

Trouver des solutions
pour nos clients est
la meilleure façon de
relever les défis qui se
posent à nous.



Rapport de gestion 2010

LA POSTE 

Nous transportons
personnes,
biens, argent et
informations.

Nous transportons personnes, biens, argent et informations. Aujourd'hui et demain. Telle est la vision vécue par l'ensemble de l'entreprise. Nous nous fondons à cet égard sur notre cœur de métier. Grâce à lui, notre entreprise a prospéré et c'est un domaine dans lequel nous entendons demeurer performants, tout en nous améliorant en permanence.

La Poste Suisse doit relever les défis les plus divers. Les marchés, les technologies et la société ne cessent d'évoluer. Bien que ces profondes mutations soient associées à des risques, elles constituent également des occasions qui méritent d'être saisies. Sur les marchés de la communication, des services financiers grand public, de la logistique et des transports publics.

Partant de cette nouvelle donne, nous développons nos compétences en vue de définir des solutions intelligentes et utiles pour notre clientèle. Ces solutions complètent notre cœur de métier, génèrent une valeur ajoutée et améliorent notre compétitivité. Nous nous donnons ainsi suffisamment de latitude pour façonner notre avenir de manière durable.

> Nos champs d'activité

Marché de la communication

Lettres, journaux, envois publicitaires, solutions multimédias et gestion des données en Suisse, dans la zone transfrontalière et à l'international.

Marché des services financiers grand public

Palements, placements, prévoyance, financement en Suisse et trafic des paiements international.

Marché de la logistique

Colis, exprès et solutions logistiques en Suisse et dans la zone transfrontalière.

Marché des transports publics

Lignes régionales, urbaines et dans les agglomérations, gestion de systèmes en Suisse et, ponctuellement, à l'étranger.

> Nos acquis en 2010

910 mio.

Nouveau record pour le bénéfice consolidé

+ 66 pour cent

Hausse à 452 millions de francs de la valeur ajoutée de l'entreprise

Durable

Diminution de l'impact climatique et de l'impact total sur l'environnement

Positions de leader sur le marché

Augmentation ou maintien des parts sur les marchés de la Poste

Satisfaction élevée de la clientèle

Maintien à un niveau élevé des valeurs de la satisfaction de la clientèle

Fort engagement du personnel

Maintien à un niveau élevé de l'indice relatif à l'engagement du personnel

Desserte de base de qualité élevée

Qualité toujours élevée de la desserte de base et position de leader au plan européen

> Nos objectifs ces prochaines années

La Poste Suisse

- entend réaliser un bénéfice annuel de 700 à 800 millions de francs, renforcer ses fonds propres et financer ses investissements de manière autonome,
- vise à occuper en Suisse une position de leader dans ses différents secteurs d'activité,
- affiche un indice de satisfaction de la clientèle élevé et constant de 75 points (sur une échelle de 100),
- maintient l'engagement de son personnel au niveau élevé de 80 points (sur une échelle de 100),
- veut assurer une desserte de base d'excellente qualité et
- souhaite réduire ses émissions annuelles de CO₂ de 15 000 tonnes d'ici à fin 2013.

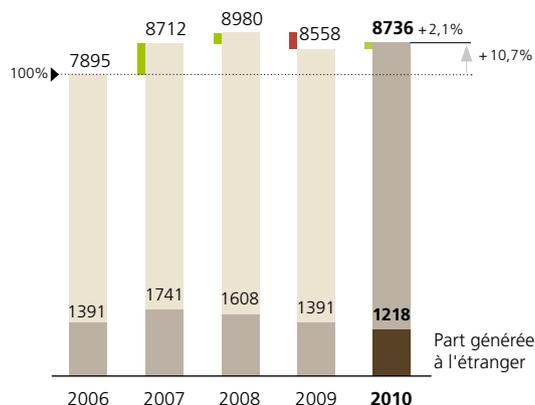
Nous générerons ainsi une valeur ajoutée pour le propriétaire, en tant que bailleur de fonds, la clientèle, le personnel et la Suisse.

