



Rapport de gestion 2009

LA POSTE 

Nos acquis en 2009

- En dépit d'une conjoncture difficile, nous avons généré un solide bénéfice de 728 millions de francs.
- PostFinance a enregistré un résultat d'exploitation record de 441 millions de francs.
- Grâce aux nouveaux centres courrier, nous pouvons réaliser des économies de 170 millions de francs par année tout en assurant la même qualité.
- Le taux de satisfaction de la clientèle s'est maintenu à un niveau très élevé.
- Notre personnel nous a octroyé de bonnes notes en termes de satisfaction, de motivation et de volonté de performance.

Nos objectifs ces prochaines années

- Nous voulons nous démarquer auprès de notre clientèle en lui offrant d'excellentes prestations à des prix équitables.
- Nous entendons figurer parmi les entreprises les plus innovantes sur les marchés où nous opérons.
- Nous souhaitons croître de manière durable, en mesurant nos risques.
- Nous resterons un employeur attrayant et continuerons à proposer des perspectives professionnelles intéressantes.
- Grâce à des mesures adéquates, nous protégerons notre environnement et agirons dans une optique de durabilité.

Les principaux chiffres

		2009	2008
Produits d'exploitation	mio. CHF	8 709	8 980
Résultat d'exploitation	mio. CHF	721	812
Bénéfice consolidé	mio. CHF	728	825
Cash-flow	mio. CHF	824	977
Investissements	mio. CHF	431	516
Valeur ajoutée de l'entreprise	mio. CHF	272	416
Fonds propres	mio. CHF	3 534	2 857
Effectifs	équivalents plein temps	44 803	44 178
		2008	2007
Consommation d'énergie	GJ énergie primaire	3 634	4 849
Impact sur le climat	équivalent 1000 t CO ₂	255	278

Une comparaison des chiffres clés de ces cinq dernières années figure dans la jaquette.

Ce rapport de gestion illustre la manière dont nous créons de la valeur pour la clientèle, le propriétaire, le personnel et la société.

Nous démontrons que nous assumons notre responsabilité économique, sociale, écologique et sociétale en expliquant ce que nous avons accompli sur tous ces plans en 2009.

Nous transportons personnes, biens, argent et informations

La Poste Suisse est active sur quatre marchés:

- le **marché de la communication** (lettres, journaux, envois publicitaires, solutions multi-médias et gestion des données) en Suisse, dans la zone frontalière et à l'international;
- le **marché de la logistique** (colis, exprès et solutions logistiques) en Suisse et dans la zone transfrontalière;
- le **marché des services financiers grand public** (paiements, placements, prévoyance, financement) en Suisse;
- le **marché des transports publics** (lignes régionales, urbaines et dans les agglomérations, gestion de systèmes) en Suisse et à l'étranger.



PostMail

PostMail est chargée de la collecte, du tri et de la distribution de lettres, de journaux et d'envois publicitaires destinés à tous les clients en Suisse. Des prestations électroniques complètent son offre.

www.poste.ch

PostMail		2009
Produits d'exploitation	mio. CHF	2 808
Résultat d'exploitation	mio. CHF	198
Lettres adressées	mio. d'envois	2 556
Envois non adressés	mio. d'envois	1 232
Journaux	mio. d'envois	1 249
Effectifs	équivalents plein temps	16 996

» Page 66

PostLogistics

PostLogistics propose aux clients commerciaux des solutions logistiques standardisées ou taillées sur mesure pour l'expédition de colis, d'envois exprès et d'envois de messagerie, le transport de marchandises et la logistique de stockage.

www.poste.ch

PostLogistics		2009
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 488
Résultat d'exploitation	mio. CHF	45
Colis	mio. d'envois	104
Envois exprès	mio. d'envois	2,9
Effectifs	équivalents plein temps	5 489

» Page 68

Swiss Post International

Swiss Post International est chargée des activités en matière d'importation et d'exportation de la Suisse et achemine des lettres ainsi que des marchandises de petite taille dans 15 pays situés en Europe, en Amérique du Nord et en Asie.

www.swisspost.com

Swiss Post International		2009
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 028
Résultat d'exploitation	mio. CHF	53
Lettres Importation et Exportation	mio. d'envois	390
Colis Importation et exportation	mio. d'envois	5,6
Effectifs	équivalents plein temps	1 272

» Page 70

Swiss Post Solutions

Swiss Post Solutions propose aux clients commerciaux du monde entier des solutions en matière de pilotage de processus commerciaux, se situant à l'interface des mondes physique et électronique, pour la gestion de documents et le dialogue avec les clients.

www.swisspost.com

Swiss Post Solutions		2009
Produits d'exploitation	mio. CHF	696
Suisse	mio. CHF	175
Etranger	mio. CHF	521
Résultat d'exploitation	mio. CHF	-25
Présence	nombre de pays	16
Effectifs	équivalents plein temps	6 878

» Page 72

Réseau postal et vente

Réseau postal et vente offre aux clients privés et aux PME un conseil personnalisé ainsi qu'un vaste réseau performant composé de quelque 3600 points d'accès (offices de poste, agences, service à domicile, etc.).

www.poste.ch

Réseau postal et vente		2009
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 359
Résultat d'exploitation	mio. CHF	-113
Offices de poste, agences	nombre	2 348
Service à domicile	nombre	1 154
Effectifs	équivalents plein temps	6 973

» Page 74

Services

L'unité Services¹ regroupe Immobilier, Technologies de l'information, Achats du groupe, la société InfraPost SA et le Service linguistique. Elle apporte son soutien aux unités du groupe qui fournissent des prestations sur le marché.

Autres		2009
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 030
Résultat d'exploitation	mio. CHF	95
Effectifs	équivalents plein temps	2 417

¹ L'unité fait partie du segment «Autres».

» Page 81

de façon fiable, valorisante et durable

La Poste Suisse est un groupe qui comprend des unités du groupe, des unités de support et des sociétés du groupe. Grâce à cette structure axée sur la clientèle, elle peut réagir de manière rapide et innovante aux changements intervenant sur les marchés.

La Poste réalise 81,2% de ses produits d'exploitation de 8709 millions de francs dans le cadre de la concurrence. Le reste, soit 18,8%, relève des services réservés (où elle détient un monopole sur les lettres jusqu'à 50 grammes). La Poste emploie 60 977 collaborateurs et collaboratrices. 17 856 des 53 276 postes de travail qu'elle propose en Suisse se situent dans les régions périphériques. Par ailleurs, 7701 personnes sont actives à l'étranger.

» Page 54

PostFinance LA POSTE

PostFinance

PostFinance s'engage en faveur des petites et moyennes entreprises ainsi que des clients privés, en leur proposant des solutions complètes en matière de paiement ainsi que des offres de base dans les domaines des placements, du financement et de la prévoyance.

www.postfinance.ch

PostFinance		2009
Produits d'exploitation	mio. CHF	2 160
Résultat d'exploitation	mio. CHF	441
Comptes clients	nombre	3 880 800
Afflux de nouveaux capitaux	mio. CHF	20 120
Niveau moyen des fonds des clients	mio. CHF	70 249
Effectifs	équivalents plein temps	3 042

» Page 76

CarPostal LA POSTE

CarPostal

CarPostal exploite en Suisse un réseau de quelque 800 lignes s'étendant sur plus de 10 429 kilomètres et desservant environ 13 799 arrêts. Elle assume en outre des fonctions de gestion de systèmes sur le marché des transports publics.

www.carpostal.ch

CarPostal		2009
Produits d'exploitation	mio. CHF	640
Résultat d'exploitation	mio. CHF	27
Voyageurs	nombre en Suisse	118 000 000
Prestation annuelle	mio. km	98
Véhicules	nombre	2 066
Effectifs	équivalents plein temps	1 736

» Page 78





Page

94



Page

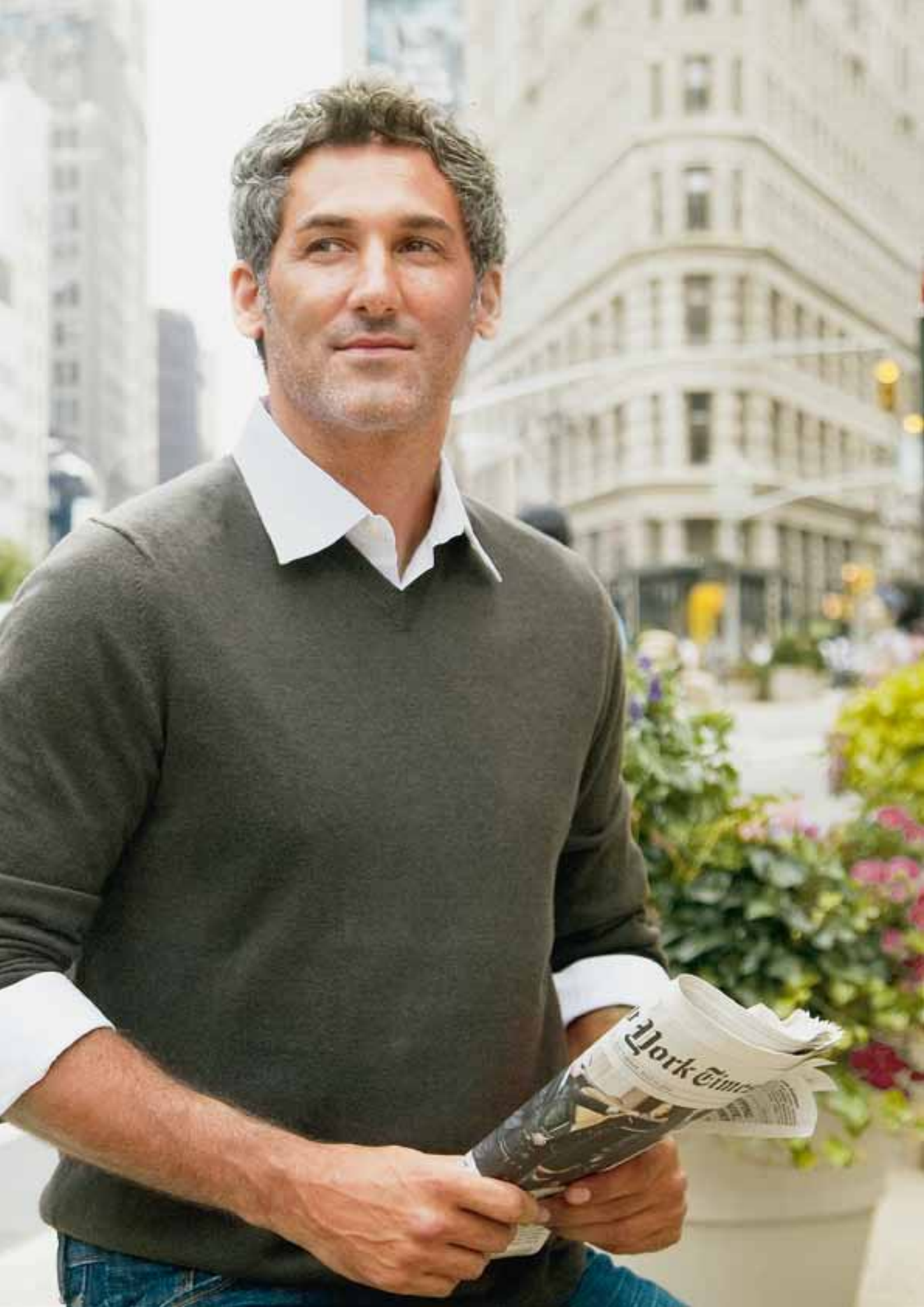
77



Page

73









Page

114





Page

125

Page

102







Madame, Monsieur,

La Poste Suisse a clôturé l'exercice 2009 de manière très réjouissante. En raison de circonstances extraordinaires, les produits d'exploitation ont certes diminué de 271 millions de francs par rapport à 2008 pour s'établir à 8,709 milliards et le bénéfice consolidé s'est tassé de 97 millions pour s'inscrire à 728 millions de francs, mais le résultat opérationnel reste très satisfaisant au regard de la conjoncture.

Les Chambres fédérales traiteront en 2010 la révision complète de la législation postale. Les décisions du Conseil national et du Conseil des Etats seront déterminantes pour la Poste et la desserte de base en Suisse. Pour s'inscrire dans la durée, le mandat de service universel devra en effet tenir compte des besoins radicalement différents et du nouveau comportement de la clientèle. Figurant parmi les plus grands prestataires de services de Suisse, nous avons besoin que le Parlement établisse des bases légales qui nous donnent la liberté de manœuvre nécessaire sur le plan entrepreneurial pour réagir à cette évolution.

Cependant, il est d'ores et déjà acquis aujourd'hui que La Poste Suisse continuera à proposer à ses clients d'excellentes prestations à des prix adéquats. Nous voulons par ailleurs axer notre croissance principalement sur les services financiers et les nouveaux services à l'interface des mondes physique et électronique. Nous compléterons et renforcerons ainsi nos activités traditionnelles.

Mettre en œuvre notre stratégie commerciale dans l'optique du développement durable de la Poste constitue l'un de nos principaux défis. Nous entendons générer une plus-value financière pour la Confédération, notre propriétaire, et une solide base de fonds propres pour la Poste. Si nous répondons de façon optimale aux besoins de la clientèle, nous voulons tout autant agir de manière socialement responsable et veiller aux intérêts des régions, tout en préservant les ressources naturelles et en diminuant notre impact sur l'environnement et le climat. Bien qu'il ne soit pas toujours aisé de concilier ces différents objectifs et exigences, nous sommes persuadés que seules les entreprises qui parviennent à maintenir un tel équilibre peuvent rester performantes à long terme. Dans ce rapport détaillé, nous démontrons comment nous avons réussi à le faire durant l'exercice 2009.

J'adresse mes plus sincères remerciements au personnel de la Poste, en Suisse et dans tous les pays où nous déployons des activités. Dans un contexte parfois difficile, ils ont travaillé en faisant preuve d'une grande motivation. La Poste Suisse dépendra aussi largement de leur engagement professionnel en 2010.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hasler', written in a cursive style.

Peter Hasler
Président du Conseil d'administration

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 (E+) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2009links 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 (E+ 98), à l'adresse mentionnée ci-dessus.

■ Langues

Le rapport de gestion 2009 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 2009 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

17	Préface
20	Interview
29	Profil de l'entreprise
30	Secteurs d'activité
35	Organisation
44	Stratégie
53	Evolution de l'activité
53	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
54	Groupe
66	Segments
85	Valeur ajoutée pour la clientèle
86	Clients privés
92	Clients commerciaux
99	Valeur ajoutée pour le personnel
100	Emplois
102	L'employeur Poste
105	Développement du personnel
109	Partenariat social
113	Valeur ajoutée pour la société
114	Développement de la desserte de base
116	Participation à la définition de nouvelles conditions-cadres
116	Action socialement responsable
120	Efficacité en termes de ressources et impact environnemental
131	Sponsoring
132	Engagement
134	Gestion
136	Responsabilité
137	Gestion des risques
138	Gouvernement d'entreprise
145	Politiques et principes
147	Instruments de gestion
150	Rapport financier
152	Comptes consolidés
212	La Poste Suisse
218	Informations complémentaires sur PostFinance
220	Informations détaillées
220	Renvois à Internet
220	Index GRI
220	Adresses de contact
221	Comparaison des chiffres clés sur 5 ans

«La Poste est l'une des entreprises de services les plus innovantes de Suisse»

Sur la personne

Né le 2 août 1947, Suisse
Lic. rer. pol.
Economiste (économie d'entreprise et économie publique)
Directeur général depuis le 14 décembre 2009
Responsable PostFinance
A la Direction du groupe depuis 2003

Parcours professionnel

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

Monsieur Bucher, vous êtes devenu directeur général en décembre 2009. Comment percevez vous La Poste Suisse dans votre nouvelle fonction?

J'ai pu reprendre les rênes d'une entreprise qui fournit d'excellentes prestations, même si des améliorations peuvent et doivent encore être apportées ici et là. Mais la Poste est une entreprise florissante.

Quel est le bilan de l'exercice 2009 pour La Poste Suisse?

Compte tenu des incertitudes sur le plan économique ainsi que de la conjoncture sur les marchés suisse et internationaux, le résultat d'exploitation de 728 millions de francs est très réjouissant! Cette réussite confirme aussi que nous avons posé les bons jalons par le passé.

Ce bon résultat est surtout dû à PostFinance. Quelles en sont les raisons?

Nous pouvons être fiers du résultat de PostFinance. Il découle d'une part des

prestations simples et adaptées aux besoins de la clientèle que nous proposons et, d'autre part, à la crise financière qui a mis en évidence la fiabilité et la sécurité de notre établissement. Mais la plupart des autres unités du groupe affichent aussi de bons résultats.

Que signifie pour l'avenir de la Poste ce report d'équilibre en faveur de PostFinance?

Reposant sur plusieurs piliers, la Poste est active dans différents secteurs d'activité. Nous transportons personnes, biens, argent et informations. Le potentiel de revenus varie fortement d'un marché à l'autre en fonction des spécificités de chacun d'entre eux. Les services financiers génèrent ainsi d'autres marges que les activités logistiques et les résultats des différentes unités doivent donc être analysés de manière différenciée. Pour moi, il est primordial que nous puissions, grâce à l'excellence de nos prestations et à notre grande efficacité, parvenir à un rendement usuel dans tous nos champs d'activité.



«Les agences offrent aux clients des heures d'ouverture sensiblement plus longues.»

On a beaucoup entendu parler l'an dernier de la baisse du volume du courrier. Qu'en est-il exactement?

Le recul des volumes du courrier adressé ainsi que des journaux et des magazines a été ces dernières années de 1,5% environ. Or, en raison de la crise financière et économique, cette baisse a parfois atteint 4,6% en 2009. Par ailleurs, les clients sont toujours plus nombreux à regrouper leurs envois et à recourir aux moyens d'information électroniques.

Que signifie ce recul des volumes pour le courrier?

Avec un résultat de 198 millions de francs, l'unité PostMail figure parmi les plus solides piliers de la Poste. Nous continuons à proposer à la majorité des clients privés et commerciaux les prestations qu'ils désirent. En outre, nos nouveaux centres ultramodernes de traitement du courrier nous permettent de faire des économies considérables.

Quelle est la situation dans le secteur des colis et de la logistique?

Grâce à l'introduction et au développement de solutions innovantes pour la clientèle commerciale, le volume des colis est resté dans une large mesure stable en dépit de la crise. Par ailleurs, nous avons optimisé nos coûts de sorte que les activités dans le secteur des colis et de la logistique ont pu générer un résultat similaire à celui de l'an dernier.

Un coup d'œil à l'avenir: quelles sont vos priorités en matière de direction du groupe?

La Poste doit en tout temps concilier les quatre impératifs suivants: proposer d'excellentes prestations à sa clientèle, les vendre à des prix conformes au marché, contrôler bien entendu les coûts et s'implanter dans des domaines porteurs grâce à de nouvelles solutions. Si nous parvenons à le faire, c'est que nous sommes performants sur le marché et allons bien au-delà des exigences légales.

Qu'entendez-vous par excellentes prestations?

Pour moi, la Poste est l'entreprise de services par excellence. Nous proposons de très bonnes prestations à un prix adéquat. Pour juste un franc par exemple, vous pouvez expédier une lettre des Grisons en Suisse romande, soit d'un bout à l'autre du pays, et elle parviendra avec une fiabilité de 98% le lendemain à son destinataire. C'est aussi une performance absolue au plan international.

Mais c'est justement la qualité de la distribution qui s'est détériorée l'an dernier.

Fin 2008 et début 2009, nous avons accusé un retard dans la distribution du courrier A et du courrier B en raison de la mise en exploitation progressive des nouveaux centres courrier de Zurich-Mülligen, Eclépens et Härkingen. Mais en dépit de la

complexité du passage aux nouveaux processus de traitement, nous avons pu maintenir la qualité à un niveau très élevé au plan européen. Les choses se sont améliorées durant l'année 2009 et nous avons retrouvé aujourd'hui l'excellent niveau des années précédentes.

Dans le cadre d'un essai pilote mené en Suisse romande, le courrier a été distribué l'après-midi seulement. N'est-ce pas là une baisse de prestation?

Les clients commerciaux sont ravis parce qu'ils ont reçu leur courrier encore plus tôt qu'aujourd'hui. Quant aux clients privés, ils réagissent pour la plupart de manière positive. Nombre d'entre eux ne sont de toute façon pas chez eux à midi. Mais nous ne pourrions faire une évaluation complète qu'à la fin de l'essai pilote.

Qu'en est-il des offices de poste?

La Poste dispose de l'un des réseaux postaux les plus denses du monde. Dans 90% des cas, il est possible d'y accéder en 20 minutes à pied ou avec les transports publics et 95% de notre clientèle est servie en moins de sept minutes. A l'avenir, nous réamènerons 20 à 30 offices de poste dans les centres régionaux et dans les agglomérations pour y intégrer des centres de conseil PostFinance. Les halls de guichet seront en outre agrandis et bénéficieront d'un nouvel agencement. Grâce à ces investisse-

ments de plusieurs centaines de millions de francs et aux adaptations apportées au réseau, nous entendons améliorer encore la qualité des prestations et nous rapprocher de la clientèle.

Mais la Poste a aussi adapté son réseau de distribution en 2009

... et ainsi amélioré l'ensemble de son offre pour la population avec 3600 points d'accès! Car, dans le cadre d'un étroit dialogue avec les communes, nous examinons chaque office de poste de manière individuelle, en vue de répondre du mieux possible aux exigences de la clientèle. Ainsi, il peut arriver que d'autres formes de distribution comme «la poste dans l'épicerie du village» ou le service à domicile soient mieux adaptées. Mais nous pouvons aussi décider de ne rien changer à un office de poste. Concrètement, nous nous sommes penchés l'an dernier sur 114 offices de poste. 30 d'entre eux sont restés en l'état, 49 sites ont été transformés en agences et 32 ont fait place à des services à domicile. Trois offices de poste ont été fermés, les communes concernées étant désormais desservies par l'office de poste le plus proche. Les agences offrent aux clients des heures d'ouverture sensiblement plus longues et une offre presque identique. Depuis peu, il est possible d'y faire des paiements non seulement avec la PostFinance Card, mais aussi avec une carte Maestro. Cela améliore l'image des agences et la clientèle en ressort clairement gagnante.

«La Poste réalise les quatre cinquièmes de son chiffre d'affaires sur le marché libre.»

Le réseau postal fait partie de la desserte de base dont débat actuellement le Parlement dans le cadre de la révision complète de la législation postale. Quelles sont les attentes de la Poste?

Nous entendons continuer à offrir d'excellentes prestations à notre clientèle et assurer également la desserte de base. Néanmoins, les besoins et le comportement des clients ont fortement évolué au cours de ces deux dernières décennies. On attend ainsi de nous que nous continuions à fournir nos prestations traditionnelles, mais aussi que nous développions toujours plus d'offres accessibles en ligne, 24 heures sur 24. C'est pourquoi nos prestations sont aujourd'hui déjà disponibles sous forme physique et électronique. Afin que nous puissions poursuivre dans ce sens, le Parlement doit nous confier un mandat de desserte de base qui ne dépende pas de la technologie et nous accorder la liberté entrepreneuriale nécessaire. Pour les prestations supplémentaires que nous offrons surtout dans l'intérêt de la collectivité et en vue de permet-

tre le fonctionnement de la démocratie, il est primordial de définir un système de financement qui soit ancré dans la loi.

Quels sont les prix proposés par la Poste à ses clients?

La Poste réalise les quatre cinquièmes de son chiffre d'affaires sur le marché libre. Elle doit donc proposer un bon rapport qualité-prix à ses clients, car sinon ceux-ci se tourneront vers la concurrence. Mais même les prix relevant du monopole, c'est-à-dire ceux des lettres jusqu'au 50 grammes, sont avantageux sur le plan international. Si l'on compare le panier d'achat constitué par les catégories de lettres que nous offrons et qu'on le pondère en fonction de la fréquence à laquelle les consommateurs expédient une catégorie de lettre, on constatera que ce panier est plus cher de 17% en France et en Allemagne et, même, de 58% en Italie.

Malgré tout, la Poste a augmenté les prix de certains produits. Comment l'expliquez-vous aux clients?

Les hausses de prix sont justifiées quand la prestation est adéquate. Pour le prix d'un espresso, nos clients peuvent expédier quatre lettres, lesquelles seront distribuées dans les plus brefs délais n'importe où en Suisse. En accord avec le Surveillant des prix, nous avons baissé les prix et pris en charge la taxe sur la valeur ajoutée en 2009. Nous fournissons donc toujours la même prestation, mais gagnons environ 200 millions de moins. La hausse de prix qui avait été retardée d'une année aura donc lieu le 1^{er} avril 2010 pour les colis et les lettres du service international.

Pour pouvoir fournir ses prestations le plus avantageusement possible à l'avenir aussi, la Poste a construit de nouveaux centres courrier. Or les volumes baissent d'année en année. Etait-ce donc un mauvais placement?

Nous traitons encore quotidiennement d'énormes quantités de lettres. Les centres courrier sont conçus pour absorber des charges importantes. De cette façon, nous pouvons aussi



garantir la qualité de la distribution si les volumes augmentent. Lorsque les volumes diminuent, nous pouvons utiliser le surplus de capacité pour améliorer encore notre service.

Où la Poste peut-elle et doit-elle encore économiser?

Une entreprise se doit de travailler efficacement et de maîtriser ses coûts en tout temps. Il en est de même pour la Poste. C'est seulement ainsi que nous pourrions proposer des prestations compétitives à nos clients.

Le personnel fera-t-il aussi l'objet de ces compressions de coûts?

La Poste doit s'adapter aux changements, que ceux-ci touchent la société, l'économie, les technologies ou la politique. Certaines unités nécessiteront à l'avenir moins de personnel, alors que d'autres devront augmenter leurs effectifs. En 2009, nous avons diminué les heures supplémentaires et le solde des vacances, et n'avons plus donné de mandat à des tiers. Cependant, la Poste est l'une des entreprises

les plus actives sur le plan social qui offre à son personnel des perspectives professionnelles. Des systèmes d'incitation ont par exemple été mis en place pour encourager les employés à travailler où l'on a besoin d'eux. Au-delà des frontières régionales également.

Economiser est une chose, croître en est une autre. Où se situe le potentiel en la matière?

Nous souhaitons surtout croître en Suisse dans le domaine des services financiers, en proposant des offres attrayantes et un excellent service. Sur le marché des solutions multimédias, situées à l'interface des mondes physique et électronique, nous avons acquis une excellente réputation au cours des dernières années et entendons donc étendre ces activités en Suisse et à l'étranger. Le secteur logistique et les transports publics offrent eux aussi un potentiel de croissance.

Pouvez-vous citer des exemples de solutions multimédias?

Nous avons développé un logiciel compagnon, c'est-à-dire un petit programme qui permet aux clients commerciaux ou privés d'envoyer des courriers électroniques confidentiels, en recommandé directement à partir d'Outlook. Cette application repose sur notre service destiné à une communication électronique sécurisée. Les taux de croissance annuels de telles prestations sont de plusieurs centaines de pour cent. En 2009, nous avons aussi lancé SwissStick, produit que nous avons nous-mêmes développé en Suisse et qui permet de signer des documents numériquement et de les expédier en toute sécurité via Internet. Nous pouvons vendre ce produit dans le monde entier.

Pourquoi La Poste Suisse s'implante-t-elle à l'étranger?

Je tiens d'abord à préciser que, dans le cadre de son engagement à l'étranger, la Poste s'en tient aux objectifs stratégiques de la Confédération, lesquels prévoient qu'elle peut y exploiter des possibilités de croissance en dehors de la desserte de base.

La raison en est la suivante: nous subissons une pression sur le marché suisse en raison de la libéralisation et du recul des volumes. Afin de renforcer la Poste au plan local, nous voulons croître en Suisse et à l'étranger en développant de nouvelles prestations. Par ailleurs, nous devons suivre à l'étranger des clients actifs à l'international comme Zurich Financial Services Group. Si nous ne le faisons pas, nos concurrents étrangers s'empareront de ces clients et pourrons ainsi prendre pied en Suisse dans notre cœur de métier. Nous poursuivons cette stratégie depuis des années déjà, en agissant progressivement et en minimisant nos risques.

Quelles sont les activités de La Poste Suisse à l'étranger?

Ce sont surtout CarPostal, Swiss Post Solutions et Swiss Post International qui sont présentes hors de nos frontières. L'an dernier, CarPostal s'est distinguée en France en décrochant de nombreux contrats. En effet, elle s'est vu attribuer d'autres lignes et réseaux grâce à ses connaissances, à son expérience en tant que fournisseur de systèmes et à la qualité élevée de ses prestations.

Swiss Post Solutions offre aux clients commerciaux du monde entier des prestations situées parfaitement à l'interface des mondes physique et

électronique, notamment pour la gestion de documents et les solutions dialogue. En raison de la conjoncture, les activités de marketing direct se sont par contre effondrées en Allemagne.

Swiss Post International est surtout active dans le domaine du courrier transfrontalier. Nous nous plaçons au troisième rang international parmi les fournisseurs nationaux. En dépit de la conjoncture difficile, il a été possible d'augmenter les produits d'exploitation des activités opérationnelles de SPI. D'une manière générale, nos activités à l'étranger sont rentables.

La durabilité est l'un des thèmes porteurs de l'avenir. Qu'en pense la Poste?

La Poste entend donner l'exemple et propose depuis 2009 d'expédier des lettres et des colis sans impact sur le climat. Nous recourons également à cette prestation. Nous compensons ainsi notre propre impact sur le climat de quelque 2300 tonnes par année, une réduction qui atteint quand même 1%. Depuis 2008, nous achetons aussi de l'électricité issue uniquement d'énergie hydraulique renouvelable et veillons à la consommation d'énergie et à l'impact sur l'environnement lors de l'achat de nouveaux véhicules. CarPostal teste ainsi un

car hybride et nous utilisons de plus en plus de véhicules à gaz et de véhicules électriques, pour ne citer que quelques mesures déjà mises en œuvre. Pour la distribution du courrier, La Poste Suisse exploite en outre le plus grand parc de scooters électriques d'Europe avec 500 véhicules. Elle agit aussi de manière durable en étant un employeur socialement responsable et en poursuivant un dialogue constructif avec les syndicats, la Confédération, les cantons et les communes.

Environ 8000 collaborateurs et collaboratrices travaillent à l'étranger. La Poste Suisse devient manifestement une entreprise toujours plus internationale. Qu'est-ce que cela signifie pour la culture d'entreprise?

La Poste est une entreprise suisse déployant des activités ciblées dans son cœur de métier à l'étranger. Nos différentes activités et notre présence sur les marchés et dans les pays les plus divers forgent une culture de la diversité.

Quel rôle le personnel joue-t-il dans les plans de la Poste?

Je constate chaque jour que la Poste est une entreprise extraordinaire à plusieurs égards, composée d'excellents collaborateurs et collaboratrices.

Le personnel de la Poste continuera à l'avenir aussi à symboliser de manière déterminante face à l'extérieur la capacité de performance et l'amabilité de l'entreprise. La Poste est tributaire de ses connaissances et de son savoir-faire mais aussi de sa motivation. Je saisis cette occasion pour remercier sincèrement tous ceux qui ont contribué au succès de la Poste en 2009.

Quel est votre bilan personnel après trois mois au poste de directeur général?

La Poste est l'une des entreprises de services les plus innovantes de Suisse, ce qui la promet à un bel avenir.

«Afin de renforcer la Poste sur le marché local, nous voulons croître en Suisse et à l'étranger en développant de nouvelles prestations.»

A propos du rapport

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (E→) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2009links permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

17	Préface
20	Interview
	Profil de l'entreprise
30	Secteurs d'activité
30	Marchés
31	Réseau
31	Réseau de distribution en Suisse
32	Réseau CarPostal
32	Clients
33	Produits
34	Marques
35	Organisation
35	Unités
35	Organigramme
36	Conseil d'administration
40	Direction du groupe
44	Stratégie
44	Conditions-cadres
44	Mandat
44	Directives
45	Vision
45	Environnement
45	Législation
45	Economie
47	Tendances
48	Objectifs et orientations
48	Améliorer les prestations
48	Garantie et développement de la desserte de base
48	Participation à la définition de nouvelles conditions-cadres
48	Action socialement responsable et s'inscrivant dans la durée
49	Améliorer les ventes
49	Développement de l'offre de prestations
49	Politique des prix conforme au marché
49	Service à la clientèle de qualité
49	Améliorer les performances
49	Développement de la volonté de performance et de l'engagement
49	Politique du personnel moderne
50	Améliorer la compétitivité
50	Promotion de l'innovation
50	Croissance rentable
50	Exploitation maximale des potentiels d'efficacité
53	Evolution de l'activité
134	Gestion
150	Rapport financier
220	Informations détaillées
221	Comparaison des chiffres clés sur 5 ans

Secteurs d'activité

Les marchés

La Poste Suisse est active sur quatre marchés:

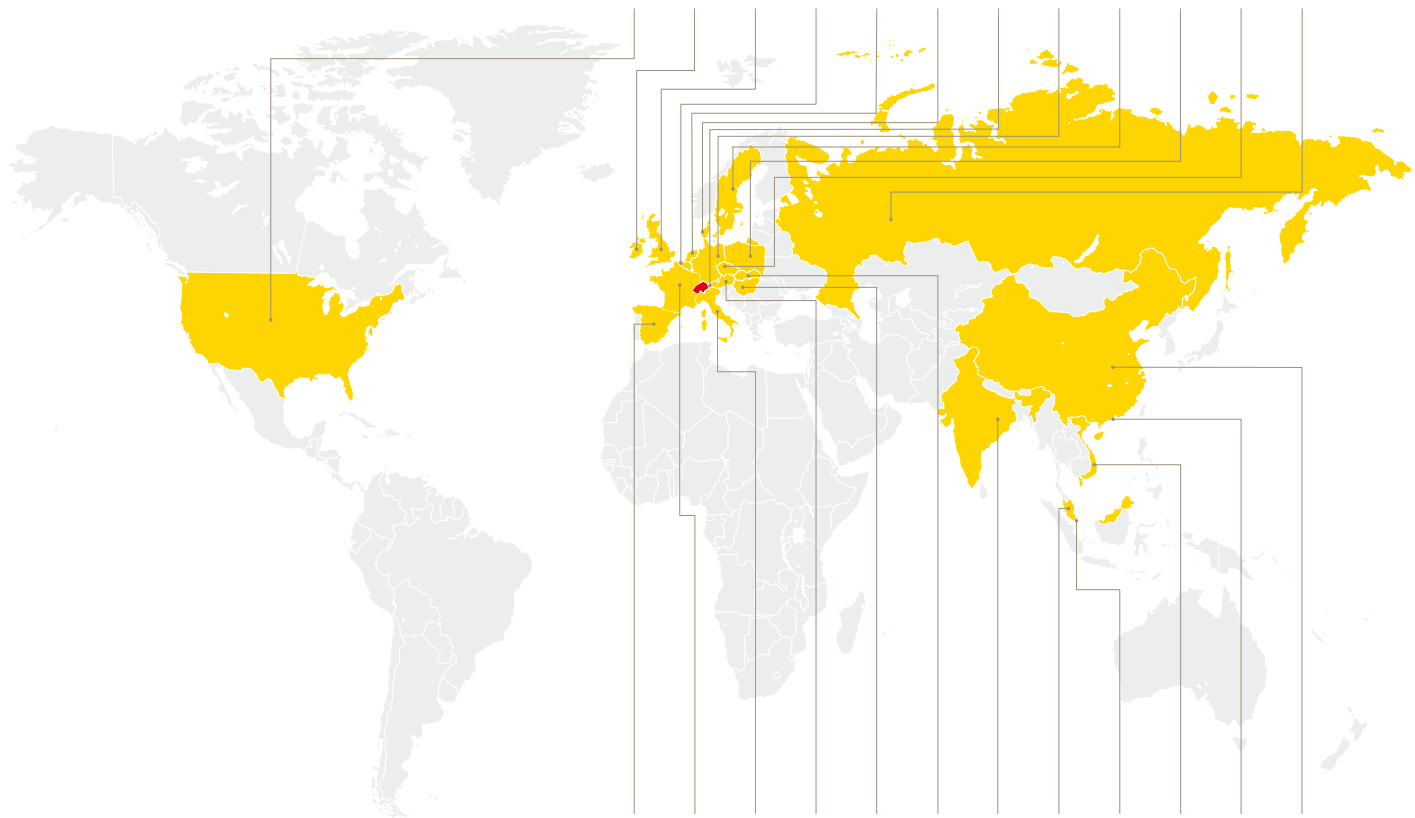
- le marché de la communication (lettres, journaux, envois publicitaires, solutions multimédias et gestion des données) en Suisse, dans la zone frontalière et à l'international;
- le marché de la logistique (colis, exprès et solutions logistiques) en Suisse et dans la zone transfrontalière;
- le marché financier grand public suisse (paiements, placements, prévoyance, financement);
- le marché des transports publics (lignes régionales, urbaines et dans les agglomérations, gestion de systèmes) en Suisse et, ponctuellement aussi, à l'étranger.

Des sociétés du groupe, des partenaires franchisés et des agents de vente représentent la Poste 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. CarPostal exploite onze réseaux de bus via ses propres sociétés du groupe en France et est active au Liechtenstein.

La Poste a réalisé 82,3% de son chiffre d'affaires en Suisse et 17,7% à l'étranger.

Groupe | La Poste Suisse à l'étranger 2009

	US	IE	UK	BE	NL	DK	FL	DE	SE	PL	CZ	RU
Lettres International	■		■	■	■	■		■	■			
Solutions dialogue								■		■	■	■
Solutions documents	■	■	■				■	■			■	
Transport de voyageurs							■					
Solutions e-business								■				



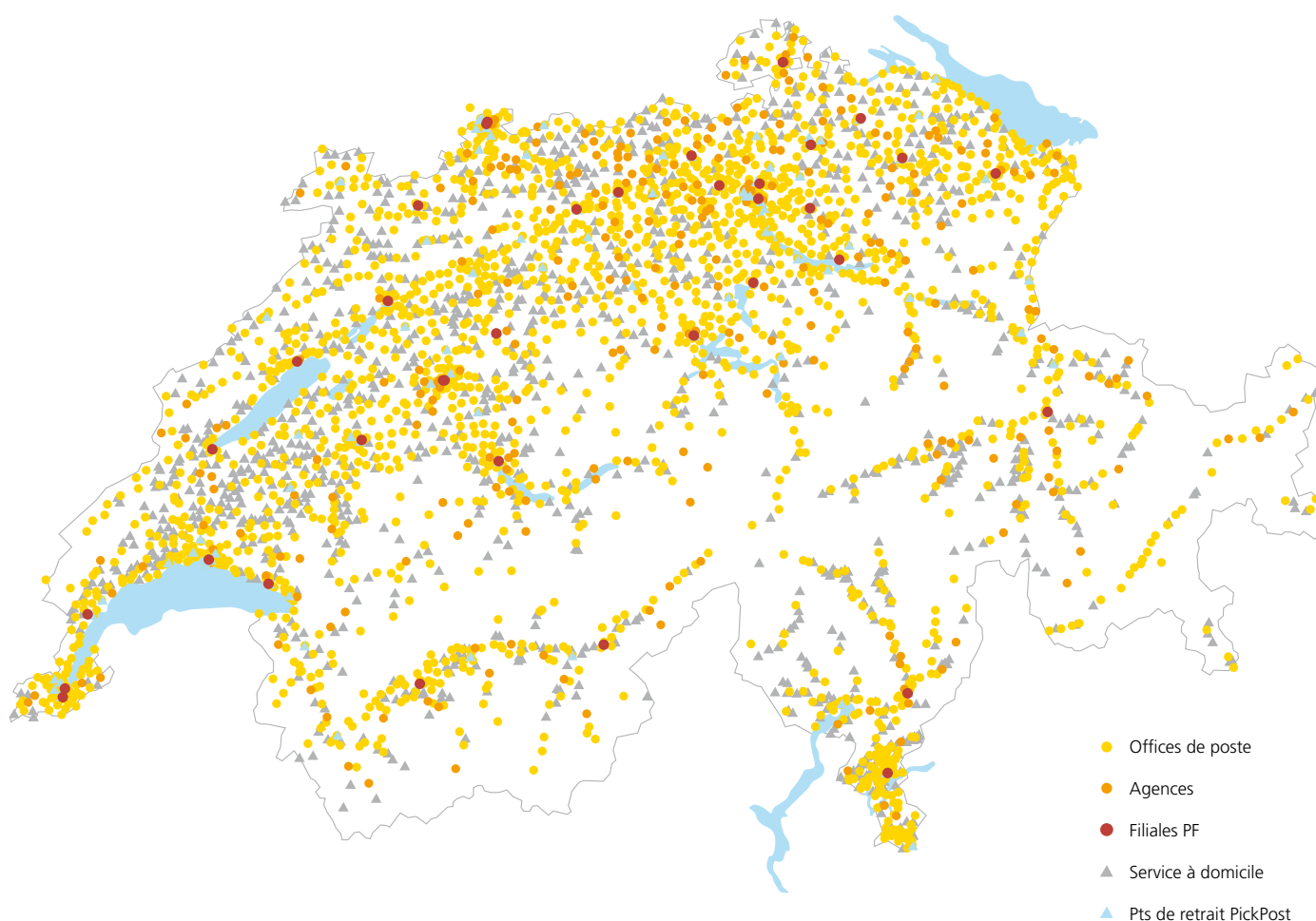
	ES	FR	IT	AT	HU	SK	IN	MY	SG	VN	HK	CN
Lettres International	■	■	■	■			■	■	■		■	■
Solutions dialogue		■				■				■		
Solutions documents		■	■	■		■						
Transport de voyageurs		■										
Solutions e-business												

Le réseau Réseau de distribution en Suisse

La Poste offre à sa clientèle un réseau dense et performant composé de 3600 points d'accès (dont 2348 offices de poste et agences, et 1154 localités avec un service à domicile). Elle exploite en outre un réseau de 36 filiales PostFinance, dont 17 assurent le trafic des paiements. 230 collaborateurs de PostFinance sont chargés de la vente aux clients commerciaux de petite à moyenne taille et 53 conseillers mobiles rendent visite aux clients privés à leur demande. Le réseau de distribution comprend par ailleurs 358 points de retrait PickPost, dont certains permettent de retirer lettres et colis bien au-delà des heures d'ouverture normales. Enfin, 17 000 boîtes aux lettres sont réparties dans toute la Suisse et 51 points de dépôt sont disponibles pour la clientèle commerciale essentiellement.

En complément, les clients privés et les clients commerciaux peuvent accéder à une multitude de prestations sur Internet (guichet postal virtuel sur www.poste.ch et e-finance sur www.postfinance.ch).

Groupe (Suisse) | Réseau de distribution 2009

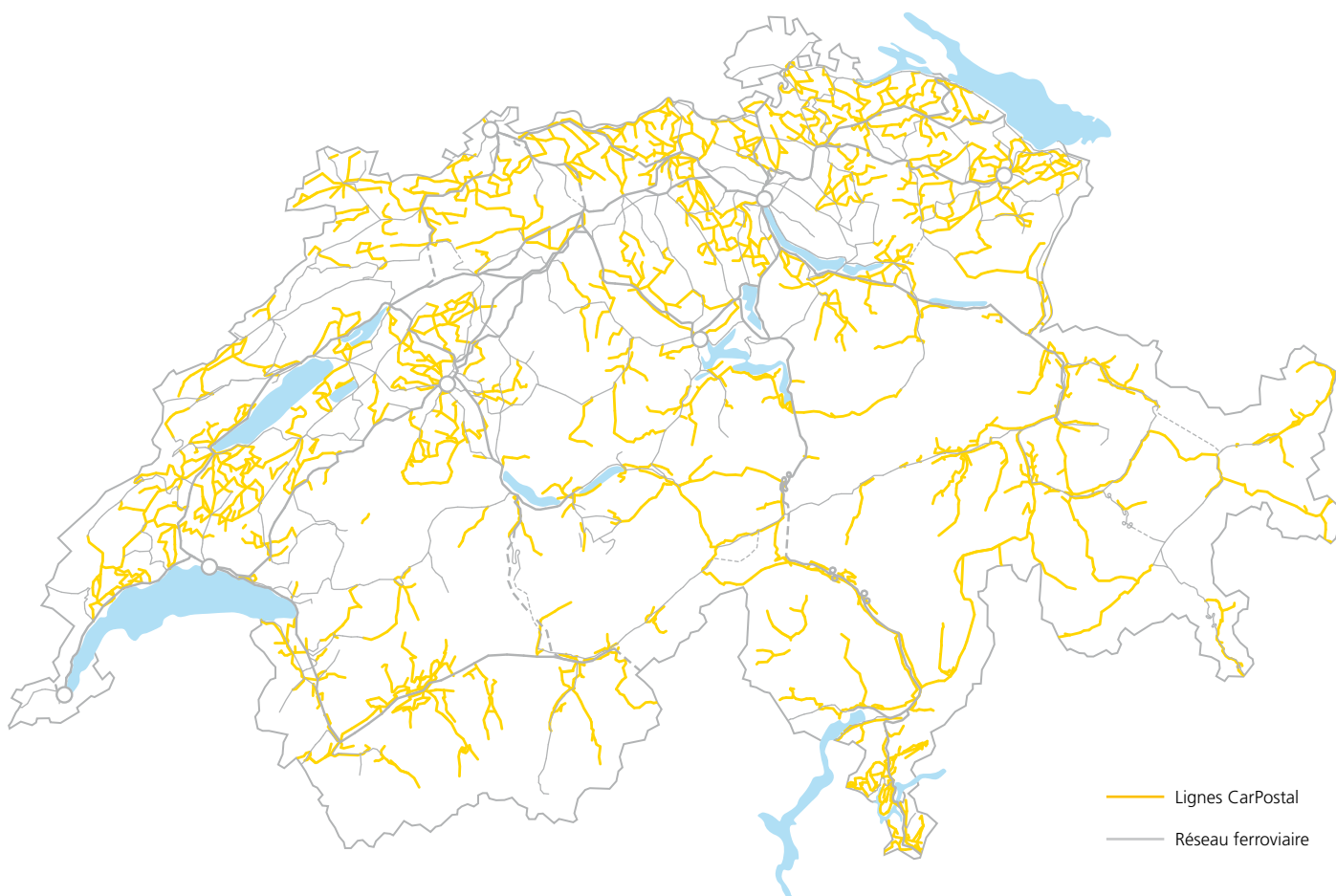


Pour en savoir plus sur le développement de la desserte de base, voir page 114.

Réseau CarPostal

En Suisse, CarPostal propose aux voyageurs environ 800 lignes s'étendant sur plus de 10 000 kilomètres et incluant 13 799 arrêts dans le cadre des transports publics ainsi que des lignes touristiques, des courses spéciales, le ramassage scolaire (ScolaCar) et des bus sur appel (Publi-Car). Lors du changement d'horaire de 2009, CarPostal a étendu son offre en élargissant son réseau de 3,5 millions de kilomètres-horaire à quelque 94 millions de kilomètres-horaire par année et en mettant en service 22 nouvelles lignes.

CarPostal (Suisse) | Réseau de lignes
2008



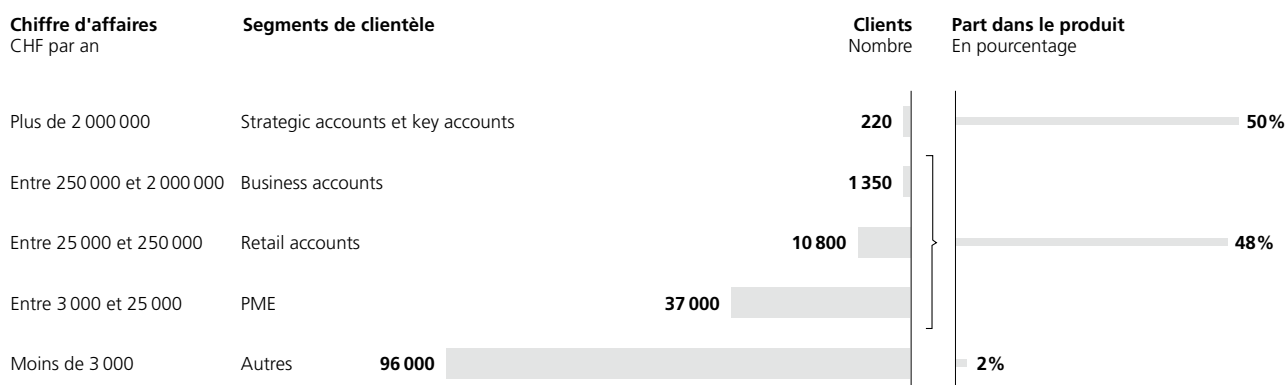
Les clients

Dans le domaine logistique (prestations postales traditionnelles), les clients de la Poste sont, d'une part des millions de particuliers, d'autre part quelque 144 000 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 près de 50%. Font en outre partie des clients commerciaux 1350 business accounts (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 96 000 clients commerciaux logistiques 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 200 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 surtout des prestations relevant du trafic des paiements.

Groupe | Produit généré avec les clients commerciaux dans l'activité logistique
 2008, Structure de la clientèle et part dans le produit



Les produits Clients privés

Les lettres, les colis, les envois exprès, les services de messagerie, les services financiers et le transport de voyageurs font partie des prestations dédiées aux particuliers et aux PME. Dans 1800 offices de poste, l'entreprise propose en outre un vaste assortiment de produits de tiers, par exemple des vignettes autoroutières, des articles de papeterie, des téléphones portables et des ordinateurs.

Depuis novembre 2009, PostFinance propose aux clients privés, en collaboration avec la Münchener Hypothekenbank (MHB), deux nouveaux produits pour le financement de leur logement: les hypothèques pour immeubles locatifs ainsi que les hypothèques pour immeubles d'habitation/commerciaux (part commerciale max. 50%). Le crédit à la construction comble la dernière lacune en matière de propriété du logement pour les clients privés.

Clients commerciaux

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

- Courrier
Envois urgents, prioritaires ou sans horaire précis, lettres avec suivi des envois, expédition internationale de documents, prise en charge et distribution, solutions d'affranchissement, gestion d'adresses, outils en ligne.
- Logistique
Service de messagerie, exprès et innight, colis, transport et stockage, logistique spécialisée et solutions clientèle, e-logistics, logistique des valeurs, logistique internationale.
- Marketing direct
Envois publicitaires adressés et sans adresse en Suisse et à l'étranger, solutions personnalisées de marketing direct, prestations et offres complémentaires, transfert de savoir-faire, contrôle d'adresses, traitement des réponses.
- Presse
Journaux et magazines en abonnement, distribution matinale et quotidienne, logistique pour maisons d'édition, gestion d'abonnements, travaux de letter shop, diffusion en kiosque et distribution.
- Solutions documents et solutions dialogue
Services internes de courrier, traitement de documents et d'informations, édition de documents, solutions marketing et gestion de campagnes, e-commerce, solutions de facturation et de paiement en ligne, GRC et gestion de programmes de fidélisation, cartes valeur et cartes de sécurité, produits en matière de sécurité, combinaison de solutions spécifiques à des branches (p. ex. Healthcare).

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 les solutions de trafic des paiements pour les banques et les établissements financiers en Suisse et au Liechtenstein. Depuis novembre 2009, PostFinance propose en outre aux PME des crédits en coopération avec la banque Valiant: limite en compte courant et avance à terme fixe (de 100 000 francs à 1 million de francs) ainsi que prêt (de 50 000 francs à 1 million de francs).

En matière de **transport de voyageurs**, CarPostal est la plus importante entreprise de transport par car des transports publics en Suisse. Elle assure en outre des prestations de conduite et de gestion de systèmes, par exemple la direction de projet lors du lancement de systèmes de pilotage de l'exploitation et d'information des voyageurs ainsi que de systèmes de vente, incluant l'infrastructure informatique. CarPostal fournit plus de la moitié de ses prestations par les biais d'entreprises CarPostal privées.

Les marques

La marque Poste compte parmi les marques les plus connues de Suisse. 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.

L'entreprise se présente à sa clientèle sous la marque faîtière «La Poste» ainsi que sous les marques de prestations «PostFinance» et «CarPostal». Pour un nombre restreint de prestations, des sociétés du groupe véhiculent leur propre image de marque. 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 en Suisse en allemand, en français, en Italien et en romanche, «PostFinance» valant quant à elle pour tout le pays.

Organisation

Unités

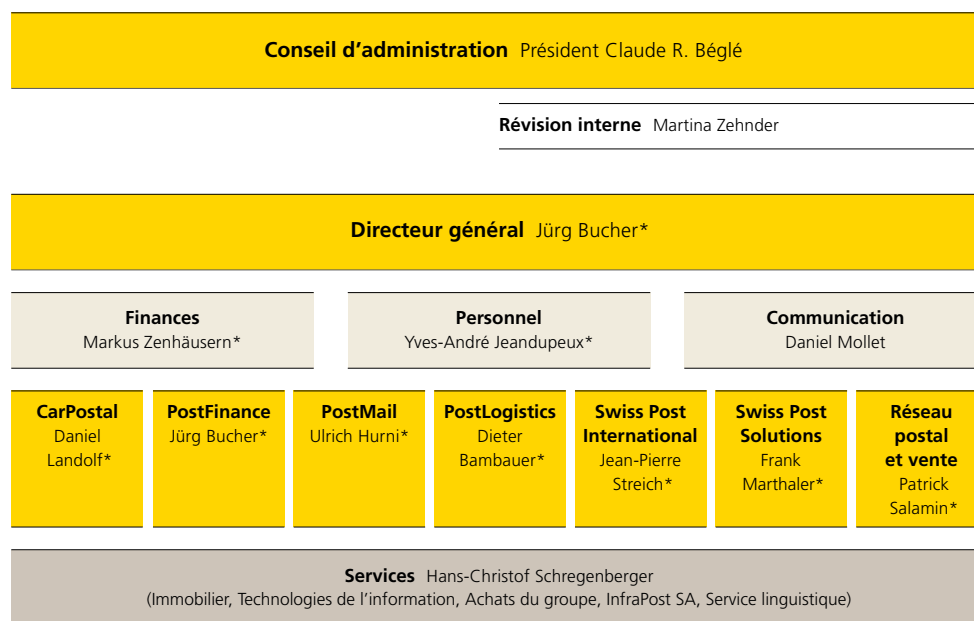
La Poste Suisse se compose de sept unités du groupe: PostMail, PostLogistics, PostFinance, CarPostal, Swiss Post International, Réseau postal et vente ainsi que Swiss Post Solutions (précédemment Clients stratégiques et solutions). Elles sont présentées séparément, en tant que «segments», dans les comptes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

Le 1^{er} septembre 2009, le Conseil d'administration a approuvé une proposition de réorganisation de la Direction du groupe, en intégrant les anciens services d'état-major dans les trois unités de gestion existantes, à savoir Finances, Personnel et Communication, et en formant la nouvelle unité Services. Par ailleurs, l'unité Timbres-poste et philatélie, qui était jusqu'alors directement subordonnée au directeur général, a été intégrée au 1^{er} janvier 2010 à l'unité du groupe Réseau postal et vente.

L'unité Services regroupe les fonctions centralisées que sont Immobilier, Technologies de l'information, Achats du groupe, InfraPost SA et le Service linguistique. Dans les comptes annuels, son résultat apparaît sous le segment Autres.

Organigramme 2009

Groupe | Organigramme 31.12.2009



* Membre de la Direction du groupe

Changement après la date de clôture du bilan

Le 20 janvier 2010, Peter Hasler a remplacé au poste de président du Conseil d'administration Claude R. Béglé qui avait démissionné le 19 janvier 2010.



Le Conseil d'administration

Le Conseil d'administration de La Poste Suisse était composé, au 31 décembre 2009, de huit membres, tous nommés par le Conseil fédéral pour quatre ans. Les nouveaux membres choisis durant cette période sont nommés jusqu'à la fin de la période administrative. Le Conseil fédéral désigne également le président du Conseil d'administration et veille, lors de la composition de l'organe, à une représentation adéquate des régions, des cultures et des sexes.

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.

Le Conseil d'administration approuve les fondements de la politique d'entreprise et de communication, 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.

Pour en savoir plus sur le gouvernement d'entreprise, voir page 138.

Claude R. Béglé

Né le 4 décembre 1949, Suisse
Dr. ès sc. éc.,
Master en droit,
Master HEI (relations internationales)

En fonction

Fonction

Président du Conseil d'administration
D'avril 2009 au 19 janvier 2010

Au Conseil d'administration

D'octobre 2008 au 19 janvier 2010

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, CEO de DHL Allemagne et Europe centrale, executive vice president de DPWN

Principaux mandats

- Puratos SA (Bruxelles)
- Cotecna SA (Genève)



Dominique Freymond

Né le 1^{er} mai 1954, Suisse
 Lic. ès sciences naturelles

En fonction

Fonction

Membre du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

Depuis août 2002

Parcours professionnel

- IBM Suisse et IBM Europe (divers postes dans la vente, le marketing et la gestion)
- Unisys Suisse et Autriche (directeur du service technique)
- Canton de Vaud (Chancelier d'Etat)
- Unisys Europe centrale (vice-président et responsable Suisse)
- Groupe TKS-Teknosoft SA (directeur général)
- management & advisory services mas SA (propriétaire et associé)

Principaux mandats

- Allianz (Suisse) SA
- Corti SA
- Lease IT SA
- mas SA
- Sterci SA
- Président de l'ISADE (Institut suisse des administrateurs et dirigeants d'entreprises)



Wolfgang Werlé

Né le 27 février 1948, Allemagne
 Economiste d'entreprise

En fonction

Fonction

Membre du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

D'août 2002 au 4 janvier 2010

Parcours professionnel

- LSG Lufthansa Service GmbH (directeur du service à la clientèle et du développement commercial)
- Gate Gourmet International (président et CEO)
- Swissair Beteiligungen SA (président) et Swissair (membre de la direction du groupe)
- SAir Relations (président et CEO) et SAir Group (membre de la direction du groupe)

Principaux mandats

- Nimo Holding SA,
- Grands Hotels Bad Ragaz
- eventagentur.ch
- Asserta Asset Management SA
- Aryzta SA (vice-président)
- Quantrum SA (président)



Jean-Marc Eggenberger

Né le 2 novembre 1957, Suisse
 Employé de commerce Poste

En fonction

Fonction

Membre du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

Depuis juin 2003

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)

Principaux mandats

- Fondation Fonds du personnel Poste (vice-président)
- Fondation sovis (vice-président)
- Wohnbauförderung für das Personal Post/Swisscom (membre du conseil de fondation)
- comPlan (membre du conseil de fondation)



Nicola Thibaudeau

Née le 6 novembre 1960, Suisse/Canada
 Dipl. Ing. Mech. de l'Ecole Polytechnique de Montréal

En fonction

Fonction

Membre du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

Depuis juin 2006

Parcours professionnel

- IBM Canada (collaboratrice scientifique)
- Cicorel SA (directrice)
- Mecanex SA (propriétaire, CEO), consultante indépendante
- MPS Micro Precision Systems SA (CEO, déléguée du conseil d'administration)

Principaux mandats

- CSS Assurance-maladie (membre)
- CSS Fondation du personnel (membre)
- MPS Micro Precision Systems SA (membre)
- MPS Fondation du personnel (présidente)
- SLS-TT (Paul Scherrer Institut Würenlingen)



Susanne Blank

Née le 11 janvier 1972, Suisse
Lic. rer. pol.

