmarketing Kft.	Budapest	HUF	35 000	100	100
Etats-Unis							
C	3	Priority Post Company, Inc.	Emigsville, PA	USD	3	100	100
C	4	Swiss Post Solutions Inc.	New York	USD	45	100	100
C	4	Swiss Post US Holding Inc.	New York	USD	10 100	100*	100*
Vietnam							
C	4	GHP Far East Co. Ltd ¹⁸	Ho Chi Minh	VND	1 821 446	86	75

Saisie

C = consolidation intégrale
 E = mise en équivalence

Segment

1 = PostMail 3 = Swiss Post International 5 = Réseau postal et vente 7 = CarPostal
 2 = PostLogistics 4 = Clients stratégiques et solutions 6 = PostFinance 8 = Autres

* Participation détenue par La Poste Suisse.

- 1 Fusion avec PostLogistics SA avec effet rétroactif au 31 décembre 2007.
- 2 Fusion avec Swiss Post International Logistics SA au 1^{er} janvier 2008.
- 3 Fusion avec Swiss Post Solutions SA avec effet rétroactif au 31 décembre 2007.
- 4 Dès le 10 octobre 2007, intégrée au segment «Clients stratégiques et solutions» (jusqu'au 30 septembre 2007: segment PostMail).
- 5 Rachat des parts minoritaires avec effet au 30 juin 2008.
- 6 Fusion avec Swiss Post Solutions GmbH au 2 décembre 2008.
- 7 Swiss Post Solutions GmbH (anc. GHP Holding GmbH) est détenue par Swiss Post Solutions Holding GmbH (anc. Swiss Post GHP Holding GmbH) à hauteur de 38,3 % et par Fortuna Beteiligungs GmbH à hauteur de 60 %. Swiss Post Solutions GmbH possède 1,7 % de propres parts.
- 8 Fusion avec GHP Dialog Services GmbH au 2 décembre 2008.
- 9 Achat de 50 % de parts supplémentaires le 2 décembre 2008 et fusion avec Swiss Post Solutions GmbH à la même date.
- 10 Rachat des parts minoritaires avec effet au 30 juin 2008.
- 11 Fusion avec Global Business Services Plus SAS au 31 décembre 2008.
- 12 Augmentation de capital de EUR 293 000 au 30 septembre 2008.
- 13 Augmentation de capital de EUR 10 000 au 30 septembre 2008.
- 14 Liquidation au 30 septembre 2008.
- 15 Fusion avec Swiss Post Porta a Porta S.p.A. au 23 avril 2008.
- 16 Vente de 40 % des parts.
- 17 Rachat des parts minoritaires avec effet au 1^{er} février 2008.
- 18 Achat de 11 % de parts supplémentaires au 29 octobre 2008.

33 | Modifications du périmètre de consolidation

En 2008

Le 1^{er} janvier 2008, Swiss Post International SA a acquis la totalité des parts de la société IMS Europe AB, à Malmö (Suède). Cet opérateur de courrier suédois est actif dans les groupes de produits suivants: marketing mail, business mail et expédition de produits de presse. Avec cette reprise, Swiss Post International se constitue une deuxième base d'opérations en Suède et renforce ainsi sensiblement sa position dans le sud de la Scandinavie.

Le 1^{er} février 2008, les parts minoritaires de Swiss Post International Malaysia Sdn Bhd ont été rachetées.

Le 2 avril 2008, MailSource UK Ltd. a racheté Graphic Data Ltd. Cette acquisition lui permet désormais d'offrir non seulement des services de distribution interne de courrier physique, mais encore des services de numérisation et d'archivage de documents.

Début avril 2008, une part de 40 % de Swiss Post International Italy Srl a été vendue et la société a fusionné avec Swiss Post Porta a Porta S.p.A.

Au premier semestre, les parts minoritaires restantes de GHP Direct France Sarl, GHP Holding GmbH et Fortuna Beteiligungs GmbH ont été rachetées.

Le 1^{er} juillet 2008, PostMail (La Poste Suisse) a acheté Prevag Presse Vertriebs SA, renforçant ainsi sa position sur le marché de la distribution matinale de la presse quotidienne et dominicale. Le nombre de journaux distribués annuellement s'élève à environ 30 millions d'exemplaires.

Le 1^{er} juillet 2008 également, l'unité Clients stratégiques et solutions (La Poste Suisse) a acquis la société Global Business Services Plus (GBS+), dont le siège est à Paris et qui emploie quelque 1000 collaborateurs en France, en Allemagne et en Slovaquie. Travaillant sur mandat de clients entreprises, GBS+ numérise des documents, en assure le traitement ultérieur et les archive. En 2008, GBS+ a réalisé un chiffre d'affaires de 60 millions de francs. Le prix d'achat définitif, reprise des dettes incluse, se situera probablement aux alentours de 33 millions de francs.