Chiffres clés

De 2006 à 2010 avec écart par rapport à l'année précédente et aux cinq dernières années, 2006 ou 2009 = 100%

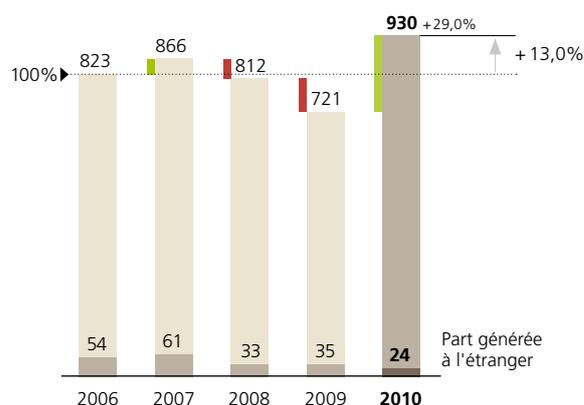
Produits d'exploitation

mio. CHF



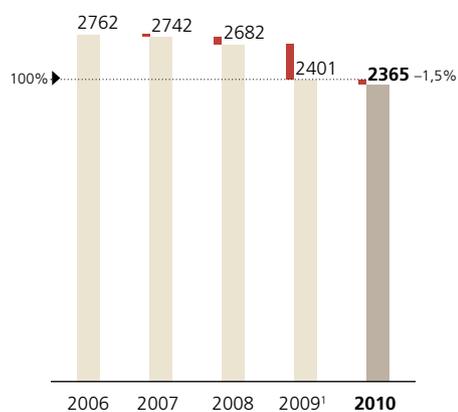
Résultat d'exploitation

mio. CHF



Lettres adressées

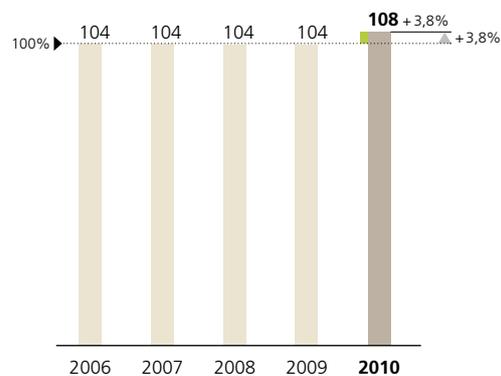
Quantité en millions



¹ Le volume de lettres est mesuré au moyen d'une nouvelle méthode depuis 2010. A des fins de comparaison, la valeur de l'exercice précédent a été adaptée et la valeur de 2009 sert désormais de base. Les comparaisons avec les années 2006 à 2008 ne sont possibles que de manière limitée.

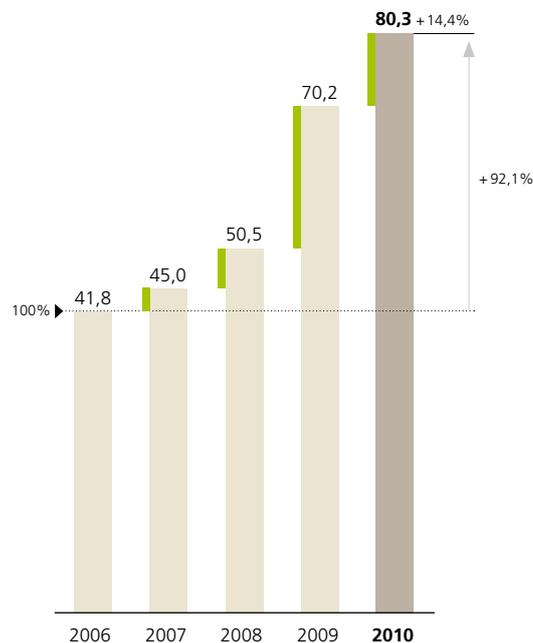
Colis

Quantité en millions



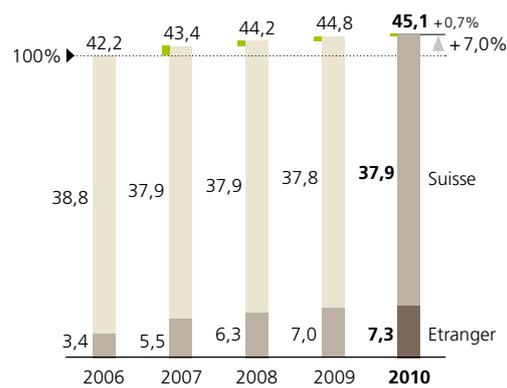
Fonds moyens des clients (PostFinance)

Mia. CHF



Postes de travail

En milliers de postes à plein temps





«La plus grande efficacité sera obtenue en combinant judicieusement les possibilités des communications physiques et numériques envers la clientèle.»