En fonction

Fonction

Membre du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

Depuis juin 2008

Parcours professionnel

- Office fédéral de la statistique (révision, indice suisse des prix à la consommation)
- Travail Suisse, organisation faîtière des travailleurs (responsable Politique économique et membre de la direction)

Principaux mandats

- Conseil d'administration de la Caisse nationale suisse d'assurance en cas d'accidents SUVA
- 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



Andreas Schläpfer

Né le 26 septembre 1947, Suisse
Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall

Nouveau

Fonction

Membre du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

Depuis août 2009

Parcours professionnel

- International Trade Centre UNCTAD/GATT (conseiller en marketing)
- Nestlé (directeur général en France, Russie, Thaïlande/Indochine, Zimbabwe et global business head/senior vice president des aliments pour enfants)

Principaux mandats

–



Marco Durrer

Né le 13 février 1952, Suisse
Dr. ès sc. pol. (relations internationales), MALD Fletcher School, Tufts University, Etats-Unis

Nouveau

Fonction

Membre du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

Depuis août 2009

Parcours professionnel

- Crédit Suisse Lausanne/New York/ Zurich (assistant de Josef Ackermann/Investment banking)
- Deutsche Bank Schweiz SA Genève (responsable Vente et trading)
- Lombard Odier Darier Hentsch & Cie Genève/Zurich (Group management, responsable de succursale Zurich)
- Valiant Banque Privée SA Berne (CEO et membre de la direction du groupe Valiant Holding), consultant financier indépendant

Principaux mandats

- Picard Angst Asset Management SA



Anton Menth

Né le 27 juillet 1939, Suisse
Dr. sc. nat.,
Dipl.-Phys. EPFZ

Démisionnaire

Fonction

Président du Conseil d'administration
Jusqu'au 31 mars 2009

Au Conseil d'administration

De mars 2002 à mars 2009

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 la direction)
- Tornos S.A. Moutier (CEO, délégué du conseil d'administration)

Principaux mandats

- Bank CIAL (Suisse)



Peter Thomas Sany

Né le 30 août 1958, Suisse
 Dipl. phil. II.

Démissionnaire

Fonction

Membre du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

D'août 2002 à avril 2009

Parcours professionnel

- Institut de géographie de l'Université de Zurich (assistant)
- Winterthur Vie (responsable 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 general mondial)
- Novartis (CIO du groupe, membre de la direction)
- Avaloq Evolution SA (CTO et CEO suppléant) Deutsche Telekom AG (CIO du groupe)

Principaux mandats

–



Rudolf W. Hug

Né le 26 mai 1944, Suisse
 Dr. iur.,
 MBA INSEAD

Démissionnaire

Fonction

Membre du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

De janvier 1998 au 22 décembre 2009

Parcours professionnel

- Chase Manhattan Bank New York/ Düsseldorf (crédits)
- Crédit suisse (crédits Etats-Unis, responsable de filiale à Berne, directeur général de la division International)
- CSFB (membre de l'Executive board country management)
- Consultant indépendant

Principaux mandats

- Allreal Holding SA
- Deutsche Bank (Suisse) SA
- Orell Füssli Holding SA
- Panalpina Weltransport Holding SA
- Fondation Ernst Göhner



Kerstin Büchel

Née le 21 janvier 1970,
 Suisse/Allemagne/Suède
 Lic. rer. pol. (économie politique)

Nouveau

Fonction

Secrétaire générale

Secrétaire générale

Depuis novembre 2009

Parcours professionnel

- UBS SA Suisse, Bâle et Zurich ainsi que UBS SA Italie, Rome (junior key people, product management, conseil clientèle, events, business development and strategic marketing, asset and liability management, international client reporting)
- Valiant Banque Privée SA (responsable Développement du marché et service des ventes)

Principaux mandats

–

Autres changements

Démissions

François Chopard

Secrétaire du Conseil d'administration, de janvier 1998 au 31 mars 2009

Regina Steffen

Secrétaire du Conseil d'administration, d'avril 2009 au 31 décembre 2009

Démissions après la date de clôture du bilan

Wolfgang Werlé

Membre du Conseil d'administration, d'avril 2003 au 4 janvier 2010

Claude R. Béglé

Président du Conseil d'administration, d'avril 2009 au 19 janvier 2010 entré au Conseil d'administration en octobre 2008

Nomination après la date de clôture du bilan

Peter Hasler

Président du Conseil d'administration, depuis le 20 janvier 2010



Jürg Bucher

Né le 2 août 1947, Suisse
Lic. rer. pol.
Economiste (économie d'entreprise
et économie publique)

En fonction

Fonction

Directeur général, resp. PostFinance

A la Direction du groupe

Depuis 2003

Parcours professionnel

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

Principaux mandats

- Conseil d'administration de Swiss Euro Clearing Bank (jusqu'à janvier 2010)
- Conseil d'administration de SIX Interbank Clearing SA (jusqu'à janvier 2010)
- Conseil d'administration de InnoBE SA
- Conseil d'administration de Bern Arena Stadion SA

La Direction du groupe

La Direction du groupe est composée du directeur général et de huit autres membres, l'un d'entre eux au moins assurant la suppléance du directeur général. Tous les membres de la Direction du groupe sont nommés par le Conseil d'administration.

Outre la gestion opérationnelle, la Direction du groupe doit notamment définir à l'intention du Conseil d'administration le plan de financement et le plan d'organisation du personnel. 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 concernés. Le directeur général représente la Direction du groupe devant le Conseil d'administration.

Pour en savoir plus sur le gouvernement d'entreprise, voir page 138.



Jean-Pierre Streich

Né le 22 septembre 1946, Suisse
 Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall, économiste d'entreprise

En fonction

Fonction

Responsable Swiss Post International

A la Direction du groupe

Depuis 1999

Parcours professionnel

- Migros (responsable Développement logiciel de Migros-Industrie, responsable Finances et informatique à la conserverie Bischofszell SA, responsable Informatique de la Communauté Migros)
- Mövenpick (membre de la direction du groupe, responsable Marketing et communication/Personnel/Informatique et Environnement)
- La Poste Suisse (responsable Développement du groupe/Informatique/Stratégie internationale, responsable Swiss Post International)

Principaux mandats

–



Daniel Landolf

Né le 31 décembre 1959, Suisse
 Economiste d'entreprise ESCEA

En fonction

Fonction

Responsable CarPostal

A la Direction du groupe

Depuis 2001

Parcours professionnel

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

Principaux mandats

–



Yves-André Jeandupeux

Né le 26 avril 1958, Suisse
 Lic. psychologie de l'Université de Lausanne

En fonction

Fonction

Responsable Personnel

A la Direction du groupe

Depuis 2005

Parcours professionnel

- Orientation professionnelle, canton du Jura (conseiller en orientation professionnelle)
- Gastrosuisse, Lausanne (responsable du bureau de la Suisse romande)
- 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 Personnel)
- La Poste Suisse (responsable Personnel)

Principaux mandats

- Conseil de fondation de la Caisse de pensions Poste
- Conseil de fondation Fonds pour le personnel Poste
- Conseil d'administration de Pensimo Management SA



Frank Marthaler

Né le 9 septembre 1964, Suisse
 Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall, économiste d'entreprise

En fonction

Fonction

Responsable Swiss Post Solutions

A la Direction du groupe

Depuis 2007

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)

Principaux mandats

–



Patrick Salamin

Né le 17 juillet 1958, Suisse/Irlande
Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall, économiste d'entreprise et politologue

En fonction

Fonction

Responsable Réseau postal et vente

A la Direction du groupe
Depuis 2007

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)

Principaux mandats

–



Markus Zenhäusern

Né le 22 janvier 1962, Suisse
Lic. oec. de l'Ecole des hautes études économiques, juridiques et sociales de St-Gall, Dr. rer. pol. de l'Université de Fribourg

En fonction

Fonction

Responsable Finances

A la Direction du groupe
Depuis 2008

Parcours professionnel

- Groupe Coopers and Lybrand (auditeur)
- Prognos SA (conseil en entreprise)
- Hero (responsable Controlling du groupe)
- Habsit (CFO et membre de la direction du groupe)
- Ciba (regional finance director East Asia)
- Sika (CFO et membre de la direction du groupe)
- La Poste Suisse (responsable Finances)

Principaux mandats

- Conseil d'administration de Schaffner Holding
- Conseil d'administration de Post Liechtenstein AG



Ulrich Hurni

Né le 21 février 1958, Suisse
Employé de commerce et secrétaire d'exploitation à la Poste, MBA à l'Université de Zurich

Nouveau

Fonction

Responsable PostMail

A la Direction du groupe
Depuis le 1^{er} mars 2009

Parcours professionnel

- La Poste Suisse (PostFinance: développement de systèmes informatiques, Telecom: contrôleur de gestion/projet, Swiss Post International: directeur, PostMail: responsable suppléant, responsable)

Principaux mandats

–



Dieter Bambauer

Né le 6 mai 1958, Suisse/Allemagne
Dr. oec. . WWU, JLU

Nouveau

Fonction

Responsable PostLogistics

A la Direction du groupe
Depuis le 1^{er} octobre 2009

Parcours professionnel

- DWP (conseil en entreprise, conseil logistique)
- AGRAVIS (responsable du secteur Logistique)
- MD Papier (membre de la direction, logistique, informatique)
- Kühne + Nagel Management SA (membre de la direction)
- Deutsche Bahn AG (EVP Freight Logistics)
- Schenker Schweiz SA (CEO)
- Hangartner SA (CEO)
- La Poste Suisse (responsable PostLogistics)

Principaux mandats

–



Ulrich Gygi

Né le 6 décembre 1946, Suisse
 Dr. rer. pol.
 Economiste d'entreprise

Démissionnaire

Fonction

Directeur général
 jusqu'au 31 mars 2009

A la Direction du groupe

Du 1^{er} juillet 2000
 au 31 mars 2009

Parcours professionnel

- Institut de gestion 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)

Principaux mandats

- Conseil d'administration de AXA Winterthur
- Conseil d'administration de SRG
- Président du conseil d'administration des CFF



Michel Kunz

Né le 10 mars 1959, Suisse
 Ingénieur en électronique EPF
 MBA GSBA

Démissionnaire

Fonction

Directeur général
 jusqu'au 14 décembre 2009

A la Direction du groupe

Du 1^{er} octobre 1999
 au 14 décembre 2009

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)

Principaux mandats

–

Stratégie

Les conditions-cadres Mandat

En Suisse, la Poste doit remplir un mandat légal (E→ 1–2): assurer un **service universel suffisant** et de qualité (prestations postales et services de paiement) dans tout le pays, selon les mêmes principes et à des prix raisonnables.

Groupe | Mandat légal de prestations 2009

Service universel		Concurrence
Services réservés Lettres jusqu'à 50 g («Seule la Poste a le droit de fournir ces services»)	Services non réservés P. ex. colis jusqu'à 20 kg, lettres de plus de 50 g, paiements («La Poste a l'obligation, les privés ont le droit de fournir ces services»)	Services libres P. ex. envois exprès, envois sans adresse, produits de tiers («Tous ont le droit de fournir ces services»)
Réseau postal couvrant l'ensemble du territoire		

Dans le service universel (E→ 1), la législation opère une distinction entre les services réservés, que seule la Poste peut proposer (lettres jusqu'à 50 g), et les services non réservés, qu'elle a l'obligation de proposer mais en concurrence avec des prestataires privés. Par ailleurs, la Poste peut fournir des services libres, lesquels sont définis par le Conseil fédéral et offerts dans le cadre de la libre concurrence.

En outre, la Poste est tenue d'exploiter un réseau couvrant l'ensemble du territoire et doit s'assurer que les prestations relevant du service universel soient disponibles dans toutes les régions et pour tous les groupes de population à une distance appropriée.

Le mandat régional stipule que la Poste doit tenir compte des intérêts des différentes régions.

La Poste réalise 81,2% de ses produits d'exploitation dans le cadre de la concurrence et 18,8% avec les services réservés (monopole).

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. (E→ 3): l'entreprise doit développer son activité principale, assurer la qualité de ses prestations, faire face à la concurrence, se préparer à la révision complète de la législation postale et réduire sa dépendance à l'égard du monopole. A l'étranger, elle peut en outre exploiter les chances d'expansion existant en dehors de ses obligations en matière de desserte de base.

Dans le cadre des possibilités qu'offre la gestion de l'entreprise, la Poste doit suivre une stratégie axée tant sur les principes éthiques que sur ceux du développement durable (E→ 15–21, 25, 29–30) et tenir compte des répercussions de ses activités sur les emplois dans les régions (E→ 4).

Sur le plan financier, le Conseil fédéral attend de la Poste qu'elle assure la valeur de l'entreprise de manière durable, voire l'augmente, présente un résultat d'exploitation conforme à la branche pour le service universel et les services libres et finance ses investissements au moyen du cash flow. Les bénéfices générés doivent servir à consolider la base nécessaire de fonds propres, à financer la caisse de pensions et à verser des dividendes à la Confédération.

Vision

L'action de La Poste Suisse se base sur les quatre principes de sa vision.
 (Pour les détails voir page 136):

Nous transportons personnes, biens, argent et informations – de façon fiable, valorisante et durable

- ... pour la Suisse
- ... avec succès, en innovant sur nos quatre marchés
 - Nous sommes leaders sur le marché de la communication (lettres, journaux, envois publicitaires, solutions multimédias et gestion des données) en Suisse et croissons parallèlement dans la zone transfrontalière comme à l'international
 - Nous faisons partie des trois leaders dans le secteur des services financiers grand public (paiements, placements, prévoyance, financement) en Suisse et renforçons constamment notre position
 - Nous nous développons sur le marché de la logistique (colis, exprès et solutions logistiques) en Suisse et dans la zone transfrontalière
 - Nous sommes leaders sur le marché des transports publics en Suisse (lignes régionales, urbaines et dans les agglomérations, gestion de systèmes) et croissons à l'étranger
- ... pour nos clientes et clients
- ... ensemble, avec nos collaboratrices et collaborateurs

La vision se fonde sur les valeurs fondamentales de la Poste: «fiable», «valorisante» et «durable».

L'environnement Législation

Libéralisation du marché
 et régulation

Au printemps 2008, le Conseil fédéral a adopté le projet de consultation d'une nouvelle législation postale et décidé d'ouvrir rapidement le marché en deux étapes. Le 1^{er} juillet 2009, la limite du monopole sur les lettres a été abaissée à 50 grammes, la libéralisation complète du marché devant intervenir trois ans plus tard. Les projets de révision de la loi sur la poste (LPO) et de la loi sur l'organisation de la Poste (LOP) sont actuellement débattus par le Parlement. Lors d'une étape ultérieure, un arrêté fédéral distinct conduira à la libéralisation complète du marché. 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). Enfin, la Poste devrait être transformée en une société anonyme de droit public et PostFinance, en une société anonyme de droit privé en mains de la Poste et sous le contrôle de l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA) (E 5–7).

Conditions d'engagement

Une libéralisation complète du marché nécessite des mesures d'accompagnement, en particulier l'existence de conditions d'engagement équitables sur l'ensemble du marché postal. Une convention collective de travail (CCT) sectorielle, dans le cadre de laquelle la Poste entend agir de manière socialement responsable, serait le meilleur moyen de le garantir et permettrait d'éviter que la libéralisation ne se fasse aux dépens des salariés.

Quelle que soit la branche, les salaires moyens à la Poste sont en Suisse nettement supérieurs aux conditions d'engagement usuelles. 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

Après la sévère récession du début de l'année 2009, l'économie mondiale a commencé à afficher une embellie progressive à partir de l'été. Quelques pays émergents en particulier ont enregistré une importante croissance de leur production, alors que les pays industrialisés atteignaient au moins le creux de la vague. Après trois trimestres en recul, l'économie mondiale est parvenue à stagnation au deuxième trimestre 2009, grâce notamment aux mesures conjoncturelles des Etats et à une politique monétaire expansionniste. Par ailleurs, le commerce mondial, qui s'était effondré comme rarement auparavant, a commencé à donner des signes de reprise à partir du printemps. Pour l'avenir immédiat, on table sur une poursuite du redressement, d'autant plus que la politique économique restera dans un premier temps axée sur l'expansion. Toutefois, les impulsions données par les programmes conjoncturels diminuent et

les banques nationales devraient désormais mener une politique monétaire plus mesurée pour autant que la conjoncture se stabilise et que l'inflation reste faible. La reprise devrait être sensible dans la plupart des pays émergents, alors qu'elle ne devrait pas être très vigoureuse dans les pays industrialisés. Après avoir accusé un recul de 2,5% en 2009, le produit national brut mondial devrait augmenter de 1% l'an prochain.

Suisse

L'économie suisse a pu profiter au troisième trimestre 2009 de l'embellie de l'économie mondiale et quelques indicateurs vont dans le sens d'un retournement de tendance positif. Ainsi, elle a réussi à surmonter plus rapidement le creux conjoncturel et a enregistré un ralentissement moins important que prévu. Force est toutefois de constater que l'effondrement de 2009 a été l'un des plus importants de ces dernières décennies.

Par rapport à d'autres pays, la récession en Suisse a été relativement faible, grâce surtout à la solide demande intérieure, c'est-à-dire à la consommation privée et aux investissements dans la construction. Par ailleurs, la Suisse est parvenue à compenser partiellement la chute dans l'industrie des exportations et dans le secteur financier. Si l'industrie a certes été gravement touchée par la récession, elle n'a de loin pas connu le même fléchissement de la valeur ajoutée que dans d'autres pays (p. ex. l'Allemagne et le Japon). L'impact le plus négatif sur l'évolution du PIB est venu, comme lors des crises précédentes des années 2001 à 2003, de la diminution considérable de la création de valeur dans le secteur financier.

Selon l'avis des experts, l'économie suisse devrait voir son PIB croître modérément de 0,4% (au lieu de -0,4% jusqu'à présent) en 2010. En raison de la faible impulsion donnée par l'économie mondiale, la reprise conjoncturelle devrait par contre largement manquer de vigueur. Bien que l'on puisse compter sur une hausse sensible des exportations de services et de marchandises (+3,2%), les investissements dans les biens d'équipement devraient encore rester modestes en raison des faibles capacités de nombreuses entreprises. La consommation, laquelle a été remarquablement robuste jusqu'à présent, grâce entre autres à l'immigration, perdra de son dynamisme à cause de la détérioration du marché du travail et de la croissance probablement faible des salaires réels.

Marchés

Le marché logistique se caractérise par une concurrence de plus en plus agressive et par une pression accrue sur les prix. Les petites entreprises sont évincées, voire rachetées, par leurs plus grands concurrents. Très sensibles aux prix, les clients, en particulier les clients commerciaux, posent de grandes exigences en matière de qualité. L'augmentation des coûts du personnel ne peut donc pas être compensée par des mesures tarifaires. Des doutes subsistent en outre sur l'évolution de la conjoncture.

Sur le marché du courrier, la Poste assure la desserte de base et peut remplir son mandat grâce à la protection du monopole résiduel qu'elle détient sur les lettres jusqu'à 50 grammes. Plus de la moitié des volumes est aujourd'hui déjà générée sur le marché libre (journaux, envois sans adresse et 24% du courrier adressé). La concurrence se compose en particulier des membres du groupe SwissMail et, depuis peu, de la filiale Quickmail de MS MailService SA. La Poste continue en outre à lutter contre la substitution des lettres et des journaux physiques par des moyens électroniques. Le repli conjoncturel accentue par ailleurs la baisse des volumes.

La crise financière a eu une influence marquée sur le secteur financier au cours des dernières années et déploiera encore ses effets à l'avenir. On s'attend ainsi à un transfert des fonds des clients, à une régulation plus stricte et à un intérêt accru des grandes banques pour le marché suisse. PostFinance table sur un durcissement de la concurrence ainsi que sur une pression accrue sur les marges. En raison de la crise, les clients privilégient de plus en plus la fiabilité et la confiance, éléments que PostFinance est en mesure de leur proposer. Enfin, Internet et les organisations de protection des consommateurs veillent à la transparence et les clients s'éman- cipient.

Mandataires de prestations en matière de transports publics régionaux, la Confédération et les cantons, dont les moyens financiers ont diminué en raison de la crise, pourront octroyer de moins en moins d'indemnités aux entreprises de transport. Or les besoins croissants en matière de mobilité étant incompatibles avec une diminution des prestations dans le domaine des transports publics, l'offre devra être assurée en comprimant les coûts et en se privant de certaines subventions des pouvoirs publics. Cela exercera à partir de 2011 une pression sur les marges de CarPostal et donnera lieu à davantage d'appels d'offres. Sur le marché international,

CarPostal devra donc lutter plus âprement encore contre les lobbys de grands groupes actifs à l'échelle mondiale.

Emploi

La reprise conjoncturelle ayant été lente, le taux de chômage a atteint en 2009 une moyenne de 3,7%. Un taux de 4,9% est prévu pour 2010. Les indicateurs vont cependant dans le sens d'un ralentissement de la tendance récessive. Un fléchissement plus marqué au cours des prochains trimestres est donc encore plus improbable qu'en milieu d'année 2009.

Tendances

Législation et politique:
libéralisation

La suppression du monopole actuel sur les lettres jusqu'à 50 grammes devrait intervenir en 2012–2015. Les risques économiques pour la Poste découlent à cet égard des conditions-cadres légales. Ils sont pour l'essentiel les suivants: l'extension du mandat de service universel malgré la perte du monopole, la régulation de l'accès au réseau, la réglementation croissante du trafic routier et ferroviaire, le transfert exigé légalement de l'administration vers les moyens électroniques, les inégalités en matière de conditions d'engagement et la régulation accrue des prix (E→ 5).

Société:
urbanisation et besoins
de la clientèle

L'urbanisation conduit à une augmentation du trafic, laquelle touche la Poste dans différents domaines: logistique urbaine efficace, solutions de mobilité pour les pendulaires et rentabilisation des réseaux en dépit de l'affaiblissement des régions périphériques. La complexité croissante renforce en outre la demande de solutions simples et l'orientation vers des valeurs classiques comme la qualité, la fiabilité et la sécurité. Les natifs numériques (personnes nées à partir de 1984 et ayant grandi dans un environnement numérique) et les adeptes des modes de vie pour la santé et la durabilité (LOHAS, «Lifestyles of health and sustainability») influent toujours plus sur les modèles commerciaux, les canaux de communication et les caractéristiques des offres.

Technologie:
numérisation et convergence

La numérisation de l'existence est mue par le développement exponentiel des technologies (capacités des processeurs et des mémoires, bandes passantes, transmission sans contact, appareils mobiles), lequel permet des gains d'efficacité ainsi que de nouvelles applications et atténue continuellement le blocage ressenti envers la substitution des supports d'information physiques par leurs équivalents électroniques. Grâce au regroupement des prestations (convergence), les entreprises peuvent conquérir de nouveaux marchés. La Poste a, par exemple, la possibilité de relier les solutions physiques et les solutions numériques, pour devenir un prestataire complet en matière de communication.

Economie:
mondialisation

La mondialisation de la concurrence accentue la pression sur la Poste, contrainte d'exploiter les avantages comparatifs des sites pour optimiser les coûts. Parallèlement, les désavantages liés à la taille ou au rayon d'action géographique peuvent être neutralisés de manière ciblée par des coopérations. La hausse de la demande pour des prestations et des produits locaux, qui découle de facteurs autant émotionnels qu'économiques, offre des chances à la Poste, ancrée de manière unique au plan local.

Ecologie:
durabilité

La raréfaction des ressources naturelles améliore la prise de conscience des clients (voir LOHAS), des investisseurs et des législateurs en matière de développement durable et augmente la demande de produits «verts». La combinaison optimale d'efficacité énergétique et d'énergies renouvelables devient ainsi un facteur critique pour les entreprises qui souhaitent briser la spirale des coûts ou, dans des cas isolés, se ménager de nouveaux avantages concurrentiels.

Objectifs et orientations

La stratégie de la Poste découle de la législation postale (E 1–2) et des directives du propriétaire. Celles-ci sont formulées dans les objectifs stratégiques assignés par le Conseil fédéral (E 3) qui sont remaniés tous les quatre ans. Elles sous-tendent la vision et les valeurs fondamentales «fiable», «valorisante» et «durable», dont découlent les objectifs stratégiques de la Poste. Celle-ci entend créer de la valeur ajoutée pour le propriétaire, la clientèle, le personnel et la société en améliorant, par le biais de onze orientations stratégiques, ses prestations, ses ventes, ses performances et sa compétitivité.

Groupe | Stratégie
2009

Mandat de prestations légal et directives (Objectifs stratégiques assignés par le Conseil fédéral)

Vision et valeurs fondamentales											
Nous transportons personnes, biens, argent et informations											
«fiable»				«valorisante»				«durable»			
Objectifs stratégiques											
Créer de la valeur ajoutée pour											
la société			la clientèle			le personnel			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 socialement 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 l'engagement	Politique du personnel moderne	Promotion de l'innovation	Croissance rentable	Exploitation maximale des potentiels d'efficacité	
Mesures stratégiques											

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

Grâce à des programmes d'optimisation intra-unités et inter-unités, la Poste veut améliorer son efficacité 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 (E 5). La Poste défend l'idée d'une desserte de base de qualité et moderne, qui doit toutefois 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 un vaste programme de développement durable qui privilégiera la protection du climat. Dans ces domaines, elle collabore avec des organisations postales internationales, en particulier l'International Post Corporation (IPC) et PostEurop. Elle intensifie par ailleurs sa collaboration avec des opérateurs postaux étrangers, notamment en matière de technologies de propulsion écolo-

giques. Enfin, elle compense dans une large mesure ses émissions de CO₂ grâce au produit «pro clima» (E→ 20).

Pour en savoir plus sur l'amélioration des prestations, se reporter au chapitre «Valeur ajoutée pour la société», page 113.

Améliorer la compétitivité

La Poste développe de nouvelles prestations, offre à sa clientèle des prix compétitifs, la sert de manière particulièrement efficace et améliore ainsi sa compétitivité.

La Poste entend maintenir son rapport qualité-prix à un niveau attrayant, être proche de ses clients par le biais de réseaux de points d'accès (offices de poste, agences, filiales PostFinance, offices de dépôt, prises en charge, etc.), permettre l'accès à des réseaux internationaux, proposer des solutions sur mesure et des gammes simples de produits, limiter les délais de réaction et susciter la confiance en offrant un conseil de qualité, si possible d'un seul tenant.

Développement de l'offre de prestations

Ces prochaines années, la Poste souhaite entre autres étendre la distribution matinale. Elle réagit ainsi aux besoins croissants des clients qui souhaitent lire leurs journaux avant de commencer leur journée de travail. Dans son cœur de métier logistique, elle veut proposer davantage de solutions sur mesure et développer le domaine du stockage et de la logistique des contrats en fonction des besoins. Dans les offices de poste, elle simplifiera l'offre et le système de prix. Quant à PostFinance, elle collaborera à l'avenir également avec la banque Valiant pour la vente et le traitement des crédits destinés aux PME et à la clientèle privée.

Politique des prix conforme au marché

La Poste entend définir ses prix selon les fondements de l'économie de marché et de l'économie d'entreprise et dans le respect des directives légales. Elle veut se positionner sur le marché libre parmi les prestataires les plus avantageux. Ses systèmes de rabais sont transparents et clairs.

Service à la clientèle de qualité

La Poste souhaite se rapprocher de sa clientèle, en développant la distribution matinale, en simplifiant l'offre des offices de poste et en conseillant de manière personnalisée les clients privés et les clients commerciaux.

Pour en savoir plus sur l'amélioration de la compétitivité, se reporter au chapitre «Valeur ajoutée pour la clientèle», page 85.

Améliorer les performances

Développement de la volonté de performance et de l'engagement

La Poste développe la volonté de performance et l'engagement de ses collaborateurs, tout en menant une politique du personnel moderne (E→ 9). Elle améliore ainsi les performances de l'entreprise. Ses objectifs sont les suivants: être un employeur prisé et un partenaire social juste, créer des emplois dans les régions (E→ 4), instaurer la confiance et la préserver par le biais de la culture de direction et du développement du personnel.

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 du personnel 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 «ensemble, avec nos collaboratrices et collaborateurs», contenu dans sa vision, la Poste s'engage en faveur d'une culture d'entreprise dynamique, axée sur les performances et le travail d'équipe. Reconnaissant qu'elle regroupe différentes cultures, l'entreprise œuvre en faveur de relations fondées sur l'équité, le respect et la communication franche et entend être un employeur social et progressiste qui offre à son personnel des possibilités d'évolution attrayantes et assume ses responsabilités en lui proposant de nouvelles orientations professionnelles.

Pour en savoir plus sur l'amélioration des performances, se reporter au chapitre «Valeur ajoutée pour le personnel», page 99.

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 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 intra-unités et inter-unités dédié à l'innovation et à la gestion de l'innovation. Il comprendra 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, au plan tant interne qu'externe, comme entreprise dynamique, flexible et novatrice.

Croissance rentable

En étendant des solutions et prestations existantes et en développant de nouvelles, la Poste entend croître de manière organique et par des acquisitions dans le secteur logistique. Elle vise également une croissance rentable chez Swiss Post International, en mettant sur pied de nouvelles activités et en procédant à des optimisations. Swiss Post Solutions veut croître au plan international en proposant des prestations innovantes, en se développant de manière organique et en faisant des acquisitions. Quant à CarPostal, elle entend encore mieux exploiter à l'étranger sa bonne réputation en tant que fournisseur de grande qualité.

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 d'éventuels potentiels d'efficacité des processus allant du dépôt à la distribution. Pour les envois qui peuvent être traités mécaniquement, elle prévoit un tri automatique des lettres en fonction de la tournée de distribution (tri séquentiel). Par ailleurs, les activités en nombre seront optimisées pour les colis et la logistique des marchandises, afin que la Poste puisse conserver, voire affermir sa prépondérance en matière de qualité dans ce domaine. Compte tenu des besoins actuels et futurs des clients, elle entend poursuivre l'optimisation des offices de poste de petite taille voire introduire des agences, modèle éprouvé, ou un service à domicile. PostFinance s'est fixé comme objectif d'améliorer le rapport entre charges et produits, en diminuant en particulier ses coûts informatiques. Dans le domaine des technologies de l'information enfin, des mesures cohérentes de réduction des coûts sont prévues dans l'ensemble du groupe.

Pour en savoir plus sur l'amélioration des prestations, se reporter au chapitre «Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds», page 53.

Préface	17
Interview	20
Profil de l'entreprise	29
Evolution de l'activité	53
Gestion	134
Rapport financier	150

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 (E→) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2009links permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

17	Préface
20	Interview
29	Profil de l'entreprise
Evolution de l'activité	
53	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
54	Groupe
55	Environnement
55	Situation économique générale
55	Clients et marchés
56	Finances
56	Valeur ajoutée de l'entreprise
58	Résultat du groupe
60	Résultat des segments
63	Cash-flow et investissements
63	Bilan consolidé
64	Distribution du bénéfice
64	Mise en œuvre de la stratégie
65	Perspectives
66	Segments
66	PostMail
68	PostLogistics
70	Swiss Post International
72	Swiss Post Solutions
74	Réseau postal et vente
76	PostFinance
78	CarPostal
80	Autres
80	Philatélie
81	Immobilier
82	Technologies de l'information
82	InfraPost SA
85	Valeur ajoutée pour la clientèle
99	Valeur ajoutée pour le personnel
113	Valeur ajoutée pour la société
134	Gestion
150	Rapport financier
220	Informations détaillées
221	Comparaison des chiffres clés sur 5 ans

Valeur ajoutée pour le propriétaire

Groupe

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 la **clientèle**, 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 la clientèle», page 85). La politique du personnel moderne de la Poste et ses efforts pour développer la volonté de performance et l'engagement lui permettent en outre de rester performante (voir «Valeur ajoutée pour le personnel», page 99). 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 113).

Les produits d'exploitation ont diminué de 271 millions de francs par rapport à 2008. Ce recul s'explique essentiellement par une conjoncture difficile, par les répercussions de la baisse du prix des lettres adressées et par la diminution des recettes de l'unité Immobilier par rapport à 2008. D'un montant de 7,988 milliards de francs (2008: 8,168 milliards), les charges d'exploitation ont pu être réduites notamment grâce à la baisse des charges financières pour les dépôts des clients, à des diminutions moindres de la valeur des placements financiers et aux économies considérables réalisées depuis la mise en place des nouveaux processus de traitement du courrier (REMA). Il en résulte un bénéfice consolidé de 728 millions de francs, en recul d'environ 12% par rapport à l'année précédente.

Groupe | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	8 709	8 980
générés à l'étranger	mio. CHF ¹	1 542	1 608
	% des produits d'exploitation	17,7	17,9
services réservés	mio. CHF ²	1 641	1 835
	% des produits d'exploitation	18,8	20,4
Résultat d'exploitation	mio. CHF	721	812
en proportion des produits d'exploitation	%	8,3	9,0
généré à l'étranger	mio. CHF ¹	32,2	32,7
	% du résultat d'exploitation	4,5	4,0
Bénéfice consolidé	mio. CHF	728	825
Valeur ajoutée	mio. CHF ³	4 989	4 875
Personnel			
Effectifs Groupe	unités de personnel	44 803	44 178
à l'étranger	unités de personnel	6 986	6 276
Financement			
Total du bilan	mio. CHF	84 676	71 603
fonds des clients (PostFinance)	mio. CHF	77 272	64 204
Fonds propres	mio. CHF	3 534	2 857
Investissements			
Investissements	mio. CHF	431	516
autres immobilisations corporelles, immobilisations incorporelles	mio. CHF	270	326
immeubles d'exploitation	mio. CHF	109	147
participations	mio. CHF	52	43
Degré des investissements autofinancés	%	100	100
Création de valeur			
Flux de trésorerie des activités d'exploitation	mio. CHF	-357	8 281
Valeur ajoutée de l'entreprise	mio. CHF	272	416

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

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

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

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

Environnement

Situation économique générale

Après une forte baisse début 2009, l'économie mondiale est peu à peu repartie durant l'été. Certains pays émergents ont enregistré d'importantes augmentations de leur production, tandis que les pays industrialisés atteignaient le creux de la vague. Après trois trimestres en recul, la performance économique mondiale s'est stabilisée au deuxième trimestre 2009, ce qui est dû notamment aux mesures prises par les gouvernements et à une politique monétaire expansionniste. De plus, à partir du printemps, le commerce mondial s'est remis de la baisse brutale de l'activité.

Clients et marchés

■ Marché logistique

Le marché logistique reste marqué tant au niveau 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. Des entreprises qui appliquent de nouveaux modèles commerciaux font leur apparition sur les marchés étrangers. En dépit d'un contexte économique difficile, le volume des colis est demeuré quasiment stable par rapport à 2008.

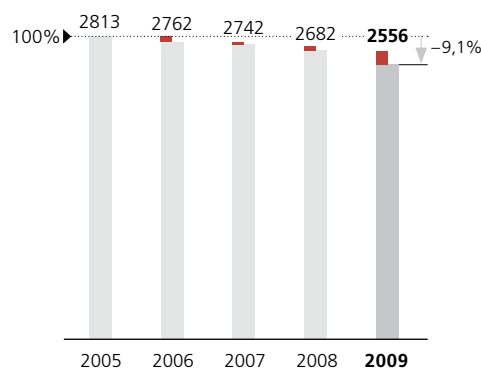
■ Marché de la communication

Les produits de PostMail continuent d'enregistrer un recul. Celui-ci tient au phénomène de substitution (remplacement du courrier traditionnel par des médias électroniques) ainsi qu'à l'optimisation de leurs envois par les clients importants. Du fait de la mauvaise conjoncture, la baisse du trafic des lettres adressées par rapport à 2008 a dépassé les prévisions pour atteindre 4,7%. Les journaux gratuits et la concurrence ont eu un effet négatif sur le volume de journaux distribués.

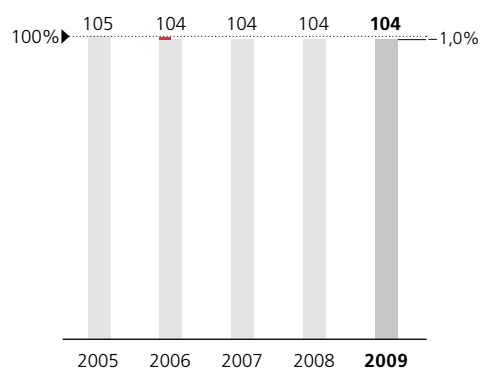
Groupe | Envois

De 2005 à 2009 avec écart par rapport à l'année précédente
 2005 = 100%, quantité en millions

Lettres adressées



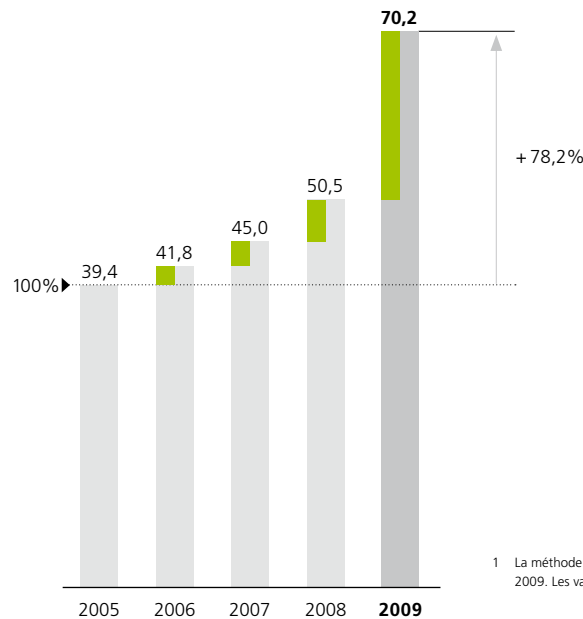
Colis



■ Marché financier grand public

Bien que les marchés financiers repartent progressivement et que, donc, la méfiance de la clientèle vis-à-vis des banques opérant à l'échelle internationale diminue, PostFinance a enregistré un fort afflux de fonds des clients par rapport à 2008. Cela prouve que la Poste est largement acceptée en tant que «banque pas comme les autres» au service des clients qui veulent gérer eux-mêmes leurs finances et apprécient une offre simple et peu coûteuse. En 2009, le niveau moyen des fonds des clients s'est élevé à 70,249 milliards de francs.

Groupe | Niveau moyen des fonds des clients (PostFinance)¹
 De 2005 à 2009 avec écart par rapport à l'année précédente
 2005 = 100%, en milliards de francs



■ Transport de voyageurs

Le marché intérieur du transport de voyageurs enregistre une progression continue. Mais la pression sur les prix va s'accroître du fait de la réduction des moyens débloqués par les pouvoirs publics en qualité de mandants. Certains cantons comptent lancer des appels d'offres dans le domaine des bus. De grands prestataires étrangers répondent ici et là à des appels d'offres, mais, à ce jour, ils n'ont pu se faire une place sur le réseau encore assez morcelé, mais très dense, des transports publics suisses. De son côté, CarPostal est présente à l'étranger avec des mandats sur le long terme en France et au Liechtenstein. En 2009, elle a augmenté le nombre de kilomètres parcourus par rapport à 2008 et amélioré sa compétitivité en remportant des adjudications en Suisse et à l'étranger.

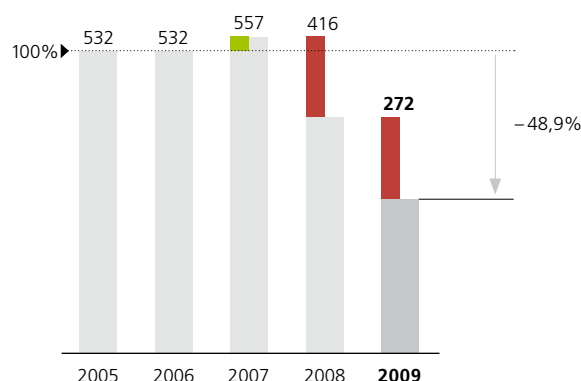
Finances

Valeur ajoutée de l'entreprise

Conformément aux objectifs financiers du Conseil fédéral (E 3), 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 PostFinance, la détermination de la valeur se fait, non pas d'après le capital investi moyen, mais sur la base des fonds propres réglementaires dans le secteur bancaire selon l'accord de Bâle II, compte tenu d'un taux de coût du capital de 10%.

Groupe | Valeur ajoutée de l'entreprise

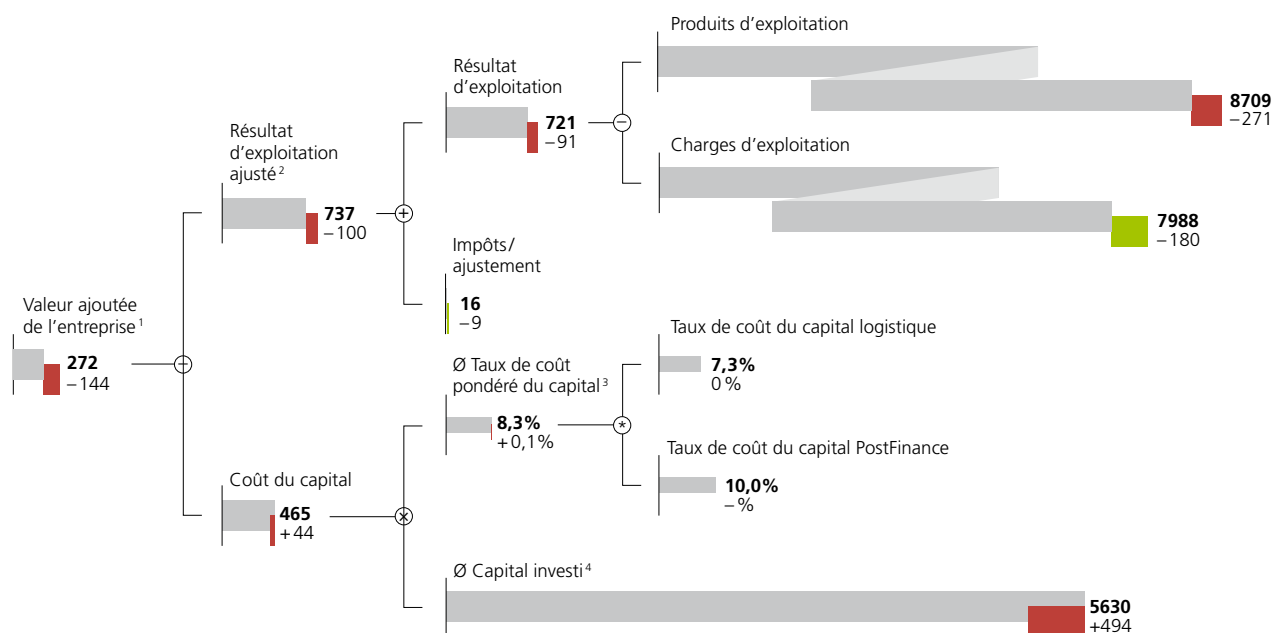
De 2005 à 2009 avec écart par rapport à l'année précédente
 2005 = 100%, mio. CHF



La valeur ajoutée de la Poste est un indicateur pris en considération dans le calcul de la part variable de la rémunération des cadres liée à la prestation. Durant l'année sous revue, la Poste a répondu aux attentes du Conseil fédéral en atteignant une valeur d'entreprise de 272 millions de francs, soit près de 35% de moins que l'année précédente (416 millions). Cette diminution de la valeur ajoutée s'explique par le recul du résultat d'exploitation ajusté ainsi que par l'augmentation du coût du capital découlant de la progression du capital investi moyen. Celle-ci résulte elle-même de l'importante augmentation des fonds des clients de PostFinance.

Groupe | Valeur ajoutée de l'entreprise

2009 avec écart par rapport à l'année précédente
 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 Résultat d'exploitation après impôts (net operating profit after taxes, NOPAT).
 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 de 2,043 milliards de francs (2008: 1,752 mia.) et aux actifs d'exploitation nets moyens de 3,587 milliards de francs (2008: 3,384 mia.) pour les unités logistiques.

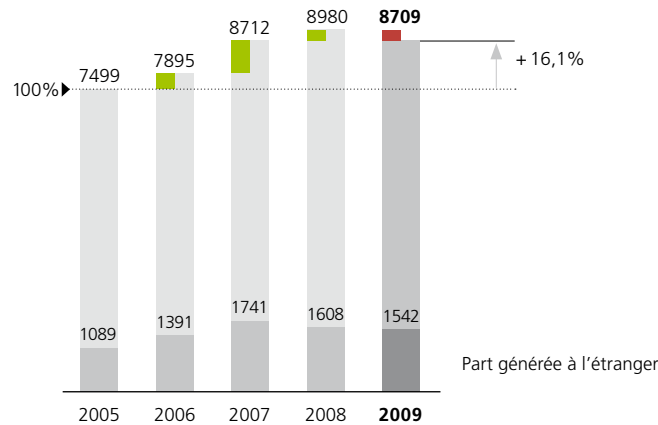
Résultat du groupe

■ Produits d'exploitation

Au 31 décembre 2009, les produits d'exploitation ont atteint 8,709 milliards de francs (2008: 8,980 milliards). Ce recul s'explique essentiellement par une conjoncture difficile, par les répercussions de la baisse du prix des lettres adressées et par la diminution des recettes de l'unité Immobilier par rapport à 2008.

Groupe | Produits d'exploitation

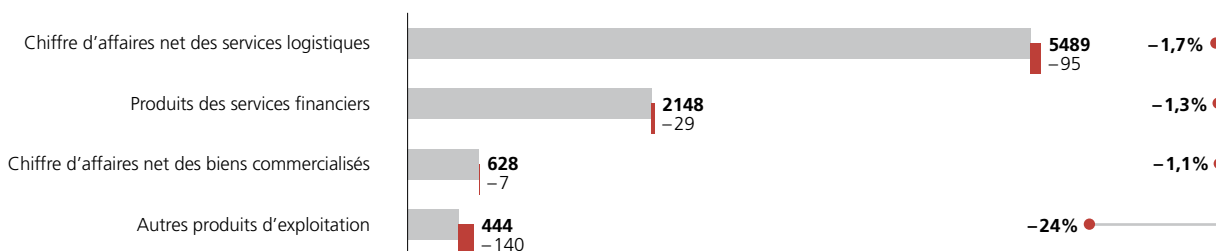
De 2005 à 2009 avec écart par rapport à l'année précédente
2005 = 100%, mio. CHF



En dépit d'acquisitions, le chiffre d'affaires net des services logistiques a diminué du fait de la conjoncture et de la baisse du prix des lettres adressées, tandis que le recul des produits des services financiers s'explique par la faiblesse des taux d'intérêt. La diminution des autres produits d'exploitation par rapport à 2008 est due à l'indemnité de retour versée en 2008 pour le bâtiment de la Sihlpost à Zurich.

Groupe | Produits d'exploitation

2009 avec écart par rapport à l'année précédente
mio. CHF, pour cent



■ Charges d'exploitation

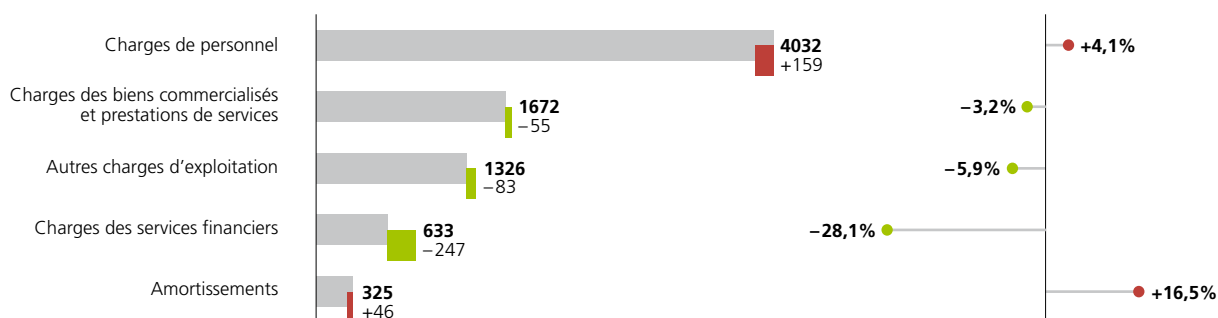
L'augmentation des charges de personnel s'explique par le renchérissement, par la progression de l'effectif de l'unité Swiss Post Solutions (anciennement Clients stratégiques et solutions) résultant d'acquisitions et par la hausse des charges sociales et de prévoyance. Sans les améliorations de l'efficacité obtenues grâce aux nouveaux processus de traitement du courrier (REMA), l'augmentation des charges de personnel aurait été plus importante.

Les charges des biens commercialisés et prestations de service, de même que les autres charges d'exploitation, ont diminué par rapport à 2008, principalement en raison du recul du prix des carburants et d'un carnet de commandes de l'unité Swiss Post Solutions moins bien rempli. La croissance des charges des services financiers découlant de la progression des capitaux

disponibles ainsi que les dépréciations d'un montant de 53 millions de francs ont été plus que compensées par la nette baisse des taux d'intérêt des fonds passifs. Enfin, les amortissements se sont accrus en raison de l'augmentation des actifs consécutive à l'achèvement des nouveaux centres courrier.

Groupe | Charges d'exploitation

2009 avec écart par rapport à l'année précédente
 mio. CHF, pour cent

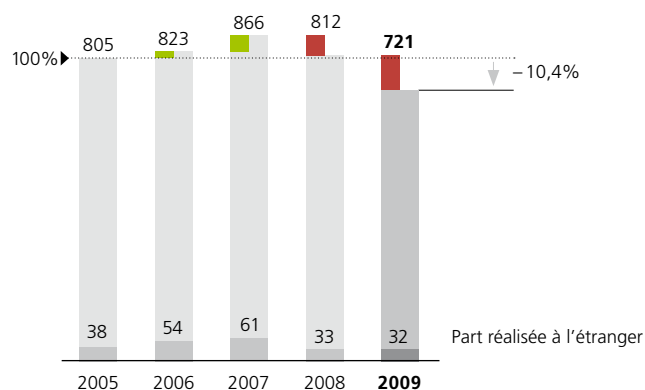


Résultat d'exploitation

Par rapport à l'année précédente, le résultat d'exploitation a reculé de 91 millions pour s'établir à 721 millions de francs. Ce recul est dû à la mauvaise conjoncture et à la baisse du prix des lettres adressées, dont les effets négatifs sur les produits n'ont pu être entièrement compensés par les charges. L'augmentation de ces dernières est due à la progression des charges de personnel, imputable au renchérissement, et à la progression des amortissements consécutive à l'entière mise en service des nouveaux centres courrier.

Groupe | Résultat d'exploitation

De 2005 à 2009 avec écart par rapport à l'année précédente
 2005 = 100%, mio. CHF

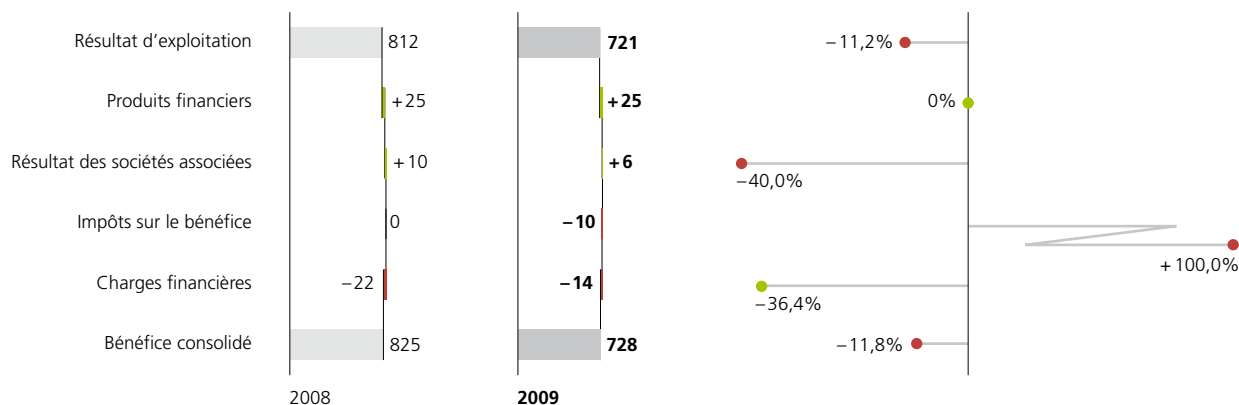


Bénéfice consolidé

Par rapport à 2008, le bénéfice consolidé a reculé de 97 millions pour s'établir à 728 millions de francs (2008: 825 millions). Cette diminution résulte principalement de l'activité proprement dite. Comme en 2008, les effets du résultat financier et des impôts ont été insignifiants pour le bénéfice consolidé.

Groupe | Réconciliation résultat d'exploitation – bénéfice consolidé

2008 et 2009 avec écart par rapport à 2008
mio. CHF, pour cent



Résultats de segments

■ Aperçu

Les segments responsables de produits ont quasiment tous 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 | Résultats des segments

2009 avec écart par rapport à 2008
mio. CHF, pour cent

	Produits d'exploitation		Résultat d'exploitation ¹		Marge ²	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
PostMail ³	2 808	2 916	198	249	7,1	8,5
PostLogistics ³	1 488	1 516	45	39	3,0	2,6
Swiss Post International	1 028	1 034	53	36	5,2	3,5
Swiss Post Solutions	696	708	-25 ⁵	9		1,3
Réseau postal et vente ³	1 359	1 337	-113	-95		
PostFinance ²	2 160	2 191	441	229		
CarPostal	640	604	27	27	4,2	4,5
Autres ⁴	1 030	1 176	95 ⁵	318		
Consolidation	-2 500	-2 502				
Total	8 709	8 980	721	812	8,3	9,0

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. 31.12.2009: 21,9%, 31.12.2008: 12,7%.

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, InfraPost SA, Achats du groupe, Sécurité d'entreprise et Philatélie ainsi que les fonctions centrales du groupe.

5 Dans le résultat d'exploitation de Swiss Post Solutions est compris la vente d'une marque à La Poste Suisse (segment «Autres») se montant à 46 millions de francs.

■ PostMail

En 2009, les produits d'exploitation de l'unité PostMail s'élèvent à 2,808 milliards de francs (2008: 2,916 milliards). La diminution du volume des lettres adressées, de 4,7%, s'explique par la croissance économique négative, par le recours accru aux médias électroniques et par les économies de coûts réalisées par les clients. La baisse du prix des lettres, effective au 1^{er} juillet, et la prise en charge de la T.V.A. par la Poste se sont traduites par un recul important des produits. L'extension des activités de distribution matinale a entraîné une augmentation du chiffre d'affaires. Les nouveaux processus de traitement du courrier (REMA) ont permis de réaliser des économies substantielles. Par ailleurs, avec la clôture du projet REMA, les dépenses de projet et les investissements ont diminué. Dans la distribution, les effectifs et les soldes d'heures supplémentaires des collaborateurs sont en recul du fait de la diminution des volumes. Dans le même temps, les indemnités versées à Réseau postal et vente pour l'utilisation de l'infrastructure ont augmenté. En dépit d'importants facteurs négatifs, le résultat d'exploitation de 198 millions de francs n'a reculé que de 51 millions de francs par rapport à celui de 2008.

Tandis que l'effectif de PostMail a diminué en raison de REMA et de la baisse des volumes, l'effectif total a augmenté du fait de l'extension de la distribution matinale. Pour en savoir plus sur PostMail, voir page 66.

■ PostLogistics

PostLogistics a enregistré un résultat de 45 millions de francs, en augmentation de 6 millions de francs par rapport à celui de 2008. Malgré la crise économique, le chiffre d'affaires net réalisé avec les prestations logistiques a pu être maintenu à 1,348 milliard de francs. Le recul des chiffres d'affaires de produits Premium tels que Lune et les envois de messageries a été compensé par la stabilité du secteur des colis ainsi que par l'acquisition de Dispodrom SA et de IT Service House SA. La diminution des charges des biens commercialisés et prestations de services tient à la baisse du prix des carburants pour les biens commercialisés (-14 millions de francs), à la perte de deux clients importants dans la logistique des marchandises, à la réduction du nombre de collaborateurs temporaires (-9 millions de francs) et à la diminution des coûts de transport (-10 millions de francs). En revanche, les charges de personnel ont augmenté de 24 millions de francs par rapport à 2008 en raison des acquisitions, de l'augmentation des salaires et de la croissance des effectifs (+200 unités de personnel). Ceux-ci s'élèvent désormais à 5489 unités de personnel. Parallèlement aux chiffres d'affaires, les coûts de production ont diminué. Enfin, des mesures d'économies ont été mises en œuvre au sein de l'administration. Pour en savoir plus sur Post Logistics, voir page 68.

■ Swiss Post International

Dans un contexte économique difficile, les produits d'exploitation de SPI se sont élevés à 1,028 milliard de francs, en léger recul par rapport à l'année précédente (-0,6%). De fortes baisses des volumes ont été enregistrées dans les activités d'importation et d'exportation en Suisse ainsi que par les sociétés du groupe en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis. Elles ont toutefois pu être compensées, notamment par la consolidation intégrale de primeMail GmbH. Les charges d'exploitation, en baisse de 23 millions de francs, se sont établies à 975 millions de francs. Cette réduction résulte principalement d'une diminution des autres dépenses (-11 millions de francs) et des dépenses de biens commercialisés et prestations de services (-23 millions de francs) en raison de coûts d'achat plus faibles dus au recul des volumes et de l'adaptation de la compensation des prestations internes. Par rapport à 2008, le résultat d'exploitation a progressé de 17 millions de francs pour passer à 53 millions de francs. Du fait de la cession d'une partie de l'exploitation en Italie, l'effectif moyen a diminué de 1,7% pour s'élever à 1272 équivalents plein temps. Pour en savoir plus sur SPI, voir page 70.