Toujours en juillet 2008, Swiss Post International (La Poste Suisse) a racheté la société allemande Global Press Distribution GmbH (GPD), avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2008. Domiciliée à Mörfelden, près de Francfort-sur-le-Main, GPD fournit des services en relation avec l'expédition nationale et internationale de journaux. Ses clients sont des maisons d'édition, des imprimeries des entreprises de publipostage et d'autres sociétés de services de la branche de l'édition.

Le 1^{er} septembre 2008, PostLogistics SA (La Poste Suisse) a pris le contrôle de la société ANZA Security Sàrl. Cette société offre des services de transport de valeurs et de traitement des espèces, essentiellement au pied du Jura sud et dans le nord-ouest du pays.

Enfin, début octobre 2008, PostLogistics (La Poste Suisse) a repris la société Fleetconsulting SA, spécialisée dans le conseil en matière d'optimisation de parcs automobiles et de politique de flotte.

En 2007

En 2007, La Poste Suisse a acquis les participations ci-après.

Tant le prix d'achat des acquisitions ci-dessous que leurs effets sur les produits du groupe sont insignifiants.

Le 2 janvier 2007, Swiss Post International SA a acquis la totalité des parts de la société FM Verzollungs SA, à Bâle. Cette entreprise assure le dédouanement à l'importation et à l'exportation des marchandises du trafic international pour le compte des transitaires et gère des entrepôts douaniers ouverts. Elle s'est également spécialisée dans le dédouanement des marchandises transportées par rail.

Le 30 juin 2007, PostLogistics (La Poste Suisse) a repris les 49 % restants du capital de PostLogistics Innight SA, dont le siège est à Oftringen, renforçant ainsi sa position sur le marché de la logistique (solutions clients avec traitement nocturne). PostLogistics Innight SA a fusionné avec PostLogistics SA au second semestre 2007.

Actifs et engagements
 résultant des acquisitions

Graficon GmbH & Co. KG et Graficon Verwaltungs GmbH ont fusionné avec Dialog Services GmbH au 1^{er} juillet 2007.

Mi-août 2007, PostLogistics (La Poste Suisse) a repris le groupe Highnes, spécialisé dans la logistique nocturne, dont le siège est à Zoug. A cette occasion sont entrées dans le périmètre de consolidation les sociétés Highnes Holding SA, NES SA, Tesmo Immobilien SA et EDS Express-Data-Systems SA, qui ont ensuite fusionné avec PostLogistics SA.

En 2007, La Poste Suisse a également racheté les parts minoritaires de GHP Holding GmbH, Fortuna Beteiligungs GmbH et Client Vela GmbH, en Allemagne, et de Swiss Post International Hong Kong Ltd., en Chine.

Les acquisitions de sociétés ont entraîné l'inscription de nouveaux actifs et engagements dans les comptes consolidés, sur la base de valeurs provisoires:

Actifs et engagements résultant des acquisitions En millions de CHF	31 décembre 2008				31 décembre 2007	
	Juste valeur provisoire du groupe GBS+	Valeurs comptables acquises avant la reprise du groupe GBS+ ¹	Total juste valeur des autres acquisitions ²	Valeurs comptables acquises avant la reprise des autres acquisitions ¹	Total juste valeur ³	Valeurs comptables acquises avant les reprises ²
Créances	43	43	11	11	19	19
Stocks	0	0	0	0	-	-
Immobilisations corporelles et incorporelles et participations	32	15	7	3	10	5
Autres engagements financiers	-29	-29	-14	-14	-3	-3
Engagements résultant de livraisons et prestations	-16	-16	-3	-3	-10	-10
Provisions et autres engagements	-24	-24	-5	-5	-3	-3
Juste valeur des actifs nets	6	-11	-4	-8	13	8
Goodwill	3		26		19	
Prix d'acquisition	9		22		32	
Liquidités acquises ⁴	-1		0		-8	
Paiements additionnels échéant ultérieurement (earnouts)	0		-1		-3	
Paiement d'engagements résultant d'acquisitions des exercices précédents	0		14		20	
Sortie nette de capitaux résultant des acquisitions	8		35		41	

1 Conformément avec les International Financial Reporting Standards (normes IFRS).

2 Composition: IMS Europe AB, Graphic Data Ltd., Prevag Presse Vertriebs SA, Global Press Distribution GmbH, Anza Security Sàrl, Fleetconsulting SA et Innovative Personalmanagement GmbH.