Aurélie Penot
Responsable de l'adhésion, Fnac Suisse SA



Marché de la communication

De l'univers physique à l'univers numérique et inversement

La Poste est leader sur le **marché de la communication** en Suisse. Depuis toujours, nous transportons des lettres, des journaux et des envois publicitaires, tout en fournissant l'ensemble des prestations correspondantes. Cette activité restera à l'avenir un pilier important de notre capacité de rendement. Afin de compléter et de soutenir notre cœur de métier, nous proposons de plus en plus souvent à nos clients des solutions en matière de transmission d'informations et de documents ainsi que de dialogue, lesquelles leur permettent de garantir une communication simple et sécurisée à l'interface de l'univers physique et de l'univers numérique, de même qu'au sein du monde numérique.

Des précisions sur le marché de la communication sont données à partir de la page 56 et sur www.poste.ch.



Marché des transports publics

De l'entreprise de transport par car au partenaire dans le domaine de la mobilité

Véhiculant chaque année 120 millions de personnes environ, CarPostal est la plus importante entreprise de transport par car des **transports publics** en Suisse. Par ailleurs, nous nous imposons de plus en plus comme fournisseur de fonctions de gestion de systèmes pour les communautés tarifaires et les entreprises de transport. Nos prestations vont de la mise en place et de l'exploitation de systèmes de vente complexes au contrôle de titres de transport et à l'encaissement, en passant par le comptage automatique et les systèmes d'information des voyageurs. Le transport régional des voyageurs sur la route constitue notre cœur de métier. Dans ce domaine, nous souhaitons nous démarquer de la concurrence en offrant le meilleur rapport qualité-prix. Par ailleurs, nous entendons consolider notre position sur le marché dans les villes et les agglomérations et accroître notre présence à l'étranger.

Des précisions sur le marché des transports publics sont données à partir des pages 22 et 721 et sur www.carpostal.ch.



«Seule la gestion efficace de l'ensemble du système des transports et de toutes ses offres permettra de répondre à la demande croissante en matière de mobilité.»

Prof. Vincent Kaufmann

Professeur de sociologie urbaine et d'analyse de la mobilité, directeur du Laboratoire de sociologie urbaine, EPFL Lausanne

A portrait of Urs Zeller, a middle-aged man with short brown hair and glasses, wearing a dark suit, light blue shirt, and striped tie. He is leaning on a white railing in a factory setting with blurred machinery and lights in the background.

«Dans un monde complexe marqué par la division du travail et un rythme toujours plus effréné, les logisticiens doivent comprendre l'activité de leurs clients à fond.»

Urs Zeller
Membre de la direction de WASER + Cie SA



Marché de la logistique

Du numéro un dans le secteur des colis au prestataire complet de services logistiques

Sur le **marché de la logistique**, les clients privés et les clients commerciaux bénéficient d'offres standardisées pour l'expédition et la prise en charge des colis. Nous proposons en outre à notre clientèle commerciale des solutions logistiques complètes en Suisse et au delà des frontières. Nous connaissons l'activité de nos clients et définissons des offres conformes à leurs besoins.

Des précisions sur le marché de la logistique sont données à partir de la page 67 et sur www.poste.ch/logistique.