■ Swiss Post Solutions

Les produits d'exploitation de Swiss Post Solutions, en recul de 12 millions de francs, ont atteint 696 millions de francs en 2009; la diminution des produits des services logistiques (-44 millions de francs), qui s'élèvent à 584 millions de francs, n'a pu être compensée par la croissance des autres produits (+31 millions de francs), qui atteignent 111 millions de francs. Aux Etats-Unis et en Suisse, les produits d'exploitation ont sensiblement augmenté. En Grande-Bretagne, malgré la récession, Swiss Post Solutions a enregistré une progression, laquelle a toutefois été pénalisée par l'évolution de la livre britannique par rapport au franc suisse. L'intégration de Graphic Data Ltd. (GB, avril 2008) et du groupe GBS+ (France, Allemagne et Slovaquie, juillet 2008) a eu des répercussions positives sur le résultat par rapport à 2008. En France et en Allemagne, les produits d'exploitation ont évolué sur une courbe négative due à la récession. Cette tendance défavorable a été accentuée par l'évolution de l'euro par rapport au franc suisse. Dans tous les autres pays ou presque, les produits d'exploitation sont restés stables. Les charges d'exploitation se sont établies à 721 millions de francs. Leur progression de 22 millions de francs s'explique principalement par une augmentation des amortissements (+18 millions de francs) et des charges de personnel résultant d'acquisitions (+37 millions de francs). Cette augmentation n'a pu être compensée par la baisse des charges de biens commercialisés et prestations de services (-27 millions de francs) et des charges d'exploitation (-6 millions de francs). Croissance oblige, l'évolution de l'activité aux Etats-Unis et en Suisse a occasionné des charges plus élevées. En Allemagne, Swiss Post Solutions a commencé à ajuster ses capacités en raison de la récession. Cette réduction durable des charges n'est pas intervenue parallèlement à l'évolution des produits. En 2009, des charges uniques ont été induites par la poursuite de l'intégration des sociétés de Swiss Post Solutions et par la restructuration de différentes sociétés. S'y ajoutent les coûts initiaux pour de nouveaux projets, en particulier en France, et les investissements, en Suisse, dans de nouvelles technologies porteuses (certificats numériques, Swiss Post Box, etc.) Compte tenu de ces évolutions, Swiss Post Solutions a enre-

gistré un résultat d'exploitation de -25 millions de francs (2008:+9 millions). Les effectifs ont été augmentés aux Etats-Unis et en Suisse tandis qu'ils sont en train d'être réduits en Allemagne dans le domaine des solutions dialogue en raison de la récession. Quarante-quatre collaborateurs ont rejoint Swiss Post Solutions avec l'intégration de Swiss Post Solutions (UK) Ltd. (anciennement Microgen [UK] Ltd.) Par rapport à 2008, les effectifs ont augmenté au total de 769 équivalents plein temps pour passer à 6878 équivalents plein temps. Pour en savoir plus sur Swiss Post Solutions, voir page 72.

■ Réseau postal et vente

En 2009, les produits d'exploitation de l'unité Réseau postal et vente ont progressé de 22 millions de francs pour s'établir à 1,359 milliard de francs. Le chiffre d'affaires net des services logistiques a certes diminué de 10 millions de francs, mais ceux des produits financiers et des autres articles de marque ont augmenté de 6 et de 19 millions de francs. Les indemnités pour les coûts supplémentaires découlant du mandat de service universel ont progressé de 10 millions de francs. Au total, les charges d'exploitation se chiffrent à 1,472 milliard de francs. Il s'agit, par rapport à 2008, d'une hausse de 40 millions de francs due à des charges plus élevées en matière de personnel (+23 millions de francs), de biens commercialisés (+16 millions de francs) et d'autres activités d'exploitation (+2 millions de francs). Par rapport à 2008, le résultat d'exploitation a reculé de 18 millions de francs et se chiffre à -113 millions de francs. Cela tient principalement à l'augmentation des charges d'exploitation (+40 millions de francs), que les produits, en progression, n'ont pu que partiellement compenser. Les effectifs ont diminué de 82 équivalents plein temps pour atteindre 6973 équivalents plein temps; les raisons principales en sont des adaptations du réseau postal et de l'administration. Pour en savoir plus sur Réseau postal et vente, voir page 74.

■ PostFinance

PostFinance enregistre en 2009 un résultat d'exploitation de 441 millions de francs, un record qu'elle doit notamment au résultat des intérêts. Avec un afflux de nouveaux capitaux de 20 milliards de francs (valeur moyenne en 2009 par rapport à 2008), la marge d'intérêt moyenne a pu être maintenue dans les affaires figurant au bilan à 1,37% (1,60% en 2008) malgré des taux d'intérêt sensiblement plus bas sur le marché. Avec 235 000 ouvertures de comptes et 126 000 nouveaux clients, PostFinance poursuit sa stratégie de croissance. En dépit d'un volume de placements en nette progression, les dépréciations et pertes dans le domaine des placements (actions et obligations) sont demeurées en 2009 largement inférieures à celles de 2008 (74 millions contre 187 millions de francs). La politique de placements axée sur la qualité a donc été payante. Sa croissance continue a permis à PostFinance d'augmenter son effectif moyen de 153 équivalents plein temps. Pour en savoir plus sur PostFinance, voir page 76.

■ CarPostal

Grâce à une nouvelle extension de l'offre, les produits d'exploitation de CarPostal ont progressé de 36 millions de francs par rapport à 2008, dont 24 millions en Suisse et 12 millions à l'étranger. Les indemnités de transport ont le plus augmenté (6 millions de francs). Elles résultent de la demande accrue due notamment aux transports effectués en remplacement des trains pour les Chemins de fer rhétiques. Les indemnités perçues dépassent de 14 millions de francs celles de l'année précédente. Les charges d'exploitation ont augmenté de 36 millions de francs pour passer à 613 millions de francs, dont 20 millions en Suisse et 16 millions à l'étranger. La progression des prestations en Suisse a entraîné une hausse des charges de personnel de 8 millions de francs et des indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal de 7 millions. La baisse du prix des carburants a partiellement compensé l'augmentation des charges d'exploitation. Les charges supplémentaires à l'étranger sont dues principalement aux coûts d'expansion. Pour pouvoir fournir plus de prestations, CarPostal a dû recruter du personnel: ses effectifs en Suisse ont progressé de 4,8% pour atteindre 1397 unités de personnel (sans les entrepreneurs CarPostal); à l'étranger, du fait de l'expansion, ils ont augmenté de 42% pour s'établir à 339 équivalents plein temps. Les charges supplémentaires induites s'élèvent à 8 millions de francs en Suisse et au même montant à l'étranger. Avec 27 millions de francs, le résultat d'exploitation se maintient au niveau de l'année précédente. Pour en savoir plus sur CarPostal, voir page 78.

■ Autres

Le segment Autres a enregistré en 2009 des produits d'exploitation de 1,030 milliard de francs (1,176 milliard en 2008). La baisse de 146 millions de francs résulte principalement des recettes uniques perçues en 2008 pour le retour de la Sihlpost de Zurich. En raison du faible niveau des

Cash-flow et investissements

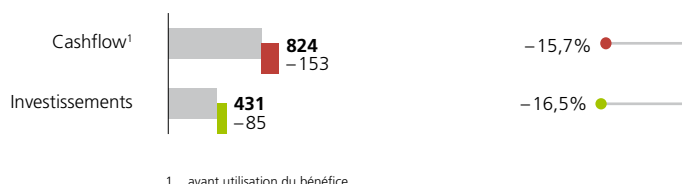
intérêts, les produits financiers ont chuté à 71 millions de francs (2008: 96 millions). En 2009, les charges d'exploitation ont progressé de 77 millions de francs pour passer à 935 millions de francs, ce qui est dû notamment à la hausse des charges de personnel (+ 15 millions de francs) et des autres charges (+45 millions de francs) ainsi qu'à la baisse des charges des biens commercialisés et prestations de services (- 12 millions de francs). L'acquisition de la marque GHP par Swiss Post Solutions (46 millions de francs) est à l'origine de la progression des autres charges. Du fait des facteurs évoqués, le résultat d'exploitation - 95 millions de francs - est en recul de 223 millions de francs par rapport à l'année précédente. Les effectifs ont augmenté de 44 pour passer à 2417 équivalents plein temps. Pour en savoir plus sur le segment Autres, voir page 80.

La diminution du cash-flow résulte principalement du recul du résultat.

Les investissements en immobilisations corporelles (350 millions de francs), immobilisations incorporelles (29 millions de francs) et participations (52 millions de francs) sont globalement inférieurs de 85 millions de francs à ceux opérés en 2008. Ils ont de nouveau pu être entièrement autofinancés.

Groupe | Autofinancement

2009 avec écart par rapport à 2008
 mio. CHF, pour cent



¹ avant utilisation du bénéfice

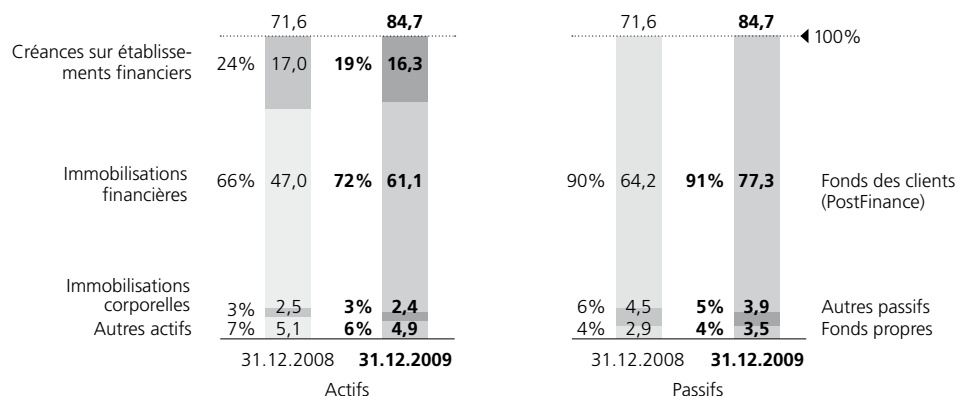
Bilan consolidé

■ Immobilisations financières

Les immobilisations financières se sont accrues de près de 14,1 milliards de francs par rapport à 2008. Cette hausse s'explique par l'augmentation des fonds des clients.

Groupe | Structure du bilan

au 31.12.2008 et au 31.12.2009
 mia. CHF



■ Immobilisations corporelles

La valeur comptable des immobilisations corporelles n'a varié que de façon insignifiante par rapport au 31 décembre 2008, ce qui s'explique par l'effet de compensation jouant entre les investissements et les amortissements.

■ Fonds des clients (PostFinance)

Au cours de l'année 2009, les fonds des clients déposés auprès de PostFinance ont augmenté de 13,068 milliards de francs pour atteindre 77,272 milliards. Au 31 décembre 2009, ils représentaient environ 91% du total du bilan du groupe.

■ Provisions

Les provisions (y compris les engagements de prévoyance du personnel) ont diminué de 438 millions de francs pour atteindre 1,990 milliard de francs. Ce recul est dû pour l'essentiel à une réduction des engagements de prévoyance du personnel de 443 millions de francs, résultant elle-même principalement du versement de 250 millions de francs effectué dans la réserve de contributions de l'employeur au titre de l'utilisation du bénéfice 2008. Durant l'année sous revue, cette réserve a également bénéficié d'un versement de 150 millions de francs.

■ Fonds propres

Les fonds propres consolidés au 31 décembre 2009 intègrent le montant versé au titre de l'utilisation du bénéfice 2008. Ils n'atteignent toutefois pas encore le niveau approprié pour un grand prestataire de services logistiques et financiers. La transformation de la Poste en société anonyme de droit public et celle de PostFinance en société anonyme soumise au contrôle de l'Autorité de surveillance des marchés (FINMA) induiront des exigences supplémentaires en matière de fonds propres. A l'avenir aussi, la Poste devra donc dégager des bénéfices adéquats.

Distribution du bénéfice

Le Conseil fédéral attend que le bénéfice réalisé soit consacré au financement de la Caisse de pensions et à l'augmentation progressive des fonds propres jugés nécessaires. Le propriétaire souhaite par ailleurs 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, 711 millions de francs, soit redistribué comme suit:

- Réserve de contributions de l'employeur de la Caisse de pensions Poste: 250 millions de francs
- Réserves de La Poste Suisse: 261 millions de francs
- Distribution du bénéfice au propriétaire: 200 millions de francs

Les fonds propres de La Poste Suisse se montent à 4,791 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 3,534 milliards de francs. (Pour plus de détails, cf. le tableau «Variation consolidée des fonds propres» à la page 154.

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 onze orientations visant l'amélioration de ses prestations, de sa compétitivité, de sa performance et de ses ventes.

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.

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, introduire des agences, modèle éprouvé, ou un service à domicile et améliorer le service à la clientèle. Dans les technologies de l'information, elle prévoit d'importantes réductions de coûts.

Promotion de l'innovation

Depuis quelques années, la Poste met en œuvre un programme consacré à l'innovation. Il comprend une culture de l'innovation, une architecture basée sur un processus d'innovation uniforme, la mise en place de réseaux et de plateformes ainsi qu'une communication ayant

Croissance rentable

pour but de positionner la Poste, au plan tant interne qu'externe, comme entreprise dynamique, flexible et novatrice.

Dans le secteur logistique, la Poste entend croître en étendant des solutions et prestations existantes et en en développant de nouvelles. Elle vise également une croissance dans le secteur de la communication, le marketing direct par exemple, ainsi que dans les solutions documents et dialogue en Suisse et à l'étranger. Ces offres doivent être complétées par des acquisitions. Les activités financières grand public doivent être développées encore par l'optimisation de l'offre en collaboration avec les partenaires et l'afflux de nouveaux fonds de clients. Enfin, le marché du transport de voyageurs doit être étendu par le biais d'une expansion ciblée à l'étranger.

■ Croissance par les acquisitions

En janvier 2009, Swiss Post Deutschland Holding GmbH a pris le contrôle de primeMail GmbH, sans rachat des parts minoritaires. Depuis lors, cette société est entièrement consolidée.

En avril 2009, PostLogistics a acquis 70% des parts de Dispodrom SA, qui siège à Schlieren. Pour les 30% restants, elle détient une option d'achat qu'elle peut exercer à tout moment. Dispodrom SA est leader du marché suisse de la logistique des supports visuels et sonores.

Début juillet 2009, PostLogistics a intégralement racheté IT ServiceHouse SA. Sise à Köniz près de Berne et à Dintikon, celle-ci est spécialisée dans les services de réparation et autres services à la clientèle pour les fabricants de PC et d'imprimantes.

En novembre 2009, PostMail a acquis Zuvo Zustell- und Vertriebsorganisation SA à Zurich, Espace Media Vertriebs SA à Berne et Pressevertriebs-GmbH à Lucerne, qu'elle a regroupées au sein de Presto Presse-Vertriebs SA avec effet rétroactif au 31 août 2009.

En décembre 2009, Swiss Post Solutions Ltd (anciennement Mailsource UK Ltd) a acquis 100% des parts de Swiss Post Solutions (UK) Ltd (anciennement Microgen UK Ltd). Swiss Post Solutions (UK) Ltd fournit des services dans le domaine de la facturation.

Groupe | Effets des acquisitions 2009, mio. CHF

	Produits d'exploitation	Charges d'exploitation	Résultat d'exploitation
primeMail GmbH	41	39	2
Dispodrom SA	7	10	-3
IT ServiceHouse SA	6	6	0
Presto Presse-Vertriebs SA	27	29	-2
Swiss Post Solutions (UK) Ltd	1	1	0
Total	82	85	-3

Pour plus de détails sur les modifications du périmètre de consolidation, se reporter à la page 201 du rapport financier.

Perspectives

A court terme, la reprise devrait se poursuivre, d'autant plus que la politique économique expansionniste devrait, dans un premier temps, se poursuivre elle aussi. Toutefois, l'élan donné par les mesures de soutien de la conjoncture faiblit et les banques nationales devraient opter pour une politique monétaire modérée dès lors que la conjoncture se stabilisera et que l'inflation demeurera à un niveau faible. La reprise devrait être sensible dans la majeure partie des pays émergents, tandis qu'elle ne sera probablement pas très vigoureuse dans les pays industrialisés. Globalement, la croissance mondiale devrait progresser de 1% en 2010 après avoir reculé de 2,5% en 2009.

Segments PostMail

Environnement

Depuis le 1^{er} juillet 2009, les entreprises postales privées peuvent acheminer des lettres de plus de 50 grammes. Ainsi, près de 25% des quelque 2,6 milliards de lettres expédiées chaque année ne relèvent plus du monopole. La Poste Suisse se prépare à la libéralisation du marché du courrier. Sur certains marchés partiels, elle est soumise à la concurrence depuis des années déjà et elle est bien armée pour affronter la libéralisation totale du marché du courrier.

Le volume des lettres adressées diminue en moyenne d'environ 1,5% par an depuis 2000: les clients regroupent de plus en plus leurs envois et communiquent par courriel et par SMS. Compte tenu de la mauvaise conjoncture, les clients commerciaux optent pour des produits moins coûteux; ainsi, ils envoient leurs lettres par courrier B plutôt que par courrier A. En 2009, la tendance négative s'est encore accentuée du fait de la situation économique: le volume des lettres adressées a diminué de 4,7% par rapport à 2008. En revanche, le volume des journaux quotidiens distribués dépasse de 4,4% celui de l'année précédente. Cette augmentation est à mettre sur le compte de Presto Presse-Vertriebs SA, une société du groupe spécialisée dans la distribution matinale et opérationnelle depuis le 1^{er} novembre 2009. Concernant la seule distribution journalière ordinaire des journaux, en revanche, les volumes sont en recul de 3,8% par rapport à 2008. Cela s'explique par les nouvelles habitudes de la population en matière de lecture et d'information ainsi que par les journaux gratuits et les médias électroniques.

Finances

En 2009, les produits d'exploitation de l'unité PostMail se sont établis à 2,808 milliards de francs (2008: 2,916 milliards). Un résultat qui s'explique entre autres par le recul marqué du volume des lettres adressées. De plus, la baisse des prix, effective au 1^{er} juillet, et la reprise de la T.V.A. par la Poste ont fait chuter les produits d'exploitation. L'extension des activités de distribution matinale a entraîné une augmentation du chiffre d'affaires. Les nouveaux processus de traitement du courrier (REMA) ont permis de réaliser des économies substantielles. Par ailleurs, avec la clôture du projet REMA, les dépenses de projet et les investissements ont diminué. Dans la distribution, les effectifs et les soldes d'heures supplémentaires des collaborateurs sont en recul du fait de la diminution des volumes. Dans le même temps, les indemnités versées à Réseau postal et vente pour l'utilisation de l'infrastructure ont augmenté. En dépit d'importants facteurs négatifs, le résultat d'exploitation de 198 millions de francs n'a reculé que de 51 millions de francs par rapport à celui de 2008. Tandis que l'effectif de PostMail a diminué en raison de REMA et de la baisse des volumes, l'effectif total a augmenté du fait de l'extension de la distribution matinale.

Stratégie

PostMail se concentre sur son cœur de métier: le dépôt, le tri et la distribution de lettres, de journaux et d'envois publicitaires pour tous les clients en Suisse. L'offre est systématiquement adaptée à leurs besoins. Il doit être facile de faire des affaires, même complexes, avec la Poste. En optimisant en permanence la logistique et l'informatique, PostMail vise une fiabilité maximale pour un rapport qualité-prix excellent.

Mise en œuvre
de la stratégie

■ REMA achevé avec succès

En inaugurant officiellement le centre courrier de Härkingen au printemps 2009, la Poste a achevé avec succès la mise en service du nouveau traitement du courrier. Elle a investi plus d'un milliard de francs dans la modernisation de celui-ci (projet REMA, REengineering MAilprocessing) et dispose désormais, avec ses trois nouveaux centres courrier à Zurich-Mülligen, Eclépens et Härkingen, de l'un des traitements du courrier les plus modernes du monde. Six centres logistiques à Gossau (SG), Cadenazzo, Kriens, Bâle, Ostermundigen et Genève ainsi que le vidéocodage et le traitement des retours à Coire et Sion viennent compléter cette structure performante. Des économies de près de 170 millions de francs sont attendues chaque année à partir de 2010. Durant la phase compliquée de transition, en 2008, de légers retards dans la distribution des lettres n'ont pu être entièrement évités malgré les efforts supplémentaires déployés par le personnel. Depuis la mise en service complète des nouveaux centres, les valeurs des délais d'acheminement ont retrouvé leur niveau élevé: 97,7% des envois du courrier A (95,9% en 2008) et 98,4% des envois du courrier B (95,9% en 2008) ont été distribués en temps voulu. Le projet REMA a touché 8500 collaborateurs, qui ont bénéficié d'un soutien durant ce processus de changement.

■ Etendre la distribution matinale de journaux

En septembre 2009, la Commission de la concurrence a approuvé la fusion des organisations de distribution matinale de la Poste, de Tamedia et du groupe NZZ, permettant ainsi à la Poste

de créer, au 1^{er} novembre 2009, la nouvelle société du groupe Presto Presse-Vertriebs SA. La Poste peut désormais proposer aux clients de l'édition des prestations globales pour la distribution de quotidiens et de la presse dominicale. Elle se positionne comme un interlocuteur indépendant pour la distribution matinale. Les entreprises regroupées au sein de la nouvelle société du groupe sont les participations du groupe NZZ et de Tamedia dans Zuvo Zustell- und Vertriebsorganisation SA ainsi que leurs parts restantes dans Pressevertriebs-GmbH. Le groupe NZZ a également cédé à la nouvelle société ses parts restantes dans Pressevertriebs-GmbH et la distribution matinale de DZO Druck Oetwil am See SA. La distribution dominicale d'Espace Media Groupe (Tamedia), l'organisation de distribution bernoise Bevo SA (détenue pour moitié par la Poste et par Tamedia) ainsi que la société du groupe Poste Prevag SA ainsi que d'autres activités de distribution matinale déjà assurées par la Poste ont été intégrées elles aussi dans la Presto Presse-Vertriebs SA. La nouvelle société du groupe, qui siège à Berne, emploie près de 10 000 personnes, la plupart avec un faible taux d'occupation. (Concernant la convention collective de travail de Presto, voir page 110.).

■ Un concept de distribution alternatif et le perfectionnement du tri mécanique du courrier à l'étude

La Poste teste depuis octobre 2008, dans la région de Lausanne, un concept de distribution alternatif. Celui-ci tient davantage compte des besoins des clients commerciaux en leur proposant des fenêtres horaires de distribution étendues et est également bien accepté par les particuliers. Durant la phase de test, la distribution est effectuée tôt le matin dans les quartiers d'affaires et avant la fin de l'après-midi dans les quartiers résidentiels. Dans toute la région pilote, les quotidiens régionaux sont distribués dans le cadre de la distribution matinale. En étendant à l'après-midi la fenêtre horaire de distribution pour les clients privés, la Poste peut réduire ses coûts et atténuer ainsi la pression en termes d'augmentation des prix. L'affectation de personnel de distribution l'après-midi permettra à l'avenir de proposer des postes à temps plein. Depuis l'été 2009, la Poste poursuit le développement, dans le cadre de tests, de la technologie et des processus de tri mécanique du courrier dans la région de St-Gall/Gossau. En vue d'augmenter l'efficacité de la distribution, il s'agit de trier les envois pour la tournée de distribution selon le numéro de rue et les boîtes aux lettres dès le centre courrier ou le centre logistique.

Perspectives

D'ici à fin 2010, les boîtes aux lettres seront remplacées partout en Suisse par des modèles neufs et plus sûrs. Fin 2009, la Poste a lancé un projet visant l'amélioration de la qualité des adresses, qui sera achevé à l'automne 2010. Désormais, le personnel de distribution saisira directement dans un système centralisé les adresses de destination erronées. PostMail améliore ainsi une prestation importante et crée les bases pour d'autres améliorations de la qualité. En vue d'optimiser les processus logistiques, le perfectionnement du tri mécanique du courrier et l'extension des fenêtres horaires de distribution continuent d'être à l'étude.

PostMail | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	2 808	2 916
services réservés	%	53,5	58,1
Résultat d'exploitation	mio. CHF	198	249
Volumes			
Lettres adressées	mio. d'envois	2 556	2 682
envois prioritaires	mio. d'envois	716	768
envois non prioritaires	mio. d'envois	705	780
envois en nombre non prioritaires	mio. d'envois	1 103	1 101
Envois non adressés	mio. d'envois	1 232	1 203
Journaux	mio. d'envois	1 249	1 196
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	16 996	17 594
Qualité			
Respect du délai de distribution Courrier A	% des envois	97,7	95,9
Respect du délai de distribution Courrier B	% des envois	98,4	95,9
Satisfaction de la clientèle commerciale	indice	76	77

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

PostLogistics

Environnement

Depuis des années, le marché logistique suisse est âprement disputé: la pression sur les prix croît. Tous les prestataires logistiques doivent réduire leurs coûts, accepter des marges plus faibles et tenir compte de l'internationalisation de l'offre et de la demande. Les clients testent les offres des concurrents et demeurent exigeants sur la qualité. L'environnement économique difficile s'est fait sentir en particulier dans la logistique de stockage et de transport ainsi que dans les services de messagerie. En revanche, le volume des colis est resté plutôt stable.

Finances

Par rapport à 2008, le résultat d'exploitation de PostLogistics a progressé de 6 millions de francs pour passer à 45 millions de francs. Malgré la crise économique, le chiffre d'affaires net réalisé avec les prestations logistiques a pu être maintenu à 1,348 milliard de francs. Le recul des chiffres d'affaires de produits Premium tels que Lune et les envois de messagerie a été compensé par la stabilité du secteur des colis ainsi que par l'acquisition de Dispodrom SA et de IT Service House SA. La diminution des charges des biens commercialisés et prestations de services est due à la baisse du prix des carburants pour les biens commercialisés (-14 millions de francs), à la perte de deux clients importants dans la logistique des marchandises, à la réduction du nombre de collaborateurs temporaires (-9 millions de francs) et à la diminution des coûts de transport (-10 millions de francs). En revanche, les charges de personnel ont augmenté de 24 millions de francs par rapport à 2008 en raison des acquisitions, de l'augmentation des salaires et de la croissance des effectifs (+200 unités de personnel). Ceux-ci s'élèvent désormais à 5489 unités de personnel. Parallèlement aux chiffres d'affaires, les coûts de production ont diminué. Enfin, des mesures d'économies ont été mises en œuvre au sein de l'administration.

Stratégie

PostLogistics propose aux clients privés et aux PME des offres standardisées, par exemple pour l'envoi ou la prise en charge de colis. Pour les clients commerciaux, elle élabore des solutions personnalisées en collaboration avec ceux-ci. En déléguant leurs tâches logistiques, les clients peuvent se concentrer sur leur cœur de métier et, grâce à des solutions logistiques novatrices, avoir une longueur d'avance sur leurs concurrents. En dépit d'un contexte difficile, PostLogistics entend continuer de croître.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Développer le réseau logistique

PostLogistics a étendu ses capacités dans la logistique de stockage. Au 1^{er} janvier 2009, elle a repris le centre logistique de Canon (Suisse) SA, à Mägenwil près de Lenzburg, ainsi que ses 30 collaborateurs. Celui-ci offre près de 14 000 emplacements pour palettes dans l'entrepôt à haut rayonnage et 28 000 places de conteneurs dans le magasin automatisé de stockage des petites pièces.

Depuis le 1^{er} avril 2009, PostLogistics exploite le centre logistique de Vifor Pharma à St-Gall, étendant ainsi son offre logistique en Suisse orientale. Il s'agit d'un centre de compétences pour le dépôt et la livraison de produits pharmaceutiques et de matériel médical qui répond aux normes strictes de Swissmedic et de la FDA, l'administration américaine des denrées alimentaires et des médicaments. Il offre 7000 emplacements pour palettes dans l'entrepôt à haut rayonnage et une surface de 2700 m² pour l'entreposage de blocs. La Poste, qui loue le bâtiment à long terme, a repris les 25 collaborateurs.

La base de distribution construite à Mägenwil est depuis juillet le site logistique central pour les transports en Argovie. Près de 120 collaborateurs veillent chaque jour à ce que 10 000 colis soient distribués à la bonne adresse dans la région. Mägenwil est aussi une plateforme de transbordement pour 500 000 lettres et 7000 colis acheminés vers les offices de poste de la région de desserte. De plus, quelque 12 000 colis y sont triés chaque jour puis préparés pour le transport vers les centres colis.

■ Elargir l'offre et les compétences

En prenant le contrôle de Dispodrom SA le 1^{er} janvier 2009, PostLogistics a étendu ses compétences dans la logistique de petites pièces. Dispodrom, qui siège à Schlieren, est spécialisée dans la logistique et la distribution de supports visuels et sonores et propose à ses clients toute la chaîne logistique, de la saisie des commandes à la facture et l'encaissement, en passant par le stockage, le conditionnement, l'emballage et l'envoi. Une plateforme en ligne permet aux clients de commander quelque 100 000 articles de onze entreprises, dont près de 60 000 sont disponibles immédiatement. Grâce à son savoir-faire et à son infrastructure, Dispodrom pro-

pose également des prestations logistiques pour petites pièces de tous types. L'entreprise, qui conserve son nom, est gérée de façon autonome.

Au 1^{er} juillet 2009, PostLogistics a repris IT Service House SA, qui siège à Köniz et à Dintikon, élargissant ainsi sa gamme de prestations. L'entreprise, qui compte une centaine de collaborateurs, est spécialisée dans les services de réparation et autres services à la clientèle pour les fabricants de PC et d'imprimantes. IT Service House, qui conserve son nom, est gérée de façon autonome.

■ Centres colis: dix ans et plus performants que jamais

Les centres colis mis en service il y a dix ans à Härkingen, Frauenfeld et Daillens sont à la base du succès de PostLogistics. Aujourd'hui encore, ils comptent parmi les installations de tri les plus modernes du monde. Leur développement continu ainsi que les innovations et améliorations technologiques ont permis d'augmenter encore leur efficacité. Chaque année, les trois centres trient plus de 100 millions de colis, soit, chaque jour, 235 000 colis à Härkingen et à Frauenfeld et 135 000 à Daillens. Selon une étude consacrée à l'état des installations, les centres colis sont bien armés pour la prochaine décennie.

■ Mobility Solutions SA

Depuis sa création en 2005, le gestionnaire de parcs de véhicules Mobility Solutions (MoS) a su s'imposer sur le marché suisse et possède aujourd'hui un portefeuille clients appréciable. La société du groupe se positionne par ailleurs avec succès comme gestionnaire de solutions de mobilité et développe pour ses clients des solutions de mobilité durable. Elle a lancé en 2009, en collaboration avec la commune d'Ittigen (BE), un projet-pilote de location de véhicules électriques pour les entreprises – une prestation des plus innovantes.

■ SecurePost SA

Grâce à l'acquisition de nouveaux clients, SecurePost SA a encore augmenté son chiffre d'affaires dans les trois secteurs d'activité transports de sécurité, traitement du numéraire et distributeurs automatiques et renforcé sa position sur un marché suisse âprement disputé. En raison d'une concurrence accrue et de la crise économique, les prix pour les nouveaux contrats et les renouvellements de contrats ont été encore plus sous pression, ce qui pèsera sur les marges. Avec la nouvelle plateforme logistique à Daillens, SecurePost dispose désormais partout en Suisse d'infrastructures des plus modernes et des plus sûres. Elle a encore gagné en crédibilité et en professionnalisme en formant tout son personnel à la sécurité et en investissant dans ses infrastructures.

Perspectives

Au printemps 2010, PostLogistics mettra en service, en collaboration avec PostMail, le centre logistique à Hinwil, qui regroupera différents sites. Le nouveau bâtiment abritera quelque 150 collaborateurs qui travaillaient jusque-là dans d'autres sites proches.

PostLogistics | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 488	1 516
Résultat d'exploitation	mio. CHF	45	39
Volumes			
Colis	mio. d'envois	104	104
Envois exprès	mio. d'envois	2,9	3,0
Envois de détail et transport	chiffre d'affaires net en mio. CHF	348	343
Logistique de stockage	chiffre d'affaires net en mio. CHF	88	90
Innight Express	chiffre d'affaires net en mio. CHF	30	31
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	5 489	5 294
Qualité			
Délai de distribution des colis PostPac Priority en Suisse	% des envois	97,8	98,0
Délai de distribution des colis PostPac Economy en Suisse	% des envois	98,1	98,7
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 (E+99).

**Swiss Post
International**
Environnement

S'imposant face aux concurrents suisses et étrangers, SPI est leader en Suisse sur le marché de l'importation et de l'exportation de lettres, de colis et d'envois de messagerie. A l'étranger, les rôles sont inversés: elle concurrence les entreprises postales nationales et privées en étant présente sur des marchés de niche et opère sur le marché international du courrier.

Sur le marché domestique, SPI utilise l'infrastructure de PostMail et de PostLogistics pour la distribution de lettres et de colis provenant de l'étranger. Pour distribuer les colis et les envois exprès de Suisse partout dans le monde, elle fait appel à ses partenaires Swiss Post GLS et TNT Swiss Post. Enfin, à travers les sociétés du groupe, les partenaires franchisés et les agents de vente, elle dispose à l'étranger de plus de 30 succursales.

Le marché à l'étranger est très mobile et marqué par des relations commerciales fluctuantes et parallèles avec des entreprises postales nationales et privées. Les clients prennent leurs décisions sur la base du prix, de la qualité (ponctualité et fiabilité p. ex.) et selon des besoins spécifiques propres. Les solutions personnalisées sont un facteur de succès décisif. Pour cette raison, la gamme de SPI comporte plus de 50 produits.

Finances

Dans un contexte économique difficile, les produits d'exploitation de SPI se sont élevés à 1,028 milliard de francs, en léger recul par rapport à l'année précédente (-0,6%). De fortes baisses des volumes ont été enregistrées dans les activités d'importation et d'exportation en Suisse ainsi que par les sociétés du groupe en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis. Elles ont toutefois pu être compensées, notamment par la consolidation intégrale de primeMail GmbH. Les charges d'exploitation, en baisse de 23 millions de francs, se sont établies à 975 millions de francs. Cette réduction résulte principalement d'une diminution des autres dépenses (-11 millions de francs) et des dépenses de biens commercialisés et prestations de services (-23 millions de francs) en raison de coûts d'achat plus faibles dus au recul des volumes et de l'adaptation de la compensation des prestations internes. Par rapport à 2008, le résultat d'exploitation a progressé de 17 millions de francs pour passer à 53 millions de francs. Du fait de la cession d'une partie de l'exploitation en Italie, l'effectif moyen a diminué de 1,7% pour s'élever à 1272 équivalents plein temps.

Stratégie

Sur le marché domestique, SPI veut assurer sa place de leader par de nouveaux produits, une qualité irréprochable et des prestations internationales (le dédouanement pour les clients commerciaux p. ex.) A l'étranger, elle entend poursuivre sa croissance sur des marchés de niche et renforcer ainsi La Poste Suisse. Dans le domaine business to consumer, les produits suisses et les valeurs qu'ils incarnent sont vendus partout dans le monde, la marque Swiss Post et ses critères de qualité tels que la fiabilité et la ponctualité étant utilisés comme un sésame.

Mise en œuvre
de la stratégie

■ Extension en Suisse des activités de dédouanement

Depuis 2008, la Poste est chargée par la Confédération d'effectuer le dédouanement de marchandises à l'importation et à l'exportation pour le compte de clients privés. Chaque jour, une centaine de collaborateurs répartis sur les sites de Bâle, Zurich-Mülligen et Zurich-Aéroport traitent 4500 colis et 25 000 lettres dédouanées. Près de 160 000 francs, dont un vingtième représente les taxes douanières et le reste la taxe sur la valeur ajoutée, sont ainsi perçus chaque jour au profit de la Confédération.

■ Présence renforcée en Scandinavie et en Espagne

Au 1^{er} juillet 2009, SPI a repris l'entreprise Swiss Post International Denmark ApS, qu'elle a fusionnée avec Swiss Post International Sweden pour former Swiss Post International Scandinavia. Spécialisée dans le courrier, la nouvelle société du groupe emploie 20 collaborateurs dans ses succursales à Stockholm, Malmö et Copenhague; elle sert de base pour la croissance future en Finlande et en Norvège.

Au 1^{er} janvier 2010, SPI a repris le partenaire franchisé de longue date ABC Mail Spain, qu'elle gère sous le nom de Swiss Post International Spain. Elle se prépare ainsi à la libéralisation totale du marché postal espagnol, prévue pour 2011. SPI entend se positionner comme partenaire privilégié pour l'importation d'envois à destination de l'Espagne et étendre encore son offre en matière d'activités d'exportation.

Perspectives

■ Collaboration optimisée avec des partenaires

Le groupe Hermes Logistik Gruppe (HLG) et SPI restructurent leurs domaines stratégiques clés au sein de l'entreprise italienne Porta a Porta (colis et logistique) pour se recentrer sur leurs compétences de base: SPI sur l'acheminement transfrontalier de courrier, Hermes sur la distribution de colis. Pour ce faire, les deux sociétés autonomes Hermes-Porta a Porta S.p.A. et Swiss Post-Porta a Porta S.p.A. ont été créées au 1^{er} janvier 2009. HLG et SPI continuent chacune de détenir des parts dans l'autre. Avec sa principale base de transbordement à Milan et ses 68 dépôts répartis sur tout le territoire, Porta a Porta dispose aujourd'hui en Italie du meilleur réseau logistique privé pour les activités business to consumer.

En rachetant en août 2009 la société italienne de logistique Costanzia, SPI a étendu son réseau de distribution dans la région turinoise. Spécialisée dans les prestations logistiques sur le marché interentreprises, Costanzia prend en charge des processus logistiques complets pour le compte des entreprises. SPI s'assure ainsi dans le nord de l'Italie une implantation solide au niveau international. De plus, elle renforce sa position sur le marché logistique italien ainsi que son partenariat stratégique avec Hermes-Porta a Porta.

■ Meilleure qualité et coûts plus faibles en Angleterre

En Angleterre, SPI regroupe les deux sociétés implantées à London-Heathrow (Airport) et Colnbrook, Berkshire, en un nouveau site situé à proximité: grâce à des locaux plus grands, le traitement du courrier peut être automatisé. Les capacités plus importantes permettent de proposer des solutions individualisées en plus des offres standardisées et d'améliorer la qualité. La société de London-Heathrow a déménagé en août 2009, Colnbrook suivant en février 2010. Le regroupement des deux sites a pour effet une augmentation de la productivité et une baisse sensible des frais de location.

Afin de s'adapter encore mieux aux besoins de sa clientèle, SPI entend axer sa structure de distribution sur certains secteurs à l'étranger, la vente à distance ou encore la presse et l'édition par exemple. Elle entend poursuivre sa croissance en Europe du Nord et de l'Ouest en appliquant le concept de vente par des tiers.

Swiss Post International | Chiffres clés
 2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 028	1 034
services réservés	%	10,0	10,1
Résultat d'exploitation	mio. CHF	53	36
Volumes (exportations et importations Suisse)			
Lettres Exportation	mio. d'envois	170,0	184,0
Colis Exportation	mio. d'envois	1,1	1,4
GLS	mio. d'envois	0,5	0,6
Exprès Exportation (TNT Swiss Post SA)	mio. d'envois	1,5	1,5
Lettres Importation	mio. d'envois	220,3	235,8
Colis Importation	mio. d'envois	4,5	4,3
GLS	mio. d'envois	1	0,8
Exprès Importation (EMS)	mio. d'envois	0,4	0,4
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	1 272	1 294
en Suisse	unités de personnel	669	597
Qualité			
Respect du délai Courrier à l'international (importation)	% des envois	94,0	92,6
Respect du délai Courrier à l'international (exportation)	% des envois	94,5	90,4
Satisfaction de la clientèle commerciale (au total)	indice	75	75
Satisfaction de la clientèle Lettres	indice	75	74
Satisfaction de la clientèle Colis	indice	73	75
Part de marché			
Importation et exportation Courrier Suisse	en % du ch. d'affaires	83	82
Importation et exportation courrier, exprès, colis Suisse	en % du ch. d'affaires	46	46

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

Swiss Post Solutions

Environnement

Swiss Post Solutions est spécialisée, en Suisse et à l'étranger, dans les solutions de courrier interne et solutions documents, les solutions dialogue et les solutions électroniques pour processus commerciaux (y compris les produits sécurisés). L'unité du groupe apporte son soutien aux entreprises lors du passage de services postaux internes classiques à des plateformes numériques performantes pour les documents, permettant la conversion de documents physiques en documents numériques et inversement. De cette façon, les processus commerciaux ne subissent aucune interruption dans la chaîne de communication. Les solutions dialogue de Swiss Post Solutions viennent assister les clients dans leurs relations avec leurs propres clients: marketing direct, gestion de campagnes et édition de documents (TransPromo p. ex.) Les solutions e-business comprennent des offres de commerce électronique, de facturation et de paiement ainsi que des programmes de fidélisation de la clientèle. Avec les solutions de SwissSign en matière de sécurité et d'identité, Swiss Post Solutions garantit la transmission sécurisée d'informations électroniques. Ses solutions reposent sur le recours à des technologies de l'information et des plateformes informatiques porteuses.

Présente dans 16 pays, Swiss Post Solutions déploie ses activités pour l'essentiel à l'étranger. Les principaux marchés sont l'Allemagne, la Grande-Bretagne et les Etats-Unis. Tandis qu'en Allemagne, la crise économique a surtout touché les clients importants de la vente par correspondance, en Angleterre, elle a frappé les clients du secteur financier. L'environnement était nettement plus favorable pour les solutions documents innovantes et efficaces, en particulier en Suisse, aux Etats-Unis et en Italie.

Finances

Les produits d'exploitation de Swiss Post Solutions, en recul de 12 millions de francs, ont atteint 696 millions de francs en 2009; la diminution des produits des services logistiques (-44 millions de francs), qui s'élèvent à 584 millions de francs, n'a pu être compensée par la croissance des autres produits (+ 31 millions de francs), qui atteignent 111 millions de francs. Aux Etats-Unis et en Suisse, les produits d'exploitation ont sensiblement augmenté. En Grande-Bretagne, malgré la récession, Swiss Post Solutions a enregistré une progression, laquelle a toutefois été pénalisée par l'évolution de la livre britannique par rapport au franc suisse. L'intégration de Graphic Data Ltd. (GB, avril 2008) et du groupe GBS+ (France, Allemagne et Slovaquie, juillet 2008) a eu des répercussions positives sur le résultat par rapport à 2008. En France et en Allemagne, les produits d'exploitation ont évolué sur une courbe négative due à la récession. Cette tendance défavorable a été accentuée par l'évolution de l'euro par rapport au franc suisse. Dans tous les autres pays ou presque, les produits d'exploitation sont restés stables. Les charges d'exploitation se sont établies à 721 millions de francs. Leur progression de 22 millions de francs s'explique principalement par une augmentation des amortissements (+ 18 millions de francs) et des charges de personnel résultant d'acquisitions (+ 37 millions de francs). Cette augmentation n'a pu être compensée par la baisse des charges de biens commercialisés et prestations de services (-27 millions de francs) et des charges d'exploitation (-6 millions de francs). Croissance oblige, l'évolution de l'activité aux Etats-Unis et en Suisse a occasionné des charges plus élevées. En Allemagne, Swiss Post Solutions a commencé à ajuster ses capacités en raison de la récession. Cette réduction durable des charges n'est pas intervenue parallèlement à l'évolution des produits. En 2009, des charges uniques ont été induites par la poursuite de l'intégration des sociétés de Swiss Post Solutions et par la restructuration de différentes sociétés. S'y ajoutent les coûts initiaux pour de nouveaux projets, en particulier en France, et les investissements, en Suisse, dans de nouvelles technologies porteuses (certificats numériques, Swiss Post Box, etc.) Compte tenu de ces évolutions, Swiss Post Solutions a enregistré un résultat d'exploitation de -25 millions de francs (2008: + 9 millions). Les effectifs ont été augmentés aux Etats-Unis et en Suisse tandis qu'ils sont en train d'être réduits en Allemagne dans le domaine des solutions dialogue en raison de la récession. Quarante-quatre collaborateurs ont rejoint Swiss Post Solutions avec l'intégration de Swiss Post Solutions (UK) Ltd. (anciennement Microgen [UK] Ltd.) Par rapport à 2008, les effectifs ont augmenté au total de 769 équivalents plein temps pour passer à 6878 équivalents plein temps.

Mise en œuvre de la stratégie

En 2009, Swiss Post Solutions a poursuivi la stratégie mise en place ces dernières années. Née en 2007 de la fusion de différentes sociétés du groupe nationales et internationales, l'unité s'est de nouveau développée à travers des acquisitions. En 2009, elle devait continuer sa consolidation et enregistrer une croissance durable en dépit de la crise économique.

■ Simplification des structures en matière de droit des entreprises

Initialement, Swiss Post Solutions comprenait plus de 40 sociétés. En 2009 aussi, il s'est agi de simplifier les structures en matière de droit des entreprises et de renommer «Swiss Post Solutions» les sociétés dans différents pays. A l'automne, l'ancienne désignation de l'unité du groupe Clients stratégiques et solutions a été remplacée par Swiss Post Solutions. Sur le plan de l'organisation, l'unité du groupe comprend les trois domaines Solutions documents, Solutions dialogue et Solutions e-business. Pour mettre en œuvre ses objectifs de croissance durable et compléter son portefeuille, Swiss Post Solutions a réalisé en 2009 plusieurs prises de contrôle de moindre envergure, principalement dans le domaine informatique.

■ Renforcement de la marque «Swiss Post»

La présentation de Swiss Post Solutions se caractérise par un co-branding.

A l'instar de l'unité du groupe Swiss Post International, présente elle aussi à l'international, chaque société ajoute à son nom de base le logo «Swiss Post». Swiss Post Solutions familiarise ainsi progressivement ses clients avec la marque Poste. A travers l'utilisation commune de la marque Swiss Post par ses deux unités présentes à l'international, la Poste renforce sa présentation à l'étranger. Ces efforts ont été soutenus par une campagne publicitaire lancée sous le slogan «Excellence delivered» sur les marchés importants, y compris pour Swiss Post International, d'Allemagne, d'Autriche, de France, de Belgique, des Pays-Bas, de Suède, du Danemark et d'Asie.



Communiquer par voie électronique en toute sécurité ? Avec le SwissStick partout dans le monde depuis n'importe quel PC.

■ Uniformisation des processus de vente au plan international

En 2009, Swiss Post Solutions a commencé à mettre sur pied des processus de vente uniformisés au plan international en vue de proposer des solutions identiques partout dans le monde. Elle a développé son portefeuille de prestations à l'échelle mondiale pour devenir un prestataire de services complet. Il s'agit de relier de façon sécurisée et fiable l'univers physique et l'univers numérique et de proposer ainsi une valeur ajoutée au client. C'est ainsi que, dans le cadre de la numérisation du courrier physique entrant en informations numériques, Swiss Post Solutions a amélioré l'intégration dans les processus des clients. La Swiss Post Box est un exemple innovant de passage réussi de l'univers physique à l'univers électronique: elle est destinée aux personnes qui, souvent en déplacement, souhaitent recevoir leur courrier physique à tout moment, quel que soit l'endroit. Swiss Post Solutions numérise les lettres et les leur envoi par courriel. Avec la clé USB SwissStick, l'utilisateur a toujours sur lui sa pièce d'identité et sa signature numériques. Ainsi, il peut, depuis n'importe quel PC, signer des documents électroniques juridiquement valables puis les envoyer sous forme cryptée avec accusé de réception.

■ «Identificateur fédéral de logement» (EWID)

Le projet EWID, une solution proposée aux cantons et aux communes pour le recensement de la population, a été lancé avec succès. La Poste apporte son concours aux cantons de Bâle-Ville, de Zurich et de Lucerne ainsi qu'à des communes d'Argovie, de Bâle-Campagne, de Berne, des Grisons, du Valais et du Vaud et relève les données de 1,1 million de foyers.

Perspectives

Swiss Post Solutions poursuivra en 2010 la stratégie mise en place jusque-là.

Au vu de l'évolution de l'environnement et des tendances dominantes dans les différents domaines, le portefeuille de prestations de Swiss Post Solutions sera amené à changer considérablement au cours des prochaines années et un rapprochement s'opèrera entre les trois domaines d'activité de l'unité. Certains produits et prestations classiques cèderont la place à de nouvelles offres.

La tendance est à l'intégration de différentes prestations et moyens de communication (multi-canaux) dans des plateformes informatiques communes. Cette évolution permettra de proposer des solutions pour des chaînes de processus entières. De plus, les nouvelles technologies (impression numérique couleur p. ex.) permettent de personnaliser l'offre et de tenir davantage compte des besoins spécifiques des clients. Les domaines d'activité classiques (édition de documents, publipostage direct p. ex.) se transformeront en offres TransPromo personnalisées.

Swiss Post Solutions entend continuer de se concentrer sur ses marchés clés actuels (Allemagne, Suisse, Grande-Bretagne). Elle envisage de pénétrer les marchés d'Europe centrale et d'Europe occidentale ainsi que certains marchés d'Europe de l'Est (en particulier la Pologne). Une extension en Asie (Vietnam) est prévue selon les opportunités pour les solutions documents voire la gestion de la relation client et la fidélisation.

Avec cette évolution, Swiss Post Solutions poursuit des objectifs de croissance clairs, que des acquisitions ciblées doivent soutenir.

Swiss Post Solutions | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	696	708
Résultat d'exploitation	mio. CHF	-25	9
Volumes			
Chiffre d'affaires réalisé avec les clients importants	mio. CHF	na	1 179
Communications téléphoniques (Solutions dialogue – Customer Care)	nombre en mio.	3,9	3,2
Pages numérisées (Solutions document – Document Input Allemagne)	nombre en mio.	33,0	23,7
Publipostages personnalisés (Solutions dialogue - Direct Mail)	nombre en mio.	800	1 000
Cartes personnalisées (Solutions dialogue – Cards)	nombre en mio.	125,0	254,0
Cartes standardisées (Solutions dialogue – Cards)	nombre en mio.	20,0	22,0
Envois produits (Solutions dialogue – Edition de documents Suisse)	nombre en mio.	208,9	204,2
Volume des mandats (Solutions document, ancien groupe MailSource)	mio. CHF	456,9	568,5
Transactions (Solutions e-business Suisse)	nombre en mio.	46,7	37,1
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	6 878	6 109
à l'étranger	%	87,9	87,9
Qualité			
Satisfaction de la clientèle	indice	78	77

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

Réseau postal et vente

Environnement

Aujourd'hui, le guichet postal ne représente plus qu'une possibilité parmi d'autres d'effectuer des opérations postales: les clients recourent aux Postomat, aux points de retrait PickPost et aux boutiques en ligne; nombreux sont ceux qui privilégient les moyens électroniques tels que le courriel et le SMS. Les clients commerciaux demandent la prise en charge de leurs envois depuis l'entreprise ou utilisent des prestations de la concurrence. Cette tendance s'est poursuivie en 2009: par rapport à 2000, le nombre de lettres déposées au guichet a diminué de 49,6% et le nombre de colis de 47,4% ; les paiements et versements ont reculé de 19,8%. En revanche, le chiffre d'affaires tiré de la vente de produits tiers (ordinateurs et téléphones portables p. ex.) a progressé de 4% en 2009.

En avril 2009, le Syndicat de la Communication a lancé la pétition «Non à un nouveau démantèlement du réseau postal», dans laquelle il réclame un moratoire immédiat sur les fermetures d'offices de poste. Deux motions en ce sens ont été ensuite déposées au Conseil national et au Conseil des Etats. Le Conseil fédéral et le Conseil des Etats les ont rejetées tandis que le Conseil national ne les avait pas encore traitées à la fin 2009. De plus, le Syndicat de la Communication a débuté en novembre 2009 une collecte de signatures pour une initiative populaire visant la sauvegarde du réseau postal (lien entre le maintien d'offices de poste et la licence bancaire).

Finances

En 2009, les produits d'exploitation de l'unité Réseau postal et vente ont progressé de 22 millions de francs pour s'établir à 1,359 milliard de francs. Le chiffre d'affaires net des services logistiques a certes diminué de 10 millions de francs, mais ceux des produits financiers et des autres articles de marque ont augmenté de 6 et de 19 millions de francs. Les indemnités pour les coûts supplémentaires découlant du mandat de service universel ont progressé de 10 millions de francs. Au total, les charges d'exploitation se chiffrent à 1,472 milliard de francs. Il s'agit, par rapport à 2008, d'une hausse de 40 millions de francs due à des charges plus élevées en matière de personnel (+23 millions de francs), de biens commercialisés (+16 millions de francs) et d'autres activités d'exploitation (+2 millions de francs). Par rapport à 2008, le résultat d'exploitation a reculé de 18 millions de francs et se chiffre à -113 millions de francs. Ce recul s'explique principalement par l'augmentation des charges d'exploitation (+40 millions de francs), que les produits, en progression, n'ont pu que partiellement compenser. Les effectifs ont diminué de 82 équivalents plein temps pour atteindre 6973 équivalents plein temps; les raisons principales en sont des adaptations du réseau postal et de l'administration.

Stratégie

Réseau postal et vente simplifie sa gamme de produits, qu'elle adapte systématiquement aux besoins des clients privés. Pour améliorer sa rentabilité, l'unité poursuit le développement du réseau postal et, s'agissant des offices de poste peu fréquentés, elle cherche des solutions pratiques pour les clients.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Demande dans les offices de poste à l'étude

Depuis avril 2009 et jusque fin 2011, la Poste examine des solutions de remplacement pour les 421 offices de poste affichant une faible demande. En 2009, elle a évalué 114 d'entre eux: 49 ont été transformés en agences («la poste dans l'épicerie du village»), le service à domicile a été introduit dans 32 localités, 3 offices de poste ont été fermés sans solution de remplacement et 30 conservent leur forme d'exploitation. Le modèle de l'agence offre des heures d'ouverture attrayantes et, pour les lettres et les colis, un assortiment de base qui couvre les prestations demandées quotidiennement. Par ailleurs, les retraits d'argent et les versements sans numéraire sont possibles avec la PostFinance Card Direct. Dans le cadre du service à domicile, le facteur se rend sur demande chez les clients souhaitant recourir à ses services. Les habitudes des clients continuant d'évoluer, la poursuite du développement du réseau postal est une mission permanente. En effet, le réseau de vente doit être encore plus convivial et plus rentable.

■ Simplification de la gamme de produits pour les particuliers

Réseau postal et vente a analysé l'assortiment dans les offices de poste pour ne plus proposer que les produits qui sont réellement demandés. Au 1^{er} janvier 2009, elle a simplifié l'assortiment dans les 1000 offices de poste de taille moyenne et, depuis juillet 2009, la simplification est achevée partout. Ainsi, Réseau postal et vente a instauré une meilleure transparence des produits, elle a uniformisé les processus et réduit les coûts de stockage et de conditionnement. La desserte de base continue d'être assurée sur tout le territoire. Connaissant au mieux les besoins des clients privés, Réseau postal et vente est, depuis 2008, responsable de tout l'assortiment vendu dans les offices de poste.

■ Temps d'attente réduits

Les temps d'attente dans les offices de poste ont été réduits par rapport à l'année précédente: en 2009, 95,3% des clients ont attendu sept minutes ou moins avant d'être servis au guichet (94,2% en 2008). Grâce au système de caisse V-MaX introduit en 2008, le traitement administratif d'une opération au guichet a été considérablement simplifié. Les collaborateurs peuvent ainsi consacrer plus de temps au conseil de la clientèle.

■ La livraison à domicile, une solution pratique

Depuis 2008, un large choix d'articles peuvent être commandés et réglés dans 1800 offices de poste puis livrés à domicile. En 2009, les clients ont passé 77 000 commandes (contre 54 000 en 2008). Cette évolution montre que le service de commande de la livraison à domicile répond à un réel besoin des clients.

Perspectives

Au 1^{er} janvier 2010, les lignes de produits des clients privés et commerciaux ont été séparées. Réseau postal et vente devient responsable des produits destinés à la clientèle privée et le chiffre d'affaires lui sera désormais attribué. Ces deux prochaines années, des solutions seront étudiées pour 307 autres offices de poste affichant une faible demande.

Réseau postal et vente | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 359	1 337
chiffre d'affaires net Autres articles de marque	mio. CHF	462	444
Résultat d'exploitation	mio. CHF	-113	-95
Volumes			
Courrier	nombre en mio.	913	996
Colis	nombre en mio.	28	28
Versements	nombre en mio.	207	212
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	6 973	7 055
Qualité			
Satisfaction de la clientèle privée	indice	87	86
Satisfaction des PME	indice	80	80
Points d'accès			
Nombre d'offices de poste	nombre	2 348	2 408
offices de poste avec trafic des paiements	nombre	2 049	2 184
offices de poste sans trafic des paiements	nombre	11	11
agences avec trafic des paiements	nombre	263	188
agences sans trafic des paiements	nombre	20	20
arrêts PostMobil	nombre	5	5
Service à domicile	localités	1 154	1 097

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

PostFinance
Environnement

En mai 2009, le Conseil fédéral a adopté le message sur la nouvelle législation postale. Il est prévu de transformer PostFinance en une société anonyme de droit privé détenue majoritairement par la Poste. Elle pourra ainsi être placée sous le contrôle de l'Autorité de surveillance des marchés financiers (FINMA). Dès lors, les clauses d'exception disparaîtront, la surveillance sera simplifiée et le positionnement sur le marché sera renforcé. Le Conseil fédéral se prononce toutefois contre l'octroi d'une licence bancaire complète à PostFinance. Cette dernière ne pourra toujours pas proposer d'hypothèques et de crédits en toute autonomie et devra placer plus de la moitié des fonds des clients à l'étranger, ce qui complique la répartition des risques. (E-7)

Alors que la situation sur les marchés financiers est restée difficile, les clients ont continué en 2009 de miser sur la stabilité et la performance de PostFinance, dont ils apprécient les offres. Les chiffres sont parlants: augmentation des fonds des clients, qui sont passés à 70,2 milliards de francs, plus de 126 000 nouveaux clients et ouverture de 235 000 nouveaux comptes, ceux-ci se chiffrant au total à 3 880 800 ! Tous les marchés partiels – paiements, placements, prévoyance et financement – ont contribué à la croissance de PostFinance.

Finances

PostFinance enregistre en 2009 un résultat d'exploitation de 441 millions de francs, un record qu'elle doit notamment au résultat des intérêts. Avec un afflux de nouveaux capitaux de 20 milliards de francs (valeur moyenne en 2009 par rapport à 2008), la marge d'intérêt moyenne a pu être maintenue dans les affaires figurant au bilan à 1,37% (1,60% en 2008) malgré des taux d'intérêt sensiblement plus bas sur le marché. Avec 235 000 ouvertures de comptes et 126 000 nouveaux clients, PostFinance poursuit sa stratégie de croissance. En dépit d'un volume de placements en nette progression, les dépréciations et pertes dans le domaine des placements (actions et obligations) sont demeurées en 2009 largement inférieures à celles de 2008 (74 millions contre 187 millions de francs). La politique de placements axée sur la qualité a donc été payante. Sa croissance continue a permis à PostFinance d'augmenter son effectif moyen de 153 équivalents plein temps.