3 Composition: FM Verzollungs SA et groupe Highnes.

4 Composition: avoirs en caisse et créances à court terme sur des banques.

Créations et changements
 de nom de sociétés

■ En 2008

Plusieurs sociétés ont changé de raison sociale: début janvier 2008, MailSource Inc. (Forrest Solutions) est devenue Swiss Post Solutions Inc.; début avril 2008, MailSource SA est devenue Swiss Post Solutions SA; enfin, début juin 2008, MailSource Italia S.p.A. a pris le nom de Swiss Post Solutions S.p.A.

Ces changements de raison sociale s'inscrivent dans la stratégie de marques du groupe, qui prévoit un rapprochement entre les sociétés du groupe et la Poste.

Le 1^{er} janvier 2008, Swiss Post International Logistics SA a repris par fusion la société FM Verzollungs SA.

Les sociétés BTL SA et yellowworld SA ont fusionné respectivement avec PostLogistics SA et Swiss Post Solutions SA, avec effet rétroactif.

Le 1^{er} janvier 2008, DCL Data Care SA a été reclassée dans le segment Clients stratégiques et solutions et a fusionné avec Swiss Post Solutions SA.

La société InfraPost SA a été créée mi-juin 2008 et classée dans le segment Autres. Le 23 juin 2008, le Conseil d'administration de la Poste a approuvé le transfert de l'unité Service House de La Poste Suisse dans InfraPost SA, avec effet au 1^{er} janvier 2009.

La société Swiss Post Insurance SA a été fondée fin août 2008 et classée également dans le segment Autres. Il est prévu de transférer l'autoassurance de la Poste dans cette société captive d'assurance en 2009.

La société PostFinance SA a été constituée mi-novembre 2008 et classée dans le segment PostFinance.

En octobre 2008, MailSource Suisse SA a vendu MailSource France SAS à GBS+ France SAS et GBS+ SAS a cédé SOTEP SAS à GBS+ France SAS.

En novembre, Swiss Post GHP Holding GmbH a été rebaptisée Swiss Post Solutions Holding GmbH et GHP Holding GmbH est devenue Swiss Post Solutions GmbH.

Le 2 décembre 2008, on a procédé, au sein du groupe GHP, à la fusion des sociétés GHP Card Systems et Innovative Personalmanagement GmbH avec Swiss Post Solutions GmbH ainsi qu'à celle de systemform Holding GmbH avec GHP Dialog Services.

■ En 2007

En décembre 2007, La Poste Suisse a créé deux sociétés: PostMail SA, à Berne, et Client Vela Sp z.o.o, à Cracovie, en Pologne.

Les actifs non courants détenus en vue de la vente ne sont plus systématiquement amortis et seront vraisemblablement vendus dans le délai d'un an.

34 | Actifs non courants détenus en vue de la vente

Actifs non courants détenus en vue de la vente

En millions de CHF

	Immeubles d'exploitation	Autres immobilisations corporelles	Total
Etat au 01.01.2008	16	1	17
Entrées résultant de reclassements selon IFRS 5	7	6	13
Ventes	-9	-5	-14
Etat au 31.12.2008	14	2	16
Etat au 01.01.2007	11	1	12
Entrées résultant de reclassements selon IFRS 5	15	5	20
Ventes	-10	-5	-15
Etat au 31.12.2007	16	1	17

35 | Principaux cours de conversion des monnaies étrangères

Les cours de conversion suivants ont été utilisés pour convertir les comptes des sociétés étrangères du groupe en francs suisses:

Cours de conversion	Unité	Cours au jour de clôture		Cours moyen de la période se terminant le	
		31.12.2008	31.12.2007	31.12.2008	31.12.2007
1 euro	EUR	1,49	1,66	1,59	1,64
1 dollar des Etats-Unis	USD	1,06	1,13	1,08	1,20
1 livre anglaise	GBP	1,53	2,25	2,00	2,40

36 | Evénements postérieurs à la date de clôture

Ajustement des résultats

Jusqu'à l'approbation du présent rapport annuel 2008 par le Conseil d'administration de la Poste, le 23 mars 2009, aucun événement n'était connu qui nécessite d'ajuster les valeurs comptables de l'actif et du passif du groupe ou d'être publié dans le présent rapport.

Rapport de l'organe de révision sur les comptes consolidés au Conseil fédéral

La Poste Suisse, Berne

En notre qualité d'organe de révision, nous avons effectué l'audit des comptes consolidés de La Poste Suisse présentés aux pages 134 à 186 du rapport financier, comprenant le bilan, le compte de profits et pertes, le tableau de variation des fonds propres, le tableau de financement et l'annexe pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2008.