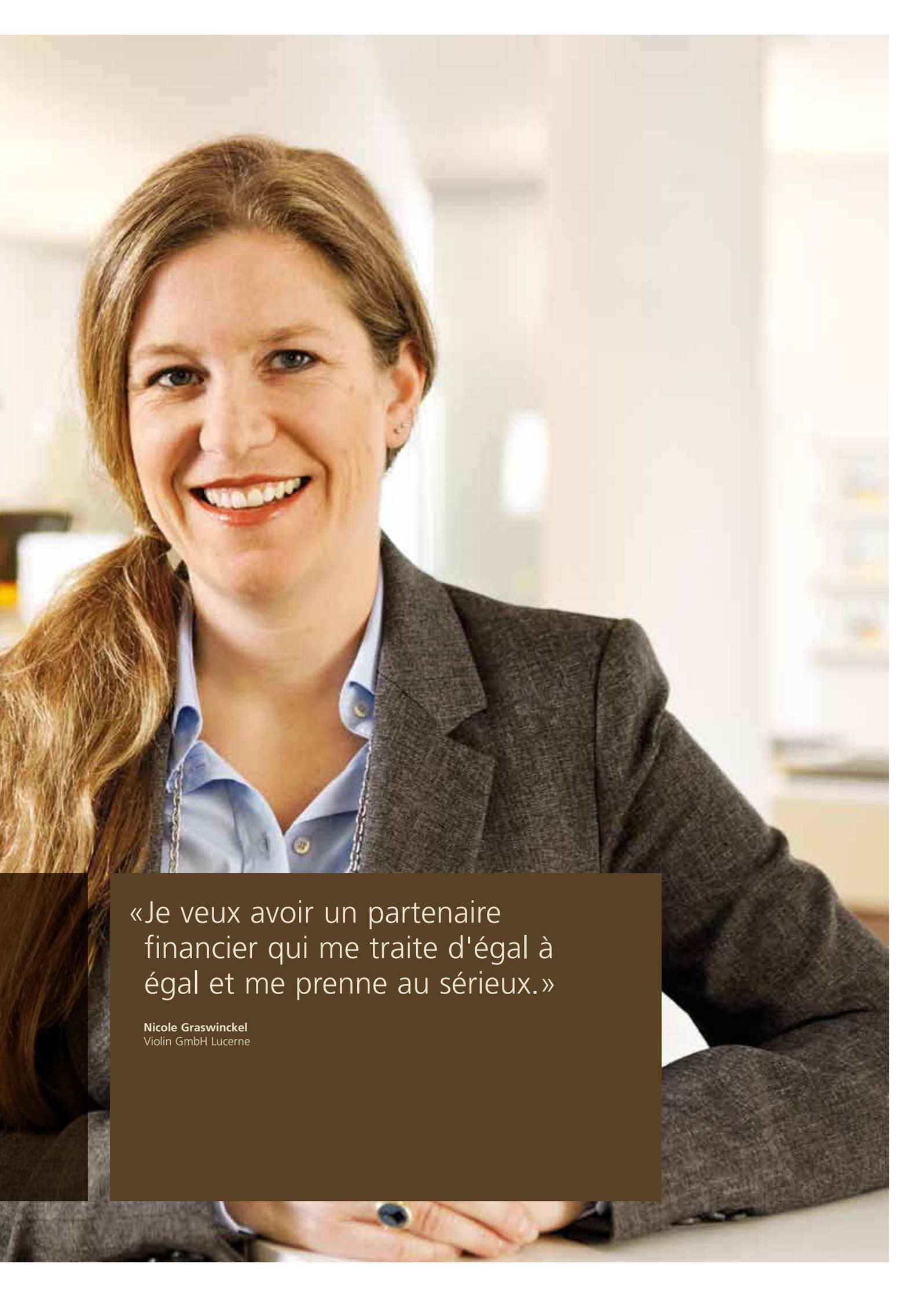


Marché des services financiers grand public

Du numéro un dans le domaine du trafic des paiements au prestataire intégral de services financiers

Dans le secteur des **services financiers grand public**, PostFinance propose à sa clientèle des prestations simples et avantageuses, tout en la séduisant par le meilleur service. Aux solutions complètes pour les paiements et la mise de côté d'argent s'ajoutent des offres de base en matière de financement, de placement et de prévoyance. Les clients peuvent accéder à PostFinance à n'importe quelle heure et de n'importe quel endroit. Sur demande, nous leur proposons aussi un conseil personnalisé.

Des précisions sur le marché des services financiers grand public sont données à partir de la page 69 et sur www.postfinance.ch.

A portrait of Nicole Graswinckel, a woman with long brown hair, smiling warmly. She is wearing a light blue button-down shirt under a dark grey blazer. The background is a bright, out-of-focus office environment. A dark brown semi-transparent box is overlaid on the bottom left of the image, containing text.

«Je veux avoir un partenaire
financier qui me traite d'égal à
égal et me prenne au sérieux.»