Stratégie

PostFinance met à la disposition de ses clients des produits simples et peu coûteux et veut les convaincre par le meilleur service. Elle vise les PME et les particuliers, à qui elle propose des solutions complètes dans le domaine des paiements ainsi que des offres de base en matière de placements, de financement et de prévoyance. Elle veut être la banque de premier choix pour les clients désirant gérer eux-mêmes leurs finances. Ceux-ci ont accès à PostFinance partout et

Mise en œuvre
de la stratégie

à tout moment. Si cela est nécessaire, PostFinance les soutient par des conseils personnalisés. Elle se félicite que le Conseil fédéral envisage de la placer sous le contrôle de la FINMA, mais elle continuera de se battre pour pouvoir octroyer des crédits et des hypothèques de façon autonome. PostFinance veut poursuivre sa croissance et placer les fonds de la clientèle avec professionnalisme, en prenant peu de risques. (E+ 6)

■ Coopération dans le domaine des crédits

PostFinance a de tout temps privilégié les partenariats. Pour compléter son offre en matière de crédits, elle coopère désormais également avec Valiant, principale banque régionale en Suisse, et peut ainsi proposer aux PME de nouveaux produits de financement. De plus, elle comble une ultime lacune dans son offre aux particuliers avec le crédit de construction pour les biens immobiliers. PostFinance se charge du marketing et de la vente des crédits, Valiant supporte les risques liés aux crédits et est responsable de la politique des risques. Les partenaires ont regroupé leurs compétences en matière de traitement au sein d'une entreprise conjointe sise à Berne, qui examine et traite depuis 2010 les demandes de crédit. Les deux établissements financiers demeurent des concurrents sur le marché.

■ Développement du service à la clientèle et de la vente

En 2009, PostFinance a créé 85 emplois pour le conseil prodigué aux PME à leur domicile, y compris le samedi et en-dehors des heures de bureau. D'ici à 2012, elle entend renforcer le conseil personnalisé et proposer ainsi le meilleur service à ses 100 000 PME clientes. Pour cela, elle recrutera et formera 140 nouveaux conseillers. Par ailleurs, quatre nouvelles filiales PostFinance ont été ouvertes et six sites ont été transformés en filiales. Aujourd'hui, les clients disposent de 36 filiales PostFinance, dont 17 assurent le trafic des paiements. 50 équivalents plein temps supplémentaires ont été créés pour le conseil global aux clients privés.

Un conseil financier pour les petites et moyennes entreprises ? Y compris sur place, le samedi ou en dehors des heures de bureau avec PostFinance.

En 2009, PostFinance a renforcé son service à la clientèle téléphonique de 65 postes. Au total, il est prévu de créer 80 équivalents plein temps et d'ouvrir des locaux supplémentaires à Zofingue d'ici à fin 2010. Ces mesures sont dues à l'importante progression du nombre de clients et à l'extension des prestations. En moyenne, 215 000 clients ont téléphoné chaque mois, quelle que soit l'heure, pour des prestations de conseil.

Sur demande, 53 conseillers se déplacent au domicile des clients privés, y compris le soir et le samedi. PostFinance leur prodigue des conseils pour toutes leurs demandes de financement. En 2009, près de 25 000 clients ont recouru à ce service.

■ Renforcement du trafic des paiements international

PostFinance est membre du principal réseau financier international, la Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT) et renforce ainsi sa position dans le domaine du trafic des paiements. L'organisation coopérative relie plus de 8900 banques et établissements financiers, opérateurs sur titres et entreprises clientes dans plus de 200 pays.

Perspectives

En 2010, PostFinance continuera de donner la priorité à sa croissance sur le marché financier grand public suisse en se concentrant sur son cœur de métier: les paiements. Pour cela, elle développera la vente. Elle proposera, en collaboration avec la banque Valiant, de nouvelles offres de crédits pour les clients commerciaux. En interne, elle se prépare à être placée sous le contrôle de la FINMA et à être transformée en société du groupe. (E+ 6, 7)

PostFinance | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	2 160	2 191
Résultat d'exploitation	mio. CHF	441	229
Volumes			
Afflux de nouveaux capitaux	mio. CHF	20 120	5 941
Nombre de comptes clients	milliers	3 881	3 646
Niveau moyen des fonds des clients (PostFinance)	mio. CHF	70 249	50 497
Nombre de transactions	mio.	865	843
e-finance	nombre de clients	1 101 593	984 592
Volume de fonds	mio. CHF	1 464	1 160
Volume Prêts Clients commerciaux	mio. CHF	5 423	4 313
Volume Hypothèques Clients privés	mio. CHF	2 673	2 040
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	3 042	2 889
Qualité			
Traitement le jour prévu Justificatifs Offices de poste	%	99,66	99,99
Traitement le jour prévu Justificatifs Ordres de paiement	%	99,81	99,99
Satisfaction de la clientèle commerciale	indice	83	82
Satisfaction de la clientèle privée	indice	84	85
Part de marché			
Opérations passives	%	10,16	9,16

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

CarPostal
Environnement

En 2009 aussi, le nombre de voyageurs des transports publics a augmenté en Suisse. CarPostal a profité du fait que la population soit plus nombreuse à passer des vacances en Suisse. Bien que l'offre soit étendue en permanence et que les coûts aient progressé, les entreprises de transport suisses ont renoncé, pour des raisons conjoncturelles, à augmenter leurs tarifs en 2009. Dans les prochaines années, la diminution des recettes fiscales des pouvoirs publics, due à la récession, exercera une pression sur les indemnités versées par les pouvoirs publics. La réforme des chemins de fer 2 vise notamment l'amélioration des bases légales en matière de concurrence des transports régionaux de voyageurs et, partant, une plus grande sécurité juridique.

Pour la poursuite de Rail 2000, la Confédération débloquera plus de 5 milliards de francs d'ici à 2030 et souhaite encore améliorer l'offre de trains et de bus dans toutes les régions du pays. Il s'agit avant tout d'étendre l'infrastructure ferroviaire. Par ailleurs, la Confédération investit 6 milliards de francs dans des projets portant sur le trafic d'agglomération. Cela devrait entraîner une hausse de la demande de prestations de CarPostal, l'unité étant le plus important prestataire du système suisse des transports publics pour la desserte capillaire.

Aujourd'hui, CarPostal génère 10% de son chiffre d'affaires à l'étranger. En France, elle se concentre sur l'exploitation de réseaux urbains et d'agglomération de taille moyenne. Elle y fait face à un puissant concurrent né de la fusion de Veolia Environnement S.A., prestataire mondial de services à l'environnement, et de l'opérateur de transports publics de voyageurs Transdev, présent à l'international.

Finances

Grâce à une nouvelle extension de l'offre, les produits d'exploitation de CarPostal ont progressé de 36 millions de francs par rapport à 2008, dont 24 millions en Suisse et 12 millions à l'étranger. Les indemnités de transport ont le plus augmenté (+6 millions de francs). Elles résultent de l'augmentation de la demande due notamment aux transports effectués en remplacement des trains pour les Chemins de fer rhétiques. Les indemnités perçues dépassent de 14 millions de francs celles de l'année précédente. Les charges d'exploitation ont progressé de 36 millions de francs pour passer à 613 millions, dont 20 millions en Suisse et 16 millions à l'étranger. La progression des prestations en Suisse a entraîné une hausse des charges de personnel de 8 millions de francs et des indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal de 7 millions. La baisse du prix des carburants a partiellement compensé l'augmentation des charges d'exploitation. Les charges supplémentaires à l'étranger sont dues principalement aux

coûts d'expansion. Pour pouvoir fournir plus de prestations, CarPostal a dû recruter du personnel: ses effectifs en Suisse ont progressé de 4,8% pour atteindre 1397 unités de personnel (sans les entrepreneurs CarPostal); à l'étranger, du fait de l'expansion, ils ont augmenté de 42% pour s'établir à 339 équivalents plein temps. Les charges supplémentaires induites s'élèvent à 8 millions de francs en Suisse et au même montant à l'étranger. Etabli à 27 millions de francs, le résultat d'exploitation se maintient au niveau de l'année précédente.

Stratégie

CarPostal entend s'affirmer comme prestataire de systèmes de gestion dans le transport par car et se différencier de la concurrence en proposant le meilleur rapport qualité-prix. Elle veut demeurer numéro un dans son activité clé, renforcer sa position dans les villes et les agglomérations et poursuivre sa croissance à l'étranger.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Offre horaire élargie

A la faveur du changement d'horaire de décembre 2009, CarPostal a élargi son offre de prestations de 3,5 millions de kilomètres-horaire pour atteindre près de 94 millions de kilomètres-horaire chaque année et ouvert 22 nouvelles lignes. Les voyageurs profitent notamment d'une offre élargie durant les heures creuses. CarPostal répond ainsi à la demande croissante en matière de transports publics et renforce sa position de leader des transports publics suisses par car. L'année a été marquée par la mise en service de deux lignes express à travers le tunnel de l'Uetliberg.

■ Appels d'offres remportés en Suisse et à l'étranger

CarPostal a remporté en France plusieurs appels d'offres pour des réseaux de bus, notamment à Mâcon, Dole, Agde, Villefranche-sur-Saône, dans le département de l'Hérault et dans l'agglomération grenobloise. Au total, elle exploite en France onze réseaux de bus par le biais des sociétés du groupe.

En Suisse, CarPostal a obtenu 4 lignes de transport dans le Seeland bernois et dans le Laupenamt: Bienne–Lyss, Thörishaus Dorf–Neuenegg–(Laupen), Chiètres–Golaten–Wileroltigen–Gurbrü, Laupen–Gümmenen. Elle a également remporté l'appel d'offres pour le car Bernina Express (ligne Lugano–Tirano–Lugano).

■ Ouverture d'un centre de compétences

Depuis le 1^{er} septembre 2009, CarPostal exploite à St-Gall un centre de compétences pour les systèmes d'information des voyageurs. Ce centre est responsable, à l'échelon de l'entreprise, des systèmes informatiques de pilotage de l'exploitation et des systèmes dynamiques d'information des voyageurs. CarPostal renforce ainsi sa position de prestataire de systèmes de gestion. Les centres de compétences pour le système de comptage des voyageurs à Bâle et pour le contrôle des titres de transport et l'encaissement à Zurich existent depuis quelque temps déjà.

Perspectives

En 2010, le réseau de bus au Liechtenstein fera l'objet d'un nouvel appel d'offres, que CarPostal entend remporter de nouveau. L'unité réfléchit à une pénétration des marchés allemand et italien. En Suisse orientale, des informations en temps réel seront affichées pour la première fois et, en Suisse centrale ainsi que dans les cantons d'Argovie et de Bâle, des distributeurs automatiques de titres de transport seront installés aux arrêts.

CarPostal | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	640	604
générés à l'étranger	%	7,2	5,4
Résultat d'exploitation	mio. CHF	27	27
généré à l'étranger	%	-11,1	1,0
Volumes¹			
Voyageurs	mio.	118	115
Kilomètres-véhicules	mio. km	98	94
Véhicules	nombre	2 066	1 989
Réseau CarPostal	km	10 429	10 345
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	1 736	1 570
Qualité			
Satisfaction de la clientèle Loisirs	indice	81	82
Satisfaction de la clientèle Pendulaires	indice	73	75
Part de marché			
Transports régionaux de voyageurs (rail/route) ²	%	15,7	15,0

1 Les données relatives aux volumes se rapportent à la Suisse.

2 Transports régionaux de voyageurs en vertu de la loi fédérale sur les chemins de fer. Part de marché absolue: chiffre d'affaires de CarPostal par rapport au chiffre d'affaires du marché.

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

Autres Philatélie

En 2009, les produits d'exploitation de Philatélie se sont montés à 48 millions de francs, le résultat d'exploitation atteignant 15 millions de francs.

En matière de timbres, les idées novatrices sont honorées par les collectionneurs mais aussi, plus généralement, par le public: ce fut notamment le cas, au cours de l'exercice sous revue, pour le premier timbre-poste suisse à encre luminescente (pour l'année internationale de l'astronomie) et pour le timbre-poste spécial scintillant dédié à la fée Lilli-Rose, qui a particulièrement plu aux enfants et aux jeunes. Les timbres-poste spéciaux pour les cent ans de l'artiste Hans Erni et la désalpe en Appenzell, une série de trois timbres, ont eux aussi rencontré un franc succès.

La vente par correspondance liée à l'activité de base prospère. Les deux boutiques en ligne «extra» et «Philashop» ont enregistré des chiffres d'affaires en hausse, grâce notamment à une plus grande simplicité d'utilisation.

Le mariage réussi de la tradition et de l'innovation a des effets positifs sur le chiffre d'affaires, mais aussi sur l'image et la fidélisation de la clientèle: une étude externe consacrée à l'image montre en effet que les timbres-poste contribuent pour une part essentielle à l'image de la Poste. Le large succès de ces œuvres d'art miniatures est attesté par leur popularité intacte, par la tendance, à la hausse, à vouloir des affranchissements plus jolis et, enfin, par deux nouveaux prix internationaux obtenus pour la «Vierge noire», Einsiedeln (plus beau timbre-poste d'Europe en 2007), et pour les quatre timbres dédiés à la musique (Yehudi Menuhin Trophy for Music Philately) de 2008.

Philatélie | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	48	46
produits non philatéliques	%	5	5
Résultat d'exploitation	mio. CHF	15	17
Volumes			
Nouveaux timbres-poste	nombre	49	46
Abonnements Suisse	nombre	44 944	46 595
Abonnements Etranger	nombre	15 605	16 410
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	118	115
Qualité			
Satisfaction de la clientèle	indice	85	84

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

Immobilier

En 2009, Immobilier a enregistré des produits d'exploitation de 619 millions de francs et un résultat d'exploitation de 228 millions de francs.

La stratégie de la Poste en matière d'immobilier prévoit de vendre des biens qui sont devenus inutiles à l'exploitation ou utilisés principalement par des tiers et de louer aux nouveaux propriétaires les surfaces nécessitées. C'est ainsi que la Poste a vendu en 2009 quelque 41 immeubles (34 en 2008), dont les bâtiments suivants: St-Gall 1, Herisau, Winterthour, Sulzerareal, Däniken, Delémont, Buchs, La Chaux-de-Fonds, Ascona et le siège principal de la Schönburg à Berne. D'ici au déménagement prévu en 2014 dans le nouveau siège principal près de la gare de Berne (nouvelle Schanzenpost), la Poste demeurera locataire de la Schönburg. Les charges locatives auprès de tiers s'élèvent à 129 millions de francs. La transformation de la Schanzenpost en siège principal abritant 1600 postes de travail débutera au printemps 2011. D'ici à 2013, le nouveau siège principal de PostFinance, un bâtiment de 13 étages accueillant 850 collaborateurs, sera érigé près de la PostFinance Arena et du nouveau bâtiment annexe, à Berne. Pour cette nouvelle construction, la Poste a organisé, en collaboration avec un entrepreneur général, un concours d'architecture auquel 14 bureaux d'architectes ont participé. Les travaux commencent en 2010. A Lausanne-Sébeillon, la Poste définit, conjointement avec les CFF, une nouvelle utilisation des bâtiments existants. A Genève 2, le bâtiment est transformé; il sera loué durablement par le canton à partir de 2012. Au Locle, le bâtiment postal de 1975 a été entièrement rénové et modernisé selon la norme Minergie; il doit être prêt en 2010. A Mägenwil, la Poste a acheté le bâtiment et la plateforme logistique de Canon. A Berthoud, elle a également acquis un immeuble. Immobilier Poste entretient et développe le portefeuille immobilier de la Poste et gère près de 830 projets de construction, dont un nombre croissant à l'étranger.

Immobilier | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	193	183
Volumes			
Immeubles	nombre	2 773	2 997
en propriété	nombre	1 216	1 304
loués	nombre	1 557	1 693
Surface gérée	mio. m ²	2,6	2,8
louée	mio. m ²	0,8	0,7
louée	mio. CHF	129	116
Valeur d'investissement	mio. CHF	5 208	5 732
Produits locatifs internes	mio. CHF	402	415
Produits locatifs externes	mio. CHF	57	59
Volumes d'investissements	mio. CHF	121	160
Volumes d'entretien	mio. CHF	49	50
Projets en cours	nombre	plus de 500	plus de 500

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

Technologies de l'information

L'unité Technologies de l'information (IT) a clôturé l'exercice sur des produits d'exploitation de 244 millions de francs (2008: 258 millions) et un résultat d'exploitation de 3 millions de francs.

En 2009, IT a installé Windows Vista et Office 2007 sur plus de 7500 PC et ordinateurs portables dans quelque 1900 offices de poste. Elle a ainsi achevé avec succès le passage de près de 22 000 PC au nouveau système d'exploitation de Windows. Parallèlement, IT a installé une nouvelle version de l'application au guichet et remplacé près de 5000 terminaux de cartes bancaires par des consoles clients multifonctionnelles. En novembre, IT a lancé le Poste de télétravail virtuel (PTV), qui permet aux collaborateurs, quel que soit leur matériel et grâce à une connexion Internet, d'accéder à leur poste de travail depuis leur propre PC.

Technologies de l'information | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	244	258
Résultat d'exploitation	mio. CHF	3	3
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	652	633
Volumes			
Contacts User Help Desk	nombre moyen par mois	24 000	24 000
Appareils gérés	nombre	64 431	62 000
Nombre d'applications différentes	nombre	625	450
Volume de données sauvegardées par semaine	gigabyte	261 000	220 000
Taux de résolution à la 1 ^{re} intervention	pourcentage de cas	68,6	67,5
Assistance	nombre par an	41 500	39 600

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

InfraPost SA

Au 1^{er} janvier 2009, la Poste a externalisé son unité de nettoyage et d'entretien technique des bâtiments (Service House) dans la nouvelle société du groupe InfraPost SA. En 2009, cette dernière a enregistré des produits d'exploitation de 138 millions de francs (2008: 133 millions) et un résultat d'exploitation de 3 millions de francs (2008: 6 millions).

Les spécialistes d'InfraPost proposent également à des tiers, les exploitants de centres commerciaux par exemple, toutes les prestations du facility management. Les rapports de travail des 2400 collaborateurs sont désormais régis par la convention collective de travail pour les unités externalisées de la Poste (CCT SGr) (E→ 13). En externalisant les travaux d'entretien et les prestations techniques, la Poste se prépare à l'ouverture totale du marché prévue par le Conseil fédéral.

InfraPost SA / anciennement Service House | Chiffres clés

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	138	133
Résultat d'exploitation	mio. CHF	3	6
Personnel			
Effectifs	unités de personnel	832	838

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

Préface	17
Interview	20
Profil de l'entreprise	29
Evolution de l'activité	53
Gestion	134
Rapport financier	150

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 (E→) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2009links permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

17	Préface
20	Interview
29	Profil de l'entreprise
Evolution de l'activité	
53	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
85	Valeur ajoutée pour la clientèle
86	Clients privés
86	Offre
86	Satisfaction de la clientèle
87	Courrier
89	Colis, envois exprès et services de messagerie
90	Réseau postal
91	Services financiers
91	Transport de voyageurs
92	Clients commerciaux
92	Offre
92	Satisfaction de la clientèle
93	Courrier
94	Logistique
94	Marketing direct
95	Presse
95	Solutions documents et solutions dialogue
97	Prestations de PostFinance
97	Prestations de CarPostal
99	Valeur ajoutée pour le personnel
113	Valeur ajoutée pour la société
134	Gestion
150	Rapport financier
220	Informations détaillées
221	Comparaison des chiffres clés sur 5 ans

Valeur ajoutée pour la clientèle

Clients privés Offre

Satisfaction de la clientèle

Objectifs stratégiques de la Poste

Afin de créer de la valeur ajoutée pour sa **clientèle**, 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 la Poste, 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 53). Une politique du personnel moderne ainsi que le développement de la volonté de performance et de l'engagement créent de la valeur ajoutée pour les collaborateurs et assurent les performances (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour le personnel», page 99). 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 pour la société (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour la société», page 113).

L'offre standardisée réservée aux particuliers et aux PME comprend le courrier, les colis, les envois exprès, les services de messagerie, les services financiers et le transport de voyageurs sur route. Les clients ont accès à ces prestations dans les 2065 offices de poste et 283 agences («la poste dans l'épicerie du village»), à 819 Postomat et via Internet (guichet postal virtuel et e-finance). Des conseils concernant les services financiers sont par ailleurs prodigués dans 36 filiales PostFinance et 53 conseillers se déplacent chez les clients. Depuis février 2009, les particuliers et les PME peuvent opter pour les offres de la Poste sans impact sur le climat et compenser les émissions de CO₂ occasionnées par l'acheminement de leurs envois en Suisse et à l'étranger en versant un supplément «pro clima» (€ 20). Chaque année, la Poste investit les suppléments «pro clima» perçus dans l'achat de certificats d'émission de CO₂ de première qualité et dans des projets de protection du climat portant le label Gold Standard.

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. Il ressort par ailleurs de la dernière enquête réalisée auprès des clients que ceux-ci acceptent également bien les agences postales («la poste dans l'épicerie du village») puisqu'ils leur attribuent 75 points sur une échelle de 100. Ils apprécient notamment la simplicité en matière de dépôt des envois et les versements sans numéraire. Le service à domicile obtient lui aussi de bons résultats, tandis que le traitement des problèmes est critiqué.

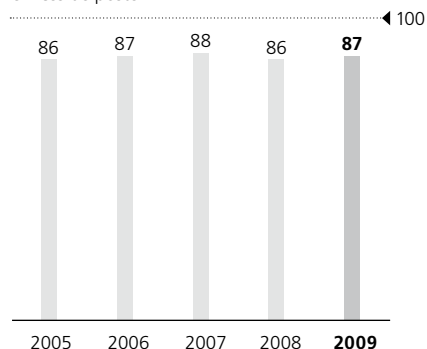
Les clients attribuent 92 points sur une échelle de 100 à la distribution du courrier (2008: 91), exprimant ainsi une très grande satisfaction par rapport à la qualité de la distribution. L'engagement personnel des collaborateurs de la distribution est particulièrement apprécié: ceux-ci ont obtenu 93 points pour leur présentation et leur comportement et 95 points pour leur amabilité. La qualité de la distribution dans les cases postales est perfectible: quelques personnes interrogées ont souvent trouvé dans leur case postale des envois qui ne leur étaient pas destinés. A l'été 2009, un institut d'études de marché externe a réalisé par téléphone, pour le compte de la Poste, une enquête nationale auprès de 15 000 clients privés, dont 85% étaient des ménages et 15% des titulaires de cases postales.

Le Service à la clientèle de la Poste a été nommé en septembre pour le «Golden Headset Award 2009». Ce prix récompense le développement et la professionnalisation dans le domaine des centres d'appels. Dans la catégorie «Corporate Social Responsibility», qui distingue les entreprises faisant preuve d'un engagement social en dehors de leurs activités de base, le Service à la clientèle de la Poste s'est classé parmi les trois premiers. Il doit ce succès à un programme interne consacré notamment aux conditions-cadres d'exploitation pour le personnel. En 2009, les collaborateurs ont réceptionné quelque 85 000 appels téléphoniques et 9000 courriels par mois. Le temps d'attente était en moyenne de 17 secondes pour les clients.

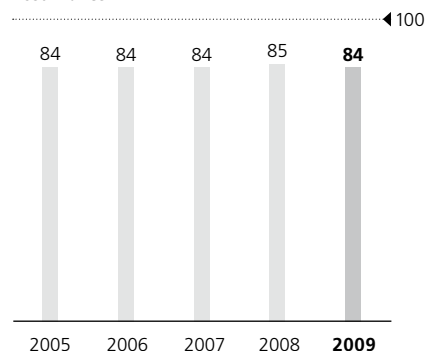
Clients privés | Satisfaction de la clientèle

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

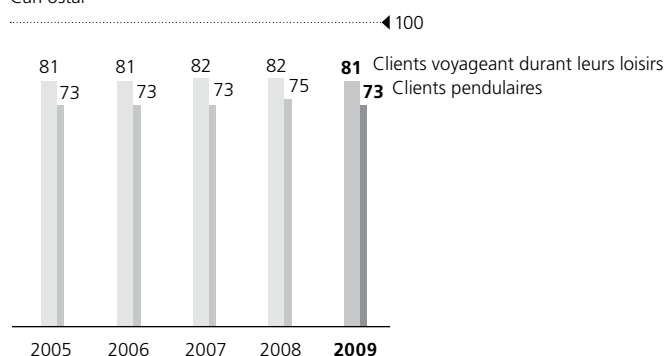
Offices de poste



PostFinance



CarPostal



Courrier

Offre de prestations

Dépôt, transport, tri 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 55.

Evolution en 2009

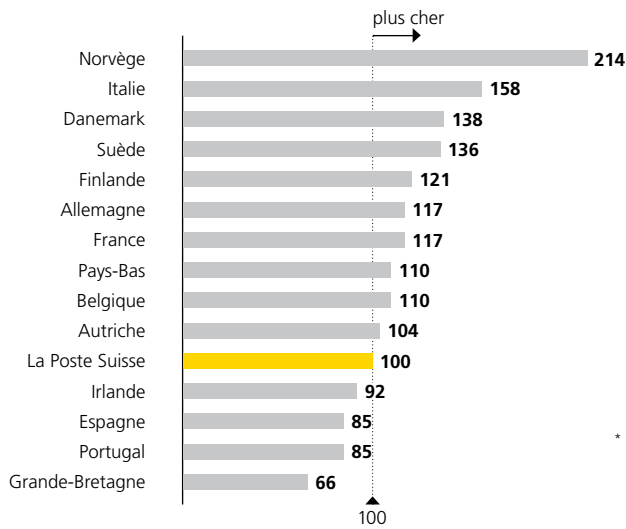
A la fin 2009, la Poste avait installé dans tout le pays près de 9500 nouvelles boîtes aux lettres, les anciennes étant remplacées par un modèle uniforme, moderne et sécurisé existant en deux tailles. Les besoins des clients en la matière avaient été préalablement identifiés dans le cadre d'une enquête. La Poste consulte les autorités locales pour tout changement et choisit les emplacements en fonction des besoins des clients. Ainsi, les boîtes aux lettres sont installées en des endroits fréquentés et bien éclairés, par exemple près de centres commerciaux, de stations-service et d'arrêts de transports publics. De plus, pour la hauteur des installations, la Poste tient compte, si possible, des recommandations du Centre suisse pour la construction adaptée aux handicapés.

Depuis octobre 2009, les clients peuvent acheter des timbres électroniques Pro Juventute grâce à WebStamp et, comme pour les timbres Pro Juventute classiques, soutenir la fondation en versant les suppléments habituels (40 centimes pour un timbre du courrier B, 50 centimes pour un timbre du courrier A).

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 du prix des 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 17% plus élevé en France et en Allemagne et même 58% plus élevé en Italie.

Indice du prix des lettres (IPL)*
2009, indice Suisse = 100

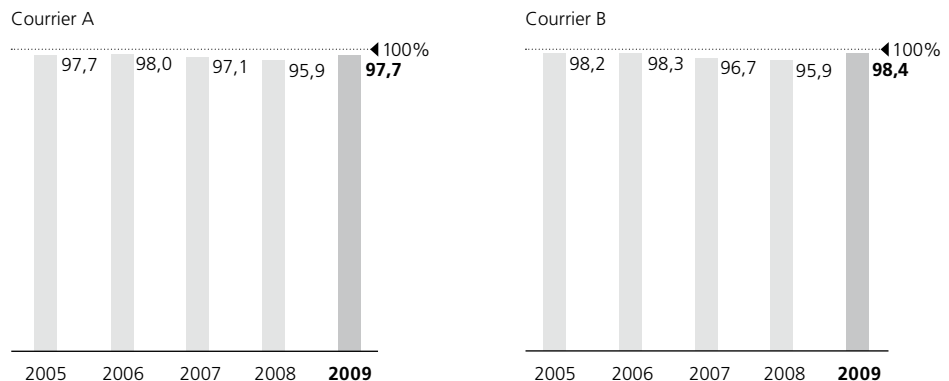


* Le BPI est un panier de prestations tenant compte de toutes les catégories de lettres proposées par la Poste, qui sont pondérées en fonction de leur fréquence d'utilisation par les clients suisses. Pour la comparaison, on s'est fondé dans chaque pays sur les prix adaptés en fonction des taux de change de l'actuelle ou de l'ancienne régie d'Etat (au 15 janvier 2010).

En 2009, la Poste a traité près de 2,6 milliards de lettres. 97,7% des lettres du courrier A déposées dans les délais ont été distribuées le jour suivant (2008: 95,9%). Les envois isolés du courrier B devaient être distribués au plus tard le troisième jour ouvré suivant leur dépôt. En 2009, la Poste a tenu cet engagement dans 98,4% des cas (2008: 95,9%). Comme l'on s'y attendait, les résultats des délais d'acheminement se sont encore sensiblement améliorés par rapport à l'année précédente. La Poste a nettement dépassé l'objectif de 97% fixé par son département de tutelle (DETEC). En 2008, elle avait enregistré un léger recul en la matière, dû à la mise en service progressive des nouveaux centres courrier et centres logistiques (projet REMA). Mais, même cette année-là, elle se classait deuxième parmi les 25 entreprises postales nationales et privées comparées selon les critères de l'International Post Corporation (IPC). Le processus complexe de passage au nouveau traitement du courrier a été achevé en mars 2009; le fonctionnement est désormais optimal.

Lettres du service intérieur | Qualité de la distribution

De 2005 à 2009, pourcentage d'envois distribués dans les délais au destinataire*



* Pour le courrier A, le délai convenu est le lendemain; pour le courrier B, au plus tard 3 jours ouvrables après le dépôt. Le Département fédéral compétent pour la Poste (DETEC) fixe une valeur cible de 97%.

Colis, envois exprès 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 exprès et services de messagerie pour l'acheminement rapide de lettres et de colis. Concernant l'évolution des volumes, voir la page 55.

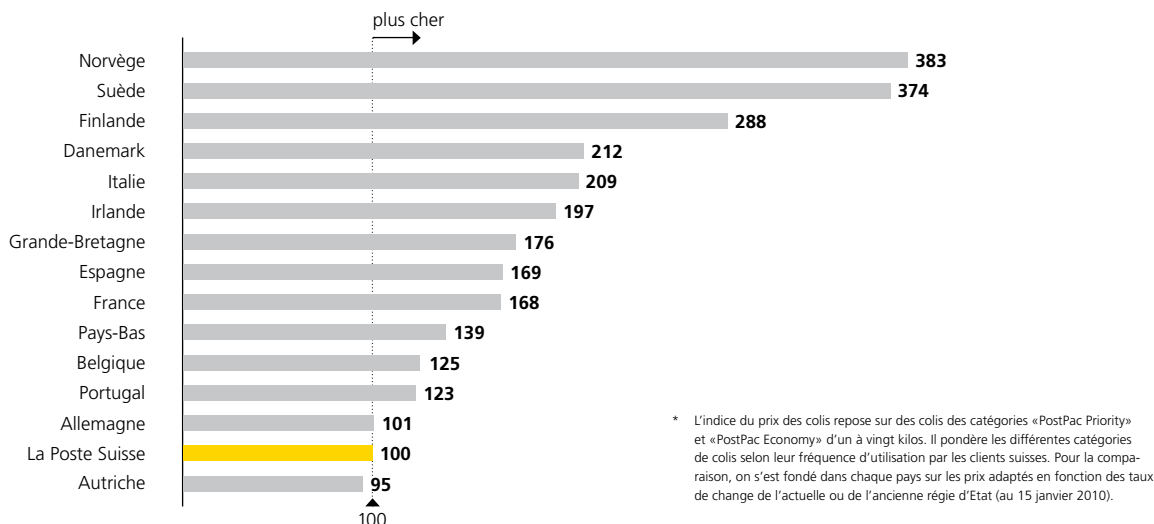
Evolution en 2009

Depuis février, tous les offices de poste proposent l'Eco PostPac. Tout aussi pratique et stable que les PostPac jaunes, il est fabriqué uniquement à partir de papier et de carton recyclés et est imprimé en noir et blanc.

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 du prix des colis. 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 du prix des colis (IPC)*
 2009, indice Suisse = 100

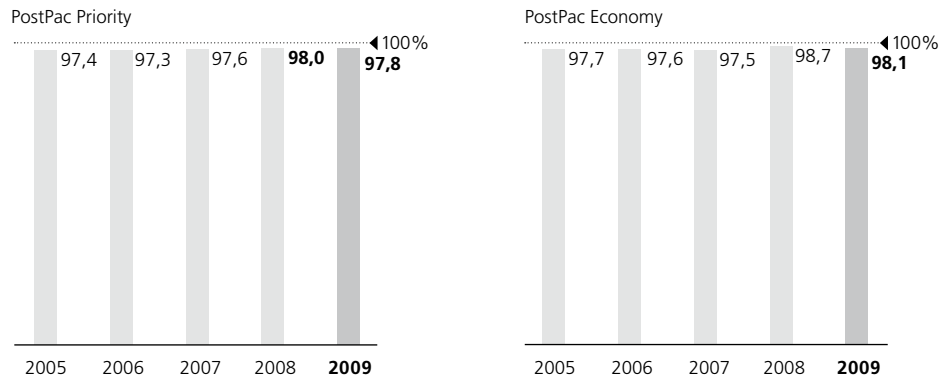


Selon cet indice, toutes catégories confondues, seule l'Autriche achemine les colis à un niveau de prix encore plus bas que La Poste Suisse. Les prix sont supérieurs de 1% en Allemagne, de 68% en France et de 109% en Italie.

En 2009, la Poste a acheminé plus de 100 millions de colis. Par rapport à 2008, les valeurs élevées concernant la qualité ont pu être maintenues: 97,8% des colis PostPac Priority déposés dans les délais ont été distribués le jour suivant. Avec 98,1%, les colis PostPac Economy ont atteint l'un des meilleurs résultats depuis que la qualité est mesurée. 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 | Qualité de la distribution

De 2005 à 2009, pourcentage d'envois distribués dans les délais au destinataire*



* 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

La Poste met à la disposition de ses clients un réseau dense et performant comprenant 2065 offices de poste et 283 agences («la poste dans l'épicerie du village») répartis sur tout le territoire. Le service à domicile («la poste sur le pas de la porte») a été introduit dans 1154 localités.

Evolution en 2009

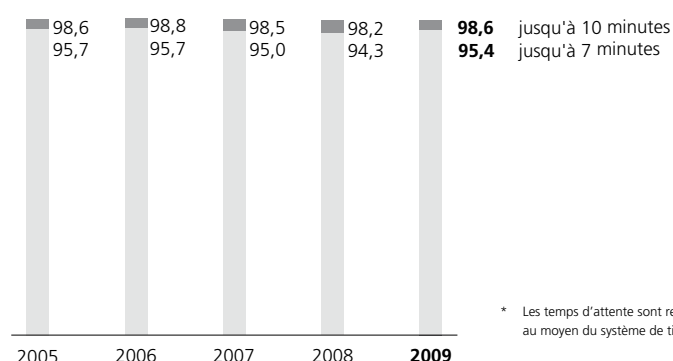
La Poste remplace les terminaux à carte aux guichets postaux. Les nouveaux appareils sont dotés d'un écran tactile avec stylet, ce qui permet la signature électronique. Ils remplissent les normes de sécurité européennes les plus strictes et les normes en matière de trafic des paiements électronique valables partout en Suisse à compter de 2010. Les paiements et les retraits d'argent effectués au moyen de la PostFinance Card sont traités immédiatement et les clients ont en permanence des informations à jour sur le solde de leur compte.

Depuis avril 2009, l'offre de prestations complète de Swisscom (téléphonie mobile, réseau fixe, Swisscom TV) est disponible dans quelque 1800 offices de poste. Dans le domaine des cartes prepaid, la collaboration fructueuse avec Yallo a été élargie, Yallo étant disponible depuis août 2009 en offre postpaid. Depuis novembre 2009, 1800 offices de poste proposent par ailleurs «Red Bull Mobile» en exclusivité.

Les temps d'attente dans les offices de poste ont été réduits par rapport à l'année précédente: 95,4% des clients ont attendu sept minutes ou moins avant d'être servis au guichet en 2009 (2008: 94,3%). Grâce au nouveau système de caisse V-MaX introduit en 2008, le traitement administratif d'une opération au guichet a été sensiblement simplifié. Les collaborateurs peuvent ainsi consacrer plus de temps au conseil de la clientèle.

Réseau postal et vente | Temps d'attente des clients avant d'être servis au guichet

De 2005 à 2009, part des clients selon la durée d'attente*



* Les temps d'attente sont relevés par l'unité Réseau postal et vente au moyen du système de tickets dans 257 offices de poste.

Objectif atteint: 95,4% des clients ont attendu moins de 7 minutes avant d'être servis, 98,6% des clients ont attendu moins de 10 minutes.

Services financiers

Offre de prestations

Paiements, placements, prévoyance, financement: trafic des paiements en Suisse et à l'étranger, comptes privés et (e)Deposito, e-finance et facturation électronique, dépôts-valeurs, fonds, comptes et fonds de prévoyance, assurances-vie, hypothèques.

Evolution en 2009

Depuis novembre 2009, PostFinance propose aux clients privés, en collaboration avec la Münchener Hypothekenbank (MHB), deux nouvelles offres de financement de logement en propriété: les hypothèques pour immeubles locatifs et les hypothèques pour immeubles d'habitation/commerciaux (part commerciale max. 50%).

PostFinance relie le compte postal au téléphone portable: les clients peuvent consulter par SMS le solde de leur compte et les cinq dernières transactions, charger un crédit sur leur téléphone ou virer sur un autre compte postal des montants jusqu'à 100 francs. Le paiement par SMS est possible en différents points de vente tels que cabanes du CAS, fermes et parkings. Le montant est automatiquement débité du compte postal. Il suffit de s'inscrire au service une unique fois et d'avoir un solde positif.

Avec le Single Euro Payments Area (SEPA), les pays européens ont créé en 2008 un espace unique de paiements en euros. Depuis novembre 2009, le système européen de prélèvement gratuit SEPA permet de débiter directement d'un compte postal des montants en euros dus à des émetteurs européens de factures. A titre d'exemple, le propriétaire d'une résidence secondaire en Espagne peut régler sa facture d'électricité depuis son compte postal.

Transport de voyageurs

Offre de prestations

CarPostal propose à ses clients près de 800 lignes de cars postaux totalisant plus de 10 000 kilomètres et 13 800 arrêts dans le cadre des transports publics ainsi que des lignes touristiques, des courses spéciales, le ramassage scolaire (ScolaCar) et des bus sur appel (PubliCar).

Evolution en 2009

Pour certaines excursions dans les Grisons et en Valais, les clients peuvent réserver leur place en ligne. Ce nouveau service gratuit fonctionne sans inscription préalable.

Depuis début mai 2009, des cars postaux empruntent la nouvelle autoroute pour traverser le tunnel de l'Uetliberg. Par trajet, quelque 25 passagers prennent place à bord du bus express qui relie Affoltern a.A. à la gare de Zurich-Enge via Bonsstetten-Wettswil. L'exploitation pilote s'achèvera fin 2010. Grâce à la forte demande, on peut d'ores et déjà dire que la ligne des cantons d'Argovie et de Zurich sera intégrée dans l'offre officielle de transports publics.

A la faveur du changement d'horaire de décembre 2009, CarPostal a introduit 22 nouvelles lignes et élargi son offre de 3,5 millions de kilomètres-horaire supplémentaires. Les voyageurs en profitent principalement durant les heures creuses. Au total, CarPostal parcourt quelque 94 millions de kilomètres-horaire.

En 2009, la ville de Frauenfeld a remporté le prix «FLUX – nœud de communication d'or». Ce prix récompense une gare multimodale qui convainc tant du point de vue des clients que sous l'angle de son exploitation et de sa conception. FLUX est décerné chaque année par CarPostal Suisse SA (entité responsable) et l'Union des transports publics (patronage).

Clients commerciaux

Offre

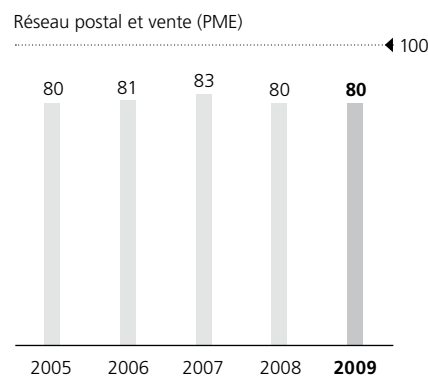
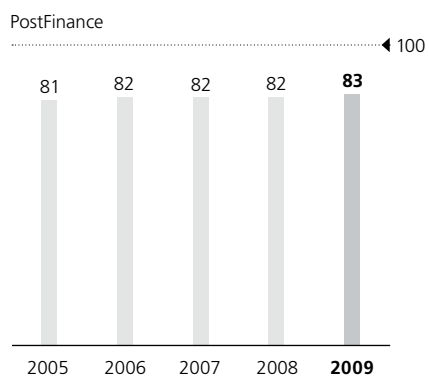
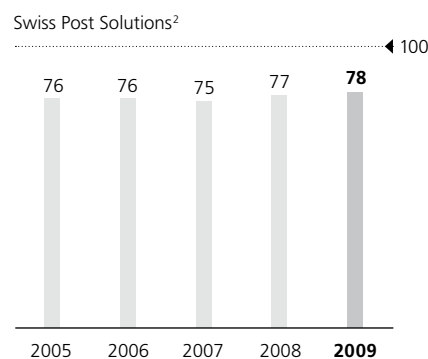
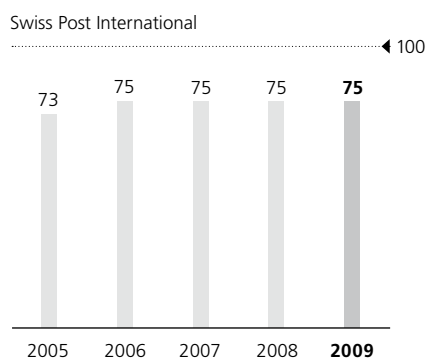
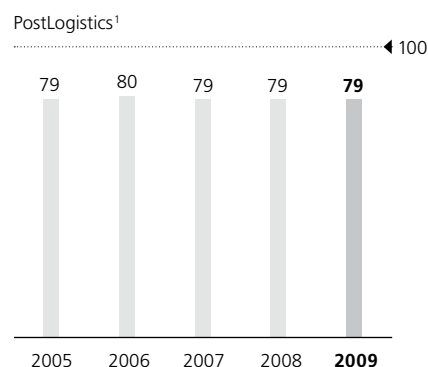
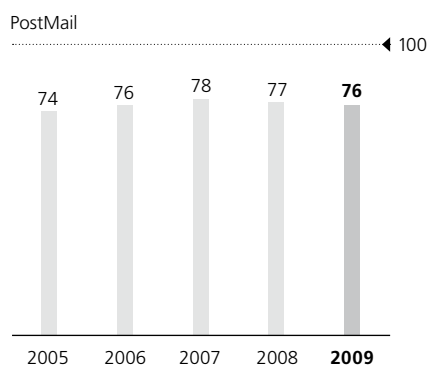
L'offre réservée aux clients commerciaux est regroupée au sein de cinq paquets de prestations: Courrier, Logistique, Marketing direct, Presse, Solutions documents et solutions dialogue. S'y ajoutent les prestations spécifiques de PostFinance et de CarPostal. L'offre comprend des solutions sur mesure 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 86). Depuis février 2009, les clients commerciaux peuvent compenser les émissions de CO₂ occasionnées par leurs envois postaux en versant un supplément «pro clima» (E→ 20). Ce supplément par envoi correspond à un faible pour-mille ou pour-cent du prix de la prestation postale choisie pour la Suisse ou l'étranger. La Poste compense les émissions de CO₂ en investissant chaque année les suppléments «pro clima» dans des projets de protection du climat portant le label Gold Standard et en achetant des certificats d'émission de CO₂ de qualité.

Satisfaction de la clientèle

Les clients commerciaux apprécient en particulier les efforts déployés par la Poste pour s'adapter à leurs nouveaux besoins et sont très satisfaits des conseillers à la clientèle et du personnel de distribution. Ils perçoivent la Poste comme un partenaire dynamique et fiable. Lors du sondage réalisé auprès de la clientèle en 2009, ils lui ont attribué à nouveau de bonnes notes. Aucun changement notable par rapport aux résultats de 2008 n'est à signaler.

La satisfaction de la clientèle est mesurée depuis dix ans par un institut d'études de marché indépendant.

Clients commerciaux | Satisfaction de la clientèle
 Echelle de 0 à 100, 100 = satisfaction maximale



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 Swiss Post Solutions a été mesurée pour la première fois en 2009; les valeurs des années précédentes sont celles de l'unité Gestion des clients stratégiques, y compris de la section Gestion des clients stratégiques et pour les années 2005-2007, celles de la section Gestion des clients stratégiques.

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, la gestion des adresses et des outils en ligne ainsi que la prise en charge et la distribution d'envois.

Evolution en 2009

Depuis le 1^{er} juillet 2009, les lettres jusqu'à 100 grammes sont elles aussi assujetties à la T.V.A. Les prix bruts de ces envois sont toutefois demeurés inchangés pour les clients, la Poste n'ayant pas répercuté la taxe de 7,6% sur les clients. Pour plus de 80% des envois, les prix nets ont ainsi diminué pour les clients pouvant obtenir le remboursement de la T.V.A. Par ailleurs, la Poste a réduit le prix des grandes lettres jusqu'au format B4 pour la Suisse et a simplifié les limites en matière de format et de poids. Les économies ainsi réalisées s'élèvent à quelque 200 millions de francs pour les particuliers et l'économie.

Logistique

Offre de prestations

«Logistique» comprend des prestations telles que la logistique de marchandises et de stockage nationale et internationale (colis, exprès, 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 valeurs et d'espèces) et e-logistics (logistique physique combinant des solutions informatiques intégrées).

Evolution en 2009

FM Verzollungs SA, une unité d'entreprise de Swiss Post International Logistics SA, a ouvert à Seewen (SZ) un cinquième bureau de douane intérieur. Les chauffeurs de camions suisses exportant des marchandises peuvent y retirer un document de transit qu'ils présentent ensuite directement à un bureau de douane étranger. Ils évitent ainsi les attentes à la frontière. Inversement, les marchandises en provenance d'Italie parviennent plus rapidement en Suisse. Grâce à ce site central situé au bord de l'autoroute, les transporteurs économisent sur la durée des transports et sur la redevance poids lourds (RPLP). FM Verzollungs SA se charge notamment du dédouanement de marchandises à l'importation et à l'exportation. Pour le dédouanement des marchandises acheminées par poids lourds, d'autres bureaux de douane intérieurs sont à la disposition des transporteurs à Aarau, à Chiasso-Balerna, à Bâle-Wolf et à Bâle-Umschlagbahnhof (gare de transbordement).

Avec son système de gestion des vêtements de travail JobFashion, PostLogistics apporte son soutien aux entreprises de tous les secteurs pour l'approvisionnement, la répartition, le stockage et l'entretien des tenues vestimentaires de leur personnel. Grâce à une plateforme en ligne facilement intégrable dans tout site Internet, les responsables de ces entreprises ont à tout moment une vue d'ensemble des processus en cours et les collaborateurs savent de quels vêtements ils disposent et peuvent, le cas échéant, en commander.



Envoyer ou recevoir des colis plus confortablement ?

La Poste vient les chercher à domicile et vous avertit par SMS de leur arrivée.

La prestation complémentaire «Prise en charge au domicile» permet aux clients commerciaux la prise en charge, chez leurs clients finaux, de colis tels que les envois à l'examen et les produits sous garantie. Le client final indique le lieu et l'heure de prise en charge et la Poste s'acquitte du mandat dans les délais.

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 2009

Désormais, les expéditeurs d'envois publicitaires peuvent définir le jour de distribution de leurs envois publicitaires sans adresse (PromoPost). Cela leur permet de planifier précisément et de coordonner des annonces et des actions partout en Suisse. Jusqu'à présent, ils pouvaient déterminer le jour de distribution des envois à deux ou trois jours près et ne savaient pas précisément quand et dans quelle localité les envois PromoPost seraient distribués. La nouvelle offre, adaptée à leurs besoins, est possible grâce aux installations modernes et aux processus standardisés des nouveaux centres courrier.

Pour la planification et la livraison de leurs envois publicitaires sans adresse, les expéditeurs disposent depuis le 1^{er} décembre 2009 d'une nouvelle application Internet (tool PromoPost). Celle-ci leur permet de planifier et de saisir les ordres PromoPost ainsi que de préparer et de gérer les envois de façon autonome. L'application leur fournit en outre tous les documents et informations importants pour la préparation des envois.

InfoCard est un mode d'acheminement à tarif avantageux de cartes adressées dès 500 exemplaires. Cette nouvelle offre est une alternative convaincante aux envois en nombre du courrier B, qui ont fait leurs preuves. InfoCard est appropriée aux actions ponctuelles et aux campagnes échelonnées reposant sur des messages brefs et percutants.

Depuis mi-août 2009, les experts et les personnes intéressées par le marketing trouvent dans le «DirectGlossary», lexique électronique du marketing direct, plus de 500 termes sur le sujet. Cet outil gratuit est interactif: les utilisateurs peuvent saisir ou compléter des termes manquants ou incomplets, commenter les explications et recommander le lexique.

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 2009

Avec «PersonalNews», la Poste a proposé pour la première fois en 2009 un quotidien personnalisé. Durant six mois, elle a testé, dans le cadre d'un projet pilote réalisé en étroite collaboration avec des éditeurs de journaux, la demande et la faisabilité technique d'une telle formule. Chaque jour, le lecteur choisissait en ligne les pages d'une vingtaine de titres nationaux et internationaux qu'il souhaitait recevoir. L'idée a suscité un grand intérêt: durant le projet, plus de 1200 lecteurs ont reçu leur journal personnalisé chaque matin par courriel. A Zurich, l'une des régions test, une version imprimée a été envoyée à 100 personnes.

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), le traitement de documents et d'informations, l'édition de documents ainsi que des solutions de marketing et la gestion de campagnes. 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), la gestion des relations avec la clientèle et des programmes de fidélisation de la clientèle, les cartes valeur et cartes de sécurité, les produits en matière de sécurité et des combinaisons de solutions spécifiques à des branches.

Evolution en 2009

La Poste a lancé Swiss Post Box, la boîte aux lettres électronique: sur demande, elle numérise les envois physiques et les adresse à la boîte aux lettres électronique du client. Chaque lettre peut être reçue et traitée par voie électronique quels que soient l'heure et le lieu. La Poste scanne les lettres déviées et les dépose dans la Swiss Post Box au format PDF. Dans un premier temps, seule l'enveloppe est scannée, le destinataire décidant alors s'il veut ou non la recevoir décajetée. Cette offre payante, destinée tant aux particuliers qu'aux entreprises, s'adresse à tous ceux qui se déplacent beaucoup et souhaitent traiter leur correspondance en ligne et dans les temps. A ce jour, la Swiss Post Box est disponible en Suisse, en Allemagne, en France, en Italie et en Autriche.

Le SwissStick est une clé USB sécurisée développée par SwissSign, une société du groupe: elle renferme l'identité électronique contrôlée de son détenteur (CertificatPoste) et intègre un logiciel de signature (SwissSigner) ainsi qu'une solution éprouvée pour des transmissions de données sécurisées par voie électronique (IncaMail). Le SwissStick est plug-and-play, il peut être utilisé sur tout ordinateur et ne laisse aucune trace une fois le travail terminé. Chaque utilisateur peut ainsi apposer sa signature électronique simplement, s'identifier virtuellement ainsi qu'envoyer et recevoir des données en toute sécurité. Le SwissStick remplit les strictes normes de sécurité en matière d'e-banking. En option, des applications sectorielles ou des solutions

commerciales peuvent être installées sur la clé USB. Le produit a été testé par 1000 collaborateurs de la Poste et est commercialisé depuis 2010.

Conformément aux normes techniques requises, la Poste produit la nouvelle carte d'assuré pour la principale caisse d'assurance-maladie de Suisse en la dotant d'une puce électronique. Les assureurs-maladie ont été chargés par la Confédération de remplacer l'actuelle carte à bande magnétique. La nouvelle carte facilite les tâches administratives et peut être utilisée, comme l'ancienne, lors de consultations médicales et dans les pharmacies. Dorénavant, les assurés peuvent, s'ils le souhaitent, faire enregistrer des données relatives à leur santé. Extensible, la carte peut servir de clé d'accès au dossier médical électronique que la Confédération souhaiterait mettre en place.

La Poste propose aux communes et aux cantons de procéder pour leur compte à l'attribution de l'identificateur fédéral de logement (EWID), indispensable pour le recensement de 2010. Cet identificateur permet en effet d'attribuer chaque personne à un foyer et d'harmoniser les registres existants. En collaboration avec l'Office fédéral de la statistique, la Poste a mis au point une procédure pratique et conforme à la protection des données. Cette procédure comprend l'acquisition et la préparation des données, leur consolidation électronique ainsi que la vérification par le personnel de distribution. En vertu du secret postal, la Poste garantit le respect de la protection des données. Une fois les travaux achevés, elle supprimera toutes les données relevées.

En 2009, Swiss Post Solutions a repris progressivement la gestion des documents de Zurich Financial Services pour différentes filiales européennes. Le coup d'envoi a été donné en Grande-Bretagne et en Suisse au 1^{er} trimestre 2009, l'Autriche et l'Espagne ayant suivi en décembre. Il est prévu de reprendre les filiales allemande et italienne. Swiss Post Solutions reprend également les collaborateurs dans les six pays. Au final, quelque 400 000 documents seront traités chaque jour pour Zurich Financial Services. Il s'agit du traitement de près de 240 000 envois postaux physiques et de la numérisation d'environ 150 000 documents.

Avec SuisselD, la Confédération lance le premier produit de Suisse standardisé destiné à servir de preuve d'identité électronique sécurisée en Suisse. La Poste proposera la SuisselD dans toute la Suisse à partir de mai. La SuisselD de la Poste crée un accès rapide à l'identité numérique sécurisée pour les autorités, les entreprises et les particuliers. Ceux-ci pourront désormais conclure des affaires ensemble par voie électronique de manière simple et sûre ou accéder à des services par Internet. Avec son SwissStick, la Poste propose aujourd'hui déjà sur le marché la solution la plus simple combinant l'identité numérique avec des applications utiles. Au moment du lancement, le SwissStick sera disponible avec la SuisselD. Les clients pourront effectuer l'identification personnelle requise dans tous les offices de poste. La SuisselD de la Poste sera disponible, d'une part, sous forme de carte à puce ordinaire et, d'autre part, sous forme de SwissStick, la clé mobile pour une communication numérique sûre, avec une solution intégrée. La puce peut être utilisée dans une clé USB sécurisée contenant diverses applications pour la SuisselD. Les applications contenues sur la clé permettent par exemple de signer des documents de manière juridiquement valable par voie électronique et de les envoyer sous forme cryptée par recommandé électronique.

Prestations de PostFinance

Offre de prestations

Pour les clients commerciaux: compte commercial, compte (e)-Deposito, services de paiement nationaux et internationaux, prestations électroniques, 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 2009

Depuis novembre 2009, PostFinance propose aux PME des crédits dans le cadre d'une coopération avec Valiant: découvert en compte courant et avance à terme fixe (à partir de 100 000 francs et jusqu'à 1 million de francs) ainsi que des prêts (entre 50 000 francs et 1 million de francs).

Avec le Single Euro Payments Area (SEPA), le système européen de prélèvement gratuit, les clients commerciaux peuvent faire débiter directement de leur compte postal des montants en euros dus à des émetteurs européens de factures. A partir d'avril 2010, ils pourront exiger le paiement de leurs créances en euros, directement sur leur compte postal, dans l'espace européen et en Suisse.

L'Asie est un partenaire commercial de plus en plus important pour les entreprises suisses. C'est pourquoi PostFinance propose à ses clients la possibilité d'effectuer des paiements dans huit nouveaux pays asiatiques, dans leurs devises respectives.

Prestations de CarPostal

Offre de prestations

Dans les transports publics, CarPostal est le mandataire de la Confédération, des cantons et des communes qui achètent des prestations auprès d'entreprises de transport. Elle fournit également des prestations à des communautés tarifaires et à des sociétés de chemins de fer (en remplacement de trains p. ex.) En complément aux transports, CarPostal, en tant que prestataire de systèmes, propose des prestations de gestion telles que la direction de projets relatifs à l'introduction de systèmes de pilotage de l'exploitation et d'information des voyageurs ainsi que des systèmes de vente incluant toute l'infrastructure informatique. CarPostal fournit plus de la moitié de ses prestations via les entreprises privées CarPostal.

Evolution en 2009

CarPostal a effectué des transports en remplacement des trains des Chemins de fer rhétiques (RhB) pour les lignes Poschiavo–Tirano/Italie, Ardez–Scuol et Coire–Arosa. En Basse-Engadine, la ligne de chemin de fer avait été suspendue entre mars et novembre en raison de la rénovation du tunnel du Tasna. Selon le moment de la journée, jusqu'à cinq cars postaux ont été mis en circulation simultanément.

Depuis le 1^{er} septembre 2009, CarPostal gère à St-Gall un centre de compétences pour les systèmes d'information des voyageurs. Il est chargé des systèmes informatiques de pilotage de l'exploitation et des systèmes dynamiques d'information des voyageurs. Il s'agit du troisième centre de compétences après ceux de Bâle (comptage des voyageurs) et de Zurich (contrôle des titres de transport et encaissement).

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 ([E](#)) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2009links 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 2009

17	Préface
20	Interview
29	Profil de l'entreprise
Evolution de l'activité	
53	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
85	Valeur ajoutée pour la clientèle
99	Valeur ajoutée pour le personnel
100	Emplois
100	Groupe et La Poste Suisse
101	Segments
102	L'employeur Poste
102	Gestion de la diversité
102	Vie professionnelle et vie privée
103	Gestion de la santé au sein de l'entreprise
104	Conseil et assistance en situation d'urgence
105	Caisse de pensions
105+	Développement du personnel
105	Culture de direction
105	Formation professionnelle, perfectionnement et promotion de la relève
107	Promotion de la compétitivité sur le marché du travail
107	Positionnement sur le marché du travail
107	Engagement et volonté de performance
108	Démographie
109	Partenariat social
109	Conditions de travail
109	Loi sur le personnel de la Confédération et Code des obligations
109	Conventions collectives de travail
110	Sociétés du groupe à l'étranger
110	Réorganisations socialement responsables
113	Valeur ajoutée pour la société
134	Gestion
150	Rapport financier
220	Informations détaillées
221	Comparaison des chiffres clés sur 5 ans

Valeur ajoutée pour le personnel

Emplois Groupe et La Poste Suisse

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 (E+9) et mise sur la volonté de performance et l'engagement.

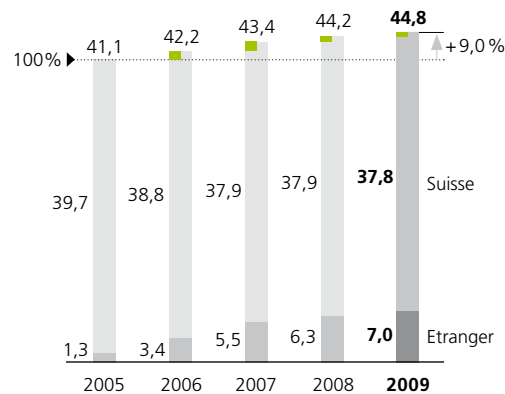
Conformément au principe de développement durable de l'entreprise, cette valeur ajoutée ne peut être créée que si la Poste en crée également pour le **propriétaire**, pour la **clientèle** et pour la **société**.