Responsabilité du Conseil d'administration

La responsabilité de l'établissement des comptes consolidés, conformément avec les International Financial Reporting Standards et les dispositions légales, incombe au Conseil d'administration. Cette responsabilité comprend la conception, la mise en place et le maintien d'un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes consolidés afin que ceux-ci ne contiennent pas d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. En outre, le Conseil d'administration est responsable du choix et de l'application de méthodes comptables appropriées, ainsi que des estimations comptables adéquates.

Responsabilité de l'organe de révision

Notre responsabilité consiste, sur la base de notre audit, à exprimer une opinion sur les comptes consolidés. Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes d'audit suisses ainsi qu'aux International Standards on Auditing. Ces normes requièrent de planifier et réaliser l'audit pour obtenir une assurance raisonnable que les comptes consolidés ne contiennent pas d'anomalies significatives.

Un audit inclut la mise en œuvre de procédures d'audit en vue de recueillir des éléments probants concernant les valeurs et les informations fournies dans les comptes consolidés. Le choix des procédures d'audit relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation des risques que les comptes consolidés puissent contenir des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Lors de l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en compte le système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes consolidés, pour définir les procédures d'audit adaptées aux circonstances, et non pas dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. Un audit comprend, en outre, une évaluation de l'adéquation des méthodes comptables appliquées, du caractère plausible des estimations comptables effectuées ainsi qu'une appréciation de la présentation des comptes consolidés dans leur ensemble. Nous estimons que les éléments probants recueillis constituent une base suffisante et adéquate pour former notre opinion d'audit.

Opinion d'audit

Selon notre appréciation, les comptes consolidés pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2008 donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats, en conformité avec les International Financial Reporting Standards, et sont conformes à la loi sur l'organisation de la Poste.

Rapport sur d'autres dispositions légales

Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément conformément à la loi sur la surveillance de la révision (LSR) et d'indépendance (art. 728 CO) et qu'il n'existe aucun fait incompatible avec notre indépendance.

Conformément à l'art. 728a al. 1 chiff. 3 CO et à la Norme d'audit suisse 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes consolidés, défini selon les prescriptions du Conseil d'administration.

Nous recommandons d'approuver les comptes consolidés qui vous sont soumis.

KPMG AG

Christoph Andenmatten
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable

Stefan Andres
Expert-réviseur agréé

Gümligen-Berne, le 23 mars 2009

La Poste Suisse

Compte de
résultat

Compte de résultat En millions de CHF	2008	2007
Chiffre d'affaires net des prestations logistiques	4 222	4 333
Chiffre d'affaires net des biens commercialisés	633	527
Produits des services financiers	2 177	1 927
Autres produits d'exploitation	453	282
Total des produits d'exploitation	7 485	7 069
Charges de personnel	-3 176	-3 204
Charges des biens commercialisés et prestations de services	-1 477	-1 325
Charges des services financiers	-1 030	-553
Autres charges d'exploitation	-1 097	-1 078
Amortissements d'immobilisations corporelles et incorporelles	-212	-191
Total des charges d'exploitation	-6 992	-6 351
Résultat d'exploitation	493	718
Produits financiers	85	31
Charges financières	-62	-47
Bénéfice avant impôts	516	702
Impôts sur le bénéfice	0	0
Bénéfice de l'exercice	516	702

Bilan

Bilan		
En millions de CHF	31.12.2008	31.12.2007
Actifs		
Avoirs en caisse	2 304	2 793
Créances sur établissements financiers	17 000	10 894
Créances rémunérées sur clients	105	86
Créances résultant de livraisons et prestations	1 004	1 027
Autres créances	996	829
Stocks	66	65
Actifs non courants détenus en vue de la vente	16	8
Immobilisations financières	47 178	41 578
Participations	262	231
Immobilisations corporelles	2 100	2 015
Immobilisations incorporelles	55	24
Total des actifs	71 086	59 550
Passifs		
Fonds des clients (PostFinance)	64 221	51 477
Autres engagements financiers	418	1 480
Engagements résultant de livraisons et prestations	721	710
Autres engagements	730	764
Provisions	465	555
Total des fonds étrangers	66 555	54 986
Capital de dotation	1 300	1 300
Réserves ¹	2 715	2 562
Bénéfice de l'exercice	516	702
Total des fonds propres	4 531	4 564
Total des passifs	71 086	59 550

¹ Dont CHF 7 millions mis en réserve selon l'article 64 de la loi fédérale sur les chemins de fer (2007: 20 millions).