Nicole Graswinckel
Violin GmbH Lucerne



Lettre du président du Conseil d'administration et du directeur général

«Le Conseil d'administration et la Direction du groupe ont focalisé encore plus la **stratégie** sur les quatre marchés de la **communication**, de la **logistique**, des **services financiers grand public** et des **transports publics**.»

Madame, Monsieur,

La Poste est sur les bons rails. Grâce à l'adoption de la nouvelle législation postale par le Parlement, les futures conditions-cadres qui permettront à la Poste, entreprise moderne, de poursuivre sur la voie du succès, sont désormais clairement délimitées. L'établissement de droit public Poste se transformera le 1^{er} janvier 2012 en société anonyme de droit public détenue majoritairement par la Confédération. Quant à l'unité du groupe PostFinance, elle deviendra PostFinance SA, propriété de la future Poste SA.

Marge de manœuvre entrepreneuriale

Ces mesures permettent d'assurer la sécurité juridique et la planification, et ont par ailleurs pour effet d'accroître la marge de manœuvre de la Poste. Nous pourrions ainsi répondre encore mieux aux besoins des clients et proposer à ces derniers un excellent service. Les clients tant privés que commerciaux en tireront profit.

Excellent résultat

Les bons chiffres enregistrés au cours du dernier exercice sont le fruit des efforts que nous avons déployés pour nous adapter systématiquement au marché et investir dans l'amélioration de l'efficacité. En effet, La Poste Suisse a réalisé en 2010 son meilleur résultat opérationnel et un bénéfice consolidé record depuis sa création. Par rapport à l'année précédente, les produits d'exploitation ont augmenté de 178 millions de francs pour atteindre 8,736 milliards de francs. Le bénéfice consolidé se chiffre à 910 millions de francs, soit une progression de 25%.

La numérisation, une opportunité

Les années qui viennent continueront d'être marquées par les profondes

mutations qui touchent l'économie et la société, et se traduisent par la mondialisation et une numérisation omniprésente. Elles comportent des risques pour La Poste Suisse mais représentent également d'importantes opportunités.

Focalisation sur quatre marchés

Après l'avoir examinée, le Conseil d'administration et la Direction du groupe ont focalisé encore plus la stratégie sur les quatre marchés de la communication, de la logistique, des services financiers grand public et des transports publics. Notre cœur de métier traditionnel demeure une source de revenus importante, que nous entendons maintenir à un haut niveau.

Relier entre eux l'univers physique et l'univers électronique

Dans le même temps, nous nous adaptons en permanence aux nouvelles habitudes de nos clients et développons à leur intention, sur nos quatre marchés, des prestations innovantes qui relient entre eux l'univers physique et l'univers électronique.

Cinq orientations stratégiques

La stratégie de la Poste comprend cinq orientations: proposer aux particuliers et aux entreprises d'excellentes prestations; pratiquer des prix conformes à ceux du marché; enregistrer une croissance rentable et durable; garantir une maîtrise des coûts socialement responsable; exploiter de façon optimale les conditions-cadres définies dans la législation postale.

Objectifs quantifiables

La Poste aura besoin désormais d'un résultat compris entre 700 et 800 millions de francs. Nous y parviendrons grâce à une satisfaction de la clientèle élevée et grâce à des collaborateurs particulièrement motivés. Nos objectifs quantitatifs sont certes ambitieux

mais ils sont nécessaires. C'est le seul moyen pour la Poste de satisfaire aux attentes du Conseil fédéral: constituer les fonds propres requis, financer la caisse de pensions et distribuer à la Confédération une part appropriée du bénéfice. Par ailleurs, une Poste forte et financièrement saine est la garante d'une desserte de base de qualité. Nous entendons également assumer nos responsabilités sociales et réduire nos émissions annuelles de CO₂ de 15 000 tonnes d'ici à 2013. On nous jugera à l'aune de ces chiffres vérifiables.

Motivation et professionnalisme

La flexibilité et l'innovation nous permettent de nous appuyer sur les mutations sociales et technologiques pour développer la Poste. Nous voulons continuer d'enthousiasmer nos clients à travers notre forte volonté de performance. Nous y parviendrons grâce à la motivation de tous nos collaborateurs, en Suisse et à l'étranger. Nous remercions ceux-ci de leur engagement pour l'année qui vient de s'écouler et pour les années à venir, qui ne manqueront pas de défis à relever.