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 53). 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 les ventes et crée ainsi de la valeur ajoutée pour les clients (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour la clientèle», page 85). 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 113).

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. Les effectifs moyens du groupe ont augmenté en 2009 de 625 équivalents plein temps (2008: 731 équivalents plein temps).

Groupe | Nombre d'équivalents plein temps

2005 = 100%, avec écart par rapport à l'année précédente, en milliers d'équivalents plein temps plein



A l'étranger, les effectifs de Swiss Post Solutions ont augmenté aux Etats-Unis et ceux de CarPostal, en France. Trois raisons principales expliquent la diminution du nombre de collaborateurs dans la maison-mère de 2056 équivalents plein temps: la mise en service du nouveau traitement du courrier (projet REMA), le transfert de Service House dans InfraPost SA et le recul accru du volume de lettres, de 4,7%, consécutif à la mauvaise conjoncture.

Groupe | Effectifs

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Effectifs	personnes	60 977	59 184
à l'étranger	%	12,6	11,6
Effectifs	unités de personnel ¹	44 803	44 178
à l'étranger	%	15,6	14,2
La Poste Suisse*	unités de personnel ¹	30 863	32 919
Taux de départ Groupe (Suisse)	en % ²	8,3	11,4
Taux de fluctuation (départs volontaires) Groupe (Suisse)	en % ²	3,1	5,3
Licenciements pour raisons économiques La Poste Suisse*	quantité	33	78

* 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.

² Nombre de départs (personnes) en pourcentage des effectifs moyens (personnes)

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

Segments

Du fait de la mise en service des nouveaux centres courrier (clôture du projet REMA) et de la baisse des volumes d'envois, les effectifs de PostMail ont diminué de 598 équivalents plein temps. Ce chiffre tient compte de la hausse des effectifs de 390 équivalents plein temps, consécutive à la reprise de l'activité de distribution matinale de Tamedia et du groupe NZZ. L'optimisation de l'administration a eu pour effet une réduction des effectifs de 82 équivalents plein temps.

Croissance oblige, la Poste a également créé des emplois dans les unités PostFinance (153 équivalents plein temps), CarPostal (166 équivalents plein temps dont 101 à l'étranger) et Swiss Post Solutions (138 équivalents plein temps). La hausse des effectifs de PostLogistics, 195 équivalents plein temps, est principalement due aux acquisitions de Dispodrom SA et d'IT Service House SA ainsi qu'à l'extension de l'activité de stockage.

Groupe | Effectifs par segment

2009 par rapport à l'année précédente

unités de personnel ¹	2009	2008
PostMail	16 996	17 594
PostLogistics	5 489	5 294
Swiss Post International	1 272	1 294
Swiss Post Solutions	6 878	6 109
Réseau postal et vente	6 973	7 055
PostFinance	3 042	2 889
CarPostal (sans les entrepreneurs CarPostal)	1 736	1 570
Autres	2 417	2 373

¹ Effectifs moyens convertis en équivalents plein temps.

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

Concernant la prise en compte des intérêts des régions en termes d'emplois, voir la page 116.

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 la clientèle 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.

Pour prévenir toute invalidité, la Poste aide les collaborateurs malades et accidentés à retrouver leur emploi le plus rapidement possible. Les personnes handicapées continuent d'être employées ou sont réintégrées au sein de l'entreprise. Nous appliquons ce principe depuis des années. Dans cette tâche importante, les supérieurs hiérarchiques sont soutenus par des collaborateurs qualifiés.

La Poste Suisse* | Gestion de la diversité 2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Sexe			
Hommes	%	49,9	49,1
Femmes	%	50,1	50,9
Proportion de femmes à la direction			
Proportion de femmes au Conseil d'administration	%	25,0	20,0
Proportion de femmes à la Direction du groupe	%	0,0	0,0
Proportion de femmes parmi les cadres supérieurs ¹	%	8,7	7,7
Diversité linguistique (langue maternelle)			
Allemand	proportion de personnes en %	67,5	66,1
Français	proportion de personnes en %	21,5	21,4
Italien	proportion de personnes en %	6,7	7,4
Romanche	proportion de personnes en %	0,6	0,7
Autres	proportion de personnes en %	3,6	4,4
Nationalités			
Suisse	proportion de personnes en %	89,7	89,5
Autres	proportion de personnes en %	10,3	10,5
Nations représentées	quantité	114	118

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

¹ Y compr. Direction du groupe.

D'autres chiffres clés et des explications figurent dans les données chiffrées (E+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. 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 2009, 43,9% des collaborateurs travaillaient à un taux d'occupation inférieur à

Le temps partiel pour les cadres ? A la Poste, de plus en plus d'hommes utilisent cette possibilité.

90%, dont 16,6% d'hommes (un pourcentage qui ne cesse d'augmenter). La proportion de cadres à temps partiel est de 11,3%. Près de 21% des quelque 5000 supérieurs hiérarchiques de la Poste sont des femmes. 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

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Temps partiel total	%	43,9	45,7
Hommes	%	16,6	16,7
Femmes	%	71,2	73,5
Temps partiel des cadres	%	11,3	9,6
Hommes	%	7,1	6,0
Femmes	%	33,8	31,2

* 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 (E-99).

**Gestion de la santé
 en entreprise**

L'engagement de la Poste en faveur de la santé de son personnel ne date pas d'hier. En mettant sur pied un centre de compétences pour la gestion de la santé au sein de l'entreprise (GSE), la Poste a renforcé, étendu et systématisé ses efforts en faveur de la santé et des performances de ses collaborateurs. En 2009, la Direction du groupe a adopté la mission suivante: «Gestion de la santé en entreprise contribue au succès durable de l'entreprise. Les supérieurs hiérarchiques s'engagent en faveur de la santé de leurs collaborateurs. Ils mettent tout en œuvre pour éviter les maladies et les accidents professionnels et contribuent activement à la prévention et à la réinsertion. De leur côté, les membres du personnel s'engagent activement en faveur de la préservation de leur santé tout en assumant la responsabilité.» A travers sa mission GSE, la Poste met l'accent sur le sens des responsabilités et le rôle des supérieurs hiérarchiques. Des gestionnaires de la santé expérimentés sont aux côtés des supérieurs hiérarchiques et des collaborateurs pour la mise en œuvre de la mission au quotidien.

Le label «Friendly Workspace» (environnement de travail convivial) a été décerné à PostFinance, Réseau postal et vente, PostMail et PostLogistics pour leurs activités systématiques de GSE. Il est attribué par Promotion Santé Suisse aux entreprises qui, pour la planification, la mise en œuvre et l'évaluation de la GSE, respectent les normes de qualité du Réseau européen pour la promotion de la santé en entreprise (ENWHP).

Dès le recrutement de nouveaux collaborateurs, PostMail veille à ce que l'état de santé de ceux-ci soit en adéquation avec le poste à pourvoir. Pour cela, les exigences du poste en termes de santé sont définies et mises en rapport avec les qualités du candidat. Cela évite, à court terme, des déceptions et, à long terme, des surmenages et des séquelles physiques. Par la suite, le caractère approprié de l'état de santé des collaborateurs est relevé périodiquement, de sorte que des maux soient identifiés à temps. Des mesures ciblées permettent d'éviter les absences dues à une maladie et l'aptitude au travail est préservée durablement.

PostLogistics a engagé des physiothérapeutes et ouvert des salles de musculation: sur quatre sites de production, des entraînements sont proposés aux collaborateurs pour qu'ils musclent leur appareil locomoteur et apprennent par exemple comment soulever correctement des charges. Les collaborateurs déclarent avoir moins de douleurs et être plus satisfaits. Ces deux dernières années, l'absentéisme a diminué de 5 à 10% sur certains sites. Pour son programme de physiothérapie «Bouger, c'est (toujours) possible!», PostLogistics a obtenu le 2^e prix «Santé et entreprise 2009» de l'Association européenne pour la promotion de la santé (aeps). L'approche participative retenue pour l'élaboration du programme a particulièrement séduit le jury.

Par une campagne d'information, CarPostal vise une réduction du nombre d'agressions verbales et de voies de fait contre les conducteurs et les contrôleurs. En vertu de la loi sur le transport de voyageurs, les infractions pénales sont poursuivies d'office par la police depuis 2007, sans dépôt de plainte par la personne concernée. Des autocollants et des affiches sont apposés dans les véhicules pour attirer l'attention du public sur la législation (infraction poursuivie d'office) et mettre ainsi davantage de barrières pour empêcher d'éventuelles agressions.

Par rapport à 2008, le nombre d'accidents professionnels a augmenté en 2009 de 3% pour s'établir à 6,5 accidents pour 100 équivalents plein temps. Cette évolution négative concerne en particulier le traitement des envois à la suite de l'introduction de nouveaux processus et moyens de travail. De plus, le nombre de chutes a augmenté chez le personnel de distribution en raison de routes et de chemins fortement verglacés au cours d'un hiver particulièrement long. Avec le système de gestion de la sécurité au travail, la Poste procède systématiquement à la prévention des accidents sur ses différents sites et, par des campagnes ciblées, elle sensibilise ses collaborateurs au thème de la sécurité durant le temps libre. Par rapport à 2008, le nombre d'accidents non professionnels a diminué de 2% pour passer à 15,3 accidents pour 100 équivalents plein temps.

Groupe (Suisse) | Gestion de la santé

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Accidents professionnels	quantité pour 100 unités de personnel	6,5	6,2
Accidents non professionnels	quantité pour 100 unités de personnel	15,3	15,6
Absences pour raisons médicales ¹	jours par collaborateur ¹	10,4	10,7
	jours par année	361 782	373 709
Coûts salariaux des absences	mio. CHF	117,6	118,5

¹ Selon la CCT, les rapports de travail sont maintenus pendant deux ans; selon le CO, ils sont résiliés 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 (E+99).

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 les écoutons attentivement et développons avec eux de nouvelles perspectives en vue d'améliorer leur situation. Nous tentons de renforcer leurs capacités et leur sens des responsabilités et faisons ainsi progresser leur volonté de performance. 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. Le Service social soutient et conseille les supérieurs hiérarchiques et les conseillers RH en cas de crises aiguës; dans le cadre de séminaires de prévention, il les forme à la gestion de la dépendance ainsi que du harcèlement moral et sexuel. En 2009, le Service social a encore davantage axé son travail sur les besoins de ses clients, il a uniformisé ses processus de conseil, affiné le reporting, introduit un feed-back de la clientèle et amélioré la communication avec le conseil RH. En 2009, les 26 assistants sociaux de la Poste ont dispensé des conseils à quelque 2700 collaborateurs et ont organisé 88 séminaires réunissant 1650 participants ou y ont pris part 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. En 2009, elle a accordé 593 000 francs d'aides non remboursables (subsidés) et 720 000 francs de prêts à un taux d'intérêt préférentiel dont ont bénéficié 403 collaborateurs. Par ces subsidés, elle contribue notamment aux frais de maladie et d'accident ainsi qu'aux dépenses de formation des enfants. Elle encourage en outre les vacances en famille en louant plus de 70 logements de vacances à des prix avantageux. Les dépenses du Fonds du personnel sont financées par les intérêts de sa fortune, qui s'élevait fin 2009 à près de 58 millions de francs.

Caisse de pensions

La Poste assure son personnel selon un système 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 les intérêts.

La Caisse de pensions Poste a clôturé l'année 2008 avec un degré de couverture de 88,1% dû à l'évolution négative des marchés financiers. Selon le délai fixé par le Conseil fédéral, le découvert doit être comblé d'ici cinq à sept ans. Au cours de l'année sous revue, les marchés financiers se sont certes repris et ont fait remonter le degré de couverture à 95,5% au 31 décembre 2009; toutefois, on ne peut tabler uniquement sur une évolution positive durable. C'est pourquoi le Conseil de fondation a opté pour le mécanisme d'assainissement suivant: depuis le 1^{er} janvier 2010, les assurés actifs et l'employeur Poste paient sur le salaire assuré des contributions de 2% au total destinées à l'assainissement de la caisse de pensions et les taux d'intérêt des comptes d'épargne sont rabaissés (1% minimum, 2% maximum). De plus, la Poste a versé dans la caisse de pensions 250 millions de francs supplémentaires en tant que réserve de cotisations de l'employeur pour 2009. Conformément à la décision prise par les partenaires sociaux dans le cadre des négociations salariales, la Poste prendra à sa charge, en 2010, la quote-part du personnel à l'assainissement de la caisse de pensions pour 2010. Ces mesures seront supprimées dès que le degré de couverture de 100% aura été atteint.

Caisse de pensions Poste

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Degré de couverture de la Caisse de pensions Poste selon LPP ¹	%	95,7 ²	88,1
Découvert de la Caisse de pensions Poste selon IFRS ²	mio. CHF	2 221	3 541

1 Selon la loi fédérale sur la prévoyance professionnelle (LPP).

2 Voir le rapport financier, page 170.

3 Degré de couverture provisoire. La Caisse de pensions Poste ne communiquera le degré de couverture définitif qu'au 2^e trimestre 2010.

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

Développement du personnel Culture de direction

La Poste applique le principe «Ensemble, nous sommes forts». Elle encourage le sens des responsabilités et mise sur la disposition de chacun à évoluer. La gestion et la collaboration reposent sur des relations respectueuses, justes et partenariales ainsi que sur une communication transparente et ouverte. La Poste ne tolère ni discrimination ni harcèlement.

Formation professionnelle, perfectionnement et promotion de la relève

Souhaitant renforcer nos performances et continuer d'innover, nous nous assurons, à travers la formation professionnelle (E-14-15), 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): ils peuvent suivre douze formations de base dans les secteurs Logistique, Vente, Commerce, Informatique et Maintenance. Sur l'ensemble de la Suisse, 1690 apprentis (+7,6% par rapport à 2008) ont été formés et 98,5% d'entre eux ont réussi les examens finaux en 2009. Depuis 2004, année d'engagement de 479 nouveaux apprentis, l'offre de formation pour les jeunes n'a cessé de s'étoffer. En 2009, ils étaient 720 à commencer leur apprentissage à la Poste. La part des apprentis dans les effectifs s'élève à 4,5%. Il est important aux yeux de la Poste de doter les jeunes d'un bon bagage professionnel. A cette fin, tous les apprentis interviennent dans différents domaines et sont en relation avec les clients, avec les membres d'équipes et avec les supérieurs hiérarchiques. Entre huit et douze futurs employés du commerce de détail en 2^e ou 3^e année d'apprentissage gèrent un office de poste à Zurich-Wollishofen, à Prilly près de Lausanne, à Bâle-Spalen et à St-Gall. Sur place, deux conseillers expérimentés les soutiennent et les conseillent. En 2010, l'expérience sera poursuivie dans quatre nouveaux offices de poste d'apprentis.

Groupe (Suisse) | Formation professionnelle

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Apprentis Groupe Suisse	personnes	1 690	1 571
nouveaux engagements	personnes	720	633
Taux de formation	en %	4,5	4,1
Taux d'apprentis engagés	%	82	91

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

Depuis août 2009, la Poste propose «Perspektiva», un préapprentissage en logistique axé sur la pratique. Perspektiva est une passerelle pour les jeunes qui, à l'issue de la scolarité obligatoire, n'ont pas trouvé de place d'apprentissage. Chaque année, ils sont entre huit et dix à suivre ce programme au centre courrier de Zurich-Mülligen. Ce préapprentissage est expérimenté à titre d'essai durant trois ans.

La Poste a mis en place à l'été 2009 le programme d'un an de promotion de la relève réservé aux jeunes professionnels de la vente. Aux apprentis ayant obtenu d'excellents résultats aux examens finaux et aux nouveaux venus motivés, elle offre la possibilité d'acquérir de premières expériences dans le contact quotidien avec les clients commerciaux. Pour cela, elle les fait intervenir dans la vente et dans d'autres unités d'organisation. Une mise au concours des postes a eu lieu en février 2010.

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 2009, plus de 3000 collaborateurs ont assisté à quelque 200 séminaires et ateliers d'un ou de plusieurs jours. En complément, un nombre accru de programmes d'encouragement individuels sont mis au point. 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 et permet à ceux-ci de suivre des cours de langue en externe. 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.

En 2009, Réseau postal et vente a introduit deux programmes de gestion de la relève. Le programme de développement pour devenir responsable d'office de poste s'adresse aux collaborateurs du guichet souhaitant diriger un office de poste de taille moyenne. Les candidats sont sélectionnés à l'aide d'un entretien structuré. Quant au développement de la relève, il est conçu pour les collaborateurs qui souhaitent exercer une fonction clé dans la vente (responsable d'un secteur d'offices de poste ou d'un secteur de vente p. ex.) Leur potentiel est évalué au moyen d'un contrôle des compétences et d'une évaluation.

En 2008, la Poste a lancé une offensive de formation destinée à quelque 10 500 collaborateurs du guichet. En 2009, 4000 personnes de la vente ont été formées. Les formations, modulaires, portent sur tout ce qui a trait à la vente, des connaissances de base à l'entraînement pratique à la vente. Les cadres des secteurs d'offices de poste sont formés pour répondre aux besoins spécifiques des PME. Par ailleurs, pour conseiller les clients avec compétence, le personnel de la vente dispose de nombreuses possibilités de perfectionnement. En 2009, 789 personnes ont suivi le programme de formation ESCOLA, qui propose aux collaborateurs les meilleures chances de développement et les aide à effectuer leurs tâches en ne perdant pas de vue leurs objectifs et en utilisant au mieux les ressources.

Depuis septembre 2009, tous les conducteurs affectés au transport de personnes et de marchandises doivent être titulaires, en plus du permis de conduire, d'un certificat de capacité. D'une durée de cinq ans, ce dernier 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 des centres de formation continue agréés par les cantons et dont les enseignants sont autorisés à enseigner.

C'est dans cette perspective que la Poste a ouvert le centre de compétences Formation et perfectionnement personnel roulant, qui inclut une école de conduite. Celui-ci 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 l'opportunité de faire leurs premiers pas professionnels en son sein et d'acquérir des compétences dans les domaines les plus divers. En 2009, près de 80 étudiants et jeunes diplômés ont suivi le programme de formation pour stagiaires et de doctorat ou effectué un stage au sein de l'entreprise. Le nombre de stagiaires a doublé par rapport à 2008. Le programme de formation pour stagiaires permet aux universitaires de se familiariser avec deux domaines et de collaborer à des projets 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.

Promotion de la compétitivité sur le marché du travail

A travers le projet ValiPoste, la Poste permet à ses collaborateurs de longue durée ayant suivi une formation de monopole (p. ex. anciens fonctionnaires postaux en uniforme) de préparer, en cours d'emploi, un certificat fédéral de capacité (CFC) et d'augmenter ainsi leur compétitivité sur le marché du travail interne et externe. En 2009, 400 collaborateurs des unités du groupe PostMail et PostLogistics ont ainsi commencé leur formation complémentaire de gestionnaire en logistique. Celle-ci repose sur leur formation initiale, tient compte des compétences qu'ils ont acquises dans la pratique et les prépare au diplôme par un perfectionnement ciblé. En 2007, la première étape de la formation complémentaire du personnel de distribution a été lancée dans le cadre du sous-projet ValiDist. Jusqu'à juin 2009, près de 370 collaborateurs ont obtenu le diplôme de gestionnaire en logistique. A l'automne 2008, 370 autres collaborateurs de la distribution ont commencé cette formation et obtiendront leur diplôme d'ici mi-2010. La troisième et dernière étape du projet a démarré en octobre 2009. Cette fois, 340 personnes ont la possibilité de se requalifier d'ici à 2011. Au total, quelque 1500 collaborateurs pourront faire état, grâce à ValiPoste, d'un certificat reconnu par la Confédération. Ce programme a été reconnu par l'OFFT comme «autre procédé de qualification». En 2009, la Poste a reçu un World Mail Award dans la catégorie Gestion du personnel pour son projet ValiPoste.

Positionnement sur le marché du travail

Début 2009, la Poste s'est repositionnée sur le marché du travail. Sous la devise «Avançons ensemble», elle cible les jeunes ayant terminé l'école, l'université ou une haute école ainsi que les personnes expérimentées, les spécialistes et les cadres, hommes et femmes, et tente de les convaincre de rejoindre l'entreprise pour y exercer des tâches variées. Elle cherche des personnes engagées et dynamiques, à qui elle propose des formations et des perfectionnements ainsi que des possibilités de débiter leur carrière chez elle et de la faire évoluer. Aujourd'hui, des personnes issues de plus de 100 nations travaillent à la Poste dans plus de 100 métiers différents.

Sondage du personnel

Les collaborateurs de la Poste font preuve de motivation à l'égard des clients et de l'entreprise, ils sont engagés et, dans l'ensemble, satisfaits. C'est ce qui ressort du sondage du personnel réalisé en 2009 par un institut externe indépendant. La rubrique «Engagement» obtient 83 points sur une échelle de 100, la «volonté de performance» atteignant 87 points. En moyenne, le taux de satisfaction est de 75 points. Les collaborateurs considèrent que leur travail a un sens et est varié. Réalisée auprès de quelque 49 000 collaborateurs dans 16 pays et dans 8 langues, l'enquête affiche des résultats relativement uniformes. La participation a enregistré une nouvelle progression, de 6%: ils étaient 74% à répondre aux quelque 80 questions du sondage. Le taux de réponse est la seule valeur pouvant être comparée avec celle de l'année précédente. En effet, pour la première fois depuis onze ans, le questionnaire a été entièrement remanié, car la structure du groupe a radicalement changé depuis 1998. Le modèle d'évaluation a été adapté et les questions ont été formulées plus simplement et plus clairement. Des améliorations sont ponctuellement possibles dans quelques domaines et unités du groupe. Toutefois, l'image globale qui ressort du sondage est positive.

Démographie

Le vieillissement de la population pose également des défis à la Poste: depuis la fin des années soixante, le taux de natalité ne cesse de baisser et l'espérance de vie de s'allonger. A la Poste, l'âge moyen du personnel s'est accru entre 1999 et 2009, passant de 39,2 à 43,4 ans (groupe Suisse). La part des collaborateurs âgés de 30 à 40 ans a baissé tandis que celle des classes d'âge de 40 à 65 ans a augmenté. Une pénurie de main-d'œuvre est donc à prévoir, en particulier chez les cadres et les spécialistes, et il faut en tenir compte dès maintenant. C'est pourquoi la Poste simule les répercussions de l'évolution démographique sur l'entreprise à l'aide d'un outil électronique d'analyse de la pyramide des âges. Elle crée ainsi les bases pour des projets spécifiques et renforce la prise de conscience sur le sujet. Nous intégrons le résultat de nos analyses détaillées dans notre planification stratégique qualitative et quantitative des besoins en ressources humaines et développons des scénarios dans ce sens.

Désireux de continuer à développer notre culture d'estime à l'égard de nos collaborateurs expérimentés, nous veillons à ce qu'ils conservent le plus longtemps possible leurs capacités physiques et intellectuelles et leur motivation. Pour cela, nous mettons en place différentes mesures: encouragement de la formation d'équipes mixtes du point de vue de l'âge; promotion de la santé en entreprise et aménagement de postes et d'un environnement de travail ergonomiques. Lors de formations telles que «50+», les collaborateurs peuvent se pencher sur leur parcours et sur celui d'autres personnes et faire un bilan. Dans sa politique en matière de prévoyance, la Poste tient également compte des effets du vieillissement de la population en assouplissant au maximum l'âge de la retraite: celui-ci oscille entre 58 et 67 ans. Nous pouvons ainsi répartir sur plusieurs années une vague prévisible de départs à la retraite. De même, nous mettons en place des modèles de retraite partielle.

Parallèlement, la Poste mise sur les jeunes collaborateurs: en 2009, 720 apprentis ont commencé une formation à la Poste et, pour 2010, 750 nouvelles places d'apprentissage étaient à pourvoir. En 2009, la Poste a formé 1690 jeunes. Le taux de formation est de 4,5%. La majorité d'entre eux sont engagés par la Poste à l'issue de leur formation. Par ailleurs, s'agissant de l'évolution démographique, nous identifions un important potentiel chez les femmes qualifiées désireuses de réintégrer la vie professionnelle après avoir fait une pause pour élever leurs enfants.

Groupe (Suisse) | Démographie

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Personnel âgé de 50 à 59 ans	%	26,7	26,5
Personnel de 60 ans et plus	%	4,9	4,3
Age moyen du personnel	année	43,4	43,2

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

Partenariat social

Conditions de travail

La Poste emploie quelque 53 300 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) (E→ 8) et le Code des obligations (CO).

Au vu de la pression concurrentielle et de la libéralisation croissante du marché postal, la Poste préconise la fin de l'assujettissement de son personnel à la LPers et l'engagement de ce dernier selon le CO. Offrant des conditions de travail particulièrement avantageuses, la Poste est en effet 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 des prestations. Le respect de normes de travail usuelles doit continuer à conditionner les activités déployées sur le marché.

Loi sur le personnel de la Confédération et Code des obligations

Fondée sur la LPers (E→ 8), la CCT Poste (E→ 10) est en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2002. La majorité des collaborateurs de l'entreprise (plus de 37 331 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 (E→ 13), la CCT PostLogistics (E→ 12) et la CCT Auxiliaires (E→ 11)).

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.

Conventions collectives de travail

■ Convention collective de travail (CCT) Poste

La CCT Poste (E→ 10) garantit des allocations sociales supérieures à la moyenne, des primes pour performances exceptionnelles ainsi que d'autres avantages tels que 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. En 2009, les collaborateurs assujettis à la CCT Poste ont bénéficié d'une hausse de salaire générale de 0,7%. Par ailleurs, les augmentations de salaire liées à la prestation individuelle ont représenté 0,8% de la masse salariale totale. Enfin, en 2010, la Poste prend à sa charge la quote-part de l'employé de 1% destinée à l'assainissement de la caisse de pensions.

■ 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 (E→ 13).

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. Or, une telle responsabilité sociale dépend largement de la réussite de l'entreprise.

■ Convention collective de travail Presto

En décembre 2009, la Poste et ses partenaires sociaux sont convenus d'une CCT pour la distribution matinale de journaux. La CCT Presto régit le droit du travail pour les quelque 10 000 collaborateurs de Presto Presse-Vertriebs SA. Elle entrera en vigueur le 1^{er} mars 2010. Presto est une société du groupe au sein de laquelle ont été réunies les organisations de distribution matinale de journaux de Tamedia et du groupe NZZ ainsi que les structures de distribution matinale de la Poste (voir aussi le paragraphe consacré à l'extension des activités de distribution matinale de PostMail, page 67).

Groupe (Suisse) | Conditions d'engagement, salaires et indemnités

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Engagements selon CCT Poste*	unités de personnel en %	66,5	71,2
Salaires minimaux selon CCT Poste*	CHF par année ¹	44 071	42 746
Salaires moyens du personnel	CHF par année	80 361 ²	78 141 ³
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe	CHF par année ⁴	491 200	492 781
Ecart salarial	Facteur ⁵	6,1	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).

3 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).

4 Sans le directeur général.

5 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 (E+99).

Sociétés du groupe
à l'étranger

Trois unités de la Poste – Swiss Post International, Swiss Post Solutions et CarPostal – sont présentes à l'étranger. 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.

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: aujourd'hui, ils ont quasiment tous retrouvé un poste en interne ou en externe, sont partis à la retraite ou ont opté pour une indemnité de départ. Quelques-uns d'entre eux ont encore bénéficié en 2009 d'un accompagnement dans le cadre de leur reconversion professionnelle.

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 2009, les collaborateurs de l'AMZ ont accompagné 38 collaborateurs dans le cadre de leur reconversion professionnelle; ils ont conseillé 544 personnes sur leur métier et leur évolution professionnelle et ont organisé 54 séminaires consacrés à l'acte de candidature et suivis par plus de 800 participants. Pour la première fois depuis la création de l'AMZ, nous avons conseillé des collaborateurs à l'étranger: à Dettingen, près de Stuttgart, nous avons ainsi accompagné 26 collaborateurs dans le cadre de leur reconversion professionnelle.

Groupe (Suisse) | Bourse de l'emploi

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Conseils individuels par la Bourse de l'emploi	quantité	582	716
Séminaires de la Bourse de l'emploi	participants	834	792

Préface	17
Interview	20
Profil de l'entreprise	29
Evolution de l'activité	53
Gestion	134
Rapport financier	150

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 (E→) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2009links permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

17	Préface
20	Interview
29	Profil de l'entreprise
Evolution de l'activité	
53	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
85	Valeur ajoutée pour la clientèle
99	Valeur ajoutée pour le personnel
113	Valeur ajoutée pour la société
114	Poursuite du développement de la desserte de base
114	Généralités
114	Points d'accès aux prestations postales
115	Trafic des paiements
115	Financement
116	Participation à la définition de nouvelles conditions-cadres
116	Action socialement responsable
116	Emplois dans les régions
117	Dialogue avec les parties prenantes
118	Répartition de la valeur ajoutée
119	Respect des lois et lutte contre la corruption
119	Chaîne d'approvisionnement
119	Coopération au développement
119	Relations publiques
120	Efficacité en termes de ressources et impact environnemental
120	Défis
121	Stratégie et approche
122	Performance écologique
125	Mise en œuvre de la stratégie
125	Collaboration en faveur du climat
125	Produits respectueux du climat
126	Gestion de la flotte
127	Transport de marchandises
127	Transport de voyageurs
128	Mobilité du personnel
128	Infrastructure
128	Technologie de l'information
129	Achats et produits
129	Biodiversité
129	Papier
129	Eau
130	Déchets
130	Perspectives
131	Sponsoring
132	Engagement
134	Gestion
150	Rapport financier
220	Informations détaillées
221	Comparaison des chiffres clés sur 5 ans

Valeur ajoutée pour la société

Poursuite du développement de la desserte de base Généralités



Points d'accès aux prestations postales

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 la **clientèle** 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 53). 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 la clientèle», page 85). Une politique du personnel moderne ainsi que l'encouragement de la volonté de performance et d'engagement permettent de créer de la valeur ajoutée pour le personnel et assurent les performances (voir chapitre «Valeur ajoutée pour le personnel», page 99).

La Poste se conçoit comme le prestataire national par excellence. Elle propose à ses clients en Suisse des prestations postales et logistiques, des services financiers ainsi que des prestations dans le domaine des transports publics. Toutes ces prestations sont adaptées aux besoins des passagers et fournies par le biais d'un réseau de points d'accès desservant tout le territoire, dans le cadre de conditions identiques pour tous à des prix appropriés. Nous assurons ce mandat légal selon un niveau de qualité élevé et en veillant à un service à la clientèle optimal.

Aujourd'hui, conformément à la loi sur la poste, la desserte de base comprend des prestations pour la prise en charge, le transport et la distribution d'envois postaux (lettres, colis jusqu'à 20 kg, journaux et revues) dans tous les logements habités à l'année au moins cinq jours ouvrables par semaine ainsi que des prestations relevant du trafic des paiements (voir également le chapitre «Mandat» à la page 44).

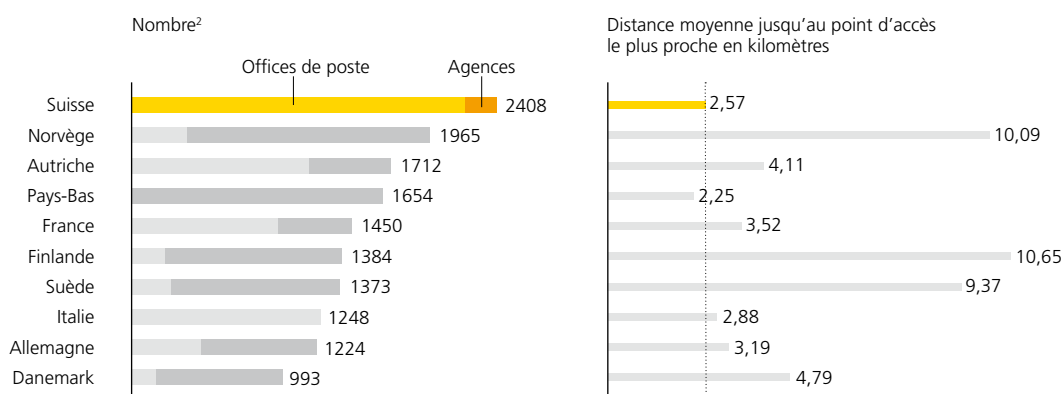
Nous comprenons le mandat légal comme un objectif minimal et faisons en sorte d'aller au delà de ces objectifs tant du point de vue de la qualité que de l'étendue des prestations.

Service public ? Fiable et sur l'ensemble du territoire.

Un réseau de points d'accès varié et couvrant l'ensemble du territoire constituera également à l'avenir la base d'une bonne desserte de base de la population en ville et à la campagne (le réseau est représenté à la page 31 sous: «Réseau de distribution en Suisse»). Nous voulons cependant prendre encore davantage en compte les nouvelles demandes en matière de prestations et de produits postaux et faire en sorte que les points d'accès répondent mieux aux besoins de notre clientèle, par exemple en modifiant les heures d'ouverture et en proposant de nouvelles formes d'exploitation telles que le modèle de l'agence et le service à domicile. Les produits de tiers proposés au guichet sont vérifiés et le réseau postal doit être revalorisé en un réseau de détaillant.

Pour fournir les prestations de la desserte postale de base à tous les groupes de population, la Poste dispose de plus de 3600 points d'accès. Elle exploite 2065 offices de poste traditionnels et 283 agences. Dans 1154 localités, les clients bénéficient aujourd'hui d'un service à domicile. Ainsi, la Poste exploite l'un des réseaux postaux les plus denses du monde. En ce qui concerne la distance par rapport à l'office de poste le plus proche, la Suisse est en position de tête au niveau international (2,5 km). A l'avenir aussi, 90% de la population doivent pouvoir atteindre un point d'accès proposant les prestations de la desserte postale de base dans un délai de 20 minutes à pied ou par les transports publics. En outre, avec plus de 17 000 boîtes aux lettres réparties dans tout le pays, la population dispose de bonnes conditions pour déposer ses envois.

Réseau postal et vente | Densité des points d'accès selon le type
 2008¹



¹ Au moment de la clôture de rédaction, seules les valeurs 2008 étaient disponibles pour tous les pays.
² Pour permettre une comparaison, le nombre d'habitants, différent selon les pays, doit être pris en considération. Pour ce faire, les données brutes sont converties par le biais de la même méthode qu'utilise l'Autorité de régulation postale (www.postreg.ch) pour définir le réseau postal optimal. Les calculs reposent sur les -données de l'UPU accessibles au public (www.upu.int).

Trafic des paiements

PostFinance est un établissement financier stable, apprécié par la population. Elle est leader dans le trafic des paiements et entend le rester. Nous souhaitons continuer à proposer à nos clients des produits simples et adaptés à leurs besoins, un service d'excellente qualité ainsi que des taux d'intérêt attractifs.

Etant donné que les paiements sont de plus en plus souvent effectués en ligne, les versements au guichet ne représentent plus aujourd'hui qu'un quart des transactions au guichet.

L'utilisation des cartes de débit et de crédit est en forte progression, principalement dans le commerce de détail, et les retraits d'espèces se font de préférence aux distributeurs automatiques.

Pour demeurer performants, nous nous adaptons aux nouvelles habitudes de la clientèle. La Poste tient ses engagements en matière d'offre de prestations du trafic des paiements, par exemple avec les paiements par carte, la maintenance d'un réseau de distributeurs automatiques et un système pour le trafic électronique des paiements (e-finance). Cette offre indépendante de la technologie doit être inscrite dans le mandat de desserte de la loi sur la poste. En outre, la Poste souhaiterait à l'avenir pouvoir proposer de son propre chef des hypothèques et des crédits.

Financement

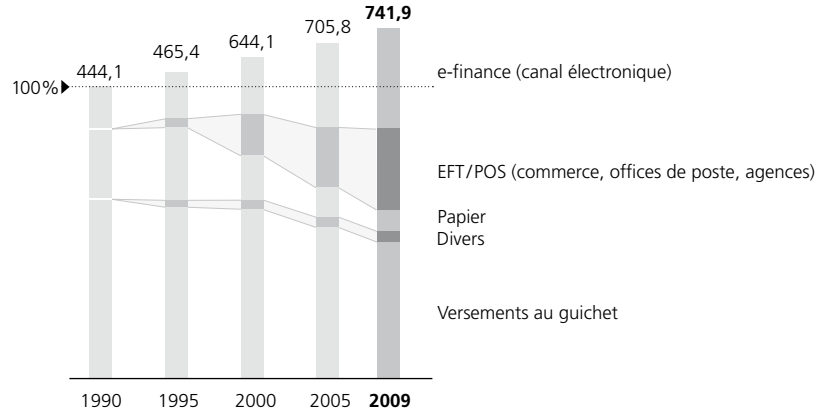
La Poste a pour principale priorité une desserte postale de base de tout le territoire qui soit sûre, de qualité et avantageuse en termes de prix. Aujourd'hui, elle finance principalement cette desserte de base avec le monopole sur les lettres de moins de 50 g. Nous mettons tout en œuvre pour optimiser les coûts et entendons pénétrer de nouveaux domaines porteurs en dehors des secteurs d'activité traditionnels. Pour cela, la Poste se mobilise dès aujourd'hui fortement à l'interface entre l'univers physique et l'univers numérique. De nouvelles activités à l'étranger visent à soutenir l'activité en Suisse et à contribuer ainsi à financer la desserte de base. Nous entendons préserver notre indépendance financière mais, du fait de la concurrence (après la suppression du monopole), il sera probablement impossible d'assurer le service public

tel que prévu en couvrant les coûts, tant que celui-ci ne sera pas aménagé de manière suffisamment flexible et si les concurrents bénéficient d'un accès régulé à des prestations partielles de la Poste. Un fonds de financement obligeant les concurrents à contribuer eux aussi aux coûts non couverts de la desserte de base serait alors bienvenu. Il ne faudrait pas pour autant que la Poste ait à alimenter ce fonds elle-même.

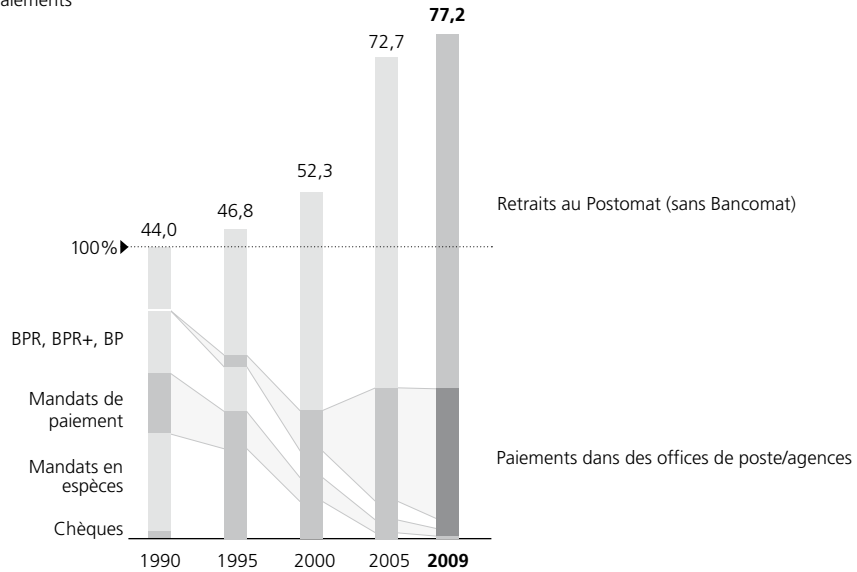
PostFinance | Trafic des paiements par type

De 1990 à 2009
1990 = 100%, mio. CHF

Versements et virements



Paiements



La Poste défend son point de vue face aux représentants des milieux politiques, économiques et sociaux en adoptant une politique d'information transparente et en prenant des positions claires sur des sujets actuels. Elle met à la disposition de ses interlocuteurs des données chiffrées à jour.

La Poste entend être un employeur important dans toutes les régions de Suisse, et plus particulièrement dans les régions périphériques (E+ 4). Dans notre volonté de réduire les déséquilibres entre les zones urbaines dynamiques et les zones rurales moins favorisées, nous proposons quelque 18 000 emplois dans les régions périphériques. D'un point de vue strictement économique, il serait pourtant préférable de concentrer une grande partie de ces emplois. Le taux de

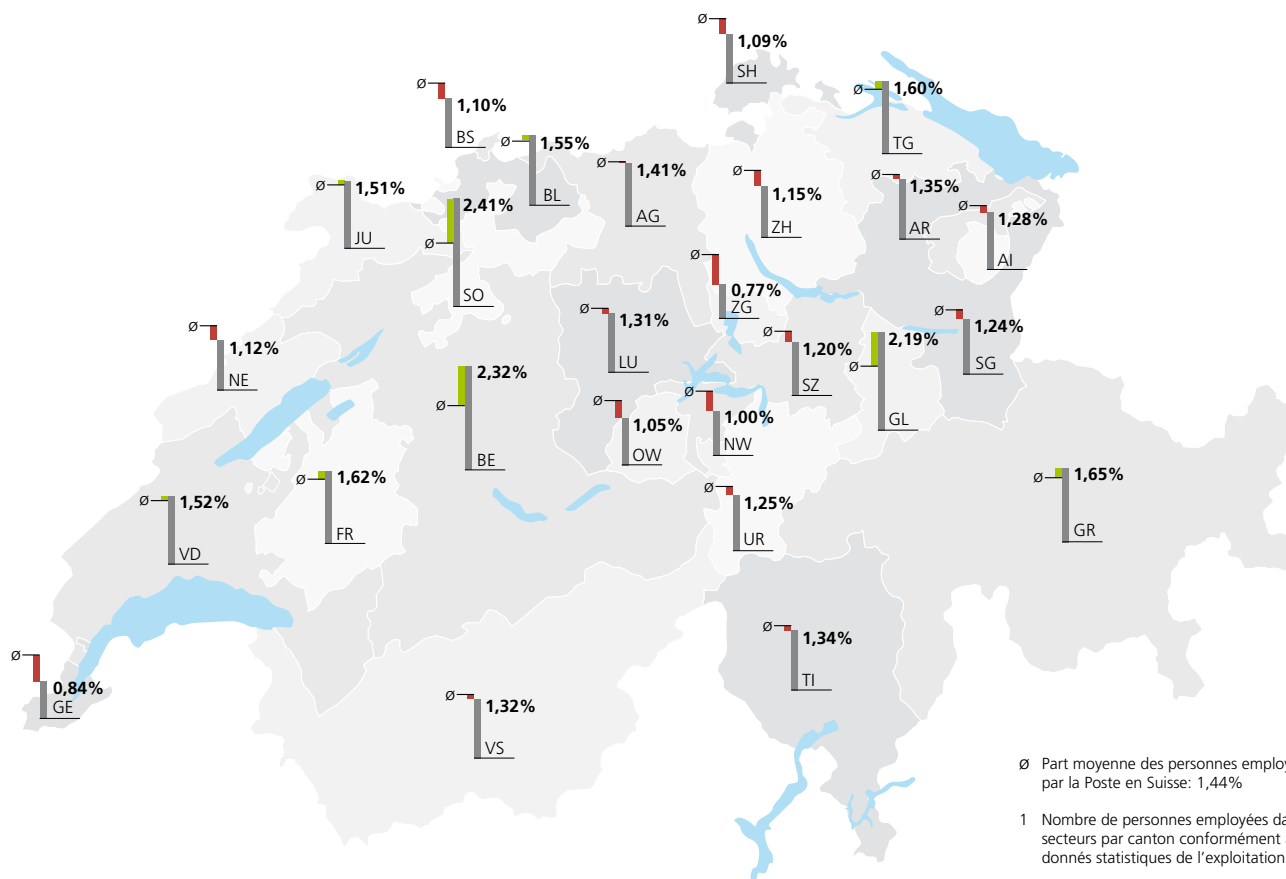
Participation à la définition de nouvelles conditions-cadres

Une action socialement responsable
Emplois dans les régions

personnes actives dans les secteurs de l'industrie et des services employées par la Poste est de 1,44% au plan national (nombre de personnes actives dans les secteurs par canton conformément aux données statistiques de l'exploitation 2005).

Groupe (Suisse) | Personnes actives par canton
 2009

Part des personnes actives des secteurs de l'industrie et des services employées par la Poste par canton¹



Groupe (Suisse) | Emplois dans les régions

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Emplois Suisse	personnel Poste sur 1000 employés	14,4	14,1
Emplois Régions périphériques ¹	quantité	17 856	19 767

¹ La définition des régions périphériques repose sur l'ordonnance du 28 novembre 2007 sur la politique régionale (OPR) entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2008. Les régions périphériques couvrent le territoire suisse à l'exception des agglomérations de Zurich, Bâle, Berne, Lausanne et Genève sur la base du recensement de la population de 2000 et des cantons de Zurich, de Zoug, de Soleure, de Bâle-Ville, de Bâle-Campagne, d'Argovie et de Genève.

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

Dialogue avec les parties prenantes

En 2009 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.

La Poste entretient également un échange permanent avec les syndicats. En 2009, il 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. Lors des négociations salariales annuelles pour le personnel soumis à la CCT Poste (E+10), les partenaires sociaux se sont mis d'accord sur une augmentation générale de salaire de 0,7%. De plus, 0,8% de la masse salariale récompense les performances individuelles.

La Poste s'est régulièrement entretenue avec le propriétaire, représenté par le DETEC et l'Administration fédérale des finances. Des réunions ont également lieu régulièrement avec l'Autorité de régulation postale.

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 2009, 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 sur la question des activités auxquelles peut prétendre PostFinance. En 2010 aussi, la Poste poursuivra le dialogue sur ces questions et sur d'autres.

En 2009, 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.

Depuis début 2009, la Poste est membre du WWF Climate Group, qui réunit en son sein les entreprises soucieuses d'apporter une contribution substantielle à la protection du climat. Celles-ci s'engagent à émettre aussi peu de CO₂ que possible. Pour cela, elles définissent en collaboration avec le WWF des objectifs concrets à atteindre. La Poste s'est engagée à proposer des produits (E→ 20) et prestations respectueux du climat (p. ex. l'envoi de lettres et de colis sans impact sur le climat à travers l'offre «pro clima»), à promouvoir des moyens de transport alternatifs tels que les scooters électriques et les véhicules alimentés au gaz naturel ainsi qu'à mettre en œuvre d'autres mesures visant la réduction des émissions de gaz à effet de serre (trajets des collaborateurs, approvisionnement en électricité, etc.). La Poste a apporté son soutien à la campagne lancée par le WWF à l'automne sous le slogan: «Et si la solution pour notre planète, c'était vous?». Elle a en effet lancé une action de vente de produits peu gourmands en énergie tels que des ampoules basse consommation et des vélos électriques.

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 (biens et services). En 2009, notre valeur ajoutée a atteint 4,989 milliards de francs (2008: 4,875 milliards). Les collaborateurs sont les principaux bénéficiaires de cette valeur ajoutée (81%). 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 (E→ 3), 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 200 millions de francs découlant du résultat 2009 sera versé en 2010 dans les caisses de l'Etat (2008: 170 millions).

Groupe | Valeur ajoutée

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Valeur ajoutée	mio. CHF ¹	4 989	4 875
distribuée au personnel	mio. CHF	4 032	3 873
distribuée aux bailleurs de fonds externes	mio. CHF	14	22
distribuée aux pouvoirs publics	mio. CHF	9	10
distribuée au propriétaire	mio. CHF ²	200	170
distribuée à l'entreprise	mio. CHF	734	800
utilisée pour les amortissements	mio. CHF	325	279
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	261	365
utilisée à d'autres fins	mio. CHF	-102	-94

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 216.)

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

Respect des lois et lutte contre la corruption

La Poste surveille en permanence le respect des règles internes et externes pour prévenir les risques en matière pénale. Les mesures préventives prises à cet égard servent à protéger la réputation et l'image de l'entreprise et à prévenir les dommages financiers. Le Règlement sur les documents normatifs de la Poste comporte des règles contraignantes pour la gestion des 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 ainsi que les devoirs de consultation de ceux-ci. 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 a été remplacée par un nouveau programme de conformité et intégrée dans le thème plus global de l'anti-corruption. Ce nouveau programme est entré en vigueur au début de l'année sous revue. Le thème de l'anti-corruption a été complété par un code éthique et social (E→ 26) et par un cahier des charges sur l'écologie dans le domaine des achats. Lors de formations, les collaborateurs ont été sensibilisés à des sujets tels que le blanchiment d'argent, le droit des cartels et la protection des données.

Chaîne d'approvisionnement

En ce qui concerne les achats de biens et de services, la Poste met un point d'honneur à assumer sa responsabilité sociale. C'est pourquoi nous prenons en compte les aspects économiques, sociaux et écologiques dans tout ce que nous entreprenons (E→ 25). Nous nous appuyons pour cela sur des normes reconnues telles que la certification FSC pour les achats de papier ou l'étiquette Energie pour l'achat d'appareils électriques et électroniques. Nous veillons strictement à ce que nos fournisseurs respectent toutes les dispositions légales. Nous n'avons de cesse d'analyser, d'évaluer et de comparer leurs prestations et discutons des résultats avec les responsables. Afin qu'une bonne collaboration soit garantie sur le long terme, les fournisseurs nationaux et étrangers font l'objet de contrôles, effectués par nos soins ou confiés à des auditeurs externes. La Poste privilégie la collaboration avec des entreprises novatrices, fiables et responsables. Si les fournisseurs ne peuvent respecter les engagements, en particulier les dispositions du code éthique et social (E→ 26), la Poste ne traite plus avec eux.

Coopération au développement

La coopération au développement solidaire est une notion de première importance pour La Poste Suisse. C'est la raison pour laquelle nous soutenons, directement ou en étroite collaboration avec l'Union postale universelle (UPU), des opérateurs postaux dans des pays en développement, le but étant d'optimiser la qualité du service afin de rendre le réseau postal mondial encore plus efficace. Après la mise en service des nouveaux centres courrier, une fois le projet REMA achevé, la Poste a fait don du matériel d'exploitation devenu inutile de ce fait. C'est ainsi que 57 conteneurs contenant environ 290 tonnes de matériel – des dispositifs de tri aux chariots – ont été acheminés dans plus de 25 pays d'Afrique, d'Europe de l'Est et d'Amérique centrale. Une occasion exceptionnelle pour la Poste d'apporter une contribution de taille à la coopération au développement.

Relations publiques

Dans ses tâches de relations publiques, La Poste Suisse agit dans l'esprit du code d'Athènes (E→ 30) et du code de Lisbonne (E→ 31). Ces documents reconnus à l'échelle internationale contiennent des règles éthiques précises pour garantir un travail de relations publiques suscitant la confiance.

Efficacité en termes de ressources et impact environnemental

Défis

Depuis 1970, l'élévation de la température moyenne au niveau planétaire est de 0,6%. Ce réchauffement climatique est très probablement dû à l'homme qui, depuis le milieu du 18^e siècle, consomme de plus en plus de combustibles fossiles produisant des gaz à effet de serre. L'intensification et la motorisation du trafic au niveau mondial ainsi que la déforestation des forêts tropicales à grande échelle au 20^e siècle ont accéléré ce processus. La société d'aujourd'hui fait face à des bouleversements climatiques qui ne feront que s'intensifier et qui, outre les répercussions écologiques, auront un impact économique, social et sanitaire.

Selon le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), l'augmentation de la température moyenne ne doit pas excéder 2°C d'ici à 2050 si l'on veut éviter que le réchauffement climatique n'ait des conséquences désastreuses pour l'homme. Il faut pour cela réduire au niveau mondial les émissions de CO₂ de moitié par rapport à 1990. On attend des pays industriels, tout particulièrement sollicités, qu'ils réduisent leurs émissions de 60 à 80%. Le GIEC avertit en outre qu'il faut impérativement agir d'ici à 2020 afin d'empêcher de nombreux dégâts irréversibles (↳ 19).

Aujourd'hui, la consommation d'énergie primaire en Suisse s'élève à 6000 W par personne. Or, le maintien de notre niveau de vie et de notre niveau de croissance économique requiert 2000 W par personne. A elle seule, la diminution de la consommation énergétique ne suffira pas pour que nous enregistrons une réduction à 2000 W. Il faudra également passer de sources d'énergie fossiles à des sources d'énergie renouvelables et, partant, dépourvues de CO₂. Le défi est particulièrement important à relever dans le trafic routier, qui est à l'origine d'environ un tiers des émissions de CO₂ suisses. Ce défi touche notamment La Poste Suisse.

En 2007, le besoin en énergie primaire suisse était réparti de la manière suivante: 45,2% de pétrole, 25,2% de combustibles nucléaires (pour la production de l'électricité provenant des centrales nucléaires), 11,5% de force hydraulique brute (pour la production de l'énergie hydraulique), 9,7% de gaz naturel et 9,1% d'autres sources d'énergie. 18,3% sont des sources d'énergie renouvelables (surtout la force hydraulique brute et le bois). La dépendance de la Suisse à l'égard des combustibles fossiles est donc 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. Toujours dans le but de réduire la dépendance à l'égard du pétrole, il convient de multiplier les mesures d'efficacité énergétique et d'augmenter la consommation d'énergies renouvelables (biomasse, énergie éolienne, hydraulique et solaire). Une moindre dépendance à l'égard des sources d'énergie fossiles accentuera vraisemblablement la tendance vers un recours accru à l'électricité. Du fait d'une hausse de la demande et d'un passage à des énergies renouvelables, les prix de l'électricité pourraient donc à nouveau augmenter.

A l'occasion de la 15^e Conférence sur le climat qui s'est tenue du 7 au 18 décembre 2009 à Copenhague, la communauté internationale a décidé de prendre acte de l'Accord de Copenhague. Il n'a pas été possible d'imposer d'objectifs en matière de réduction des émissions. Chaque pays demeure donc libre de définir des objectifs à l'échelle nationale. La Suisse envisage de fixer courant 2010 un objectif de réduction des émissions de CO₂ d'ici à 2020. Cette mesure sera mise en œuvre par le biais de la législation sur le CO₂, en cours de révision. Les taxes sur les combustibles et le carburant ainsi qu'un système d'échange de quotas d'émission sont au cœur de cette réforme. Les Etats de l'UE se tournent vers des mécanismes semblables, l'objectif étant de parvenir à influencer sur les émissions de CO₂ par le prix. En Suisse, les taxes d'incitation sur les combustibles sont passées de 12 à 36 francs par tonne de CO₂ au 1^{er} janvier 2010. Parallèlement, le Parlement a décidé qu'un tiers des taxes ne seraient plus redistribuées mais destinées à un programme d'assainissement des bâtiments. La redistribution moins importante de la taxe exerce donc une pression financière sur la Poste, incitée à réduire ses émissions de CO₂.

Stratégie et approche

Stratégie environnementale et protection du climat

En tant qu'entreprise logistique, La Poste Suisse consomme une quantité d'énergie importante du fait des transports. Elle entend donc notamment appliquer une gestion d'entreprise axée sur les principes du développement durable. En vue de créer de la valeur ajoutée pour l'entreprise et pour la société, nous poursuivons une stratégie environnementale (E→ 18) qui s'articule autour de quatre axes: réduire les coûts, diminuer 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 poursuivons deux objectifs: d'une part, augmenter l'efficacité énergétique en optimisant les processus et en réalisant des investissements; d'autre part, accroître la part des énergies renouvelables par la construction d'installations et lors de 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.

Etant donné la hausse de la consommation énergétique et la stagnation des émissions de CO₂ ces dernières années, il sera plus que jamais nécessaire à l'avenir d'exploiter encore plus systématiquement les potentiels d'économie et d'élaborer des solutions innovantes. Grâce à une utilisation accrue des nouvelles technologies de propulsion et au recours à des véhicules peu gourmands en énergie, l'amélioration de l'efficacité énergétique pourrait devenir un avantage concurrentiel. Pour cela, il faudra dans certains cas s'interroger sur les exigences des utilisateurs.

Jusqu'en 2010, 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 (E→ 19). Des objectifs environnementaux (E→ 17) de la Poste résulte un objectif de réduction des émissions de CO₂ de 10% par rapport à l'année 2000. L'entreprise reconnaît ainsi qu'il est urgent d'agir pour lutter contre le réchauffement climatique et les gaz à effet de serre.

Objectifs environnementaux

Groupe (Suisse)* | Objectifs environnementaux

	Objectif pour 2010	Etat en 2008
Consommation d'énergie thermique non renouvelable	Réduire la consommation de 10% par rapport à 2000	-25,5 %
Consommation de carburants	Réduire la consommation de 8% par rapport à 2000	-3,3 %
Consommation de papier	Stabiliser la consommation au niveau de 2000	+70 %
Part de l'énergie électrique renouvelable	L'énergie électrique renouvelable représente 1% de l'énergie électrique consommée en 2000.	100 %
Part de l'énergie thermique renouvelable	L'énergie thermique renouvelable représente 3% de l'énergie thermique consommée en 2000.	9,6 %
Consommation d'eau	Stabiliser la consommation au niveau de 2000	-40,7 %

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

Mesure de l'impact environnemental

Un écobilan nous permet de mesurer l'impact global de la Poste sur l'environnement (E→ 22). Ce dernier prend en compte la totalité du cycle de vie des 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.

Aujourd'hui, le bilan de la Poste en matière de consommation d'énergie et de CO₂ porte essentiellement sur la Poste en Suisse et repose sur les données disponibles depuis 2000. Les bases des calculs énergétiques sont la consommation de carburants dans les stations-service de la Poste et la consommation de combustibles des bâtiments que la Poste possède en propre, ce qui doit être pris en compte dans l'interprétation des données. En ce qui concerne le transport de voyageurs (CarPostal), c'est la consommation totale de carburants (sous-traitants y compris) qui est prise en compte. Les données environnementales reposent sur l'année civile précédente. La méthode d'analyse est actuellement affinée.

Performance écologique
Energie

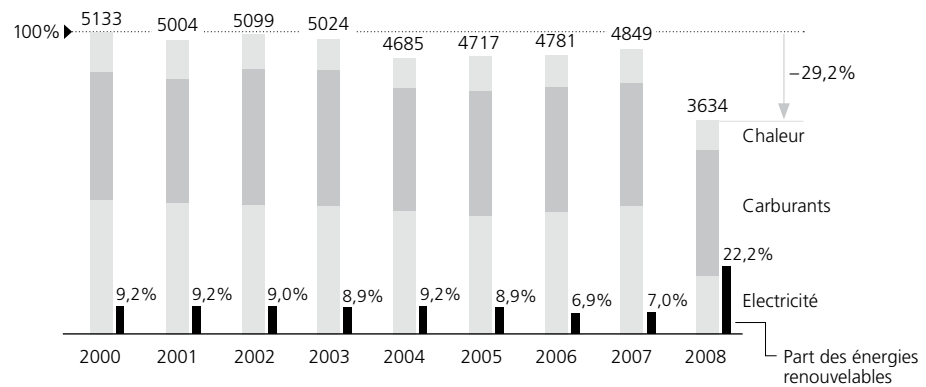
Depuis 2000, nous avons pu réduire de manière durable notre consommation d'énergie. Au cours de la dernière période de collecte de données, la consommation d'énergie finale a malgré tout progressé de 1,5%. Sur la même période, la Poste n'en a pas moins augmenté son chiffre d'affaires de 3,1%. Elle a pu, par ailleurs, faire progresser de manière significative la part d'énergies renouvelables.