Annexe Normes de présentation des comptes

Principes de présentation des comptes Généralités

Les comptes annuels de La Poste Suisse sont établis conformément aux principes généralement admis dans le commerce (droit des obligations, CO). De plus, la comptabilité et les comptes annuels ainsi que la proposition relative à l'utilisation du bénéfice de l'exercice sont conformes à la loi sur l'organisation de la Poste (LOP).

Les comptes annuels de La Poste Suisse se fondent sur les comptes de ses unités comptables (accounting units) sans personnalité juridique propre, eux-mêmes établis conformément à des principes uniformes généralement admis. Les relations internes entre les unités comptables sont éliminées. Les unités comptables relevant de La Poste Suisse sont les suivantes: PostMail, PostLogistics, Mobility Solutions, Réseau postal et vente, PostFinance, CarPostal, Swiss Post International, Clients stratégiques et solutions, Immobilier et Services centraux (Timbres-poste et philatélie, Achats du groupe, Technologies de l'information, Service House ainsi que les unités de gestion de La Poste Suisse).

Les filiales contrôlées par La Poste Suisse ne sont pas consolidées, mais portées au bilan dans les participations, au coût d'acquisition, sous déduction d'éventuelles diminutions de valeur nécessaires.

Les comptes annuels de La Poste Suisse sont établis selon les principes d'évaluation appliqués aux comptes consolidés, avec les exceptions suivantes:

■ Immobilisations financières

Les immobilisations financières de durée fixe classées comme disponibles à la vente sont évaluées au coût d'acquisition amorti. Il s'ensuit que les fluctuations de leur valeur de marché dues aux taux d'intérêt (volatilité) n'influent pas sur leur valeur comptable, ni sur les fonds propres déclarés (aucune plus-value latente). Si la valeur de marché tombe au-dessous du coût d'acquisition, des correctifs de valeur sont constitués en conséquence et présentés sous le poste des charges des services financiers. Les prêts accordés par La Poste Suisse aux sociétés du groupe sont portés au bilan au coût d'acquisition amorti, sous déduction des correctifs de valeur nécessaires. Les correctifs de valeur sont comptabilisés dans les charges financières.

■ Provisions pour risques d'assurance

Les provisions pour risques d'assurance couvrent également, à titre d'autoassurance, les dommages non encore survenus. Les sinistres importants peuvent dès lors être imputés sur les provisions d'assurance.

■ Prévoyance du personnel

Les charges de prévoyance du personnel présentées dans les comptes de La Poste Suisse correspondent aux contributions versées à la Caisse de pensions Poste par l'employeur.

■ Prestations à long terme versées aux collaborateurs et aux retraités

Les coûts des prestations à long terme versées aux collaborateurs et aux retraités, telles que primes de fidélité et bons pour le personnel, sont comptabilisés au moment où ils prennent effet et ne sont pas systématiquement provisionnés sur la durée de service des collaborateurs.

Différences de
principes d'évaluation
par rapport aux comptes
consolidés IFRS

Les différences dans les principes d'évaluation par rapport aux comptes consolidés IFRS influencent le résultat de La Poste Suisse comme suit:

Réconciliation
des résultats

Réconciliation des résultats

En millions de CHF	2008
Bénéfice de La Poste Suisse selon les normes IFRS	814
Amortissements des prêts et de la valeur des participations dans les sociétés du groupe	-41
Différences d'évaluation d'autres immobilisations incorporelles	20
Non-application de la norme IAS 19 à La Poste Suisse selon CO/LOP	-113
Amortissements d'actions et d'obligations disponibles à la vente (charges des services financiers), avec effet sur le résultat	-150
Pertes de change sur prêts à caractère de fonds propres	-14
Bénéfice annuel de La Poste Suisse selon CO/LOP	516

Gestion des risques à La Poste Suisse

Organisation

La Poste Suisse dispose d'un système complet de gestion des risques intégrant l'ensemble de ses unités et des sociétés du groupe. La définition de la politique de risques incombe à la Direction du groupe et au Conseil d'administration, tandis que la gestion des risques proprement dite est placée sous la responsabilité de la hiérarchie.

Chaque unité de La Poste Suisse (CarPostal, PostFinance, PostMail, PostLogistics, Swiss Post International, Clients stratégiques et solutions, Réseau postal et vente) et chaque société du groupe possède un gestionnaire de risques attribué.

Les gestionnaires de risques ont pour mission de diriger le processus concerné et de coordonner l'établissement des rapports destinés à leur propre direction et au gestionnaire de risques du groupe. Sur le plan fonctionnel, ils sont rattachés à la direction des unités, mais il leur incombe de contrôler les risques de manière indépendante. Les gestionnaires de risques instaurent les contrôles et les limites nécessaires et surveillent les postes comptables et l'exposition aux risques. La gestion des risques veille à ce que les risques soient tous identifiés et enregistrés dans le système de mesure et de reporting ad hoc.

Les thématiques prises en considération sont les suivantes: stratégie et environnement, clientèle et marché, fourniture de prestations, politique des prix, projets, prestations externes, reporting et controlling, sécurité, dommages à la charge de l'entreprise et dommages couverts par la responsabilité civile, gestion du personnel, technologies de l'information, finances, gouvernement d'entreprise, aspects juridiques, communication et image.

Le processus de gestion des risques relève du processus stratégique annuel du groupe. Le gestionnaire de risques du groupe et le Comité de gestion des risques présentent à la Direction du groupe, deux fois l'an, un panorama de la situation du groupe en matière de risques, en particulier des risques principaux auxquels il est exposé. La Direction du groupe effectue une analyse des risques sur la base de ces informations et en communique les résultats au Comité d'audit et au Conseil d'administration. Ce dernier apprécie les risques en dernière instance.

Etat des risques

En 2008, La Poste Suisse a identifié et analysé douze risques principaux, pour lesquels elle a ébauché des scénarios et élaboré des mesures. Il s'agit de risques dont la réalisation peut entraîner des dommages supérieurs à 50 millions de francs. Quatre de ces risques concernent les conditions-cadres (politiques), quatre sont des risques de marché et quatre sont de nature endogène. Onze autres risques sont surveillés par précaution.

La Poste Suisse dispose également d'un système de contrôle interne (SCI) qui lui permet d'identifier en temps utile les processus financiers présentant des risques en termes de comptabilité et de présentation des comptes, de les évaluer et de les couvrir par des contrôles clés appropriés. Le SCI comprend les procédures et les mesures permettant d'assurer la régularité des comptes et de leur présentation. Il est le garant de la qualité élevée des états financiers du groupe. Pour la Poste, le SCI relève de ses tâches d'amélioration permanente des processus.

Conformément à l'article 728a, alinéa 1, chiffre 3 du Code suisse des obligations (CO), l'organe de révision externe vérifie s'il existe un SCI lors de la révision ordinaire des comptes.

Commentaires

Engagements conditionnels

Au 31 décembre 2008, le montant total des cautionnements et des engagements de garantie s'élevait à 42 millions de francs (2007: 50 millions).

En matière d'imposition de groupe prévue par la loi sur la TVA, La Poste Suisse joue le rôle de chef de groupe et répond à ce titre de toutes les sociétés soumises à l'imposition de groupe.

Actifs gagés pour garantir les propres engagements

Au 31 décembre 2008, les actifs gagés (obligations en relation avec les prêts de titres auprès de PostFinance ainsi qu'immobilisations corporelles en relation avec les hypothèques auprès de l'unité Immobilier) pour garantir les propres engagements s'élevaient (valeur comptable) à environ 10,835 milliards de francs (2007: 11,937 milliards).

Engagements de leasing

Au 31 décembre 2008, les engagements de leasing d'exploitation non inscrits au bilan s'élevaient à 440 millions de francs (2007: 495 millions).

Valeur d'assurance incendie des immobilisations corporelles

Au 31 décembre 2008, la valeur d'assurance incendie des immobilisations corporelles s'élevait à 5,537 milliards de francs (2007: 5,445 milliards).

Participations

Voir à ce sujet la note 32, Périmètre de consolidation, de l'annexe des comptes consolidés. Les participations dans les sociétés du groupe détenues directement par La Poste Suisse sont portées au bilan au coût d'acquisition, sous déduction des correctifs de valeur nécessaires. Les correctifs de valeur sont comptabilisés dans les charges financières.

Engagements envers des institutions de prévoyance

Au 31 décembre 2008, les engagements envers la Caisse de pensions Poste s'élevaient à 5 millions de francs (2007: 4 millions).

Capital de dotation

La Confédération suisse a doté la Poste d'un capital sans intérêts de 1,3 milliard de francs.

Proposition d'utilisation du bénéfice

L'utilisation du bénéfice obéit prioritairement aux exigences de l'économie d'entreprise, conformément à l'article 12 de la loi sur l'organisation de la Poste (LOP). En particulier, l'obtention d'une structure appropriée du capital et le financement des investissements jouent un rôle de premier plan. Après affectation des fonds nécessaires aux réserves, la Poste verse le solde du bénéfice au propriétaire.