Depuis 2000, le nombre de trajets effectués en Suisse a augmenté de 15%. 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. Cependant, nous sommes parvenus à réduire notre consommation totale de carburant pour les transports de biens et de personnes de 3,3% par rapport à l'an 2000. Entre 2007 et 2008, la consommation de carburants a progressé de 2,3%.

Depuis l'an 2000, nous avons réduit nos besoins en énergie thermique de 25,5% pour l'énergie finale et de 25,9% pour l'énergie primaire. Entre 2007 et 2008, notre consommation d'énergie finale a diminué de 6,5%. Durant la même période, la part des énergies renouvelables utilisées pour l'énergie finale est passée de 7,5 à 12,8%.

Après avoir réduit la consommation d'énergie durant des années, nous n'avons pu mettre un terme à la tendance qui persiste depuis 2007: de 2007 à 2008, la consommation d'électricité au niveau de l'énergie finale a augmenté de 4%, une hausse qui s'explique en particulier par le degré d'automatisation plus élevé (dans les nouveaux centres courrier) ainsi que par le recours accru au traitement électronique des données (augmentation des besoins en termes de performance des serveurs).

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

La Poste Suisse fait face à cette augmentation de la consommation d'électricité en mettant en place des mesures d'économie d'énergie et en utilisant systématiquement de l'électricité produite à partir de sources renouvelables. Depuis 2008, les besoins en électricité sont couverts à 100% par de l'énergie renouvelable (hydraulique principalement). Pour environ 1%, il s'agit d'un courant écologique certifié, produit en Suisse (par l'énergie éolienne ou hydraulique).

Groupe (Suisse)* | Consommation d'énergie selon la source d'énergie
 2008, en pourcentage, énergie finale

Chaleur

Mazout extra-léger	240 (8,7%)
Chaleur à distance	83 (3,0%)
Gaz	55 (2,0%)
Géothermie et énergie fluviale	4 (0,2%)
Energie solaire	3 (0,1%)
Bois	1 (0,0%)

Carburants

Diesel vert	15 585 (56,7%)
Essence	83 (3,0%)
Gaz naturel et biogaz	2 (0,1%)

Electricité

Energie hydraulique	714 (26,0%)
Energie hydraulique «naturmade star»	4 (0,2%)
Energie éolienne	2 (0,1%)

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

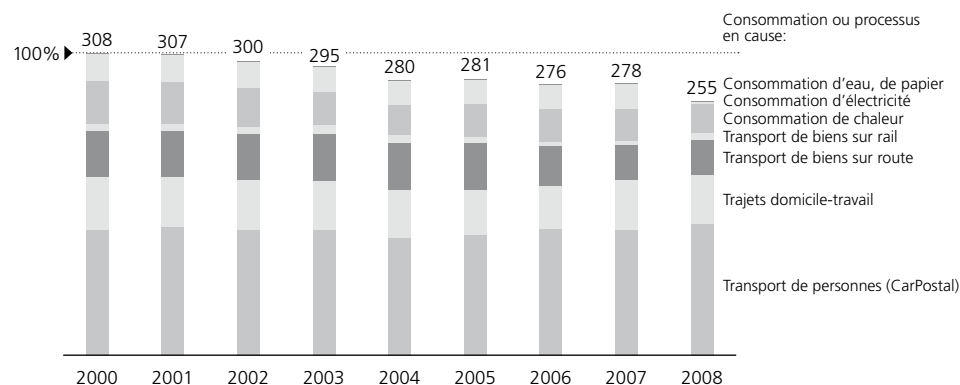
En ce qui concerne la chaleur, la part d'énergies renouvelables a pu être stabilisée à 12,8%. Pour ce qui est des carburants, nous n'avons pas encore réalisé de percée significative. Des limites étroites encadrent l'utilisation de carburants écologiques. Pour les véhicules fonctionnant au gaz naturel, nous utilisons 10% de biogaz.

Impact sur le climat

Au total, nous avons réduit de 17% notre impact climatique depuis 2000 et de 19% depuis 1998. Par rapport à 2007, les émissions de CO₂ ont diminué de 8,1% pour passer à environ 255 000 tonnes. L'objectif de réduction de 10% par rapport à 2000 est donc largement dépassé. Expédiant toute sa correspondance sans impact sur le climat, la Poste a en outre compensé en 2009 quelque 2300 tonnes de ses émissions de CO₂ dans le cadre de l'offre «pro clima», avec des certificats d'émission de grande qualité (↳ 20).

Groupe (Suisse)* | Emission de gaz à effet de serre par processus

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.

Papier

A la Poste, l'impact environnemental de la consommation de papier est plutôt faible par rapport aux autres domaines (0,5% des nuisances totales). Entre 2000 et 2008, notre consommation de papier a pourtant augmenté de 70% pour atteindre plus de 160 millions de feuilles A4 par an. Malgré diverses mesures, nous ne sommes pas parvenus à réduire la consommation absolue par rapport à 2007, celle-ci ayant légèrement progressé de 1,2%.

Eau La consommation d'eau en Suisse est à peu près la même qu'en 2008: 397 985 m³. Depuis 2000, nous avons pu la réduire de 41%.

Déchets Le volume de déchets a légèrement augmenté depuis 2007 pour passer à 17 671 tonnes, dont 5% ont été recyclées. La part de déchets spéciaux se chiffre à 0,2%, en baisse de 4% par rapport à 2008.

Incidents En 2009, 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 sur l'environnement a diminué de 34,9% par rapport à 2000 et même de 39,5% par rapport à 1998. Cela prouve que notre stratégie environnementale à long terme (E→ 18) est efficace et que nos efforts pour mettre en œuvre notre politique en la matière n'ont pas été vains (E→ 16). Par rapport à 2008, l'impact global sur l'environnement a été réduit de 23,7%. En termes d'impact sur l'environnement, le recours aux énergies renouvelables, sensiblement plus important, a plus que compensé la hausse de la consommation d'électricité, de carburants et de chaleur.

La majeure partie des nuisances environnementales occasionnées par la Poste sont dues au transport de voyageurs et de marchandises. CarPostal est responsable de plus de la moitié 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.

Groupe (Suisse)* | Performance écologique

2008 par rapport à l'année précédente

		2008	2007
Efficacité en termes de ressources et d'énergie			
Consommation d'énergie	GJ énergie primaire ¹	3 634 035	4 848 712
Electricité	GJ énergie primaire ¹	968 915	2 173 516
Chaleur	GJ énergie primaire ¹	519 106	591 315
Carburants	GJ énergie primaire ¹	2 146 014	2 083 881
Consommation d'eau	m ³	397 985	391 400
Papier	mio. de feuilles A4	159,66	157,72
Part du papier recyclable	%	34,2	36,9
Energies renouvelables			
Chaleur de sources renouvelables	% de la consommation de chaleur	12,8	12,8
Carburants renouvelables	% de la consommation de carburants	0,0	0,0
Electricité de sources renouvelables	% de la consommation d'électricité	100	0,9
Impact sur l'environnement			
Impact général sur l'environnement	mio. de points de pollution ²	229 822	301 255
Nuisances générales	équivalent t CO ₂ ³	255 199	277 801
Nuisances Transport de marchandises	équivalent t CO ₂ ³	41 846	40 298
Rail	équivalent t CO ₂ ³	6 446	4 738
Route	équivalent t CO ₂ ³	35 400	35 560
Nuisances Transport de personnes	équivalent t CO ₂ ³	133 900	128 000
Nuisances Trajets domicile-travail	équivalent t CO ₂ ³	46 750	50 270
Quantité totale de déchets	t	17 671	17 379

* 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 (E→ 99).

Mise en œuvre de la stratégie

Collaboration en faveur du climat

Dans le secteur des transports et de la logistique, la réduction des émissions de CO₂ dépend notamment des progrès technologiques réalisés au niveau des véhicules. C'est pourquoi la Poste investit avec des partenaires dans le développement de solutions innovantes.

Associée à IBM Suisse, aux Forces motrices bernoises (FMB) et à la commune d'Ittigen, près de Berne, La Poste Suisse a fondé, fin 2008, l'association Inergie dont l'objectif est de réduire la consommation d'énergie quotidienne dans la commune pilote d'Ittigen. En 2009, un premier essai pilote baptisé e-mobilité a été lancé sous la houlette de la société du groupe Mobility Solutions SA; il s'agit de la location de voitures et de scooters électriques à des entreprises d'Ittigen. Fin 2009, six entreprises avaient déjà testé des véhicules à propulsion électrique dans le cadre d'une utilisation quotidienne.

Aux côtés d'autres opérateurs postaux, La Poste Suisse participe depuis 2008 aux programmes de protection du climat de PostEurop et de l'International Post Corporation (IPC). L'objectif visé est la réduction des émissions de CO₂ occasionnées par la fourniture de prestations postales. Au niveau international, nous collaborons à la définition de normes et échangeons notre savoir-faire et notre expérience pour recueillir les données relatives aux émissions de la branche postale. Dans la perspective de la Conférence sur le climat de Copenhague, nous avons publié un rapport conjoint sur le développement durable. La branche postale s'est engagée sur le plan international à prendre des mesures pour la protection du climat. D'ici à 2020, du fait de l'engagement de ses membres, la branche réduira ses émissions d'au moins 20%.

Depuis 2009, la Poste est membre du WWF Climate Group qui regroupe en son sein des entreprises désireuses d'apporter une contribution substantielle à la protection du climat. Celles-ci s'engagent à occasionner le moins possible d'émissions de CO₂. A cette fin, elles définissent, en concertation avec le WWF, des objectifs dans les domaines suivants: «produits et prestations», «émissions de CO₂ par l'entreprise, utilisation d'énergies renouvelables» et «mobilité du personnel et des clients». La Poste a par ailleurs apporté son soutien à la campagne lancée par le WWF à l'automne sous le slogan: «Et si la solution pour notre planète, c'était vous?».



Des produits respectueux
du climat

Faire quelque chose pour le climat ? «pro clima» permet d'expédier lettres, colis et envois de détail en compensant les émissions de CO₂.

A travers différentes mesures, La Poste Suisse réduit la charge environnementale occasionnée par les transports de lettres, de colis, de marchandises et de personnes.

La Poste a lancé le 10 février 2009 l'offre «pro clima» (E→ 20) pour les envois de colis et de lettres ainsi que les envois de détail. En s'acquittant du supplément «pro clima», les clients privés et commerciaux peuvent compenser les émissions de CO₂ occasionnées par l'acheminement de leurs envois. Le supplément correspond à quelques centimes par envoi, équivalant à un faible pour-mille ou pour-cent du prix de la prestation concernée (p. ex. lettre, PostPac, Swiss Express Lune, Vinolog, European Business Parcel GLS ou transport d'envois de détail). La Poste compense les émissions de CO₂ en investissant les suppléments «pro clima» perçus dans des projets de protection du climat triés sur le volet et dans des certificats d'émission de grande qualité labellisés «Gold Standard».

La Poste montre le bon exemple en s'acquittant du supplément «pro clima» pour ses propres correspondances. La base de calcul des suppléments et les flux financiers font l'objet de contrôles indépendants. La Poste prend à sa charge les coûts d'exploitation liés à «pro clima». Un comité externe participe à la sélection des projets de compensation. Il rassemble le WWF,

L'Association suisse des consommateurs, le Département management, technologie et économie, Group for Sustainability and Technology de l'EPFZ (SusTec), le Conseil suisse des activités de jeunesse (csaj) et Oikos International, un réseau international d'associations étudiantes œuvrant pour l'application des principes du développement durable. En janvier 2010, les clients ont pu, sur Internet, choisir leurs favoris parmi les trois projets de protection du climat proposés. 61 % d'entre eux ont plébiscité le projet d'exploitation des gaz d'une déchetterie en Turquie.

Sur mandat de nos clients et par le biais de nos propres correspondances, nous avons pu compenser quelque 12 000 tonnes d'émissions de CO₂ dans le cadre de «pro clima» en 2009. Les suppléments «pro clima» correspondants ont été investis dans une installation, située près d'Ankara (en Turquie), qui produit de l'électricité issue des gaz provenant d'une déchetterie. Cette installation n'aurait pu voir le jour sans le financement complémentaire assuré par les fonds de compensation climatiques. De l'électricité est désormais produite à partir de cette déchetterie auparavant à ciel ouvert, dont les gaz s'échappaient dans l'atmosphère. La création de cette installation a fourni un emploi à 200 personnes.

L'offre «pro clima» a été distinguée dans la catégorie «Responsabilité envers la société» du World Mail Award 2009 par la mention «highly commended» (hautement recommandée).

Grâce à la prestation RefillPost, il est possible de faire remplir les cartouches d'encre par voie postale, de manière rapide et avantageuse. Les envois sont réalisés dans le cadre de «pro clima» et sont donc sans impact sur le climat. En collaboration avec deux laboratoires spécialisés à Bâle (CRTechnologies SA) et à Gland (Inko Service), PostMail contribue à une impression respectueuse de l'environnement et permet aux clients d'économiser des coûts. En 2009, l'entreprise Inko Service a reçu pour RefillPost le Prix suisse de l'éthique décerné par la Haute école d'ingénierie et de gestion du canton de Vaud.

Par ailleurs, la Poste développe activement des solutions innovantes qui aident à réduire le nombre de kilomètres parcourus.

Avec plus d'un million de clients, PostFinance est leader en Suisse dans le domaine de l'e-finance. En 2009, l'unité financière de La Poste Suisse a lancé une action de promotion ciblée de la notification de compte électronique à l'intention des clients existants et des nouveaux clients. Depuis l'introduction de forfaits de notification de compte en 2004, quelque 160 000 clients commerciaux ont renoncé à l'extrait de compte quotidien sur papier. Sur les quelque 2500 entreprises ayant opté pour l'e-finance en 2009, 1900 privilégient les documents électroniques.

Gestion de la flotte

Actuellement, plus de 15 000 véhicules motorisés de la Poste (cars postaux, voitures particulières, fourgonnettes, camions, scooters et véhicules spéciaux) sont en circulation. La société du groupe Mobility Solutions SA (MoS) est responsable de la majeure partie des véhicules motorisés utilisés par la Poste en Suisse. Lors des achats, MoS privilégie les véhicules propres. Ainsi, des limites contraignantes en matière d'émission de CO₂ ont été fixées en 2009 dans le cadre de l'achat de voitures particulières. Cette mesure vise à faire passer de 167 g/km à 150 g/km le volume de CO₂ émis en moyenne. Les véhicules disposent aujourd'hui des moteurs et des techniques de filtrage des gaz d'échappement les plus modernes et leur renouvellement obéit à des critères économiques. Les véhicules de distribution restent cinq à sept ans en circulation en fonction des kilomètres parcourus et des coûts d'entretien annuels.

A l'heure actuelle, plus de 4% des véhicules composant la flotte de la Poste utilisent des carburants alternatifs. En font partie les 140 fourgonnettes alimentées au gaz que la Poste a mises en circulation depuis 2009 ainsi que quelques cars de CarPostal fonctionnant au gaz naturel et 500 scooters électriques.

La société du groupe Mobility Solutions SA travaille, en collaboration avec des hautes écoles spécialisées et des partenaires industriels, à l'élaboration de fourgonnettes électriques à usage postal. L'objectif est de parvenir à un modèle de véhicule adapté aux besoins spécifiques de la distribution postale. Dans ce cadre, la Poste mise sur la transformation et l'adaptation de véhicules de série existants et à venir.

Transport de marchandises

Pour que l'utilisation des véhicules soit davantage axée sur le développement durable, un pool de voitures particulières est disponible pour les parcours de service. Une partie des véhicules de service sont gérés selon le principe de l'autopartage de sorte à être exploités de manière optimale. Les voitures utilisées en journée par des collaborateurs de la Poste peuvent être conduites par des tiers en soirée et durant la nuit. Cette solution permet d'axer l'utilisation des véhicules sur les besoins, d'augmenter l'efficacité des ressources et d'économiser des coûts. Elle a également été appliquée à certaines fourgonnettes.

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 38,5% 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 et d'exploiter des synergies. Des applications de banques de données nous aident en outre à réduire encore davantage le nombre de trajets à vide.

A l'été 2009, la Poste a fait l'acquisition de 13 camions à double pont, ce qui porte cette flotte à 28 véhicules. Ces véhicules ont une capacité de chargement plus de deux fois supérieure à celle des traditionnels camions avec remorque. La Poste peut ainsi réduire le nombre de trajets et consommer près de 20 000 litres de carburant de moins par véhicule et par année, soit une réduction de quelque 50 tonnes des émissions de CO₂. Les camions à double pont sont principalement destinés au transport de colis et de palettes entre les centres colis et les bases de distribution.

En 2009, les conducteurs de catégorie C (camions) ont suivi un cours Eco-Drive d'une journée. L'objectif était de les former à une conduite à la fois sûre, anticipative, écologique et économique, l'idée étant notamment de parvenir à une réduction de la consommation de carburants pouvant aller jusqu'à 10%.

Depuis juin 2009, la Poste teste un nouveau mode de transport: le mini-train InterregioCargo de RailLogistics SA, une entreprise privée. Ce train de marchandises quitte les Grisons chaque jour au petit matin en direction des centres colis de Frauenfeld, Härkingen et Daillens et revient ensuite au point de départ. Sur son itinéraire fixe, il parcourt chaque jour 740 km et utilise les créneaux horaires et le réseau des voies ferroviaires qui, en temps ordinaire, ne sont pas destinés au transport des marchandises. La Poste a réservé un certain nombre d'emplacements de conteneurs sur ce train et économise ainsi des trajets longue distance effectués par camion.

Avec une flotte de 140 véhicules à gaz, l'une des plus importantes de ce type en Suisse, la Poste s'emploie à rendre la distribution des colis plus propre. Elle émet ainsi 59 tonnes de CO₂ en moins par an. Autre avantage de taille, la combustion du gaz naturel produit moins de polluants nocifs et générateurs d'ozone. 40 des nouveaux Fiat Ducato fonctionnant au gaz naturel, que la Poste gère avec le concours de Gasmobil Schweiz, ont été affectés à la base de distribution de Mägenwil. La nouvelle base, qui assure la distribution des colis dans la région d'Aarau, est la première à être dotée exclusivement de véhicules au gaz.

La Poste Suisse possédait déjà 250 scooters électriques pour la distribution du courrier sur tout le territoire et en a acheté 250 autres. Elle gère ainsi la plus grande flotte de véhicules de ce type en Europe. Equipés d'une batterie au lithium, ces deux-roues ne polluent pas et sont pratiquement silencieux. L'utilisation de ces 500 scooters permet d'économiser chaque année quelque 250 tonnes de CO₂. D'ici à 2012, environ 2000 scooters à moteur doivent être remplacés par des deux-roues électriques.

Transport 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. Aujourd'hui, CarPostal parcourt 80% des distances avec des véhicules équipés de filtres à particules.

En 2009, la Poste a acheté 150 nouveaux cars postaux équipés de filtres à particules: 100 remplissent la norme EEV (Enhanced Environmentally Friendly Vehicles), qui distingue les véhicules particulièrement respectueux de l'environnement, et 46 respectent la norme Euro 5. Il n'existe en effet pas encore de minibus satisfaisant à la norme EEV. La Poste a en outre fait l'acquisition de quatre nouveaux cars fonctionnant au gaz naturel pour la Suisse romande et le Liechtenstein. Dans l'idée de réduire d'environ 10% la consommation de carburant, 500 véhicules ont été équipés d'un dispositif d'affichage permettant aux conducteurs d'avoir connaissance de leur consommation à tout moment. Dans le cadre de cours Eco-Drive, la Poste forme en outre ses chauffeurs à la conduite écologique.

Ces dernières années, les véhicules hybrides se sont imposés comme alternative aux traditionnels moteurs diesel ou à la propulsion au gaz. Les voitures particulières reposant sur cette technologie sont déjà fabriquées en série, la production en série de bus de ce type devant encore être développée. Courant 2010, CarPostal mettra en service un bus à plancher surbaissé à propulsion hybride de la marque Volvo dans l'agglomération bernoise.

En France, différents réseaux urbains de CarPostal France ont pris part activement à la Semaine de la mobilité européenne. L'initiative vise à inciter la population à laisser la voiture à la maison et à prendre les transports publics.

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 moins 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 16,7%, soit plus des trois quarts de l'impact dû au transport de marchandises (19,1%) 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 ou un rabais de 20% sur l'achat d'un abonnement général (AG), également valable pour les AG à prix réduit (AG jeune, senior, Plus Familia partenaire, Plus Familia jeune, Plus Duo partenaire, etc.). Tous les apprentis de La Poste Suisse et des sociétés du groupe se voient, eux, offrir un AG.

En 2009 également, la Poste a apporté son soutien à 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 1935 collaborateurs répartis en 495 équipes. Au mois de juin, ceux-ci se sont rendus au travail à vélo pendant au moins la moitié de leurs journées de travail.

Pour les voyages d'affaires, les collaborateurs utilisent en règle générale les transports publics. De plus, Mobility CarSharing Suisse met à leur disposition 2250 véhicules – dont 60 modèles hybrides – disponibles dans plus de 1150 sites. Les collaborateurs disposant d'un véhicule de fonction qui optent pour un modèle écologique (consommation max. 5,5 l/100 km, émissions de CO₂ max. 140 g/km) 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. 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

En collaboration avec energho, la Poste optimise depuis 2002 l'efficacité énergétique de dix bâtiments dont elle est propriétaire et qui sont très gourmands en énergie. Les bâtiments et leurs installations ont été analysés par des spécialistes et des mesures efficaces ont été prises: réduction de la température de l'eau sanitaire, optimisation des systèmes de régulation et de la performance des pompes, installation d'économiseurs d'eau sur les robinets, etc. En 2009, plus de 6 millions de kWh d'énergie calorifique et plus de 2 millions de kWh d'électricité ainsi qu'au moins 6000 m³ d'eau ont été économisés sans qu'il ait été nécessaire de toucher à la structure des bâtiments. Au total, la consommation de chaleur a été réduite de 25%, la consommation d'électricité de 7% et la consommation d'eau de 10%. Trente autres bâtiments seront optimisés selon la même démarche.

Depuis 2008, la Poste couvre totalement ses besoins en électricité à partir de sources d'énergie renouvelables (l'énergie hydraulique principalement).

Technologies de l'information

Dans le centre de calcul de PostFinance à Zofingue, l'efficacité énergétique a été améliorée de 16,7% environ en 2009, soit 1 076 080 kWh, grâce au réglage de la température de l'eau froide et des systèmes de climatisation. Depuis février 2009, les locaux du centre de calcul Engelhalde de PostFinance, à Berne, sont refroidis par l'eau de l'Aar. L'efficacité énergétique du site a ainsi été améliorée de 5,6% soit 812 785 kWh.

La Poste veille également à acheter de nouveaux PC et ordinateurs portables consommant peu d'énergie. Malgré la légère augmentation du nombre d'ordinateurs fixes en utilisation en 2009 – quelque 24 000 unités – la consommation d'énergie a pu être réduite de près de 10 000 MWh ces cinq dernières années.

La Poste possède en outre environ 5800 imprimantes. Grâce à des optimisations, elle peut, sur ce point, réduire les coûts et utiliser les ressources de manière consciencieuse: sur les quelque 790 imprimantes couleurs, 130 impriment en noir et blanc par défaut et nécessitent l'activation d'une commande spéciale pour l'impression en couleurs (essai pilote). L'objectif est de réduire de 20% environ le nombre d'impressions en couleurs. De plus, seuls les documents nécessaires devraient être imprimés: dans le cadre d'un projet pilote, les ordres d'impression sont stockés sur un serveur. La personne qui imprime doit confirmer elle-même son ordre d'impression sur l'imprimante et l'emporter aussitôt, ce qui devrait réduire le nombre d'impressions superflues.

L'unité d'organisation Technologies de l'information approvisionne la Poste en matériel informatique et assure la maintenance de celui-ci. Chaque année, elle exécute 65 000 ordres portant sur plus de 200 000 articles. La protection de la santé des collaborateurs est un sujet de préoccupation permanent. Deux exemples pratiques illustrent ces propos. Chaque année, plus de 18 000 appareils informatiques sont nettoyés pour être réemployés. Pour un nettoyage plus rapide et plus complet, l'unité Technologies de l'information utilise désormais une table aspirante spéciale avec embase tournante. Le personnel affecté à cette tâche ne doit désormais plus porter ni casque auditif ni lunettes de protection ni masque. Par ailleurs, un processus par ultrasons a été spécialement mis au point pour le nettoyage des quelque 6000 imprimantes d'étiquettes codes à barres qui doit être effectué régulièrement. Il évite l'emploi de produits chimiques.

Achats et produits

Depuis février 2009, tous les offices de poste proposent l'Eco PostPac. Tout aussi pratique et stable que les PostPac jaunes usuels, il est composé de papier et de carton recyclés et imprimé en noir et blanc.

Depuis plusieurs années, la Poste utilise en lieu et place des traditionnels cartons les Dispobox, des emballages réutilisables en plastique résistant aux chocs et à l'eau. D'après l'écobilan réalisé en 2009 par une entreprise indépendante sur le Dispobox, les conteneurs en plastique sont moitié moins polluants que leurs pendants en carton. Ont été pris en compte dans cette étude la fabrication des matériaux (polypropylène et carton), la fabrication des emballages (énergie et adjuvants nécessaires), le nettoyage des Dispobox et les transports qu'il a occasionnés ainsi que l'élimination des emballages.

En 2009, la Poste a testé avec une centaine de collaborateurs des habits de travail fabriqués à partir de nouveaux matériaux qui, en termes de développement durable, d'écologie et d'utilisation, surpassent le traditionnel coton. Trois types de tissus à base de coton mélangé à du bambou, à du polyester recyclé et à des fibres de noix de coco ont été testés. Les réactions ayant été positives, le personnel de distribution portera à partir de 2010 des chemises et des chemisiers en coton et polyester recyclé.

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. 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 par évaporation. Les surfaces extérieures qui ne servent pas à la circulation ne sont pas imperméabilisées; l'eau de pluie peut s'y infiltrer.

Papier	Par ailleurs, la Poste utilise exclusivement du papier certifié FSC ainsi que des enveloppes constituées à 34% 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'environnement 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	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.
Déchets	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.

Perspectives

Les risques futurs et leurs répercussions économiques

Une étude réalisée en 2009 par le cabinet de conseil McKinsey portait sur les mesures que les entreprises suisses peuvent prendre pour réduire leur empreinte carbonique et les coûts que de telles mesures pourraient leur faire économiser. Elle conclut que l'efficacité des mesures ne tient pas forcément à leur coût et révèle un potentiel important en Suisse. En effet, des améliorations techniques au niveau des bâtiments, des transports, de la production d'électricité dans l'industrie et dans l'agriculture pourraient réduire d'environ 45% les émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2030, ce qui représenterait 25 millions de tonnes de CO₂ en moins. McKinsey prouve par ailleurs qu'à long terme, la plupart des mesures permettraient une économie de coûts de 40 à 80% indépendamment du prix du pétrole et qu'il suffirait, pour cela, d'y consacrer 0,7% du produit intérieur brut.

Le cabinet de conseil a mis au point deux scénarios. Le premier part sur l'hypothèse d'un prix du baril de pétrole à 52 dollars stable et le deuxième repose sur un baril de pétrole stable à 100 dollars. Les deux scénarios font apparaître une large palette de mesures revenant à moins de 100 euros par tonne de CO₂ économisée, applicables avec les technologies existantes et ne nécessitant pas de renoncer au confort ni de modifier les habitudes. D'après l'étude, le potentiel de réduction le plus important se situe au niveau des bâtiments et du transport: 11,3 mégatonnes en équivalent de CO₂ pour les bâtiments et 5,6 mégatonnes en équivalent de CO₂ pour les transports. C'est sur le plan des transports que les mesures (meilleure utilisation du carburant, installation de spoilers ou de pneus de meilleure qualité) sont les plus avantageuses. Les investissements destinés à améliorer l'efficacité énergétique des bâtiments (mesures de réduction de la consommation d'énergie par exemple) sont un peu plus coûteux. L'étude révèle également que les nouvelles technologies telles que les panneaux solaires ou l'énergie éolienne sont encore trop chères pour permettre de parvenir aux objectifs de réduction d'ici à 2030. Elles pourraient toutefois jouer un rôle important à plus long terme.

Pour la Poste, entreprise logistique, les résultats de l'étude relatifs aux transports sont particulièrement intéressants. Ils lui fournissent des indications sur les mesures porteuses.

La révision de la loi sur le CO₂ en Suisse, qui est en cours, sera d'une importance capitale pour la future politique environnementale de la Poste (E+ 16). Du fait de l'augmentation prévue de la taxe d'incitation CO₂ sur les combustibles et de la probable introduction d'une telle taxe sur les carburants, la Poste a tout intérêt, d'un point de vue économique, à viser la plus grande efficacité énergétique.

L'entreprise présentera courant 2010 une nouvelle stratégie et une nouvelle planification de mesures à long terme pour la réduction de CO₂. Son futur programme en matière de développement durable en sera inspiré et tiendra compte des attentes des parties prenantes.

Sponsoring

L'engagement culturel et sportif de la Poste (E+ 4) est primordial pour l'image de l'entreprise. En 2009, les dépenses de sponsoring ont avoisiné les 20,7 millions de francs.

Sport

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 les courses de Lucerne et de Bâle ainsi que la Corrida Bulloise. 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 2009, ont pu profiter de plus de 2500 départs gratuits aux courses Swiss Runners et participer aux séminaires sportifs ouverts à tous. La Poste dispose également de sa propre équipe de course à pied, qui rassemble les meilleurs coureurs de Suisse.

PostFinance est sponsor principal de la Ligue Suisse de Hockey sur Glace (LSHG) et de la Ligue Nationale ainsi que sponsor d'or des équipes nationales. Elle encourage la relève du hockey sur glace dans le cadre du projet «Top Scorer» et du PostFinance Trophy. Au cours de la saison 2008/2009, les Top Scorers ont engrangé 400 400 francs pour les sections junior des clubs et de la ligue. PostFinance apporte par ailleurs un soutien financier direct à onze clubs de la Ligue Nationale. La patinoire à Berne s'appelle désormais la PostFinance Arena, expression du solide engagement de PostFinance pour ce sport. C'est là que s'est déroulé en 2009 le championnat du monde de hockey sur glace. 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.

Quatre apprentis de la Poste suivent actuellement une formation d'employé 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.

Culture

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 14 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. 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. La Poste décerne en outre deux prix: «Le Grand Prix de la Poste Suisse» en Suisse romande, qui récompense le meilleur film documentaire, et le Prix du public à Soleure.

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

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Sponsoring sportif	mio. CHF	11,7	12,65
Sponsoring culturel	mio. CHF	4,0	4,27

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

Conférences

La Poste a organisé du 5 au 8 mai 2009 la 17^e Conférence internationale sur l'automatisation postale (International Conference on Postal Automation, ICPA). Plus de 200 spécialistes de la logistique issus de 37 pays de tous les continents se sont retrouvés à Lucerne pour échanger informations et expériences sur les évolutions technologiques dans le traitement du courrier et s'informer sur les tendances en matière de logistique dans les domaines du courrier et des colis. La conférence a lieu tous les trois ans dans un pays différent.

Engagement

■ Pro Juventute et Pro Patria

La Poste soutient les fondations Pro Patria et Pro Juventute en émettant chaque année deux séries de quatre timbres vendus avec un supplément qui leur est reversé. La première institution apporte son soutien financier à des projets de sauvegarde du patrimoine culturel et à des actions sociales; la seconde se mobilise pour répondre aux besoins des enfants et des adolescents de Suisse et défendre leurs droits. Depuis octobre 2009, les timbres Pro Juventute sont disponibles également au format électronique grâce à WebStamp. En outre, la fondation a confié à la Poste la gestion de sa nouvelle boutique en ligne.

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

Réalisée pour la 12^e année consécutive, l'action «2 x Noël» a permis de récolter quelque 72 000 colis l'an dernier (contre 62 500 en 2008). La Croix-Rouge suisse a distribué les colis à des personnes démunies dans tous les cantons de Suisse et à des institutions sociales en Moldavie, en Biélorussie et en Bosnie-Herzégovine. Par ailleurs, la Poste fait chaque année le bonheur des enfants qui écrivent au Père Noël. En 2009, ils étaient 15 512 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 ont avoisiné les 117 000 francs l'an dernier (2008: 35 000 francs). 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 dans les Caraïbes et au Mexique.

Pour la première fois, la Poste a participé à la collecte «Chaque centime compte» organisée durant une semaine par DRS3 et la télévision suisse pour le compte de la Chaîne du bonheur. Environ 7 millions ont pu être récoltés sur la Place fédérale à Berne.

Groupe | Engagement

2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Engagement social / cadeaux / dons	mio. CHF	5	3,22

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

■ Prévention des dettes chez les jeunes

PostFinance a lancé «EventManager», un nouveau jeu didactique en ligne consacré à la prévention des dettes chez les jeunes de 14 à 20 ans, qui apprend à ces derniers à bien gérer leur argent. Les joueurs doivent organiser trois manifestations importantes en trois parties. Il leur faut planifier l'infrastructure et engager les artistes. Il est possible de jouer seul ou en groupe d'au moins 8 personnes. Le contenu du jeu est adapté au programme du degré secondaire I et II.

Pour plus d'informations: www.postfinance-eventmanager.ch.

■ www.myberufswahl.ch

La Poste a contribué au développement d'une nouvelle plateforme interactive consacrée au choix d'un métier: www.myberufswahl.ch est intégré dans le portail de l'orientation scolaire et professionnelle et s'adresse aux écoliers, aux parents et au personnel enseignant. La plateforme a été conçue en collaboration avec la Direction de l'instruction publique du canton de Berne et le Centre suisse de services Formation professionnelle, orientation professionnelle, universitaire et de carrière (CSFO).

■ L'art à la rescousse

La Poste a fait appel à l'art pour établir un lien entre l'architecture dépouillée et fonctionnelle des nouveaux centres courrier d'Eclépens et de Härkingen, le personnel et l'environnement. «Smozz e Pappa», l'œuvre des deux artistes tessinois Ivano Facchinetti et Gianni Realini, est le projet gagnant d'un concours organisé par la Poste pour le centre d'Eclépens. L'œuvre se découpe en deux parties: sculpture orange à l'extérieur et revêtement de sol bleu à l'intérieur avec de petits adhésifs muraux. Avec son œuvre intitulée «Härkingen liegt am Meer» («Härkingen en bord de mer»), l'artiste Roland Emch, de Soleure, a remporté le concours pour le centre de Härkingen. A l'extérieur, trente lampadaires en argent ornés de seaux symbolisent le flux d'eau ou de courrier. La référence à l'eau se poursuit à l'intérieur du centre: agrandissements de photos de gouttes d'eau, vitrines de verre renfermant des récipients à eau provenant des pays d'origine des collaborateurs travaillant sur le site et installation sonore dans la cage d'escalier.

+17	Préface
20	Interview
29	Profil de l'entreprise
53	Evolution de l'activité
	Gestion
136	Responsabilité
136	Vision
136	Société
137	Gestion des risques
137	Principes
137	Organisation
137	Risques
138	Gouvernement d'entreprise
138	Principes et directives
138	Structure du groupe
138	Statut juridique et propriété
138	Pilotage par la Confédération
139	Présentation des comptes du service universel
139	Structure du capital
139	Conseil d'administration
139	Composition
140	Changements
140	Remaniement du gouvernement d'entreprise
140	Structure d'organisation
142	Règlement des compétences
142	Instruments d'information et de contrôle
143	Direction du groupe
143	Composition
143	Changements
144	Indemnisation
144	Politique
144	Fixation des indemnités
144	Montant des indemnités
144	Organe de révision
145	Politiques et principes
145	Gestion et collaboration
145	Concurrence
145	Personnel
145	Sécurité
145	Environnement
146	Achats

147	Instruments de gestion
147	Innovation
147	Groupes de dialogue
147	Capital intellectuel
148	Qualité
148	Environnement
148	Sécurité
148	Chaîne d'approvisionnement
150	Rapport financier
220	Informations détaillées
221	Comparaison des chiffres clés sur 5 ans

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).

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (E+) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2009links 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 Principes

La vision est la ligne directrice suprême de La Poste Suisse. Se fondant sur la législation postale (E 1–2) et les objectifs stratégiques assignés par le Conseil fédéral (E 3), elle a été remaniée et adaptée en 2009. Document fondamental, la vision de la Poste constitue un outil de gestion essentiel. Elle «jalonne son parcours».

Vision 2010

Nous transportons personnes, biens, argent et informations – de façon fiable, valorisante et durable.

■ ... pour la Suisse

- Nous fournissons à la population des services postaux, logistiques et financiers à la fois efficaces, avantageux et de grande qualité
- Nous remplissons de façon optimale le mandat de prestations et de desserte du pays que nous a confié la Confédération, tout en augmentant la valeur de l'entreprise
- Nous voulons être leaders sur les marchés où nous opérons afin de renforcer notre position
- Nous prenons soin de notre environnement
- Nous assumons notre responsabilité sociale et sociétale

■ ... avec succès, en innovant sur nos quatre marchés

- Nous sommes leaders sur le marché de la communication (lettres, journaux, envois publicitaires, solutions multimédias et gestion des données) en Suisse et croissons parallèlement dans la zone transfrontalière comme à l'international
- Nous faisons partie des trois leaders dans le secteur des services financiers grand public (paiements, placements, prévoyance, financement) en Suisse et renforçons constamment notre position
- Nous nous développons sur le marché de la logistique (colis, exprès et solutions logistiques) en Suisse et dans la zone transfrontalière
- Nous sommes leaders sur le marché des transports publics en Suisse (lignes régionales, urbaines et dans les agglomérations, gestion de systèmes) et croissons à l'étranger

■ ... pour nos clientes et clients

- Nous fournissons des prestations postales de grande qualité qui répondent aux besoins de nos clients
- Nous restons présents sur tout le territoire grâce aux points d'accès à nos services
- Nous proposons des prestations sur mesure et d'un seul tenant
- Nous sommes réputés pour l'ingéniosité et la sécurité de nos solutions globales
- Nous formons des partenariats qui permettent à nos clients d'avoir recours à nos prestations dans le monde entier

■ ... ensemble, avec nos collaboratrices et collaborateurs

- Nous nous fondons sur des valeurs communes et agissons de façon: fiable – valorisante – durable
- Nous convainquons de manière aimable, sympathique et durable
- Nous nous engageons avec compétence et visons l'excellence
- Nous misons sur la qualité, sur notre fiabilité et sur notre image de marque
- Notre culture d'entreprise est fondée sur le dynamisme, la volonté de performance et l'esprit d'équipe
- Nous favorisons les rapports interculturels et l'égalité des chances
- Nous nous comportons avec respect, équité, en assumant notre responsabilité sociale et communiquons de manière transparente
- Nous travaillons avec des conditions d'engagement modernes
- Nous offrons des perspectives de développement attrayantes

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. En 2009, la section Développement durable a démarré ses activités (cf. paragraphe «Instruments de gestion» à la page 148).

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 (E+ 24). 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 (E+ 24). 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 opère dans l'unité du groupe PostFinance une gestion adéquate des risques financiers et opérationnels. 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 et opérationnels 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 2009, La Poste Suisse a identifié et analysé onze 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 de dommages de 50 millions de francs au moins. Trois de ces risques concernent les conditions-cadres (politiques), quatre sont des risques de marché et quatre sont de nature endogène. Seize autres risques sont étudiés à titre préventif et, dans la mesure du possible, pilotés activement, par exemple 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 194.

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 (E→ 1). Composé de services postaux et de services de paiement, ce service universel répond aux divers besoins de la clientèle, des acteurs économiques et de la population 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 et le statut de propriétaire de la Confédération.

Durant l'exercice, le Conseil d'administration a passé en revue le règlement interne relatif au gouvernement d'entreprise et a décidé de procéder à quelques changements, lesquels sont entrés en vigueur le 14 décembre 2009. Des détails à ce sujet sont donnés à la page 140.

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, Swiss Post Solutions ainsi que des sociétés du groupe correspondantes (cf. organigramme en page 35). Aucune société du groupe n'est cotée en bourse. Les règles du gouvernement d'entreprise ayant été modifiées, trois modèles de contrôle seront désormais appliqués aux sociétés du groupe en fonction de leur importance stratégique. Dans la maison-mère, les principes de gestion continuent à s'appliquer de manière uniforme à toutes les unités opérationnelles. Une vue d'ensemble des sociétés du groupe et des sociétés associées où la Poste détient une participation de moins de 50% qui sont incluses dans le périmètre de consolidation de La Poste Suisse est présentée en page 201 du rapport financier.

Pilotage par la Confédération

Le Conseil fédéral assigne à la Poste des objectifs stratégiques (E→ 3), lesquels sont adaptés périodiquement, en général tous les quatre ans (cf. paragraphe «Directives» page 44). La dernière adaptation remonte à décembre 2009 et assigne des objectifs à la Poste pour la période 2010–2013. 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 (E→ 8), 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 2009, 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 révision des objectifs stratégiques assignés par le Conseil fédéral pour la période 2010–2013, la nouvelle législation postale (E→ 5), en particulier la licence bancaire, l'offre de prestations 2010, l'assainissement de la Caisse de pensions Poste ainsi que la stratégie du groupe 2009–2011.

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 régulatoire 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 satisfait à ces exigences. En 2009, les coûts du service universel selon la présentation régulatoire 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.

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 200 millions de francs contre 204 millions en 2008.

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 avait découlé du transfert dans la CP Poste. Par ailleurs, la crise financière a entraîné un nouveau déficit nécessitant un assainissement, qui a été comblé par des mesures immédiates. Le reste du bénéfice a été affecté, par une thésaurisation, aux fonds propres du groupe. Au 31 décembre 2009, soit après affectation du bénéfice consolidé, ceux-ci s'élevaient à 3,534 milliards de francs. Après 2007 et 2008, la Poste versera pour la troisième fois à la Confédération une partie de son bénéfice, soit 200 millions de francs. Le mouvement des fonds propres au 31 décembre 2009 est indiqué dans le rapport financier, à la page 154.

Conseil d'administration Composition

Le Conseil d'administration de La Poste Suisse était composé, au 31 décembre 2009, de huit 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 régions, des cultures et des sexes. Le Conseil d'administration sera entièrement renouvelé en avril 2010. 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.

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 2009, les représentants étaient Susanne Blank et Jean-Marc Eggenberger.

Groupe | Composition du Conseil d'administration et participation aux comités
 au 31.12.2009

Nom	Fonction	Comités	Nationalité	Membre depuis
Claude R. Béglé	Président	Audit & Risk, Organisation, Nomination & Remuneration, Investment, Mergers & Acquisitions, Post-Finance	CH	2008
Susanne Blank	Membre	Audit & Risk	CH	2008
Jean-Marc Eggenberger	Membre	Organisation, Nomination & Remuneration	CH	2003
Dominique Freymond	Membre	Organisation, Nomination & Remuneration*	CH	2002
Nicola Thibaudeau	Membre	PostFinance	CH, CAN	2006
Wolfgang Werlé	Membre	Investment, Mergers & Acquisitions	DE	2002
Marco Durrer	Membre	PostFinance*	CH	2009
Andreas Schläpfer	Membre	Investment, Mergers & Acquisitions*	CH	2009

* Direction du comité

Pour obtenir des détails sur les différents membres du Conseil d'administration, se reporter à la page 36.

Changements

2009

Claude R. Béglé est devenu président du Conseil d'administration le 1^{er} avril 2009, succédant ainsi à Anton Menth qui avait atteint la limite d'âge prescrite. Fin mars, Peter T. Sany donnait sa démission en raison d'un conflit d'intérêts dû à son nouvelle activité chez UBS. Nouvellement nommés, Andreas Schläpfer et Marco Durrer ont rejoint les rangs du Conseil d'administration à la fin août 2009 et Rudolf W. Hug en a démissionné en décembre 2009.

Changements après la date de clôture du bilan

Wolfgang Werlé a démissionné du Conseil d'administration le 4 janvier 2010 et Claude Béglé a renoncé, avec effet immédiat, à son mandat de président du Conseil d'administration le 19 janvier 2010. Le lendemain, le Conseil fédéral nommait Peter Hasler pour le remplacer.

Révision des règles du gouvernement d'entreprise

En décembre 2009, le Conseil d'administration a adopté les règles remaniées du gouvernement d'entreprise. Il définit désormais lui-même les fondements de la structure d'entreprise et les processus de planification inhérents à la stratégie du groupe. Il peut en outre nommer deux vice-présidents parmi ses membres. Par ailleurs, quatre nouveaux comités permanents ont été institués, alors que les anciens comités Révision et Personnel ont été dissous. Le mandat de chaque comité fait l'objet d'un règlement distinct.

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 2008, le budget 2009, l'ensemble de la stratégie et de ses processus, la révision complète de la législation postale, la nomination des nouveaux responsables de PostLogistics et de PostMail, le développement du réseau postal, la succession du directeur général ainsi que la réorganisation (cf. page 35) et le remaniement des règles du gouvernement d'entreprise. Le directeur général et le responsable de l'unité Finances participent généralement aux séances du Conseil d'administration, avec voix consultative. En fonction des besoins, d'autres membres de la Direction du groupe, des spécialistes 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 le secrétaire général ou la secrétaire générale, qui n'a pas besoin d'en être membre. La limite d'âge de 70 ans vaut pour tous les membres du Conseil d'administration. Le règlement d'organisation remanié limite désormais à douze ans la durée du mandat des membres. Quatre comités permanents du Conseil d'administration avec voix consultative, chargés de la préparation des décisions et

auxquels le président du Conseil d'administration participe d'office, ont été institués (Audit & Risk; Organisation, Nomination & Remuneration; Investment, Mergers & Acquisitions; PostFinance). Enfin, le Conseil d'administration peut à tout moment constituer des comités temporaires ou des groupes de travail pour traiter de dossiers particuliers. Les deux anciens comités Personnel et Révision ont été dissous. 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
 (désormais Audit & Risk)

Composé de cinq membres, le comité assiste le Conseil d'administration, notamment pour l'examen de la comptabilité, du rapport financier et de la gestion des risques. Il est responsable de la création et du développement de structures de surveillance internes appropriées et veille au respect des dispositions légales. En outre, 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 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 étudie les observations et les recommandations des organes de révision interne et externe, avant de soumettre d'éventuelles propositions au Conseil d'administration. Le comité 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 2009, la planification financière stratégique et les effets de la crise financière sur La Poste Suisse. Rudolf Hug a dirigé ce comité jusqu'à son départ le 22 décembre. A la date de clôture du bilan, le nom de son successeur n'était pas encore connu. Suite au remaniement des règles du gouvernement d'entreprise, le comité de révision a été remplacé par le nouveau comité Audit & Risk. Nicola Thibaudeau en assume la direction (ad interim) depuis janvier 2010, les autres membres étant Peter Hasler et Susanne Blank.

Comité Personnel
 (désormais Organisation,
 Nomination & Remuneration)

Composé de Dominique Freymond (président), de Jean-Marc Eggenberger ainsi que du président du Conseil d'administration, le comité Personnel s'est réuni à cinq reprises au cours de l'exercice. Il a traité de la succession des responsables de PostLogistics et de PostMail, de celle du directeur général ainsi que des mesures salariales. A la mi-décembre, le comité a été remplacé par le comité Organisation, Nomination & Remuneration, lequel est investi, par rapport à l'ensemble du Conseil d'administration, 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.

Nouveaux comités
 (Investment, Mergers
 & Acquisition, PostFinance)

Le Conseil d'administration a institué les nouveaux comités permanents PostFinance ainsi que Investment, Mergers & Acquisition, lesquels font chacun l'objet de leur propre règlement. Tous les règlements sont structurés de la même façon: ils définissent le but, le mandat, la constitution, les tâches et attributions, les tâches particulières du président ainsi que l'organisation de l'organe. Ils sont chacun composés de trois membres du Conseil d'administration, dont le président de ce dernier, et sont dirigés par un membre du Conseil d'administration. La matrice de compétences règle la répartition des attributions entre le Conseil d'administration, le comité, le directeur général et les unités chargées du domaine d'activité. Les comités sont investis d'une fonction consultative.

Le comité PostFinance se consacre à la gouvernance des activités de PostFinance en matière de placements, contrôle les risques opérationnels de l'unité et accompagnera l'équipe de projet chargée du transfert de l'unité dans la société PostFinance SA. Les deux membres du Conseil d'administration sont Marco Durrer (présidence) et Nicola Thibaudeau.

Le comité Investment, Mergers & Acquisitions traite de la stratégie en matière de fusions et d'acquisitions ainsi que des différentes alliances stratégiques. Il identifie et examine les opportunités en matière de participations, fusions et acquisitions ainsi que d'investissements et alliances. Il accompagne en outre la fondation, la liquidation et la vente de sociétés du groupe,

Réglement des compétences

de sociétés associées et de participations. Andreas Schläpfer dirige le comité depuis janvier 2010, les autres membres étant Jean-Marc Eggenberger et, depuis janvier 2010, Peter Hasler.

Conformément au principe de répartition des tâches et 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. Le remaniement des règles du gouvernement d'entreprise permet d'intensifier la collaboration entre les deux organes et la concertation sur les différents sujets sera encore améliorée à l'avenir. Le processus stratégique itératif constituera l'élément essentiel de la collaboration entre les deux organes dirigeants de la Poste.

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 et du président du Conseil d'administration ainsi que des membres 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 révisé 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 Audit & Risk du respect du budget, de la planification financière stratégique et des directives 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 ainsi que des sujets critiques en matière de présentation des comptes. Chaque trimestre, des rapports lui parviennent également de la gestion des risques (cf. page 137 et, dans le rapport financier, page 194), de la trésorerie, de la communication et de la révision interne (cf. page 143). 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 avec les comptes l'existence d'un système de contrôle interne selon le Code des obligations. D'autres indications sur le SCI figurent à la page 194 du rapport financier.

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, à 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 président du Conseil d'administration pour l'exercice de ses tâches. Toutefois, ni le Conseil d'administration ni la Direction du groupe ne sont autorisés à donner des instructions techniques à l'OAR. Les activités et obligations de ce dernier sont supervisées depuis le 1^{er} janvier 2009 par l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA), 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 31.12.2009

Nom	Fonction	Nationalité	Membre depuis
Jürg Bucher	Directeur général et responsable PostFinance	CH	2003
Dieter Bambauer	Responsable PostLogistics	D	2009
Ulrich Hurni	Responsable PostMail	CH	2009
Yves-André Jeandupeux	Responsable Personnel	CH	2005
Daniel Landolf	Responsable CarPostal	CH	2001
Frank Marthaler	Responsable Swiss Post 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 définit notamment à l'intention du Conseil d'administration 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 concernés. 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.

Pour obtenir des détails sur les différents membres de la Direction du groupe, se reporter à la page 40.

Changements

Le 1^{er} avril 2009, Michel Kunz a remplacé Ulrich Gygi au poste de directeur général, puis a démissionné de la Direction du groupe en décembre. Le Conseil d'administration a nommé Jürg Bucher, responsable PostFinance, pour le remplacer. L'unité du groupe PostMail est dirigée par Ulrich Hurni depuis mars et l'unité PostLogistics par Dieter Bambauer depuis début octobre.

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 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.

Si une comparaison est effectuée avec les chiffres de l'exercice précédent, il convient de tenir compte des changements en matière de personnel étant intervenus dans les différents organes au cours de l'exercice.

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 et autres prestations incluses, de 1 028 182 francs (honoraires, prestations accessoires et autres prestations). En 2009, les prestations accessoires et les autres prestations d'un montant total de 243 598 francs ont été incluses dans la rémunération globale. Les honoraires perçus par les présidents du Conseil d'administration ont atteint 218 750 francs (Anton Menth: 50 000 francs pour 3 mois; Claude Béglé: 168 750 francs pour 9 mois) et les prestations accessoires ainsi que les autres prestations se sont élevées à 74 035 francs (Menth: 14 313 francs; Béglé: 59 722 francs).

Direction du groupe

Au cours de l'exercice, les onze membres de la Direction du groupe (incluant les deux directeurs généraux démissionnaires) ont reçu une rémunération globale, prestations accessoires incluses, de 4 866 046 francs (salaires de base, prestations accessoires et bonus de prestation). Comme pour le Conseil d'administration, les prestations accessoires d'un montant total de 339 843 francs ont été incluses dans la rémunération globale. Le bonus de prestation qui découlait des objectifs atteints en 2009 et qui a été versé en 2010 s'est monté à 1 040 424 francs. Le salaire de base des directeurs généraux s'est élevé au total à 524 583 francs (Ulrich Gygi: 142 500 francs pour trois mois; Michel Kunz: 360 000 francs pour 9 mois; Jürg Bucher: 22 083 francs pour 0,5 mois en tant que directeur général et responsable de PostFinance) et leurs bonus de prestation à 200 278 francs (Gygi: 50 000 francs; Kunz: 144 000 francs; Bucher: 6278 francs). Le bonus de prestation d'Ulrich Gygi lui avait déjà été 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.

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.

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, 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 collaboration se fonde sur la vision et la stratégie de la Poste. En appliquant le principe «ensemble, avec nos collaboratrices et 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 attractives 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 (E 9), 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. La Poste attache en outre beaucoup d'importance à la santé de son personnel et entend éviter les maladies et les accidents professionnels. Elle mise donc sur la prévention et la réinsertion professionnelle rapide.

Au moyen de sa politique de sécurité (E 23), la Poste entend garantir en tout temps son exploitation et, en cas d'événements critiques, des interventions rapides et ciblées. Elle satisfait aux exigences légales en la matière et considère que la sécurité fait partie intégrante de la culture d'entreprise. Le personnel et les supérieurs hiérarchiques sont encouragés à contribuer activement à 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.

La Poste mène une politique de l'environnement (E 16) 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.

Achats

La Poste est tenue de respecter les procédures d'adjudication prédéfinies (E→ 29). Sa politique d'achats (E→ 25) se fonde sur la loi fédérale sur les marchés publics (E→ 27) et sur l'ordonnance du même nom (E→ 28). Elle considère ainsi ses fournisseurs comme des partenaires dans un contexte de concurrence âpre mais équitable. Elle traite tous les concurrents sur un pied d'égalité. Lors de ses achats, elle cherche à obtenir des conditions optimales et une efficacité élevée dans le cadre de relations, coopérations et partenariats durables. Son volume d'achat annuel atteint quelque 2,9 milliards de francs.

Conformément à sa vision, la Poste procède à ses achats en tenant compte d'aspects économiques, éthiques, sociaux et écologiques. Elle accorde à cet égard une grande importance à l'utilisation consciencieuse et durable des ressources et à la préservation de l'environnement.

Ainsi, depuis 2006, tous les fournisseurs sont tenus de signer le code éthique et social de la Poste (E→ 26) et de respecter ses exigences.

Instruments de gestion

Innovation

Avec un programme en matière d'innovation lancé à l'échelle du groupe, la Poste entend encourager de façon ciblée le développement et l'application de nouvelles idées dans le domaine du commerce et des processus, en vue d'exercer une influence positive et durable sur son résultat et de se positionner comme entreprise innovante dans l'esprit de la clientèle et du public. A cet effet, la Poste gère un fonds consacré à l'innovation qui est augmenté chaque année d'un montant équivalent à 1,5 % du bénéfice consolidé prévu (environ 13 millions de francs). Depuis août 2009, le personnel peut présenter chaque mois de manière simple et directe des idées de nouvelles prestations à un jury composé de représentants des unités. Après avoir examiné minutieusement les idées, le jury débloque les premiers fonds pour les propositions prometteuses. L'auteur de l'idée la concrétise ensuite lors d'une deuxième étape et développe, si possible, un prototype. Un comité de la Direction du groupe tranche en dernier ressort sur le financement de l'idée. Les organes inter-unités optimisent le transfert des connaissances dans les unités, permettant d'améliorer encore la qualité et la capacité d'innovation des idées. En 2009, plus d'une vingtaine d'idées ont été financées par le fonds de l'innovation, leur réalisation incombant aux unités. Il convient par exemple de citer «pro clima» (E 20), l'expédition de lettres et de colis avec compensation de l'impact sur le climat (page 125), ou SwissStick, une clé de mémoire de sécurité (page 73) qui a été testée auprès d'un millier de collaboratrices et de collaborateurs à la fin de l'année.

En 2008, La Poste Suisse a fondé le PostLab sur le campus de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL). Le PostLab entretient des contacts avec des hautes écoles, des étudiants et des start-up. Son objectif est notamment d'exploiter pour La Poste Suisse le savoir des hautes écoles et d'identifier de nouveaux potentiels commerciaux.

«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. Chaque membre du personnel peut ainsi participer de manière simple à l'évolution de la Poste. Grâce à leurs connaissances, leur savoir-faire et leur créativité, tous peuvent contribuer à optimiser les processus et à éliminer les tâches inutiles. L'esprit d'entreprise et l'action entrepreneuriale sont ainsi stimulés et la Poste peut bénéficier des idées émises. Elle entend exploiter le potentiel de tout un chacun et développe donc en permanence cet outil: depuis quelque temps, elle demande ainsi activement à ses collaborateurs de lui faire part de leurs idées. A l'avenir, ceux-ci auront aussi la possibilité, non seulement de faire des propositions complètes, mais aussi de poser des questions et de soumettre des problèmes, lesquels pourront ensuite être approfondis par des collègues et par l'ensemble des cadres. Les idées soumises en 2009 ont permis des économies de plus de quatre 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 collaborateurs en Suisse et à l'étranger. Sous le slogan «Quelle couleur a ta Poste?», Michel Kunz a participé en 2009 dans toutes les régions de la Suisse à six manifestations organisées dans le cadre des exposés «Postorama». «Postorama» a déjà abordé plus de vingt thèmes postaux. Ces rencontres ont attiré en moyenne entre 70 et 140 collaborateurs, qui y ont assisté en dehors de leurs heures de travail. Sur Intranet, 160 groupements du savoir ou «communities of practice», rassemblant des membres de différentes unités ou services,

débatent de sujets librement choisis et ébauchent de nouvelles solutions. Plus de 3000 personnes participent à ces groupes. 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.

Qualité

La Poste Suisse mise sur la qualité. Seuls des produits et des prestations impeccables lui permettent de rester compétitive dans un environnement très concurrentiel. 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

Pour mettre en œuvre sa politique de l'environnement (E→ 16) à l'échelle du groupe, la Poste se fonde sur un système de gestion de l'environnement (SGE) (E→ 21), dont certains éléments bénéficient de la certification ISO 14001. Ce système permet de reconnaître et de définir les activités pertinentes en la matière, de fixer des objectifs (E→ 17), d'engager des mesures, de contrôler leur efficacité et d'établir des rapports. Il est adapté en permanence au contexte changeant.

Les sujets relatifs à l'environnement sont traités par des organes inter-unités. Un comité de la Direction du groupe décide du financement des projets importants. Créée en 2009 et intégrée à l'unité Communication du groupe, la section Développement durable prépare les décisions stratégiques et assume désormais des tâches de coordination.

Sécurité

En 2009, la Poste a créé dans l'intranet une plateforme centralisée destinée à la gestion d'une pandémie de grippe éventuelle. Le personnel peut y trouver des informations diverses, les coordonnées des services compétents ainsi que des conseils sur l'attitude à adopter dans diverses situations, par exemple lors d'entretiens avec des clients ou de l'apparition des premiers symptômes grippaux. Opérationnelle 24 heures sur 24, la permanence de l'unité Sécurité d'entreprise est le premier interlocuteur des collaborateurs en cas d'évènements ou de délits relatifs à la sécurité. Elle est sollicitée plus de 4000 fois par année. En cas d'évènements inhabituels, la gestion des crises établit rapidement une analyse de la situation et définit une réaction adéquate. Lors d'une simulation de crise, la cellule de crise du groupe a testé sa rapidité d'intervention, ses fonctions ainsi que la répartition des rôles et des tâches. Des exercices réguliers ont pour but de garantir que les lacunes éventuelles puissent être identifiées et comblées et que les connaissances acquises ne soient pas perdues. Lors des cours donnés sur le thème de la sécurité, l'accent a été mis en 2009 sur le maniement des extincteurs portatifs. Durant une heure, 784 membres du personnel issus de toute la Suisse ont ainsi appris à éteindre différents types d'incendies déclenchés artificiellement dans des véhicules spécialement aménagés et sur des parkings protégés.

Chaîne d'approvisionnement

La Poste dispose d'un système d'achat homogène et des outils de gestion ad hoc, lesquels sont axés sur les besoins internes des clients et sur les exigences d'activités spécifiques. Des objectifs environnementaux comme l'utilisation parcimonieuse des ressources ou l'élimination des risques en matière d'écologie jouent également un rôle lors des achats. La Poste veille à respecter des normes éprouvées comme la certification FSC pour les achats de papier ou l'étiquette Energie 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. Pour les véhicules, elle veille à utiliser des technologies pauvres en CO₂.

Préface	17
Interview	20
Profil de l'entreprise	29
Evolution de l'activité	53
Gestion	134
Rapport financier	150

17	Préface
20	Interview
29	Profil de l'entreprise
53	Evolution de l'activité
134	Gestion

Rapport financier

152	Groupe
152	Etat du résultat global consolidé
153	Bilan consolidé
154	Variation consolidée des fonds propres
156	Tableau de financement consolidé
157	Annexe
157	1 Activités de la Poste
157	2 Normes de présentation des comptes
158	3 Principes de présentation et de consolidation des comptes
163	4 Incertitudes d'estimation et appréciation du management
164	5 Informations sectorielles
168	6 Résultat des services financiers
168	7 Autres produits d'exploitation
169	8 Charges de personnel
169	9 Prévoyance du personnel
172	10 Charges des biens commercialisés et prestations de services
172	11 Autres charges d'exploitation
173	12 Produits financiers
173	13 Charges financières
173	14 Impôts sur le bénéfice
175	15 Créances
177	16 Stocks
178	17 Immobilisations financières
179	18 Evalué à la valeur de marché avec effet sur le résultat, désignation
179	19 Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance
180	20 Immobilisations financières disponibles à la vente
182	21 Instruments financiers dérivés
184	22 Prêts
185	23 Participations dans des sociétés associées
186	24 Immobilisations corporelles
188	25 Immobilisations incorporelles et goodwill
190	26 Engagements financiers
191	27 Provisions
192	28 Leasing d'exploitation
193	29 Engagements conditionnels
193	30 Parties liées et personnes clés
194	31 Gestion des risques
201	32 Périmètre de consolidation

205	33 Modifications du périmètre de consolidation
209	34 Actifs non courants détenus en vue de la vente
209	35 Principaux cours de conversion des monnaies étrangères
210	36 Evénements postérieurs à la date de clôture
211	Rapport de l'organe de révision
212	La Poste Suisse
212	Compte de résultat
213	Bilan
214	Annexe
216	Proposition d'utilisation du bénéfice
217	Rapport de l'organe de révision
218	Informations complémentaires sur PostFinance
218	Compte de résultat
219	Bilan
220	Informations détaillées
221	Chiffres clés comparés sur cinq ans

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

Etat du résultat
global consolidé

Groupe Etat du résultat global	Note	2009	2008
En millions de CHF			
Chiffre d'affaires net des services logistiques		5 489	5 584
Chiffre d'affaires net des biens commercialisés		628	635
Produits des services financiers	6	2 148	2 177
Autres produits d'exploitation	7	444	584
Total des produits d'exploitation	5	8 709	8 980
Charges de personnel	8, 9	-4 032	-3 873
Charges des biens commercialisés et prestations de services	10	-1 672	-1 727
Charges des services financiers	6	-633	-880
Autres charges d'exploitation	11	-1 326	-1 409
Amortissements	24, 25	-325	-279
Total des charges d'exploitation		-7 988	-8 168
Résultat d'exploitation	5	721	812
Produits financiers	12	25	25
Charges financières	13	-14	-22
Résultat des sociétés associées	23	6	10
Bénéfice avant impôts		738	825
Impôts sur le bénéfice	14	-10	0
Bénéfice consolidé		728	825
Autres éléments du résultat global			
Variation des plus-values latentes		149	-141
Variation des réserves de couverture		-11	30
Variation des réserves issues de la conversion de monnaies		1	-25
Variation des impôts différés		11	0
Total des autres éléments du résultat global		150	-136
Résultat global		878	689
Répartition du bénéfice consolidé			
Part revenant à la Confédération suisse (propriétaire)		728	823
Part revenant aux intérêts minoritaires		0	2
Répartition du résultat global			
Part revenant à la Confédération suisse (propriétaire)		878	687
Part revenant aux intérêts minoritaires		0	2

Bilan consolidé

Bilan consolidé En millions de CHF	Note	31.12.2009	31.12.2008
Actifs			
Avoirs en caisse		1 976	2 341
Créances sur établissements financiers	15	16 293	17 066
Créances rémunérées sur clients	15	132	105
Créances résultant de livraisons et prestations	15	980	1 098
Autres créances	15	1 218	1 056
Stocks	16	83	80
Actifs non courants détenus en vue de la vente	34	5	16
Immobilisations financières	17-22	61 129	47 008
Participations dans des sociétés associées	23	39	42
Immobilisations corporelles	24	2 448	2 460
Immobilisations incorporelles	25	296	261
Impôts différés actifs	14	77	70
Total des actifs		84 676	71 603
Passifs			
Fonds des clients (PostFinance)	26	77 272	64 204
Autres engagements financiers	26	161	364
Engagements résultant de livraisons et prestations		715	835
Autres engagements		994	900
Provisions	27	438	433
Engagements de prévoyance du personnel	9	1 552	1 995
Dettes d'impôts courants		1	4
Impôts différés passifs	14	9	11
Total des fonds étrangers		81 142	68 746
Capital de dotation		1 300	1 300
Réserves issues du capital		1 881	1 366
Réserves issues de bénéfices		345	67
Réserves pour autoassurance		-	265
Bénéfices et pertes imputés directement sur les fonds propres		30	- 119
Réserves issues de la conversion de monnaies		- 25	- 26
Fonds propres revenant au propriétaire		3 531	2 853
Part des intérêts minoritaires		3	4
Total des fonds propres		3 534	2 857
Total des passifs		84 676	71 603

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	Réserves pour auto- assurance	Bénéfices et pertes imputés sur les fonds propres	Rés. issues de la con- version de monnaies	Fonds propres revenant au propriétaire	Parts des intérêts minoritaires	Total
Etat au 01.01.2008		1 300	1 116	-206	265	-8	-1	2 466	4	2 470
Bénéfice consolidé				823				823	2	825
Diminution de plus-values latentes sur immobilisations financières disponibles à la vente						-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 réserves issues de la conversion de monnaies							-25	-25	0	-25
Total des autres éléments du résultat global						-111	-25	-136	0	-136
Résultat global				823		-111	-25	687	2	689
Variation des parts minoritaires									0	0
Distribution du bénéfice				-550				-550	-2	-552
Apport en capital	9		250					250		250
Etat au 31.12.2008		1 300	1 366	67	265	-119	-26	2 853	4	2 857
Etat au 01.01.2009		1 300	1 366	67	265	-119	-26	2 853	4	2 857
Bénéfice consolidé				728				728	0	728
Augmentation de plus-values latentes sur immobilisations financières disponibles à la vente						145		145		145
Bénéfices provenant de la vente d'immobilisations financières transférés au compte de résultat	17					-3		-3		-3
Amortissement de plus-values latentes sur immob. financières reclassées dans la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance»	17					7		7		7
Variation de plus-values/moins- values non réalisées sur réserves de couverture du cash-flow (net)						-28		-28		-28
Plus-values/moins-values provenant des couvertures du cash-flow et transférées au compte de résultat						17		17		17
Impôts différés						11		11		11
Variation des réserves issues de la conversion de monnaies							1	1	0	1
Total des autres éléments du résultat global						149	1	150	0	150
Résultat global				728		149	1	878	0	878
Variation des parts minoritaires									1	1
Distribution du bénéfice				-450				-450	-2	-452
Apport en capital et reclassement	9		515		-265			250		250
Etat au 31.12.2009		1 300	1 881	345	-	30	-25	3 531	3	3 534

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. 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.

A la suite du transfert de l'autoassurance de la Poste dans la société Swiss Post Insurance SA, les réserves pour autoassurance ont été reclassées dans les réserves issues du capital à hauteur de 265 millions de francs.

Dans le cadre de l'utilisation du bénéfice 2008, une somme de 250 millions de francs (exercice précédent: 250 millions) a été affectée à la Caisse de pensions Poste en tant que 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, 200 millions de francs ont été versés au propriétaire.

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 comptabilisées en 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	2009	2008
Bénéfice avant impôts		738	825
Amortissements	24, 25	325	279
Bénéfices sur vente d'immobilisations corporelles, net	7, 11	-90	-88
Correctifs de valeur sur immobilisations financières, net	17	53	188
Correctifs de valeur sur sociétés associées, net		2	-
Variations d'évaluation d'immobilisations financières		115	291
(Diminution) des provisions, net		-196	-200
Autre résultat financier		8	2
Autre résultat sans effet sur les flux de liquidités		-8	-11
Variation de l'actif circulant net:			
Diminution/(Augmentation) des créances		99	-85
(Diminution)/Augmentation des engagements		-33	13
(Augmentation)/Diminution des autres actifs circulants non rémunérés		-2	0
Variation de postes des services financiers:			
Diminution des créances sur établissements financiers (durée dès 3 mois)		74	1 657
(Augmentation) des immobilisations financières		-14 153	-6 148
Variation des fonds des clients (PostFinance)/des créances rémunérées sur clients		13 045	12 725
Variation d'autres créances/engagements résultant des services financiers		-325	-1 154
Impôts sur le bénéfice payés		-9	-13
Flux de trésorerie des activités d'exploitation		-357	8 281
Acquisition d'immobilisations corporelles	24	-350	-447
Acquisition d'immobilisations incorporelles (sans goodwill)	25	-29	-26
Acquisition de sociétés affiliées, nette de trésorerie acquise	33	-47	-41
Acquisition de parts minoritaires	33	-5	-2
Vente d'immobilisations corporelles		190	153
Vente (Acquisition) d'autres immobilisations financières (non opérationnelles), net		-7	9
Intérêts perçus (hors services financiers)		19	23
Flux de trésorerie des activités d'investissement		-229	-331
(Diminution) des autres engagements financiers		-20	-116
Intérêts payés		-6	-7
Apport à la Caisse de pensions Poste provenant du bénéfice	9	-250	-250
Distribution du bénéfice au propriétaire		-200	-300
Distribution du bénéfice aux intérêts minoritaires		-2	-2
Flux de trésorerie des activités de financement		-478	-675
Variation des liquidités		-1 064	7 275
Liquidités en début d'exercice		18 503	11 228
Liquidités en fin d'exercice		17 439	18 503
Les liquidités comprennent les:			
Avoirs en caisse		1 976	2 341
Créances sur établissements financiers d'une durée initiale inférieure à 3 mois	15	15 463	16 162
Total des liquidités en fin d'exercice		17 439	18 503

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 postes 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 opérationnels. 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.

Plusieurs normes et interprétations IFRS nouvelles ou révisées s'appliquent à compter de l'exercice 2009. Seules celles concernant le groupe Poste sont mentionnées ci-après. Elles n'ont pas d'incidences significatives sur ses comptes.

Norme / interprétation	Effets sur les comptes consolidés de La Poste Suisse
IAS 1 rév. Présentation des états financiers (depuis le 01.01.2009)	Nouvelles désignations plus précises de certains éléments des comptes. Ajout du bilan arrêté au début de la période de comparaison, si l'on a modifié des chiffres de l'année précédente avec effet rétroactif ou procédé à un reclassement de postes.
IAS 23 rév. Coûts d'emprunt (depuis le 01.01.2009)	Comptabilisation à l'actif des coûts d'emprunt pendant la période de construction, dans la mesure où ils sont directement attribuables à l'actif qualifié.
IAS 27 rév. Etats financiers consolidés et individuels selon les IFRS (depuis le 01.07.2009)	Instaure de nouvelles prescriptions de présentation des comptes. Le bénéfice ou la perte résultant de la perte de contrôle d'une filiale est comptabilisé en résultat.
IAS 39 rév. Instruments financiers: comptabilisation et évaluation – Eléments éligibles à la couverture (depuis le 01.07.2009)	Effet sur la présentation des comptes lorsqu'il y a début/fin de la comptabilité de couverture dans une société suite à cette modification.
IFRS 3 rév. Regroupements d'entreprises (depuis le 01.07.2009)	Dispose principalement de la méthode du goodwill intégral et de la saisie des coûts d'acquisition dans l'état du résultat global.
IFRS 7 amend. Instruments financiers: informations à fournir (depuis le 01.01.2009)	Amélioration des informations sur la juste valeur servant de référence et sur le risque de liquidité.
IFRS 8 Segments opérationnels (depuis le 01.01.2009, remplace IAS 14 – Information sectorielle)	Approche managériale de l'information sectorielle. La Poste suit cette approche depuis 2002.

■ Charges des biens commercialisés et prestations de services et autres charges d'exploitation
 Depuis le 1^{er} janvier 2009, le segment Swiss Post Solutions (anc. Clients stratégiques et solutions) est soumis à de nouvelles directives de comptabilité, ce qui s'est traduit par un reclassement des autres charges d'exploitation dans les charges des biens commercialisés et prestations de services. Les chiffres de 2008 ont été ajustés en conséquence à hauteur d'environ 97 millions de francs.

International Financial Reporting Standards (normes IFRS) révisés et nouveaux

Adaptation de la présentation des comptes

3 | Principes de consolidation et de présentation des comptes

■ Fonds propres

Avec l'entrée en activité de Swiss Post Insurance SA le 1^{er} janvier 2009, la part des réserves pour autoassurance dans les fonds propres est devenue caduque. C'est pourquoi on a reclassé 265 millions de francs dans les réserves issues du capital.

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 sociétés associées avec droits de vote compris entre 20 et 50% et/ou dans des sociétés associées sur lesquelles la Poste exerce une influence prépondérante, mais qu'elle ne contrôle pas, sont non 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.

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 monnaies étrangères 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 entièrement 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.

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 réductions sur 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

Conversion de monnaies étrangères

Comptabilisation des produits

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 par exercice.

Les produits des commissions et des services provenant des services financiers sont comptabilisés par exercice. Les produits financiers résultant des immobilisations financières et les frais financiers pour les dépôts des clients sont régularisés par exercice. 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 a lieu 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 biens commercialisés, les produits finis et semi-finis, les carburants, le matériel d'exploitation, les matériaux et le matériel de production. 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 principalement 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 (juste valeur). Elles sont classées dans la catégorie «à la juste valeur par le biais du résultat, négoce ou désignation». 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 de la catégorie «à la juste valeur par le biais du résultat, négoce ou désignation» sont présentés dans l'annexe 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. Cette méthode 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 le poste «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 des 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 des indications de diminution de leur valeur. Elle se fonde à cet effet principalement sur l'évolution des valeurs de marché et sur l'abaissement de la notation de crédit des immobilisations par des agences de notation reconnues ou par des banques qualifiées. En présence de telles indications, 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 cette immobilisation 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 (comptabilité de couverture) lorsque les instruments financiers dérivés compensent efficacement les fluctuations de la valeur de marché ou du flux de liquidités 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 effet 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 effet sur le résultat.

Opérations de mise en pension et de prise en pension et opérations de prêt de titres

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.

Les liquidités qui résultent des opérations de prise en pension (reverse repurchase) sont présentées en tant que créances sur établissements financiers. Les placements financiers obtenus à titre de sûretés lors de l'opération ne sont pas mis en compte. L'inscription au bilan se fait au jour d'exécution. Les produits d'intérêts issus des opérations de prise en pension sont régularisés par exercice.

Les placements financiers transférés en tant que sûretés lors des opérations de mise en pension (repurchase) continuent à être inscrits au bilan 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 par exercice.

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 portés au bilan en tant qu'immobilisations financières.

La couverture des titres des opérations de mise en pension et de prise en pension et opérations de prêt 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 significatif 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 sont inscrits à l'actif.

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 présentée en tant qu'immobilisation corporelle, tandis que les paiements futurs à titre de leasing sont actualisés et présentés 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 risquant de 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 primauté des prestations. Ce 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 du patrimoine et des engagements 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 risque marqué 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

Appréciation du management quant à l'application des méthodes d'établissement du bilan et d'évaluation

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 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. La composition de l'actif des segments est présentée séparément dans le paragraphe «Composition de l'actif et du passif des segments».

La répartition des unités de La Poste Suisse et des sociétés du groupe figurant au bilan entre les différents segments est présentée à la note 32, Périmètre de consolidation.

Segmentation

Segmentation	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
Swiss Post Solutions (anc. 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

Informations géographiques

En application de la norme IFRS 8, les informations géographiques portent désormais aussi sur les structures régionales «Amérique», «Europe» et «Asie». L'attribution d'une société à l'une ou

l'autre région est déterminée par le lieu où se trouve son siège. On applique également une segmentation géographique «Suisse» et «Etranger et transfrontalier» (voir pp. 166/167). 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).

L'ouverture progressive du marché des lettres s'est poursuivie: après avoir été abaissée à 100 grammes le 1^{er} avril 2006, la limite du monopole est passée à 50 grammes le 1^{er} juillet 2009. 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 (2008: 30 millions) pour les coûts non couverts du transport de journaux.
- Segment CarPostal: 150 millions de francs (2008: 144 millions) pour le transport de voyageurs effectué 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. Comme le résultat du segment PostFinance contient les produits financiers et les charges financières, les avoirs rémunérés et les engagements correspondants sont pris en compte dans l'actif et le passif du segment.

L'actif et le passif 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 l'actif et le passif 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.

En 2009, La Poste Suisse a racheté les marques de GHP et du groupe GBS+ pour environ 46 millions de francs. Ce rachat s'inscrit dans le cadre de la stratégie de marques de la Poste et résulte de décisions prises par la Direction du groupe et le Conseil d'administration. Dès 2010, le segment acquéreur Autres perçoit du segment Swiss Post Solutions, pour l'utilisation de ces marques, des droits de licence annuels admis fiscalement.

Résultats par segment et par région

Résultats par segment

2009 En millions de CHF	Note	PostMail	Post-Logistics	Swiss Post International	Swiss Post Solutions	Réseau postal et vente	Post-Finance	CarPostal ¹	Autres ²	Consolidation	Groupe
Produits d'exploitation											
avec clients		2 504	1 122	1 024	595	464	2 149	639	212	–	8 709
avec autres segments		304	366	4	101	895	11	1	818	–2 500	–
Total des produits d'exploitation		2 808	1 488	1 028	696	1 359	2 160	640	1 030	–2 500	8 709
Résultat d'exploitation		198	45	53	–25³	–113	441	27	95³		721
Résultat financier	12, 13										11
Résultat des sociétés associées	23	–3	–	7	0	–	3	0	–1		6
Impôts sur le bénéfice	14										–10
Bénéfice consolidé											728
Actifs des segments		438	447	620	388	452	80 324	272	4 423	–3 513	83 851
Sociétés associées		3	–	13	0	–	16	2	5		39
Actifs non imputés ⁴											786
Total des actifs											84 676
Engagements des segments		279	482	567	235	566	79 373	379	2 235	–3 513	80 603
Passifs non imputés ⁴											539
Total des fonds étrangers											81 142
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles	24, 25	35	74	8	31	18	8	88	117		379
Amortissements	24, 25	43	56	7	32	2	14	26	123		303
Moins-values	17, 24, 25	–	5	–	17	–	53	–	–		75
Autres (charges)/produits sans incidence sur les liquidités		–3	–18	–2	–32	–4	0	–15	–196		–270
Effectif ⁵		16 996	5 489	1 272	6 878	6 973	3 042	1 736	2 417		44 803

- 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 Le résultat d'exploitation de Swiss Post Solutions inclut les produits de la vente de marques à La Poste Suisse (segment Autres) pour un montant de 46 millions de francs.
- 4 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.
- 5 Effectif moyen converti en postes à plein temps (sans apprentis).

Résultats par région

2009 En millions de CHF	Note	Europe	Amérique	Asie	Consolidation	Groupe	Suisse	Etranger et trans-frontalier	Consolidation	Groupe
Produits d'exploitation réalisés avec des clients		8 605	86	18	–	8 709	7 167	1 542	–	8 709
Résultat d'exploitation		718	3	0	–	721	689	32	–	721
Actifs des segments		84 584	43	10	–786	83 851	83 834	803	–786	83 851
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles	24, 25	378	1	0	–	379	295	84	–	379

Résultats par segment

2008 En millions de CHF	Note	PostMail	Post- Logistics	Swiss Post Inter- national	Swiss Post 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 matinale d'une unité à l'autre.

Résultats par région

2008 En millions de CHF	Note	Europe	Amérique	Asie	Consoli- dation	Groupe	Suisse	Etranger et trans- frontalier	Consoli- dation	Groupe
Produits d'exploitation réalisés avec des clients		8 881	88	11	–	8 980	7 372	1 608	–	8 980
Résultat d'exploitation		809	3	0	–	812	779	33	–	812
Actifs des segments		71 512	42	7	–1 940	69 621	70 607¹	954	–1 940¹	69 621
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles	24, 25	472	1	0	–	473	440	33	–	473

1 Suite à l'application de la norme IFRS 8, les valeurs de l'exercice précédent ont été ajustées en conséquence (voir aussi «Informations géographiques»).

6 | Résultat des services financiers

La présentation ci-dessous 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	2009	2008
En millions de CHF		
Produits d'intérêts		
Produits d'intérêts de créances sur établissements financiers	4	40
Produits d'intérêts d'opérations de prêt de titres et de prise en pension	31	142
Produits d'intérêts de créances rémunérées sur clients	9	9
Produits d'intérêts et de dividendes selon l'option FVTPL ¹ : désignation	–	–
Produits d'intérêts et de dividendes d'immobilisations financières	1 323	1 183
Charges d'intérêts		
Charges d'intérêts pour fonds des clients (PostFinance)	–403	–526
Charges d'intérêts pour engagements envers des établissements financiers	–1	–14
Charges d'intérêts d'opérations de mise en pension	0	–6
Résultat des opérations d'intérêts	963	828
Correctifs de valeur sur immobilisations financières	–54	–188
Pertes du trafic des paiements	–6	–4
Résultat des opérations d'intérêts après correctifs de valeur	903	636
Produits des commissions des opérations de crédit	75	73
Produits des commissions des opérations sur titres et placements	27	26
Produits des commissions d'autres prestations de services	28	23
Charges des commissions	–78	–69
Résultat des prestations de services	490	508
Résultat des opérations de commissions et de prestations de services	542	561
Résultat des opérations de négoce	107	111
Résultat selon l'option FVTPL ¹ : désignation	–1	–
Résultat de la vente d'immobilisations financières disponibles à la vente	3	2
Autre résultat financier	–39	–13
Résultat des services financiers	1 515	1 297
Présenté dans le compte de résultat consolidé sous:		
Produits des services financiers	2 148	2 177
Charges des services financiers	–633	–880

1 FVTPL: fair value through profit or loss (à la juste valeur par le biais du résultat, désignation).

7 | Autres produits d'exploitation

Autres produits d'exploitation	2009	2008
En millions de CHF		
Revenu locatif	61	63
Bénéfices sur ventes d'immobilisations corporelles	94	89
Autres produits	289	432
Total des autres produits d'exploitation	444	584

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) et, en 2008, l'indemnité de retour de la Sihlpost, à Zurich.

8 | Charges de personnel

Composition

Composition des charges de personnel

En millions de CHF	Note	2009	2008
Salaires		3 339	3 325
Prestations sociales		372	308
Charges de prévoyance	9	219	150
Autres charges de personnel		102	90
Total des charges de personnel		4 032	3 873

Effectif

Effectif

Unités de personnel ¹	2009	2008
Effectif du groupe Poste (sans apprentis)	44 803	44 178
Effectif de La Poste Suisse (sans apprentis)	30 863	32 919
Apprentis du groupe	1 756	1 631

¹ Effectif moyen converti en équivalents 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 AVS maximale. Les calculs effectués selon la norme IAS 19 tiennent aussi compte de deux plans de prévoyance supplémentaires significatifs en Suisse et de la solution de prévoyance du groupe SPS en Allemagne. Les autres plans de prévoyance ne sont pas significatifs pour les comptes annuels consolidés.

Hypothèses actuarielles

Les paramètres utilisés aux fins du calcul sont les suivants:

Hypothèses actuarielles du calcul des charges de l'exercice

En pour-cent	2009	2008
Taux d'actualisation	3,50	3,25
Rendement du patrimoine de prévoyance attendu à long terme	4,50	4,50

Hypothèses actuarielles au 31 décembre

En pour-cent	2009	2008
Taux d'actualisation	3,25	3,50
Evolution attendue des salaires	2,00	2,00
Indexation des rentes	0,00	0,50
Fluctuation	3,97	4,02

Les prestations à long terme versées aux collaborateurs sont présentées et décrites à la note 27, Provisions.

Coûts annuels

Charges de prévoyance	2009	2008
En millions de CHF		
Droits de prévoyance acquis	417	437
Rémunération des engagements de prévoyance futurs	498	486
Rendement attendu du patrimoine	-527	-613
Amortissement du coût des services passés	0	0
Cotisations des employés	-182	-171
Autres	9	11
Charges de prévoyance de plans à primauté des prestations	215	150
Charges de prévoyance des entrepreneurs CarPostal, comptabilisées au poste Indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal	-6	-8
Charges de prévoyance d'autres plans de prévoyance	10	8
Charges de prévoyance du groupe	219	150
Revenu effectif du patrimoine de prévoyance	1 124	-1 833

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 SPS:

Récapitulation de l'état de la couverture	31.12.2009	31.12.2008
En millions de CHF		
Valeur actuelle des engagements de prévoyance avec patrimoine distinct	15 155	15 192
Patrimoine de prévoyance à la valeur de marché	-12 934	-11 651
Découvert	2 221	3 541
Bénéfices actuariels non encore amortis ¹	-719	-1 597
Coûts des changements de plan non encore amortis	34	34
Engagements de prévoyance sans patrimoine distinct	15	13
Total des engagements de prévoyance portés au bilan pour plans à primauté des prestations²	1 551	1 991

1 Le montant correspond aux bénéfices/pertes actuariels cumulés résultant de la différence entre les valeurs supputées et les valeurs effectives ainsi que des adaptations des hypothèses actuarielles.

2 Les différences par rapport aux chiffres présentés dans le bilan résultent d'engagements de prévoyance qui n'ont pas été calculés selon la norme IAS 19.

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	2009	2008
En millions de CHF		
Etat au 1^{er} janvier	1 991	2 339
Charges de prévoyance de plans à primauté des prestations	215	150
Contributions de l'employeur	-408 ¹	-245
Utilisation du bénéfice ²	-250	-250
Paiements de rentes par l'employeur	-1	-1
Différences de conversion	0	-2
Entrées dans le périmètre de consolidation	4	-
Etat au 31 décembre	1 551	1 991
dont:		
à court terme (paiements échéant dans les douze prochains mois)	215	150
à long terme	1 336	1 841

1 En 2009, 150 millions de francs ont été affectés à la Caisse de pensions Poste en tant que réserve de contributions de l'employeur.

2 Dans le cadre de l'utilisation du bénéfice 2008, une somme de 250 millions de francs a été affectée à la Caisse de pensions Poste en tant que 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.

Evolution des engagements de prévoyance

Evolution des engagements de prévoyance

En millions de CHF

	2009	2008
Etat au 1^{er} janvier	15 205	15 213
Droits de prévoyance acquis	417	437
Prestations payées provenant du patrimoine de prévoyance	-768	-811
Prestations payées directement par l'employeur	-1	-1
Rémunération des engagements de prévoyance	498	486
Acquisitions d'entreprises	35	-
(Bénéfices)/Pertes actuarielles	-283	-208
Différences de conversion	0	-2
Effets des changements de plan	-	-
Autres	67	91
Etat au 31 décembre	15 170	15 205
Engagements de prévoyance avec patrimoine distinct	15 155	15 192
Engagements de prévoyance sans patrimoine distinct	15	13
Total des engagements de prévoyance	15 170	15 205

Evolution du patrimoine de prévoyance

Evolution du patrimoine de prévoyance (valeur de marché)

En millions de CHF

	2009	2008
Etat au 1^{er} janvier	11 651	13 548
Cotisations des employés	182	171
Contributions de l'employeur	408 ¹	245
Prestations payées	-768	-811
Revenu attendu du patrimoine	527	613
Bénéfices/(Pertes) du patrimoine de prévoyance	597	-2 445
Entrées dans le périmètre de consolidation	31	-
Utilisation du bénéfice ²	250	250
Différences de conversion	0	0
Autres	56	80
Etat au 31 décembre	12 934	11 651

¹ En 2009, 150 millions de francs ont été affectés à la Caisse de pensions Poste en tant que réserve de contributions de l'employeur.

² Dans le cadre de l'utilisation du bénéfice 2008, une somme de 250 millions de francs a été affectée à la Caisse de pensions Poste en tant que 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.

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	
		31.12.2009	31.12.2008
Obligations	2,81	53	55
Actions	6,81	23	20
Immeubles	4,06	7	10
Autres	4,76	17	15
Total	4,31	100	100

Le patrimoine de la Caisse de pensions Poste ne contient aucun titre de La Poste Suisse, ni aucun immeuble pris à bail par la Poste.

Evolution du découvert

Evolution du découvert	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006	31.12.2005
En millions de CHF					
Engagements de prévoyance	15 170	15 205	15 213	15 671	15 456
Patrimoine de prévoyance	-12 934	-11 651	-13 548	-13 627	-12 580
Découvert	2 236	3 554	1 665	2 044	2 876
Ajustements des engagements de prévoyance planifiés					
Montant	63	131	9	-31	-210
En pour-cent	0,4	0,9	0,1	-0,2	-1,4
Ajustements du patrimoine de prévoyance planifié					
Montant	597	-2 445	-480	369	724
En pour-cent	4,6	-21,0	-3,5	2,7	5,8

Les ajustements des engagements de prévoyance et du patrimoine de prévoyance planifiés 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 2010 s'élèvent à 258 millions de francs (2009: 245 millions).

10 | Charges des biens commercialisés et prestations de services

Charges des biens commercialisés et prestations de services	2009	2008
En millions de CHF		
Charges de matériaux et de produits finis et semi-finis ^{1, 2}	88	108
Charges des biens commercialisés ²	524	533
Indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal	282	276
Indemnités versées aux entreprises de transport	406	399
Indemnités versées au service postal international	242	235
Collaborateurs temporaires	130	176
Total des charges des biens commercialisés et prestations de services	1 672	1 727

1 Valeur de l'exercice précédent ajustée: reclassement des charges de matériel d'exploitation en charges de matériaux et de produits finis et semi-finis (voir aussi la note 11, Autres charges d'exploitation).
 2 Valeur de l'exercice précédent ajustée: reclassement des charges des biens commercialisés en charges en charges de matériaux et de produits finis et semi-finis.

La diminution des charges de matériaux et de produits finis et semi-finis ainsi que des charges des biens commercialisés résulte principalement de l'évolution négative du volume d'activité de Swiss Post Solutions en Allemagne. Les entrepreneurs CarPostal sont des entrepreneurs indépendants, mandatés pour exploiter des lignes de CarPostal pour le compte de La Poste Suisse. La diminution des charges des collaborateurs temporaires s'explique par la fin de l'exploitation parallèle liée au projet REMA.

11 | Autres charges d'exploitation

Autres charges d'exploitation	2009	2008
En millions de CHF		
Frais de locaux	217	212
Entretien et réparation d'immobilisations corporelles	240	279
Energie et carburants	58	73
Matériel d'exploitation ¹	60	75
Frais de bureau et d'administration	158	150
Marketing et communication	104	98
Pertes sur vente d'immobilisations corporelles	4	2
Autres charges	485	520
Total des autres charges d'exploitation	1 326	1 409

1 Valeur de l'exercice précédent ajustée: reclassement des charges de matériel d'exploitation en charges de matériaux et de produits finis et semi-finis (voir aussi la note 10, Charges des biens commercialisés et prestations de services).

La diminution des charges d'entretien et de réparation d'immobilisations corporelles s'explique pour l'essentiel par les charges du projet REMA comptabilisées en 2008 et absentes en 2009. Celle des autres charges résulte quant à elle, d'une part, du recul des encaissements des taxes douanières et de la taxe sur la valeur ajoutée par Swiss Post International et, d'autre part, des effets de l'évolution des taux de change chez Swiss Post Solutions.

12 | Produits financiers

Produits financiers

En millions de CHF	2009	2008
Produits d'intérêts d'autres prêts	11	12
Bénéfices sur vente d'immobilisations financières, net	8	3
Gains de change	4	7
Autres produits financiers	2	3
Total des produits financiers	25	25

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	2009	2008
Charges d'intérêts d'autres engagements financiers		5	6
Ajustements de la valeur actuelle de provisions	27	0	0
Charges d'intérêts des leasings financiers	26	1	1
Pertes de change		5	11
Autres charges financières		3	4
Total des charges financières		14	22

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	2009	2008
Charges d'impôts courants	9	10
Charges d'impôts différés	1	-10
Total des impôts sur le bénéfice	10	0

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 2009			31 décembre 2008		
	Impôts différés actifs	Impôts différés passifs	Avoirs/(Engagements), net	Impôts différés actifs	Impôts différés passifs	Avoirs/(Engagements), net
Immobilisations corporelles	0	-2	-2	1	-4	-3
Immobilisations incorporelles	15	-3	12	16	-6	10
Autres engagements financiers	5	0	5	1	0	1
Autres engagements	1	-1	0	0	0	0
Provisions	3	-1	2	1	0	1
Provisions prévoyance du personnel (IAS 19)	25	0	25	18	0	18
Autres postes du bilan	1	-2	-1	0	-1	-1
Impôts différés résultant d'écart temporels	50	-9	41	37	-11	26
Actifs d'impôts résultant de reports de pertes	27		27	33		33
Impôts différés actifs/passifs, brut	77	-9	68	70	-11	59
Impôts différés actifs/passifs de l'exercice précédent	-70	11	-59	-61	12	-49
Modification du périmètre de consolidation	0	1	1	-4	5	1
Impôts différés compensés par fonds propres	-11	0	-11	-	-	-
Influence du cours des monnaies	0	0	0	-1	0	-1
Impôts différés portés au compte de résultat	-4	3	-1	4	6	10

Les impôts différés actifs de 77 millions de francs (2008: 70 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 admises fiscalement. 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 9 millions de francs (2008: 11 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

Reports de pertes déductibles fiscalement

En millions de CHF	Activés	Non activés	Total
1 an	9	2	11
2 à 6 ans	87	275	362
Plus de 6 ans	20	58	78
Total des reports de pertes déductibles fiscalement	116	335	451

Les reports de pertes fiscales de 335 millions de francs (2008: 330 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.

Analyse des charges d'impôts sur le bénéfice

Le tableau ci-dessous présente la réconciliation du bénéfice imposable et des charges d'impôts comptabilisées. Le taux d'imposition moyen pondéré appliqué s'élève à 20,5% (2008: 17,8%).

Réconciliation du bénéfice imposable et des charges d'impôts comptabilisées

En millions de CHF	2009	2008
Bénéfice avant impôts	738	825
Bénéfice de La Poste Suisse exonéré de l'impôt	738 ¹	814
Bénéfice imposable	0	11
Taux d'imposition moyen pondéré	20,5%	17,8%
Charges d'impôts selon le taux d'imposition moyen pondéré	0	2
Causes d'augmentation/de diminution:		
Utilisation de reports de pertes non activés	0	-2
Non-activation d'impôts différés sur la perte de la période sous revue	-1	4
Amortissements de goodwill non déductibles	1	-
Autres charges non déductibles	-1	1
Compléments et remboursements d'impôts des exercices précédents	0	1
Bénéfices/pertes imposés à un taux différent	0	1
Variation des correctifs d'impôts différés actifs	2	5
Modification du taux d'imposition	0	1
Autres effets	9	-13 ²
Charges d'impôts comptabilisées	10	0

1 Sur les 747 millions de francs du bénéfice IFRS de La Poste Suisse, 738 millions au maximum peuvent être comptabilisés au titre du bénéfice exonéré de l'impôt.
 2 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 2009			31 décembre 2008		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Créances sur établissements financiers ¹	16 390	97 ²	16 293	17 067	1	17 066
Créances rémunérées sur clients	134	2	132	108	3	105
Créances résultant de livraisons et prestations	994	14	980	1 110	12	1 098
Autres créances	1 220	2	1 218	1 060	4	1 056
Total des créances	18 738	115	18 623	19 345	20	19 325
¹ dont créances résultant d'opérations de prise en pension et couvertes par des titres dont la valeur de marché est de			15 619			16 767
			15 619			16 767

2 Les emprunts obligataires échus ainsi que leurs correctifs de valeur ont été reclassés du poste au bilan des immobilisations financières à celui des créances sur établissements financiers (voir aussi la note 19, Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance). Ce reclassement se fonde sur des annonces de prétentions concrètes auprès du commissaire.

Échéances des créances

Créances selon l'échéance En millions de CHF	31 décembre 2009			31 décembre 2008		
	Total	Echéances jusqu'à 3 mois	Echéances de plus de 3 mois	Total	Echéances jusqu'à 3 mois	Echéances de plus de 3 mois
Créances sur établissements financiers	16 293	15 463	830	17 066	16 162	904
Créances rémunérées sur clients	132	132	–	105	105	–
Créances résultant de livraisons et prestations	980	566	414	1 098	612	486
Autres créances	1 218	78	1 140	1 056	137	919
Total des créances	18 623	16 239	2 384	19 325	17 016	2 309

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 principalement à des découverts techniques des titulaires de comptes postaux.

En 2009, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 4 millions de francs (2008: 40 millions) pour les créances sur établissements financiers et à 9 millions de francs (2008: 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 un indice clair 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 2009				31 décembre 2008			
	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	74	3	3	52	81	15	7	4
Créances résultant de livraisons et prestations	63	5	4	5	70	7	4	1
Autres créances	2	0	1	2	1	1	1	2
Total des créances	139	8	8	59	152	23	12	7

En 2009, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucune créance échue significative 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 prescrite 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 fixé sur la base de relevés statistiques portant sur les exercices précédents.

Créances avec correctif de valeur

En millions de CHF	31 décembre 2009			31 décembre 2008		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Correctifs de valeur individuels						
Créances sur établissements financiers	107	-97	10	2	-1	1
Créances rémunérées sur clients	0	0	-	-	-	-
Créances résultant de livraisons et prestations	16	-9	7	37	-8	29
Autres créances	4	-2	2	5	-4	1
Total des créances avec correctif de valeur individuel	127	-108	19	44	-13	31
Correctifs de valeur forfaitaires						
Créances rémunérées sur clients	132	-2	130	108	-3	105
Créances résultant de livraisons et prestations	796	-5	791	923	-4	919
Autres créances	0	0	0	0	0	0
Total des créances avec correctif de valeur forfaitaire	928	-7	921	1 031	-7	1 024

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 01.01.2009	1	-	-	3	8	4	4	0
Moins-values	0	-	0	-	3	3	0	0
Plus-values	-	-	-	-1	0	0	0	-
Reclassements	96	-	-	-	1	0	-1	-
Sorties	0	-	-	-	-3	-2	-1	-
Etat au 31.12.2009	97¹	-	0	2	9	5	2	0
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

1 Les emprunts obligataires échus ainsi que leurs correctifs de valeur ont été reclassés du poste au bilan des immobilisations financières à celui des créances sur établissements financiers (voir aussi la note 19, Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance). Ce reclassement se fonde sur des annonces de prétentions concrètes auprès du commissaire.

16 | Stocks

Stocks

En millions de CHF	31.12.2009	31.12.2008
Biens commercialisés	44	43
Carburants et matériel d'exploitation ¹	18	24
Matériaux et matériel de production ¹	17	8
Produits finis et semis-finis	4	5
Correctifs de valeur pour stocks non courants	0	0
Total des stocks	83	80

1 Depuis le 1^{er} janvier 2009, les «Matériaux et matériel de production» sont présentés séparément. Les valeurs de l'exercice précédent ont été ajustées en conséquence par reclassement à partir du poste «Carburants et matériel d'exploitation».

17 | Immobilisations financières

Immobilisations financières En millions de CHF	FVTPL ¹ désignation	Détenu jusqu'à l'échéance	Disponible à la vente	Instruments financiers dérivés	Prêts	Total
Note	18	19	20	21	22	
Etat au 01.01.2009	–	35 974	3 107	179	7 748	47 008
Entrées	18	21 427	333	–	2 570	24 348
Variation de valeur avec effet sur le résultat	–1	–108	–48	–	–6	–163
Variation de valeur sans effet sur le résultat	–	–	185	–	–	185
Moins-values	–	–21	–27	–	–5	–53
Transferts	–	–10 ²	0	–	–	–10
Sorties	–	–7 827	–1 637	–66	–656	–10 186
Etat au 31.12.2009	17	49 435	1 913	113	9 651	61 129
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

1 FVTPL: fair value through profit or loss (à la juste valeur par le biais du résultat, désignation).

2 Les emprunts obligataires échus ainsi que leurs correctifs de valeur ont été reclassés du poste au bilan des immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance à celui des créances sur établissements financiers (voir aussi la note 15, Créances). Ce reclassement se fonde sur des annonces de prétentions concrètes auprès du commissaire.

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 les catégories «FVTPL, désignation» et «disponible à la vente» ainsi que celles des instruments financiers dérivés correspondent aux valeurs de marché, dans la mesure où celles-ci résultent directement du mécanisme de formation des prix sur des marchés publics organisés ou des marchés 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.

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.

Le recul des instruments financiers dérivés (valeurs de remplacements positives) s'explique par la diminution 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 112 millions de francs (2008: 154 millions) selon les prescriptions de la comptabilité de couverture (voir la note 21, Instruments financiers dérivés).

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.

18 | Evalué à la valeur de marché avec effet sur le résultat, désignation

En 2009, les diminutions de valeur d'immobilisations financières ont atteint 53 millions de francs au total, dont 27 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 forfaitaires sur des obligations et des prêts pour un montant total de 26 millions de francs.

Les immobilisations financières comprennent des montants prêtés pour des opérations de prêt de titres pour un montant de 12,609 milliards de francs (2008: 10,808 milliards).

Au 31 décembre 2009, le portefeuille d'actions s'élevait à 17 millions de francs (2008: portefeuille vide).

La valeur de marché des actions a été déterminée d'après les prix du marché (niveau 1: l'évaluation a lieu sur la base de la cotation du titre sur le marché actif de l'instrument financier concerné).

En 2009, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucun dividende n'a été perçu dans la catégorie «à la juste valeur par le biais du résultat, désignation».

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 2009				
Obligations	49 435	10 448	21 607	17 380
Total détenu jusqu'à l'échéance	49 435	10 448	21 607	17 380
Évaluées à la valeur de marché	50 422			
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
Évaluées à la valeur de marché	35 904			

Sur les 50,422 milliards de francs (2008: 35,904 milliards) correspondant à la valeur de marché de ces immobilisations financières, 34,296 milliards, soit 68%, (2008: 24,156 milliards, 67%) représentent des effets cotés en Bourse. Le solde de 16,126 milliards de francs, soit 32%, (2008: 11,748 milliards, 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 2009, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 1,033 milliard de francs (2008: 887 millions).

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance sans correctif de valeur individuel et échues

Au 31 décembre 2009, pas plus qu'au 31 décembre 2008, aucune immobilisation financière détenue jusqu'à l'échéance sans correctif de valeur individuel et échue n'était comptabilisée.

En 2009, 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 renégoziée.

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur

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.

Variation des correctifs de valeur des immobilisations financières de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance»

20 | Immobilisations financières disponibles à la vente

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur En millions de CHF	31 décembre 2009			31 décembre 2008		
	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	49 507	–72	49 435	36 013	–51	35 962
Total détenu jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur forfaitaire	49 507	–72	49 435	36 013	–51	35 962

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» En millions de CHF	Correctifs de valeur individuels	Correctifs de valeur forfaitaires	Total
Etat au 01.01.2009	108	51	159
Moins-values	–	21	21
Sorties	–13	–	–13
Reclassements ¹	–95	–	–95
Etat au 31.12.2009	–	72	72
Etat au 01.01.2008	–	46	46
Moins-values	108	5	113
Etat au 31.12.2008	108	51	159

¹ Les emprunts obligataires échus ainsi que leurs correctifs de valeur ont été reclassés du poste au bilan des immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance à celui des créances sur établissements financiers (voir aussi la note 15, Créances). Ce reclassement se fonde sur des annonces de prétentions concrètes auprès du commissaire.

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 2009					
Obligations	1 679	534	699	446	–
Actions	233	–	–	–	233
Autres	1	1	0	–	0
Total disponible à la vente	1 913	535	699	446	233
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

La valeur de marché au 31 décembre 2009 des immobilisations financières disponibles à la vente a été déterminée comme suit:

Valeur de marché des immobilisations financières disponibles à la vente

En millions de CHF	Total	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Obligations	1 679	89	1 590	–
Actions	233	231	1	1
Autres	1	–	0	1
Total disponible à la vente	1 913	320	1 591	2

Niveau 1 L'évaluation a lieu sur la base de la cotation du titre sur le marché actif de l'instrument financier concerné.

Niveau 2 L'évaluation a lieu sur la base du prix du marché d'instruments similaires ou à l'aide de modèles d'évaluation reposant sur des paramètres d'entrée (inputs) observables sur le marché.

Niveau 3 L'évaluation a lieu à l'aide de modèles d'évaluation reposant sur des paramètres d'entrée (inputs) significatifs non observables sur le marché.

Fin 2009, la valeur de chacun des portefeuilles «Actions» et «Autres» déterminée selon le niveau 3 s'élevait à 1 million de francs. Elle est donc insignifiante. Les deux postes n'ont présenté que de faibles variations au cours de l'exercice (début 2009: portefeuille Actions = 2 millions; portefeuille Autres = 3 millions).

Les bénéfices et les pertes réalisés sur les ventes et sur les remboursements anticipés d'immobilisations financières disponibles à la vente sont comptabilisés comme résultat de la vente d'immobilisations financières disponibles à la vente. En 2009, ces opérations se sont soldées par un bénéfice de 3 millions de francs (2008: bénéfice de 2 millions). Voir aussi la note 6, Résultat des services financiers.

En 2009, les produits des intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 67 millions de francs (2008: 107 millions).

Immobilisations financières disponibles à la vente sans correctif de valeur individuel et échues

Au 31 décembre 2009, pas plus qu'au 31 décembre 2008, aucune immobilisation financière disponible à la vente sans correctif de valeur individuel et échue n'était comptabilisée.

En 2009, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucune immobilisation financière de la catégorie «disponible à la vente» et échue n'a dû être renégociée.

Immobilisations financières disponibles à la vente avec correctifs 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 immobilisations. Il est procédé à des correctifs de valeur 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 passés au compte de résultat dès que la diminution de valeur (impairment) intervient.

Les diminutions de valeur sur les portefeuilles d'actions comptabilisées en 2009 se sont élevées à 27 millions de francs.

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 2009				31 décembre 2008			
	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	104	1 084	–	–	124	1 292	0	11
Intérêts	6	613	0	82	10	412	–	–
Couvertures de la juste valeur								
Monnaie	2	30	–	–	19	157	–	–
Intérêts	–	–	4	50	1	50	3	50
Autres								
Monnaie	1	170	4	182	22	203	6	236
Intérêts	0	12	1	10	3	89	2	799
Total des instruments financiers dérivés	113	1 909	9	324	179	2 203	11	1 096

La valeur de marché au 31 décembre 2009 des instruments financiers dérivés a été déterminée comme suit:

Valeur de marché des instruments financiers dérivés
En millions de CHF

	Total	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Valeur de remplacement positive	113	–	113	–
Valeur de remplacement négative	9	–	9	–

Niveau 1 L'évaluation a lieu sur la base de la cotation du titre sur le marché actif de l'instrument financier concerné.

Niveau 2 L'évaluation a lieu sur la base du prix du marché d'instruments similaires ou à l'aide de modèles d'évaluation reposant sur des paramètres d'entrée (inputs) observables sur le marché.

Niveau 3 L'évaluation a lieu à l'aide de modèles d'évaluation reposant sur des paramètres d'entrée (inputs) significatifs non observables sur le marché.

Les bénéfices et les pertes avec effet sur le résultat réalisés sur les ventes et sur l'évaluation de la valeur de marché d'instruments financiers dérivés sont présentés dans le résultat des opérations de négoce. En 2009, le solde de ces bénéfices et de ces pertes est resté inférieur à 1 million de francs (2008: –4 millions). Voir aussi la note 6, Résultat des services financiers.

Echéances des dérivés

Echéances des instruments financiers dérivés En millions de CHF	31 décembre 2009				31 décembre 2008			
	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	28	677	0	82	27	492	–	–
1 à 5 ans	82	1 020	–	–	95	1 073	0	11
Plus de 5 ans	–	–	–	–	12	139	–	–
Couvertures de la juste valeur								
Moins de 1 an	2	30	–	–	18	177	–	–
1 à 5 ans	–	–	4	50	2	30	3	50
Autres								
Moins de 1 an	1	182	5	187	25	265	6	914
1 à 5 ans	–	–	0	5	0	27	2	121
Plus de 5 ans	–	–	–	–	–	–	–	–
Total des instruments financiers dérivés	113	1 909	9	324	179	2 203	11	1 096

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.

Montant du sous-jacent

Le montant du sous-jacent correspond à la part créancière de la valeur de base ou de la valeur nominale sur laquelle reposent les instruments financiers dérivés (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.

Couverture 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 sur immobilisations financières, elles sont couvertes par des swaps de taux d'intérêt de différentes durées. Les réserves de couverture sont imputées au compte de résultat au moment où la transaction sous-jacente se réalise.

Le 31 décembre 2009, les réserves de couverture s'élevaient à 20 millions de francs (2008: 31 millions). Durant l'exercice sous revue, les transferts des réserves de couverture (fonds propres) au compte de résultat se sont élevés à 16 millions de francs (2008: – 119 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 (–0,2 million de francs; 2008: –5 millions) ainsi que la part en devises étrangères (16 millions; 2008: –114 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 les réserves 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.

22 | Prêts

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.

Voir aussi la note 31, Gestion des risques, au sujet de la stratégie de gestion des risques financiers. Les prescriptions de la comptabilité de couverture sont appliquées exclusivement par PostFinance en relation avec les immobilisations financières, ce depuis 2005.

Prêts En millions de CHF	Echéance				
	Total	Moins de 1 an	1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Sans
31 décembre 2009					
Cantons, villes et communes ¹	4 701	1 020	2 343	1 338	–
Etablissements financiers	3 478	387	2 146	945	–
Entrepreneurs CarPostal	221	33	111	77	–
Autres ²	1 251	69	615	565	2
Total des prêts	9 651	1 509	5 215	2 925	2
31 décembre 2008					
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	–

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 (4 millions de francs; 2008: 6 millions) accordées à l'origine par la Caisse de pensions Poste et reprises par PostFinance.

En 2009, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 223 millions de francs (2008: 189 millions).

Prêts échus sans correctifs de valeur individuels

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 2009, pas plus qu'au 31 décembre 2008, aucun prêt sans correctif de valeur et échu n'était comptabilisé.

En 2009, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucun prêt échu significatif n'a dû être renégocié.

Prêts avec correctif de valeur

Prêts avec correctif de valeur En millions de CHF	31 décembre 2009			31 décembre 2008		
	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	9 434	–21	9 413	7 546	–16	7 530
Total des prêts avec correctif de valeur forfaitaire	9 434	–21	9 413	7 546	–16	7 530

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 01.01.2009	0	16	16
Moins-values	-	5	5
Etat au 31.12.2009	0	21	21
Etat au 01.01.2008	0	10	10
Moins-values	-	6	6
Etat au 31.12.2008	0	16	16

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	2009	2008
Etat au 1^{er} janvier	42	43
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés associées	1	-
Sorties résultant de la vente de sociétés associées	-3	0
Dividendes perçus	-8	-11
Part au résultat net (après impôts)	8	10
Dépréciation de goodwill	-1	-
Etat au 31 décembre	39	42
dont goodwill	10	11

Résultat des sociétés
associées

Résultat des sociétés associées En millions de CHF	2009	2008
Part au résultat net (après impôts)	8	10
Perte sur sortie (net)	-1	-
Dépréciation de goodwill	-1	-
Total du résultat des sociétés associées	6	10

Mutations enregistrées
dans les sociétés associées

■ 2009

En janvier 2009, Swiss Post Management SA a acquis une part de 20% de la société nouvellement créée Hermes Porta a Porta S.p.A., dont le siège est à Tribiano (Milan).

Suite à la prise de contrôle de PrimeMail GmbH, sans rachat des parts minoritaires, le 1^{er} janvier 2009, cette société est désormais entièrement consolidée.

A la faveur du rachat de ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation SA et de sa fusion au sein de Presto Presse-Vertriebs SA avec effet rétroactif au 31 août 2009, Presto Presse-Vertriebs SA a acquis les trois sociétés associées suivantes: AZ Vertriebs SA (25%), SCHAZO SA (50%) et SÜDOSTSCHWEIZ PRESSEVERTRIEB SA (35%).

Fin octobre 2009, Räber Information Management Sàrl a vendu les parts qu'elle détenait dans Scooba Sàrl.

En novembre 2009, 75% des parts de Räber Information Management Sàrl ont été vendues, de sorte que cette société est gérée depuis lors en tant que société associée (25%).

■ 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 au sein de Swiss Post Solutions GmbH. Le siège social est toujours à Bamberg.

**24 | Immobilisations
corporelles**

A la clôture de l'exercice, les engagements d'investissements en immobilisations corporelles s'élevaient à 27 millions de francs (2008: 77 millions). Ce recul s'explique principalement par l'achèvement du projet REMA.

Au 31 décembre 2009, les immobilisations corporelles gagées en relation avec des hypothèques s'élevaient à 6 millions de francs (31 décembre 2008: 34 millions).

Immobilisations corporelles 2009 En millions de CHF	Immeubles d'exploitation	En construction: immeubles d'exploitation	Installations, machines et équipements informatiques	Mobilier véhicules et autres installations	En construction: autres immobilisations	Total
Coûts d'acquisition						
Etat au 01.01.2009	5 694	119	1 223	605	142	7 783
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	–	–	0	1	–	1
Entrées	–13 ¹	122	41	138	62	350
Sorties	–495	–5	–284	–37	–3	–824
Reclassements	138	–138	180	–3	–177	–
Sorties résultant de reclassements selon IFRS 5	–129	–	–	–40	–	–169
Diff. de conversion de monnaies étrangères	0	0	–1	–1	0	–2
Etat au 31.12.2009	5 195	98	1 159	663	24	7 139

Amortissements cumulés						
Etat au 01.01.2009	4 245	–	773	305	0	5 323
Amortissements	103	–	101	69	–	273
Moins-values	4	–	–	–	0	4
Sorties	–485	–	–266	–31	–	–782
Reclassements	0	–	4	–4	–	–
Sorties résultant de reclassements selon IFRS 5	–92	–	–	–35	–	–127
Diff. de conversion de monnaies étrangères	0	–	0	0	0	0
Etat au 31.12.2009	3 775	–	612	304	0	4 691
Valeur comptable au 31.12.2009	1 420	98	547	359	24	2 448
dont installations en leasing	–	–	3	10	–	13

Immobilisations corporelles 2008 En millions de CHF	Immeubles d'exploitation	En construction: immeubles d'exploitation	Installations, machines et équipements informatiques	Mobilier véhicules et autres installations	En construction: autres immobilisations	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

1 Y compris en 2008 et 2009 environ 16 millions de francs de subventions pour installations ferroviaires.

25 | Immobilisations incorporelles et goodwill

Immobilisations incorporelles et goodwill En millions de CHF	31 décembre 2009			31 décembre 2008		
	Goodwill ¹	Autres immobilisations incorporelles	Total	Goodwill ¹	Autres immobilisations incorporelles	Total
Coûts d'acquisition						
Etat au 1^{er} janvier	210	140	350	230	101	331
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	–	8	8	–	21	21
Entrées	51 ²	29	80	29 ⁶	26	55
Sorties	–	–38	–38	–20 ⁷	–2	–22
Adaptation ultérieure des coûts d'acquisition	–1 ³	–	–1	–13 ⁸	–	–13
Diff. de conversion de monnaies étrangères	–1	1	0	–16	–6	–22
Etat au 31 décembre	259	140	399	210	140	350
Amortissements cumulés						
Etat au 1^{er} janvier	22	67	89	23	47	70
Amortissements	–	30	30	–	23	23
Dissolution de badwill	0	–	0	–1	–	–1
Moins-values	3 ⁴	15 ⁵	18	–	1	1
Sorties	–	–34	–34	–	–2	–2
Diff. de conversion de monnaies étrangères	0	0	0	0	–2	–2
Etat au 31 décembre	25	78	103	22	67	89
Valeur comptable au 31 décembre	234	62	296	188	73	261

1 Goodwill des sociétés intégralement 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 Résultat de l'acquisition de IT ServiceHouse SA, Dispodrom SA, Swiss Post Solutions (UK) Ltd, ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation SA, Espace Media Vertriebs SA et Pressevertriebs Sàrl, ainsi que du rachat des parts minoritaires de Bevo SA, Cards United Sàrl, Client Vela SP z.o.o. et Swiss Post Porta a Porta S.p.A.