Se fondant sur l'article 12 LOP, le Conseil d'administration de la Poste propose au Conseil fédéral que le bénéfice de La Poste Suisse, d'un montant de 516 millions de francs, soit utilisé comme suit:

- versement de 250 millions de francs à la Caisse de pensions Poste en tant que réserve de contributions de l'employeur;
- versement de 170 millions de francs au propriétaire;
- affectation de 96 millions de francs aux réserves de La Poste Suisse.

Rapport de l'organe de révision sur les comptes annuels au Conseil fédéral

La Poste Suisse, Berne

En notre qualité d'organe de révision, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de La Poste Suisse présentés aux pages 188 à 192 du rapport financier, comprenant le bilan, le compte de profits et pertes et l'annexe pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2008.

Responsabilité du Conseil d'administration

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels, conformément aux dispositions légales, incombe au Conseil d'administration. Cette responsabilité comprend la conception, la mise en place et le maintien d'un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes annuels afin que ceux-ci ne contiennent pas d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. En outre, le Conseil d'administration est responsable du choix et de l'application de méthodes comptables appropriées, ainsi que des estimations comptables adéquates.

Responsabilité de l'organe de révision

Notre responsabilité consiste, sur la base de notre audit, à exprimer une opinion sur les comptes annuels. Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes d'audit suisses. Ces normes requièrent de planifier et réaliser l'audit pour obtenir une assurance raisonnable que les comptes annuels ne contiennent pas d'anomalies significatives.

Un audit inclut la mise en œuvre de procédures d'audit en vue de recueillir des éléments probants concernant les valeurs et les informations fournies dans les comptes annuels. Le choix des procédures d'audit relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation des risques que les comptes annuels puissent contenir des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Lors de l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en compte le système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes annuels, pour définir les procédures d'audit adaptées aux circonstances, et non pas dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. Un audit comprend, en outre, une évaluation de l'adéquation des méthodes comptables appliquées, du caractère plausible des estimations comptables effectuées ainsi qu'une appréciation de la présentation des comptes annuels dans leur ensemble. Nous estimons que les éléments probants recueillis constituent une base suffisante et adéquate pour former notre opinion d'audit.

Opinion d'audit

Selon notre appréciation, les comptes annuels pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2008 sont conformes à la loi sur l'organisation de la Poste.

Rapport sur d'autres dispositions légales

Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément conformément à la loi sur la surveillance de la révision (LSR) et d'indépendance (art. 728 CO) et qu'il n'existe aucun fait incompatible avec notre indépendance.

Conformément à l'art. 728a al. 1 chiff. 3 CO et à la Norme d'audit suisse 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes annuels, défini selon les prescriptions du Conseil d'administration.

En outre, nous attestons que la proposition relative à l'emploi du bénéfice au bilan est conforme à la loi sur l'organisation de la Poste et recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis.

KPMG AG

Christoph Andenmatten
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable

Stefan Andres
Expert-réviseur agréé

Gümligen-Berne, le 23 mars 2009

Informations complémentaires sur PostFinance

Compte de résultat

Les comptes de PostFinance ci-après ont été établis selon les normes IFRS relatives aux informations sectorielles et concernent le segment PostFinance. Contrairement aux indications figurant dans l'annexe des comptes consolidés, note 6, Résultat des services financiers, les transactions internes au groupe effectuées avec d'autres segments (prestations fournies entre autres par Réseau postal et vente et PostMail) n'ont pas été éliminées.

Compte de résultat En millions de CHF	2008	2007
Produits d'intérêts		
Produits d'intérêts de créances sur établissements financiers	40	58
Produits d'intérêts d'opérations de prêts de titres et de prise en pension	142	152
Produits d'intérêts de créances rémunérées sur clients	9	9
Produits d'intérêts et de dividendes selon l'option FVTPL ¹ : portefeuille de négoce	–	0
Produits d'intérêts et de dividendes d'immobilisations financières	1 184	915
Charges d'intérêts		
Charges d'intérêts pour dépôts des clients	–563	–448
Charges d'intérêts pour engagements envers des établissements financiers	–14	–7
Charges d'intérêts d'opérations de mise en pension	–6	–4
Résultat des opérations d'intérêts	792	675
Variation des correctifs de valeur sur immobilisations financières	–179	–12
Pertes du trafic des paiements	–4	–4
Résultat des opérations d'intérêts après correctifs de valeur	609	659
Produits des commissions des opérations de crédit, de titres et de placements	101	97
Produits des commissions d'autres prestations de services	23	18
Produit des prestations de services	571	573
Charges des commissions et des prestations de services	–386	–376
Résultat des opérations de commissions et de prestations de services	309	312
Résultat du négoce	111	100
Plus-values et moins-values résultant des immobilisations financières	–8	11
Autre résultat d'exploitation	–5	–4
Total du résultat commercial	1 016	1 078
Charges de personnel	–350	–323
Charges d'exploitation	–417	–415
Amortissements	–20	–22
Total des charges d'exploitation	–787	–760
Résultat d'exploitation²	229	318
Résultat des sociétés associées	2	2
Résultat du financement interne au groupe	4	7
Bénéfice de l'exercice	235	327

1 FVTPL: fair value through profit or loss (les variations de la valeur de marché sont saisies dans le compte de résultat).

2 Correspond au résultat d'exploitation du segment PostFinance.

Bilan

Bilan En millions de CHF	31.12.2008	31.12.2007
Actifs		
Liquidités	2 304	2 792
Créances sur établissements financiers	17 000	10 894
Créances rémunérées sur clients	105	86
Instruments financiers dérivés	178	40
Immobilisations financières	46 612	41 201
Participations	14	14
Immobilisations corporelles	35	46
Comptes de régularisation	642	561
Autres actifs	266	483
Total des actifs	67 156	56 117
Passifs		
Engagements envers des établissements financiers	263	1 284
Engagements envers les clients sous la forme de comptes Deposito et comptes de placement	17 745	14 734
Autres engagements (envers les clients)	48 316	39 034
Instruments financiers dérivés	11	75
Comptes de régularisation	56	49
Provisions	4	4
Autres passifs	145	117
Total des fonds étrangers	66 540	55 297
Fonds propres attribués ¹	500	500
Plus-values latentes	-150	-8
Réserves de couverture	31	1
Bénéfice de l'exercice	235	327
Total des fonds propres	616	820
Total des passifs	67 156	56 117

¹ Depuis le 1^{er} janvier 2003, PostFinance dispose de CHF 500 millions de fonds propres pour couvrir les fluctuations de la valeur de marché des immobilisations financières disponibles à la vente.

Informations détaillées

Renvois à Internet

Le symbole (▶) renvoie à des informations plus détaillées sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2008links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

Index GRI

Pour rendre compte de son action dans le domaine du développement durable, La Poste Suisse utilise comme référentiel la version G3 des lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI, www.globalreporting.org). L'index GRI permet de consulter le rapport selon une approche thématique standardisée. Pour chaque thème, le lecteur est renvoyé aux pages traitant du thème en question. L'index GRI est donc une alternative à la traditionnelle table des matières. Pour des raisons de place, il ne figure pas dans la version imprimée du rapport de gestion, mais peut être téléchargé sur Internet (▶ 98), à l'adresse indiquée plus haut.

Adresses de contact

Des exemplaires imprimés supplémentaires du présent rapport de gestion peuvent être obtenus à l'adresse de contact ou commandés par Internet. Les collaborateurs de la Poste peuvent s'en procurer par la voie ordinaire de commande des imprimés.

Impressum

Edition et contact

La Poste Suisse
Communication d'entreprise
Viktoriastrasse 21
Case postale
3030 Berne
Suisse

Téléphone +41 (0)58 338 11 11
Contact médias: + 41 (0)58 338 13 07
www.poste.ch

Conception

Andreas Sturm, Ellipson SA, Bâle
Raphaël Wild, Communication
d'entreprise Poste, Berne

Texte

Marcel Suter et Sandra Schindler,
Klarkom Sàrl, Berne
Finances Poste, Berne

Diagrammes

Finances Poste, Berne
Andreas Sturm, Ellipson SA, Bâle
Diagrammes fondés sur le concept de
Rolf Hichert

Photos

Simon Opladen, Berne
Photo pages 4 et 5 avec l'aimable
autorisation de Ferring Pharma-
ceuticals, Saint-Prex (Suisse)

Maquette et composition

Walter Stähli et Franck Schirmer,
phorbis Communications SA, Bâle

Relecture et traduction

Service linguistique Poste, Berne

Impression

Stämpfli Publikationen SA, Berne

Numéro ISSN 1661-951X



Sources mixtes

Groupe de produits provenant de forêts bien
gérées et d'autres sources contrôlées
www.fsc.org Cert no. SQS-COC-100261
© 1996 Forest Stewardship Council

La Poste Suisse
Viktoriastrasse 21
Case Postale
3030 Berne
Suisse

www.poste.ch