3 Ajustements de paiements additionnels (earnouts) pour Swiss Post International Scandinavia AB, Client Vela GmbH, Swiss Post International Logistics SA et SecurePost SA.

4 Voir les remarques ci-après sous «Vérification de la valeur du goodwill».

5 Correctifs de valeur sur fichiers clients.

6 Résultat de l'acquisition de IMS Europe AB, Graphic Data Ltd, Prevag Presse Vertriebs SA Basel, groupe Global Business Services Plus, Global Press Distribution GmbH et Anza Security Sàrl.

7 Sortie en relation avec la vente de 40% des parts de Swiss Post Porta a Porta S.p.A.

8 Ajustements de paiements additionnels (earnouts) pour le groupe GHP.

Les autres immobilisations incorporelles concernent principalement des logiciels standard achetés. Il n'y a pas d'engagements d'investissements.

Vérification de la valeur du goodwill

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 2009					31 décembre 2008				
	Goodwill total	PostMail	Post-Logistics	Swiss Post International	Swiss Post Solutions ¹	Goodwill total	PostMail	Post-Logistics	Swiss Post International	Swiss Post Solutions ¹
Groupe SPS	33	–	–	–	33	33	–	–	–	33
Swiss Post Solutions SA	9	–	–	–	9	9	–	–	–	9
Swiss Post Solutions Inc.	36	–	–	–	36	38	–	–	–	38
Swiss Post Solutions Ltd ²	21	–	–	–	21	19	–	–	–	19
Swiss Post International (UK) Ltd	8	–	–	–	8	–	–	–	–	–
Groupe Global Business Services Plus	3	–	–	–	3	3	–	–	–	3
Presto Presse-Vertriebs SA ³	41	41	–	–	–	11	11	–	–	–
MDS Media Data Services SA	4	–	–	4	–	4	–	–	4	–
Swiss Post International Logistics SA	2	–	–	2	–	2	–	–	2	–
Swiss Post International Netherlands BV	3	–	–	3	–	3	–	–	3	–
Swiss Post Porta a Porta S.p.A. ⁴	23	–	–	23	–	21	–	–	21	–
Swiss Post SAT Holding SA	9	–	–	9	–	9	–	–	9	–
Swiss Post International Singapore Pte Ltd	4	–	–	4	–	4	–	–	4	–
Swiss Post International Scandinavia AB ⁵	3	–	–	3	–	2	–	–	2	–
PostLogistics SA	27	–	27	–	–	27	–	27	–	–
Dispodrom SA ⁶	0	–	0	–	–	–	–	–	–	–
IT ServiceHouse SA	5	–	5	–	–	–	–	–	–	–
Autres	3	–	1	2	–	3	–	1	2	–
Total	234	41	33	50	110	188	11	28	47	102

1 Swiss Post Solutions depuis le 1^{er} septembre 2009 (anc. Clients stratégiques et solutions).

2 Reprise du goodwill de Graphic Data (UK) Ltd (la société est en liquidation).

3 Sortie du goodwill de Räber Information Management Sàrl en raison de la vente de la société. Rachat des parts minoritaires de Bevo SA et acquisition de ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation SA, à Zürich, Espace Media Vertriebs SA, à Berne, et Pressevertriebs Sàrl, à Lucerne.

4 Rachat des parts minoritaires

5 Entrée de goodwill résultant d'un rachat d'actifs (asset deal).

6 Le goodwill de trois millions de francs a dû faire l'objet d'un correctif de valeur.

Pour déterminer la valeur du goodwill des sociétés du groupe et des sociétés associées au 31 décembre 2009 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 5% (Suisse et étranger) et, en fonction de l'estimation des risques, d'une prime de petite capitalisation (small cap) comprise entre 0 et 4% et d'un supplément de fonds étrangers variant de 2 à 6%.

Paramètres nationaux de détermination de la valeur du goodwill

En pour-cent	Taux d'intérêt ¹	Taux d'imposition ²	WACC ³
Suisse	2,1	21	4,8–8,3
Italie	4,2	31	9,0
Royaume-Uni	3,7	28	7,0
Pays-Bas	3,6	26	6,7
Allemagne	3,3	29	6,6–8,0
Etats-Unis	3,5	40	7,6
Singapour	2,6	18	5,6
France	3,6	33	7,6
Suède	3,3	26	8,0

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 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).

26 | Engagements financiers

Engagements financiers En millions de CHF	A vue	Résiliables ¹	Moins de 1 an	1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Total
31 décembre 2009						
Comptes postaux	53 375	–	–	–	–	53 375
Comptes Deposito et comptes de placement	–	23 001	–	–	–	23 001
Obligations de caisse pour clients	–	–	278	278	30	586
Placements sur le marché monétaire pour clients	–	9	301	–	–	310
Total des fonds des clients (PostFinance)	53 375	23 010	579	278	30	77 272
Engagements envers des établissements financiers	1	0	9	8	1	19
Instruments financiers dérivés	–	–	5	4	–	9
Autres engagements financiers						
Leasing financier	–	–	5	8	3	16
Opérations de mise en pension	–	–	–	–	–	–
Autres	6	0	80	31	–	117
Total des autres engagements financiers	7	0	99	51	4	161
Total des engagements financiers	53 382	23 010	678	329	34	77 433
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

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 4 millions de francs (2008: 3 millions) est comptabilisé dans les instruments financiers dérivés (valeur de remplacement négative), conformément aux prescriptions de la comptabilité de couverture.

En 2009, les charges d'intérêts pour les fonds des clients se sont élevées à 403 millions de francs (2008: 526 millions).

Valeur actuelle des engagements de leasing financier

Valeur actuelle des engagements de leasing financier

En millions de CHF

	31 décembre 2009			31 décembre 2008		
	Valeur nominale	Actualisation	Valeur actuelle	Valeur nominale	Actualisation	Valeur actuelle
Echéance de moins de 1 an	7	-2	5	6	0	6
Echéance de 1 à 5 ans	9	-1	8	11	-1	10
Echéance de plus de 5 ans	3	0	3	2	0	2
Total	19	-3	16	19	-1	18

27 | Provisions

Provisions En millions de CHF	Autres prestations à long terme pour collaborateurs	Restructuration	Sinistres survenus	Risques de procès	Autres	Total
Etat au 01.01.2009	316	44	41	14	18	433
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	4	-	-	-	4	8
Constitution	40	25	11	4	2	82
Ajustement à la valeur actuelle	-	0	-	-	-	0
Utilisation	-24	-30	-9	-1	-5	-69
Dissolution	-5	-2	-6	0	-5	-18
Adaptation ultérieure des coûts d'acquisition	-	-	-	-	2	2
Diff. de conversion de monnaies étrangères	0	0	-	0	0	0
Etat au 31.12.2009	331	37	37	17	16	438
dont à court terme	29	32	11	2	12	86
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

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	
	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2008
Taux d'intérêt technique	3,00 %	3,25 %	3,25 %	3,50 %
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	6,80 %	4,01 %	4,00 %	3,98 %
Durée de service restante moyenne, en années	10,1	11,5	11,4	11,5

Evolution des 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	
	2009	2008	2009	2008
Etat au 1^{er} janvier	209	213	107	107
Droits de prévoyance acquis	13	12	3	3
Prestations payées	-19	-18	-5	-5
Rémunération des engagements de prévoyance	7	6	4	3
(Produits)/Charges des changements de plan	4	6	2	1
Entrées dans le périmètre de consolidation	4	-	-	-
(Bénéfices)/Pertes résultant de l'adaptation des hypothèses	3	-	4	-
(Bénéfices)/Pertes de l'exercice	-3	-10	-2	-2
Etat au 31 décembre	218	209	113	107

¹ Les primes de fidélité incluent les congés sabbatiques accordés aux cadres.

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	
	2009	2008	2009	2008
Droits de prévoyance acquis	13	12	3	3
Coûts de rémunération	7	6	4	3
Comptabilisation des coûts des changements de plan	4	6	2	1
Comptabilisation des (bénéfices)/pertes	0	-10	2	-2
Total des charges des autres prestations à long terme pour collaborateurs	24	14	11	5

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	31.12.2009	31.12.2008
Engagements futurs de leasing d'exploitation		
Echéance de moins de 1 an	126	109
Echéance de 1 à 5 ans	306	271
Echéance de plus de 5 ans	110	98
Obligations de paiement futures pour leasing d'exploitation	542	478
Paiements de leasing minimaux	144	146
Paiements de leasing conditionnels	8	8
Charges de leasing de la période sous revue	152	154
Produits de sous-location durant l'exercice écoulé	16	16
Produits de sous-location futurs	49	42

Les paiements découlant de contrats de leasing d'exploitation concernent principalement des loyers d'immeubles du réseau postal d'une durée résiduelle moyenne de deux 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 27 millions de francs (2008: 44 millions). A la clôture du bilan, il n'y a pas d'autres contrats de leasing significatifs conclus à titre de donneur de leasing.

Produits des contrats de leasing

En millions de CHF

	31.12.2009	31.12.2008
Futurs paiements contractuels minimaux de leasing		
Echéance de moins de 1 an	51	63
Echéance de 1 à 5 ans	149	189
Echéance de plus de 5 ans	46	61
Total	246	313

29 | Engagements conditionnels

Cautionnements

Au 31 décembre 2009, les engagements conditionnels étaient les suivants:

Litiges en cours

Le montant total des cautionnements et des engagements de garantie s'élevé à 37 millions de francs (2008: 45 millions).

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 significative sur la situation financière ou sur le résultat d'exploitation du groupe. En 2009, les engagements conditionnels résultant de litiges s'élevaient à 1 million de francs (2008: 1 million).

30 | Parties liées et personnes clés

Le groupe Poste entretient des relations avec des parties liées au sens des 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 2009, en tant que propriétaire de la Poste, la Confédération suisse a versé des indemnités d'un montant de 30 millions de francs (2008: 30 millions) pour le transport de journaux et de 150 millions pour le transport de voyageurs (2008: 144 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	
	2009	2008	2009	2008	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2008
Entreprises gérées en commun ou soumises à une influence prépondérante	413	539	170	208	303	124	960	762
Confédération suisse	217	216	58	62	6	3	336	491
Swisscom	145	169	42	51	258	11	8	11
Chemins de fer fédéraux (CFF)	50	154	70	95	39	110	616	259
RUAG	1	0	0	0	0	0	0	1
Skyguide	0	0	0	0	0	0	0	0
Transactions avec des actionnaires minoritaires de sociétés du groupe	17	21	1	0	1	2	0	0
Sociétés associées	8	8	13	9	2	1	2	1
Autres parties liées et personnes clés	0	0	19	31	0	0	3	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 5,9 millions de francs (2008: 5,7 millions). Les prestations de prévoyance en faveur de ces personnes ont atteint quant à elles le montant d'environ 0,8 million de francs (2008: 0,9 million). 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 2008, le bonus de prestation versé aux membres de la Direction du groupe en 2009 s'est élevé à environ 1,04 million de francs au total (2008: environ 1,15 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, Swiss Post 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 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 garantit 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 fait partie intégrante 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 les 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 Audit & Risk et au Conseil d'administration. Ce dernier apprécie les risques en dernière instance.

■ Etat des risques

En 2009, La Poste Suisse a identifié et analysé onze risques principaux, pour lesquels elle a établi des scénarios et, dans la mesure du possible, pris des mesures appropriées. Il s'agit de risques dont la réalisation peut entraîner des dommages supérieurs à 50 millions de francs. Trois 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 Suisse, le SCI relève de ses tâches d'amélioration permanente des processus.

Conformément à l'article 728 a, 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.

Le Conseil d'administration et le Comité Audit & Risk 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 dispose, pour PostFinance, d'un système approprié de gestion des risques financiers et opérationnels conforme aux prescriptions de Bâle II. Les risques métier spécifiques de PostFinance, en particulier les risques de marché et de crédit ainsi que le risque opérationnel, 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 des risques financiers

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 (VaR). La VaR 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 VaR 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 VaR 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 VaR, 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 opérations de PostFinance figurant au bilan sont une source de revenus essentielle pour La Poste Suisse. Or, comme les variations de taux ont un impact direct sur les produits d'inté-

rêts, 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 actifs et des passifs, 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 Suisse était exposée aux 31 décembre 2009 et 2008 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 2009, la VaR de taux d'intérêt du portefeuille bancaire de PostFinance s'élevait à 3,6 millions de francs (2008: 4,9 millions). Son montant le plus élevé enregistré en 2009 a atteint 12,2 millions de francs (2008: 5,6 millions), le moins élevé 1,3 million (2008: 0,5 million), pour une moyenne annuelle de 5,1 millions (2008: 1,9 million). Quant au portefeuille de négoce, avec une VaR de taux d'intérêt de 0,05 million de francs en moyenne annuelle (2008: 0,09 million), il n'est que 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 des taux 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 2009, la VaR de devises du portefeuille de négoce de PostFinance s'élevait à 1,7 million de francs (2008: 2,7 millions). Son montant le plus élevé enregistré en 2009 a atteint 7,7 millions de francs (2008: 7,7 millions) pour le transport de journaux et de 0,1 million de francs pour le transport de voyageurs (2008: 0,1 million), pour une moyenne annuelle de 1,8 million (2008: 1,3 million).

Instruments financiers par monnaie

En millions de CHF

31 décembre 2009	CHF	EUR	USD	GBP	Autres	Total
Actifs						
Avoirs en caisse	1 850	126	0	0	0	1 976
Créances sur établissements financiers	14 786	750	692	42	23	16 293
Créances rémunérées sur clients	132	–	–	–	–	132
Créances résultant de livraisons et prestations	520	369	11	26	54	980
Autres créances	1 054	129	5	4	26	1 218
Immobilisations financières	58 419	2 070	558	76	6	61 129
Portefeuille de négoce et dérivés	6	50	53	21	–	130
Détenu jusqu'à l'échéance	48 170	1 210	55	–	–	49 435
Disponible à la vente	599	803	450	55	6	1 913
Prêts	9 644	7	–	–	–	9 651
Fonds étrangers						
Fonds des clients (PostFinance)	74 511	1 997	724	25	15	77 272
Autres engagements financiers	26	119	11	0	5	161
Engagements résultant de livraisons et prestations	301	331	3	6	74	715
Autres engagements	761	126	18	14	75	994
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

– 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 2009, la VaR d'actions du portefeuille bancaire de PostFinance s'élevait à 27,9 millions de francs (2008: 9,8 millions). Son montant le plus élevé enregistré en 2009 a atteint 31,3 millions de francs (2008: 23,5 millions), le moins élevé 11,9 millions (2008: 1,6 million). En 2009, pas plus qu'en 2008, PostFinance ne détenait pas de portefeuille de négoce en actions. En décembre 2009, un poste en actions désignées à la juste valeur par le biais du résultat (FVTPL, désignation) de 17 millions de francs était comptabilisé.

– 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. Celles-ci 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 Suisse 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	31.12.2009	31.12.2008
AAA	70	67
AA	19	21
A	10	11
<A	1	1

¹ Comprend les catégories «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	31.12.2009	31.12.2008
Banque de lettres de gage d'établissements suisses de crédit hypothécaire, Zurich	3 571	3 779
Confédération suisse, Berne	3 041	1 381
Centrale des lettres de gage des banques cantonales suisses, Zurich	1 586	1 192

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 eG (MHB) depuis juin 2008. Ce risque est assumé de façon pleine et entière par la banque concernée selon le modèle de transfert des actifs (capital asset transfer). Par ailleurs, la collaboration avec UBS dans le domaine du financement des PME a cessé à la fin de l'exercice, suite à l'établissement, en automne 2009, d'une nouvelle coopération avec la banque Valiant. Grâce à cette coopération, qui prévoit la création d'une société de traitement commune, PostFinance sera à même d'étoffer encore son offre sur le marché de détail. Le risque de crédit est également assumé par la banque partenaire.

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 répliation. Le passif est constitué à hauteur d'environ 89% (2008: 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 moné-

taire 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 très liquide. De plus, du fait que les placements jouissent 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.

■ Définition

PostFinance s'appuie sur la définition du risque opérationnel du Comité de Bâle sur le contrôle bancaire (Bâle II), pour qui il s'agit d'un risque de pertes dues à des personnes, processus ou systèmes inadéquats ou défaillants, ou résultant d'événements extérieurs. Les principes régissant le traitement de ce risque sont fixés dans la politique de gestion du risque opérationnel de PostFinance.

■ Organisation

PostFinance dispose d'un système de gestion du risque opérationnel dirigé par un service spécialisé centralisé, qui non seulement définit le processus de gestion des risques pour toute l'unité, mais encore s'assure que les principaux risques opérationnels soient tous régulièrement et clairement identifiés, mesurés et surveillés, établissant en outre des rapports sur ces risques. Il est également chargé de mettre à disposition les moyens auxiliaires et les instruments nécessaires à ces fins et joue le rôle d'interface entre la hiérarchie et l'Operational Risk Committee, qui répond de la mise en œuvre efficace de la politique de gestion du risque opérationnel.

Chaque division et service d'état-major possède en outre son propre contrôleur des risques décentralisé. Jouant le rôle de coordinateur pour son unité d'organisation, il a pour mission de se procurer les informations pertinentes, d'identifier et d'évaluer les risques et, le cas échéant, d'enregistrer les pertes.

PostFinance dispose aussi d'un gestionnaire de risque décentralisé pour chacun de ses risques opérationnels les plus importants (2009: neuf risques principaux). Celui-ci évalue régulièrement et surveille le risque principal placé sous sa responsabilité et établit des rapports trimestriels à l'intention de l'Operational Risk Committee.

■ Instruments

PostFinance assure la gestion active du risque opérationnel au moyen de divers instruments usuels dans la branche. D'une part, elle recense systématiquement toutes les pertes subies à l'échelle de l'entreprise, ce qui lui permet d'analyser les pertes opérationnelles enregistrées antérieurement, d'en identifier les points communs et de prendre les mesures nécessaires pour en éviter la répétition. D'autre part, elle évalue les scénarios de risques potentiels susceptibles de se réaliser à l'avenir à l'aide d'un processus d'évaluation structurée du risque (autoévaluation). Il en résulte un inventaire des risques qui permet à l'Operational Risk Committee de se faire une idée pertinente de la situation de l'entreprise en matière de risque opérationnel.

Enfin, PostFinance exerce une surveillance centralisée de la mise en œuvre des mesures de réduction du risque opérationnel arrêtées par l'Operational Risk Committee. Cette surveillance repose notamment sur l'utilisation d'indicateurs de risque précoces dans les services décentralisés, qui permettent de détecter en temps utile toute variation de l'état des risques.

■ Reporting

Chaque trimestre, un rapport sur l'état des risques principaux est présenté à l'Operational Risk Committee, qui prend si nécessaire les mesures adéquates pour réduire ces risques. Le Conseil d'administration de La Poste Suisse est lui aussi régulièrement informé de l'état des risques de PostFinance sur la base de ces mêmes informations, par l'intermédiaire du Comité Audit & Risk.

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.

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 normes IFRS.

En vertu de la loi sur l'organisation de la Poste (LOP), les comptes annuels consolidés sont établis conformément aux normes IFRS. Selon ces comptes, les fonds propres du groupe s'élèvent à 3,534 milliards de francs (2008: 2,857 milliards).

32 | Périmètre de consolidation

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En milliers	Au 31.12.2009	Au 31.12.2008
Suisse							
C	1-8	La Poste Suisse	Berne	CHF	1 300 000		
C	1	Presto Presse-Vertriebs SA (anc. Bevo SA) ¹	Berne	CHF	100	100*	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 ²	Küssnacht (SZ)	CHF	20	-	100*
C	1	Prevag Presse Vertriebs SA ³	Bâle	CHF	50	-	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 ⁴	Granges (SO)	CHF	45	-	100*
C	2	Dispodrom SA ⁵	Schlieren	CHF	2 000	100*	-
C	2	IT ServiceHouse SA ⁶	Köniz	CHF	100	100*	-
C	3	EDS Export & Distribution Services SA	Meilen	CHF	150	100	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	DocumentServices SA ⁷	Schlieren	CHF	1 600	-	100*
C	4	Swiss Post Solutions SA	Zurich	CHF	1 000	100*	100*
C	4	SwissSign SA	Zurich	CHF	450	100*	100*
C	6	PostFinance SA	Berne	CHF	100	100*	100*
C	7	CarPostal Suisse SA	Berne	CHF	25 000	100*	100*
C	8	InfraPost SA ⁸	Berne	CHF	1 000	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 ⁹	Küssnacht (SZ)	CHF	20	-	35
E	1	AZ Vertriebs SA ¹⁰	Aarau	CHF	100	25	-
E	1	Räber Information Management Sàrl ¹¹	Küssnacht (SZ)	CHF	20	25*	-
E	1	SCHAZO SA ¹²	Schaffhouse	CHF	300	50	-
E	1	SÜDOSTSCHWEIZ PRESSEVERTRIEB SA ¹³	Coire	CHF	100	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

Saisie

C = consolidation intégrale
 E = mise en équivalence

Segment

1 = PostMail 3 = Swiss Post International
 2 = PostLogistics 4 = Swiss Post Solutions (anc. Clients stratégiques et solutions)

5 = Réseau postal et vente
 6 = PostFinance

7 = CarPostal
 8 = Autres

* Participation détenue par La Poste Suisse.

1 Rachat de parts minoritaires avec effet rétroactif au 31 août 2009. Achat de ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation SA, à Zurich, Espace Media Vertriebs SA, à Berne, et Pressevertriebs Sàrl, à Lucerne. Fusion de ces trois sociétés au sein de Presto Presse-Vertriebs SA, avec effet rétroactif au 31 août 2009.

2 Vente de parts (75%) au 11 novembre 2009.

3 Fusion au sein de Presto Presse-Vertriebs SA, avec effet rétroactif au 31 août 2009.

4 Fusion au sein de SecurePost SA, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

5 Achat de parts avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

6 Achat de parts au 1^{er} juillet 2009.

7 Fusion au sein de Swiss Post Solutions SA, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

8 Augmentation de capital à 1 million de francs au 19 mai 2009.

9 Vente de parts au 28 octobre 2009.

10 Achat de parts avec effet rétroactif au 31 août 2009.

11 Consolidée par mise en équivalence depuis le 1^{er} novembre 2009.

12 Achat de parts avec effet rétroactif au 31 août 2009.

13 Achat de parts avec effet rétroactif au 31 août 2009.

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En milliers	Au 31.12.2009	Au 31.12.2008
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 ¹	Mörfelden bei Frankfurt	EUR	80	–	100
C	3	PrimeMail GmbH ²	Hambourg	EUR	1 000	50	50
C	4	Cards United GmbH ³	Paderborn	EUR	25	–	51
C	4	CF Card Factory GmbH	Hessisch-Lichtenau	EUR	500	51	51
C	4	Client Vela GmbH	Munich	EUR	31	100	100
C	4	Fortuna Beteiligungs GmbH	Bamberg	EUR	50	100	100
C	4	Swiss Post Solutions GmbH (anc. GHP Dialog Services GmbH)	Munich	EUR	50	100	100
C	4	GHP Direct Mail GmbH ⁴	Bamberg	EUR	1 000	–	100
C	4	Swiss Post Solutions GmbH (anc. GHP Holding GmbH) ⁵	Bamberg	EUR	5 000	38,3/60	38,3/60
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 ⁶	Dettingen	EUR	1 500	–	100
C	4	Swiss Post Solutions GmbH (anc. LS Dialogmarketing Verwaltungs GmbH)	Dettingen	EUR	1 500	100	100
C	4	MailSource Deutschland GmbH ⁷	Cologne	EUR	500	–	100
C	4	PKS Direktwerbe GmbH ⁸	Frankfort-sur-le-Main	EUR	150	–	100
C	4	Swiss Post Solutions Holding GmbH (anc. Swiss Post GHP Holding GmbH)	Bamberg	EUR	25	100*	100*
C	4	Systemform MediaCard GmbH	Prien	EUR	1 050	100	100
C	4	Swiss Post Solutions GmbH (anc. Global Business Services Plus GmbH)	Waltershausen	EUR	1 026	100	100
C	4	Global Business Services Plus Temps GmbH	Waltershausen	EUR	25	100	100
C	4	Swiss Post Solutions GmbH ⁹	Pulsnitz	EUR	100	100*	–
E	4	eSourceOne GmbH	Hallstadt	EUR	25	50	50
E	6	Swiss Euro Clearing Bank GmbH	Frankfort-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 Direct France SARL	Le Chesnay	EUR	30	100	100
C	4	MailSource France SAS ¹⁰	Paris	EUR	100	–	100
C	4	Swiss Post Solutions Holding SAS (anc. Global Business Services Plus SAS)	Paris	EUR	32 213	100*	100*
C	4	Swiss Post Solutions SAS (anc. Global Business Services Plus France SAS)	Paris	EUR	3 914	100	100

Saisie

C = consolidation intégrale
E = mise en équivalence

Segment

1 = PostMail
2 = PostLogistics
3 = Swiss Post International
4 = Swiss Post Solutions (anc. Clients stratégiques et solutions)
5 = Réseau postal et vente
6 = PostFinance
7 = CarPostal
8 = Autres

* Participation détenue par La Poste Suisse.

1 Fusion avec Swiss Post International Germany GmbH & Co. KG au 25 août 2009.

2 Entièrement consolidée depuis 2009.

3 Rachat des parts minoritaires au 27 avril 2009 et fusion au sein de Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

4 Fusion avec Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

5 Swiss Post Solutions Holding GmbH détient 38,3% et Fortuna Beteiligungs GmbH 60% des actions de Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg.

Swiss Post Solutions GmbH possède 1,7% de ses propres actions.

6 Intégration à Swiss Post Solutions GmbH, Dettingen, avec effet rétroactif au 26 août 2009.

7 Fusion avec Swiss Post Solutions GmbH, Waltershausen, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

8 Fusion avec GHP Direct Mail GmbH, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

9 Création le 1^{er} juin 2009.

10 Fusion au sein de Swiss Post Solutions SA, Paris, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En milliers	Au 31.12.2009	Au 31.12.2008
France (suite)							
C	4	Global Business Services Plus QLS ¹	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	Haguenau	EUR	464	100	100
C	7	CarPostal Obernai SAS	Obernai	EUR	50	100	100
C	7	CarPostal Interurbain SAS	Narbonne	EUR	1 400	100	100
C	7	CarPostal Mâcon SAS ²	Mâcon	EUR	300	100	–
C	7	CarPostal Dole SAS ³	Dole	EUR	300	100	–
C	7	CarPostal Foncière SCI ⁴	Bourg-en-Bresse	EUR	50	100	–
C	7	CarPostal Villefranche sur Saône SAS ⁵	Gleize	EUR	150	100	–
Royaume-Uni							
C	3	Swiss Post International (UK) Ltd	Colnbrook	GBP	500	100	100
C	4	Graphic Data (UK) Ltd ⁶	Richmond	GBP	31	100	100
C	4	Swiss Post Solutions Ltd (anc. MailSource UK Ltd)	Richmond	GBP	7 303	100*	100*
C	4	Swiss Post Solutions (UK) Ltd (anc. Microgen UK Ltd) ⁷	Hertfordshire	GBP	6	100	–
Italie							
C	3	Swiss Post Porta a Porta S.p.A. ⁸	Milan	EUR	2 000	80	60
C	4	Swiss Post Solutions S.p.A. (anc. MailSource Italia S.p.A.)	Milan	EUR	500	100	100
E	3	Hermes Porta a Porta S.p.A. ⁹	Tribiano	EUR	400	20	–
Liechtenstein							
C	7	PostAuto Schweiz Regionalzentrum Liechtenstein Anstalt	Triesen	CHF	30	100*	100*
C	8	Swiss Post Insurance AG	Vaduz	CHF	25 000	100*	100*
E	8	Liechtensteinische Post AG	Vaduz	CHF	5 000	25*	25*
Malaisie							
C	3	Swiss Post International Malaysia Sdn Bhd	Selangor	MYR	100	100	100
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
C	4	Swiss Post Solutions GmbH ¹⁰	Biedermannsdorf	EUR	35	100*	–
Pologne							
C	4	Swiss Post Solutions SP z.o.o. (anc. Client Vela SP z.o.o.) ¹¹	Cracovie	PLN	50	100	99
Russie							
C	4	GHP Direct Russ O.O.O.	Moscou	RBL	5 467	100	100

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 = Swiss Post Solutions (anc. Clients stratégiques et solutions) 6 = PostFinance 8 = Autres

* Participation détenue par La Poste Suisse.

1 Déconsolidation au 28 juillet 2009.

2 Création le 24 avril 2009.

3 Création le 29 juin 2009.

4 Création le 9 juillet 2009. CarPostal France SARL détient 99,8% et CarPostal Interurbain SAS 0,2% des actions de CarPostal Foncière SCI.

5 Création le 14 décembre 2009.

6 En liquidation.

7 Achat de parts au 1^{er} décembre 2009.

8 Augmentation des parts de 60 à 70% en relation avec la création de Hermes Porta a Porta S.p.A, puis achat de 10% de parts supplémentaires.

9 Achat de parts en janvier 2009.

10 Création le 1^{er} juillet 2009.

11 Rachat des parts minoritaires de 1% au 5 mai 2009.

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En milliers	Au 31.12.2009	Au 31.12.2008
Suède							
C	3	IMS Europe AB ¹	Limhamn	SEK	100	–	100
C	3	Swiss Post International Scandinavia AB (anc. Swiss Post International Sweden AB) ²	Stockholm	SEK	105	100	100
Singapour							
C	3	Swiss Post International Singapore Pte Ltd	Singapour	SGD	400	100	100
Slovaquie							
C	4	Swiss Post Solutions s.r.o. (anc. GBS Plus Slovakia s.r.o.)	Bratislava	EUR	15	100	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	Hô-Chi-Minh-Ville	VND	1 821 446	86	86

Saisie

 C = consolidation intégrale
 E = mise en équivalence

Segment

 1 = PostMail
 2 = PostLogistics
 3 = Swiss Post International
 4 = Swiss Post Solutions (anc. Clients stratégiques et solutions)
 5 = Réseau postal et vente
 6 = PostFinance
 7 = CarPostal
 8 = Autres

* Participation détenue par La Poste Suisse.

1 Fusion au sein de Swiss Post International Scandinavia AB (anc. Swiss Post International Sweden AB) au 2 janvier 2009.

2 Réduction du capital-actions en raison de la fusion.

33 | Modifications du périmètre de consolidation

En 2009

En janvier 2009, Swiss Post Deutschland Holding GmbH a pris le contrôle de PrimeMail GmbH, sans rachat des parts minoritaires. Depuis lors, cette société est entièrement consolidée. De plus, la participation détenue dans Swiss Post Porta a Porta S.p.A. a été augmentée de 10% pour atteindre 70%.

En janvier 2009 ont également eu lieu les changements suivants:

- MailSource France SAS a fusionné au sein de Swiss Post Solutions SAS, Paris;
- IMS Europe AB a fusionné au sein de Swiss Post International Scandinavia AB (anc. Swiss Post International Sweden AB);
- la fusion de IMS Europe AB au sein de Swiss Post International Scandinavia AB s'est accompagnée d'une réduction à 105 000 SEK du capital de cette dernière;
- DocumentServices SA a fusionné au sein de Swiss Post Solutions SA.

En avril 2009 ont eu lieu les changements suivants:

- ANZA Security Sàrl a fusionné au sein de SecurePost SA avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009;
- les parts minoritaires de Cards United GmbH ont été rachetées;
- PostLogistics a acquis 70% des parts de Dispodrom SA avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009. Elle détient en outre une option d'achat sur les 30% restants, qu'elle peut exercer à tout moment.

Dispodrom SA est une entreprise leader du marché suisse de la logistique des supports sonores et visuels. Occupant 70 collaborateurs, elle entrepose, prépare les commandes et distribue des CD, des DVD, des jeux vidéo et des articles promotionnels. Grâce à la prise de participation de PostLogistics, Dispodrom SA peut profiter de l'organisation de vente de La Poste Suisse pour élargir sa base clientèle et son offre de services de manière ciblée.

En mai 2009 ont eu lieu les changements suivants:

- le capital d'InfraPost SA a été augmenté à 1 million de francs;
- les parts minoritaires de Swiss Post Solutions SP z.o.o. (anc. Client Vela SP z.o.o.) ont été rachetées.

Début juillet 2009, PostLogistics a acquis 100% des parts d'IT ServiceHouse SA, à Köniz bei Bern et à Dintikon (succursale). Comptant environ 100 collaborateurs, l'entreprise est spécialisée dans la gestion des réparations et autres services à la clientèle similaires fournis pour le compte de fabricants d'ordinateurs et d'imprimantes et continuera d'être gérée de façon autonome.

En juillet 2009 ont également eu lieu les fusions suivantes:

- Cards United GmbH avec Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009;
- PKS Direktwerbe GmbH avec GHP Direct Mail GmbH, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

Fin juillet 2009, Global Business Services Plus QLS a été déconsolidée dans le cadre d'une procédure d'insolvabilité.

En août 2009 ont eu lieu les fusions suivantes:

- Global Press Distribution GmbH avec Swiss Post International Germany GmbH & Co. KG;
- GHP Direct Mail GmbH avec Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009;
- LS Dialogmarketing GmbH & Co. KG avec Swiss Post Solutions GmbH, Dettingen (anc. LS Dialogmarketing Verwaltungs GmbH).

En septembre 2009, Mailsource Deutschland GmbH a fusionné avec Swiss Post Solutions GmbH, Waltershausen (anc. Global Business Services Plus GmbH), avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2009.

En novembre 2009, 75% des parts de Räber Information Management Sarl ont été vendues, de sorte que cette société est gérée depuis lors en tant que société associée (25%).

En novembre 2009 également, on a racheté les parts minoritaires de Presto Presse-Vertriebs SA (anc. Bevo SA), avec effet rétroactif au 31 août 2009. De plus, PostMail a acquis ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation SA, à Zurich, Espace Media Vertriebs SA, à Berne, et Pressevertriebs Sarl, à Lucerne, fusionnant ensuite les trois sociétés en une seule, Presto Presse-Vertriebs SA, avec effet rétroactif au 31 août 2009. Enfin, Prevag Presse-Vertriebs SA Basel a fusionné au sein de Presto Presse-Vertriebs SA, également avec effet rétroactif au 31 août 2009.

En décembre 2009, Swiss Post Solutions Ltd (anc. Mailsource UK Ltd) a racheté 100% des parts de Swiss Post Solutions (UK) Ltd (anc. Microgen UK Ltd). Swiss Post Solutions (UK) Ltd propose des services dans le domaine de la facturation électronique. Son offre inclut des produits tels que l'amélioration des processus de décompte de cartes de crédit (E-Billing), l'impression (Print) ainsi que la gestion de documents et l'archivage de données (Document Management Solutions). L'entreprise compte quelque 45 collaborateurs et opère surtout en Angleterre.

En décembre 2009 également, la participation détenue dans Swiss Post Porta a Porta S.p.A. a été augmentée de 10% pour atteindre 80%.

Graphic Data (UK) Ltd est en liquidation.

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 s'est constituée une deuxième base d'opérations en Suède, renforçant 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, Swiss Post Solutions Ltd (anc. MailSource UK Ltd) a racheté Graphic Data Ltd. Cette acquisition lui permet désormais d'offrir, selon le principe du guichet unique, des services non seulement de distribution interne de courrier physique, mais encore 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 au sein de Swiss Post Porta a Porta S.p.A.

Au premier semestre, les parts minoritaires restantes de GHP Direct France Sarl, de Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, (anc. GHP Holding GmbH) et de Fortuna Beteiligungs GmbH ont été rachetées.

Le 1^{er} juillet 2008, PostMail (La Poste Suisse) a acheté Prevag Presse-Vertriebs SA Basel, 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 Swiss Post Solutions (La Poste Suisse) a acquis la société Swiss Post Solutions Holding SAS (anc. Global Business Services Plus), 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, Swiss Post Solutions Holding SAS, Paris, numérise des documents, en assure le traitement ultérieur et les archive. En 2008, elle 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. Domi-

ciliée 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 (La Poste Suisse) a pris le contrôle de la société ANZA Security Sàrl. Cette société propose 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 et, en décembre, l'a fusionnée au sein de Mobility Solutions SA, avec effet rétroactif en octobre. Fleetconsulting SA est spécialisée dans le conseil en matière d'optimisation de parcs automobiles et de politique de flotte.

Actifs et engagements résultant des acquisitions

Les acquisitions de sociétés ont entraîné l'inscription de nouveaux actifs et engagements dans les comptes consolidés:

Actifs et engagements résultant des acquisitions En millions de CHF	31 décembre 2009		31 décembre 2008			
	Total juste valeur ¹	Valeur comptable acquise avant reprise ²	Juste valeur groupe GBS+ ³	Valeur comptable acquise avant la reprise du groupe GBS+ ²	Total juste valeur des autres acquisitions ⁴	Valeur comptable acquise avant la reprise des autres acquisitions ²
Créances	40	40	43	43	11	11
Stocks	0	0	0	0	0	0
Immobilisations corporelles et incorporelles et participations	10	2	32	15	7	3
Autres engagements financiers	-1	-1	-29	-29	-14	-14
Engagements résultant de livraisons et prestations	-6	-6	-16	-16	-3	-3
Provisions et autres engagements	-25	-20	-24	-24	-5	-5
Juste valeur des actifs nets	18	15	6	-11	-4	-8
Goodwill	44 ³		3		26	
Prix d'acquisition	62		9		22	
Liquidités acquises ⁵	-11		-1		0	
Paiements additionnels échéant ultérieurement (earnouts)	-3		0		-1	
Paiement d'engagements résultant d'acquisitions des exercices précédents	-1		0		14	
Sortie nette de capitaux résultant des acquisitions	47		8		35	

1 Composition: consolidation intégrale de PrimeMail GmbH, Dispodrom SA, IT ServiceHouse SA, Swiss Post Solutions (UK) Ltd et Presto Presse-Vertriebs SA (ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation SA, à Zurich, Espace Media Vertriebs SA, à Berne, Pressevertriebs Sàrl, à Lucerne).

2 Conformément aux normes IFRS.

3 Sans le rachat des parts minoritaires de 7 millions de francs.

4 Composition: IMS Europe AB, Graphic Data (UK) Ltd, Prevag Presse-Vertriebs SA Basel, Global Press Distribution GmbH, Anza Security Sàrl, Fleetconsulting SA et Innovative Personalmanagement GmbH.

5 Composition: avoirs en caisse et créances à court terme sur les banques.

Créations et changements
de nom de sociétés

■ En 2009

Au premier trimestre 2009 ont eu lieu les changements de nom suivants:

- Global Business Services Plus SAS, avec siège à Paris, est devenue Swiss Post Solutions Holding SAS;
- Global Business Services Plus France SAS, également avec siège à Paris, est devenue Swiss Post Solutions SAS;
- Global Business Services Plus GmbH, avec siège à Waltershausen, est devenue Swiss Post Solutions GmbH, Waltershausen;
- Global Business Services Plus Slovakia s.r.o., avec siège à Bratislava, est devenue Swiss Post Solutions s.r.o.

Au deuxième trimestre 2009, Swiss Post International Sweden AB, avec siège à Stockholm, a été rebaptisée Swiss Post International Scandinavia AB.

Toujours au deuxième trimestre 2009, trois sociétés ont été créées: Swiss Post Solutions GmbH, avec siège à Pulsnitz (D), CarPostal Mâcon SAS, avec siège à Mâcon (F) et CarPostal Dole SAS, avec siège à Dole (F).

Au troisième trimestre 2009 ont eu lieu les changements de nom suivants:

- Mailsource UK Ltd, avec siège à Richmond (UK), est devenue Swiss Post Solutions Ltd;
- LS Dialogmarketing Verwaltungs GmbH est devenue Swiss Post Solutions GmbH, Dettingen.

Toujours au troisième trimestre 2009, deux sociétés ont été créées: Swiss Post Solutions GmbH, avec siège à Biedermansdorf (A) et CarPostal Foncière SCI, avec siège à Bourg-en-Bresse (F).

Au quatrième trimestre 2009 ont eu lieu les changements de nom suivants:

- Bevo SA, avec siège à Berne, est devenue Presto Presse-Vertriebs SA;
- Microgen UK Ltd, avec siège à Hertfordshire (UK), est devenue Swiss Post Solutions (UK) Ltd;
- Client Vela SP z.o.o., avec siège à Cracovie, est devenue Swiss Post Solutions SP z.o.o.;
- GHP Dialog Services GmbH, avec nouveau siège à Munich (anc. à Bamberg) est devenue Swiss Post Solutions GmbH, Munich.

Toujours au quatrième trimestre, une seule société a été créée: CarPostal Villefranche sur Saône SAS, avec siège à Gleize (F).

■ En 2008

Plusieurs sociétés ont changé de raison sociale en 2008: début janvier, MailSource Inc. (Forrest Solutions) est devenue Swiss Post Solutions Inc.; début avril, MailSource SA est devenue Swiss Post Solutions SA; enfin, début juin, MailSource Italia S.p.A. a pris le nom de Swiss Post Solutions S.p.A.

Ces changements de raison sociale s'inscrivent dans le cadre de la stratégie de marques du groupe Poste, qui prévoit un rapprochement entre les sociétés du groupe et La Poste Suisse.

Le 1^{er} janvier 2008, la société FM Verzollungs SA a fusionné au sein de Swiss Post International Logistics 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 Swiss Post Solutions et a fusionné au sein de MailSource 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. L'autoassurance de la Poste a été transférée dans cette société captive d'assurance en 2009.

En octobre 2008, Swiss Post Solutions SA a vendu MailSource France SAS à Swiss Post Solutions SAS, Paris, (anc. GBS+ France SAS) et Swiss Post Solutions Holding SAS, Paris, (anc. GBS+ SAS) a cédé SOTEP SAS à Swiss Post Solutions SAS, Paris. Fin 2008, SOTEP a fusionné au sein de Swiss Post Solutions SAS, Paris.

En novembre 2008, Swiss Post GHP Holding GmbH a été rebaptisée Swiss Post Solutions Holding GmbH et GHP Holding GmbH est devenue Swiss Post Solutions GmbH.

La société PostFinance SA a été constituée mi-novembre 2008 et classée dans le segment PostFinance.

Le 2 décembre 2008, on a procédé dans le groupe SPS (anc. groupe GHP) à la fusion des sociétés GHP Card Systems et Innovative Personalmanagement GmbH au sein de Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, (anc. GHP Holding GmbH) ainsi qu'à celle de systemform Holding GmbH au sein de Swiss Post Solutions GmbH, München, (anc. GHP Dialog Services).

34 | Actifs non courants détenus en vue de la vente

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.

Actifs non courants détenus en vue de la vente

En millions de CHF	Immeubles d'exploitation	Autres immobilisations corporelles	Total
Etat au 01.01.2009	14	2	16
Entrées résultant de reclassements selon IFRS 5	37	5	42
Ventes	-47	-6	-53
Etat au 31.12.2009	4	1	5
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

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	
		31.12.2009	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2008
1 euro	EUR	1,49	1,49	1,51	1,59
1 dollar des Etats-Unis	USD	1,03	1,06	1,09	1,08
1 livre anglaise	GBP	1,66	1,53	1,70	2,00

**36 | Événements
postérieurs à la
date de clôture**

Ajustement des résultats

Acquisitions de sociétés
du groupe entre le 1^{er} janvier
et le 22 mars 2010

Jusqu'à l'approbation du présent rapport annuel 2009 par le Conseil d'administration de la Poste, le 22 mars 2010, 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.

Le 27 janvier 2010, Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, a acquis avec effet juridique à fin mars la totalité des parts de Billing & Loyalty Systems GmbH, avec siège à Oberhausen, en Allemagne. Billing & Loyalty Systems GmbH propose des solutions dans les domaines de la gestion et du contrôle de la facturation, de la gestion de programmes de fidélisation et de l'automatisation de tests, en partie sur la base d'éléments et de systèmes développés en interne, en partie en collaboration avec des partenaires externes.

Le 1^{er} février 2010, Swiss Post International Holding SA a acquis avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2010 la totalité des parts des sociétés espagnoles Allied Business Company of Mail Servicios Postales Internacionales España S.L. (ABC Mail) et Mail Partners Spain S.L., avec siège à Coslada (Madrid), en Espagne. Comptant environ 30 collaborateurs, ces deux sociétés opèrent principalement dans le domaine du courrier transfrontalier de et vers l'Espagne.

Tant les prix d'achat que les effets sur les produits du groupe des sociétés acquises après la clôture du bilan sont insignifiants.

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 152 à 210 du rapport financier, comprenant l'état du résultat global, le bilan, la variation des fonds propres, le tableau de financement et l'annexe pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2009.

Responsabilité du Conseil d'administration

La responsabilité de l'établissement des comptes consolidés, conformément avec les International Financial Reporting Standards (IFRS) 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, aux Normes d'audit suisses et 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 2009 donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats, en conformité avec les International Financial Reporting Standards (IFRS) 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 SA

Christoph Andenmatten
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable

Stefan Andres
Expert-réviseur agréé

Gümligen-Berne, 22 mars 2010

La Poste Suisse

Compte de
résultat

Compte de résultat En millions de CHF	2009	2008
Chiffre d'affaires net des services logistiques	4 107	4 222
Chiffre d'affaires net des biens commercialisés	627	633
Produits des services financiers	2 237	2 177
Autres produits d'exploitation	322	453
Total des produits d'exploitation	7 293	7 485
Charges de personnel	-3 252	-3 176
Charges des biens commercialisés et prestations de services	-1 505	-1 477
Charges des services financiers	- 633	-1 030
Autres charges d'exploitation	-1 155	-1 097
Amortissements d'immobilisations corporelles et incorporelles	-231	-212
Total des charges d'exploitation	-6 776	-6 992
Résultat d'exploitation	517	493
Produits financiers	315	85
Charges financières	-121	-62
Bénéfice avant impôts	711	516
Impôts sur le bénéfice	0	0
Bénéfice de l'exercice	711	516

Bilan

Bilan En millions de CHF	31.12.2009	31.12.2008
Actifs		
Avoirs en caisse	1 951	2 304
Créances sur établissements financiers	16 208	17 000
Créances rémunérées sur clients	132	105
Créances résultant de livraisons et prestations	892	1 004
Autres créances	1 118	996
Stocks	67	66
Actifs non courants détenus en vue de la vente	4	16
Immobilisations financières	61 165	47 178
Participations	259	262
Immobilisations corporelles	2 025	2 100
Immobilisations incorporelles	88	55
Total des actifs	83 909	71 086
Passifs		
Fonds des clients (PostFinance)	77 297	64 221
Autres engagements financiers	174	418
Engagements résultant de livraisons et prestations	612	721
Autres engagements	748	730
Provisions	287	465
Total des fonds étrangers	79 118	66 555
Capital de dotation	1 300	1 300
Réserves ¹	2 780	2 715
Bénéfice de l'exercice	711	516
Total des fonds propres	4 791	4 531
Total des passifs	83 909	71 086

¹ Dont 6 millions de francs (2008: 7 millions) affectés, conformément à l'art. 64 de la loi fédérale sur les chemins de fer (LCdF).

Annexe Normes de présentation des comptes

Principes de présentation des comptes Généralités

Différences de principes d'évaluation par rapport aux comptes consolidés IFRS

Les comptes annuels de La Poste Suisse sont établis conformément aux principes généralement admis dans le commerce (Code 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 de La Poste Suisse sont les suivantes: PostMail, PostLogistics, Mobility Solutions, Réseau postal et vente, PostFinance, CarPostal, Swiss Post International, Swiss Post Solutions, Immobilier et Services centraux (Timbres-poste et philatélie, Achats du groupe, Technologies de l'information, 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, y compris les contributions d'assainissement.

■ 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.

Réconciliation des résultats

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	
En millions de CHF	
	2009
Bénéfice de La Poste Suisse selon les normes IFRS	747
Correctifs de valeur sur les créances, prêts et participations dans les sociétés du groupe	-190
Dissolution de correctifs de valeur sur les prêts et participations dans les sociétés du groupe	74
Différences d'évaluation d'autres immobilisations incorporelles	36
Non-application de la norme IAS 19 à La Poste Suisse selon CO/LOP	-41
Dissolution de correctifs de valeur sur des actions et obligations disponibles à la vente (produits des services financiers), avec effet sur le résultat	89
Dissolution de provisions pour autoassurance ¹	215
Contributions d'assainissement des employés et de l'employeur (Caisse de pensions Poste)	-68
Apport à la réserve de contributions de l'employeur ²	-150
Pertes de change sur prêts à caractère de fonds propres	-1
Bénéfice annuel de La Poste Suisse selon CO/LOP	711

1 A la suite du transfert de l'autoassurance de la Poste dans la société Swiss Post Insurance SA, les provisions ont pu être réduites à 50 millions de francs.
 2 Premier apport de La Poste Suisse à la Caisse de pensions Poste en tant que réserve de contributions de l'employeur.

Gestion des risques

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 risque 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, Swiss Post Solutions, Réseau postal et vente) et chaque société du groupe possède de un gestionnaire de risques attitré.

Les gestionnaires de risques ont pour mission de diriger le processus 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 garantit 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 fait partie intégrante 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 les 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 Audit & Risk et au Conseil d'administration. Ce dernier apprécie les risques en dernière instance.

Etat des risques

En 2009, La Poste Suisse a identifié et analysé onze risques principaux, pour lesquels elle a établi des scénarios et, dans la mesure du possible, pris des mesures appropriées. Il s'agit de risques dont la réalisation peut entraîner des dommages supérieurs à 50 millions de francs. Trois de ces risques concernent les conditions-cadres (politiques), quatre sont des risques de marché et quatre sont de nature endogène. Seize 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. Pour La Poste Suisse, 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 2009, le montant total des cautionnements et des engagements de garantie s'élevait à 33 millions de francs (2008: 42 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 2009, les actifs (obligations en relation avec les prêts de titres chez PostFinance) gagés pour garantir les propres engagements s'élevaient (valeur comptable) à environ 12,609 milliards de francs (2008: 10,835 milliards, y compris les immobilisations corporelles en relation avec des hypothèques dans l'unité Immobilier).

Engagements de leasing

Au 31 décembre 2009, les engagements de leasing d'exploitation non inscrits au bilan s'élevaient à 509 millions de francs (2008: 440 millions).

Valeur d'assurance incendie des immobilisations corporelles

Au 31 décembre 2009, la valeur d'assurance incendie des immobilisations corporelles s'élevait à 5,514 milliards de francs (2008: 5,537 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 2009, les engagements envers la Caisse de pensions Poste s'élevaient à 5 millions de francs (2008: 5 millions). De plus, à la même date, les comptes présentaient des provisions pour l'assainissement de la Caisse de pensions Poste d'un montant de 68 millions de francs.

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 711 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 200 millions de francs au propriétaire;
- affectation de 261 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 212 à 216 du rapport financier, comprenant le bilan, le compte de profits et pertes et l'annexe pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2009.

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 2009 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, 22 mars 2010

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 correspondent aux états financiers individuels de PostFinance, sans les sociétés associées. 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	2009	2008
Produits d'intérêts		
Produits d'intérêts de créances sur établissements financiers	4	40
Produits d'intérêts d'opérations de prêt de titres et de prise en pension	31	142
Produits d'intérêts de créances rémunérées sur clients	9	9
Produits d'intérêts et de dividendes selon l'option FVTPL ¹ : désignation	–	–
Produits d'intérêts et de dividendes d'immobilisations financières	1 323	1 184
Charges d'intérêts		
Charges d'intérêts pour dépôts des clients	–401	–563
Charges d'intérêts pour engagements envers des établissements financiers	–1	–14
Charges d'intérêts d'opérations de mise en pension	0	–6
Résultat des opérations d'intérêts	965	792
Variation des correctifs de valeur sur immobilisations financières	–53	–189
Pertes du trafic des paiements	–6	–4
Résultat des opérations d'intérêts après correctifs de valeur	906	599
Produits des commissions des opérations de crédit, de titres et de placements	105	101
Produits des commissions d'autres prestations de services	28	23
Produit des prestations de services	569	571
Charges des commissions et des prestations de services	–401	–386
Résultat des opérations de commissions et de prestations de services	301	309
Résultat du négoce	106	111
Plus-values et moins-values résultant des immobilisations financières	–21	2
Autre résultat d'exploitation	–11	–5
Total du résultat commercial	1 281	1 016
Charges de personnel	–395	–350
Autres charges d'exploitation	–431	–417
Amortissements	–14	–20
Total des charges d'exploitation	–840	–787
Résultat d'exploitation²	441	229
Rendement des participations dans les sociétés associées	2	2
Résultat du financement interne au groupe	4	4
Bénéfice de l'exercice	447	235

1 FVTPL: fair value through profit or loss (à la juste valeur par le biais du résultat, désignation).
2 Correspond au résultat d'exploitation du segment des services financiers.

Bilan

Bilan En millions de CHF	31.12.2009	31.12.2008
Actifs		
Liquidités	1 950	2 304
Créances sur établissements financiers	16 207	17 000
Créances rémunérées sur clients	132	105
Instruments financiers dérivés	113	178
Immobilisations financières	60 780	46 612
Participations	14	14
Immobilisations corporelles	28	35
Comptes de régularisation	767	642
Autres actifs	347	266
Total des actifs	80 338	67 156
Passifs		
Engagements envers des établissements financiers	78	263
Engagements envers les clients sous la forme de comptes Deposito et comptes de placement	23 897	17 745
Autres engagements (envers les clients)	55 174	48 316
Instruments financiers dérivés	9	11
Comptes de régularisation	70	56
Provisions	4	4
Autres passifs	141	145
Total des fonds étrangers	79 373	66 540
Fonds propres attribués ¹	500	500
Plus-values latentes	-2	-150
Réserves de couverture	20	31
Bénéfice de l'exercice	447	235
Total des fonds propres	965	616
Total des passifs	80 338	67 156

¹ Depuis le 1^{er} janvier 2003, PostFinance dispose de 500 millions de francs 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 approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2009links, 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
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
Corinne Santschi et Raphaël Wild,
Communication 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, Graphique page 32
geodata © CFF/swisstopo

Photos

Pages 1, 4-7, 10-15 Michel Jaussi, Linn
Pages 16, 20, 21, 25, 36-43 Simon
Opladen, Berne,
Pages 8, 9 Kathrin Ziegler, Munich

Maquette et composition

Walter Stähli et Franck Schirmer,
phorbis Communications SA, Bâle

Relecture et traduction

Annemieke Stoessel, Beatrice Lo Nigro,
Sheillina Ladak, Service linguistique
Poste, Berne,
BMP Translations AG, Basel

Impression

NZZ Fretz SA, Schlieren

Numéro ISSN 1661-9501



Le présent rapport de gestion a été produit
sans impact sur le climat.



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

Comparaison des chiffres clés sur 5 ans

		2009	2008	2007	2006	2005
Résultat						
Produits d'exploitation	mio. CHF	8 709	8 980	8 712	7 895	7 499
générés sur le marché libre	% des produits d'exploitation	81,2	79,6	78,3	74,3	68,1
générés à l'étranger*	% des produits d'exploitation	17,7	17,9	20,0	17,6	14,1
Résultat d'exploitation	mio. CHF	721	812	866	823	805
généré à l'étranger*	% des produits d'exploitation	4,5	4,0	7,0	6,6	4,7
Bénéfice consolidé	mio. CHF	728	825	909	837	811
Fonds propres	mio. CHF	3 534	2 857	2 470	1 605	922
Création de valeur						
Flux de trésorerie des activités d'exploitation	mio. CHF	-357	8 281	-3 312	3 247	3 603
Valeur de l'entreprise	mio. CHF	272	416	559	532	532
Valeur ajoutée*	mio. CHF	4 989	4 875	4 925	4 735	4 716
distribuée au personnel	mio. CHF	4 032	3 873	3 851	3 711	3 704
distribuée aux bailleurs de fonds externes	mio. CHF	14	22	20	11	9
distribuée aux pouvoirs publics	mio. CHF	9	10	13	9	4
distribuée au propriétaire*	mio. CHF	200	170	300	0	0
distribuée à l'entreprise	mio. CHF	734	800	741	1 004	999
Emplois						
Effectifs (sans apprentis)	unités de personnel	44 803	44 178	43 447	42 178	41 073
à l'étranger	%	15,6	14,2	12,7	8,0	3,3
Apprentis	personnes	1 690	1 571	1 473	1 429	1 465
Emplois Suisse	personnel Poste sur 1000 employés	11,0	12,0	12,0	13,0	13,0
Emplois Régions périphériques*	personnes	17 856	19 767	19 868	20 740	21 763
Taux de fluctuation (départs volontaires)	en % des effectifs moyens	2,8	4,8	4,5	3,5	3,6
Licenciements pour raisons économiques	personnes	33	78	92	68	161
Conditions d'engagement, salaires et indemnités						
Engagements selon CCT Poste	en % des unités de personnel	66,5	71,2	74,1	80,6	86,6
Salaire minimal selon CCT Poste*	CHF par année	44 071	42 746	41 826	41 006	40 400
Salaire moyen du personnel*	CHF par année	80 361	78 141	77 160	75 127	73 593
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe*	CHF par année	491 200	492 781	487 611	444 187	426 498
Ecart salarial*	facteur	6,1	6,3	6,3	5,9	5,8
Gestion de la santé						
Accidents professionnels	quantité pour 100 unités de personnel	6,5	6,2	5,6	6,1	6,5
Absences dues à une maladie ou à un accident	jours par collaborateur	10,5	10,8	11,1	11,5	12,0
Diversité						
Hommes	%	49,9	49,1	49,2	50,1	50,8
Femmes	%	50,1	50,9	50,8	49,9	49,2
Nations représentées	nombre	114	118	112	107	108
Femmes au Conseil d'administration	%	25,0	20,0	22,2	20,0	10,0
Femmes à la Direction du groupe	%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Femmes parmi les cadres supérieurs	%	8,7	7,7	9,3	9,8	10,1
Démographie						
Age moyen du personnel	années	43,2	43,3	42,8	42,7	42,3
Utilisation des ressources						
Consommation totale d'énergie	GJ énergie primaire*	3 634 035	4 848 712	4 751 409	4 716 832	4 684 751
Consommation d'eau	m ³	397 985	391 400	456 178	468 968	417 812
Papier	mio. de feuilles A4	160	158	157	108	92
Impact sur le climat						
Nuisances en général	équivalent t CO ₂ *	255 199	277 801	276 201	281 249	280 472
Energies renouvelables						
Chaleur de sources renouvelables	% de la consommation de chaleur	12,8	12,8	13,2	17,1	10,8
Carburants renouvelables	% de la consommation de carburants	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Electricité de sources renouvelables	% de la consommation d'électricité	100,0	0,9	1,0	1,0	0,4

* Des explications sur les chiffres clés et un aperçu complet figurent dans les données chiffrées du rapport de gestion, lesquelles peuvent être téléchargées sur le site www.poste.ch/rg2009links (E 99).

La Poste Suisse
Viktoriastrasse 21
Case Postale
3030 Berne
Suisse

www.poste.ch