Peter Hasler

Président du Conseil d'administration



Jürg Bucher

Directeur général

«La Poste aura besoin désormais d'un résultat compris entre 700 et 800 millions de francs.»

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/rg2010links, 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). 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. 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 2010 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 2010 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

12	Préface
16	Interview
19	Profil de l'entreprise
20	Secteurs d'activité
25	Organisation
34	Stratégie
41	Evolution de l'activité
42	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
42	Groupe
56	Marché de la communication
67	Marché de la logistique
69	Marché des services financiers grand public
72	Marché des transports publics
74	Services
80	Valeur ajoutée pour la clientèle
80	Satisfaction de la clientèle
81	Rapport qualité-prix
84	Nouveaux produits et services
92	Valeur ajoutée pour le personnel
92	Emplois
95	Engagement et volonté de performance
95	Développement du personnel
98	Gestion de la santé en entreprise
99	Partenariat social
101	Caisse de pensions
101	Distinction
104	Valeur ajoutée pour la Suisse
104	Développement de la desserte de base
106	Action socialement responsable
109	Efficacité en termes de ressources et impact environnemental
121	Sponsoring
122	Engagement
124	Gestion
126	Responsabilité
127	Gestion des risques
128	Gouvernement d'entreprise
135	Politiques et principes
137	Instruments de gestion
140	Rapport financier
142	Groupe
202	La Poste Suisse
208	Informations complémentaires sur PostFinance
210	Informations détaillées
211	Comparaison des chiffres clés sur cinq ans



Jürg Bucher

Directeur général, responsable PostFinance

né le 2 août 1947, Suisse, lic. rer., pol. économiste (économie d'entreprise et économie publique).

Peter Hasler

Président du Conseil d'administration

né le 25 avril 1946, Suisse, Dr. iur.

Interview – Président du Conseil d'administration et directeur général

«Les perspectives d'avenir de la Poste sont excellentes.»

Où se situe la Poste aujourd'hui?

P. Hasler: La Poste a enregistré un excellent résultat en 2010 et elle est prête pour relever les défis futurs. La confiance placée en elle et la satisfaction élevée de la clientèle l'attestent.

J. Bucher: La Poste est saine sur le plan financier. Le résultat de 2010 n'est pas le fruit du hasard, il repose sur nos atouts. Parmi ceux-ci, je tiens à citer nos compétences pour apporter des solutions aux besoins privés et professionnels de nos clients, nos connaissances éprouvées dans le cœur de métier, l'engagement sans faille de

notre personnel et notre capacité à améliorer chaque jour ces atouts.

Quelles sont, d'après vous, les principales perspectives d'avenir de la Poste?

P. Hasler: Les perspectives d'avenir de l'entreprise sont globalement excellentes. Celle-ci se positionne très bien sur les quatre marchés sur lesquels elle est présente: communication, logistique, services financiers grand public et transports publics. Aujourd'hui déjà, elle constitue une véritable plaque tournante pour la communication physique et numé-

rique. Grâce à notre force d'innovation, nous ne cessons de resserrer les liens entre univers physique et univers électronique sur nos quatre marchés.

Concrètement, que faut-il entendre par là?

J. Bucher: Il s'agit par exemple de transformer des lettres physiques en documents électroniques, de les distribuer et de les archiver. Une prestation comme la Swiss Post Box permet de recevoir du courrier physique sur un téléphone ou un ordinateur portable. La Poste livre à domicile des articles qui ont été commandés par voie élec-

«Grâce à notre force d'innovation, nous ne cessons de resserrer les liens entre univers physique et univers électronique sur nos quatre marchés.»

tronique, en débitant et en créditant simultanément les comptes des clients concernés. CarPostal développe des systèmes d'aide à l'exploitation et de comptage des voyageurs. Chaque jour, les applications pratiques de la Poste et de PostFinance sont téléchargées et utilisées à multiples reprises.

Quels objectifs la Poste s'est-elle fixés pour l'avenir?

P. Hasler: Elle vise un résultat compris entre 700 et 800 millions de francs. Nous ne l'obtiendrons que grâce à une satisfaction de la clientèle élevée et à des collaborateurs particulièrement motivés. Il va sans dire que nous entendons continuer à garantir l'excellent niveau de qualité de la desserte de base. De plus, nous assumons nos responsabilités sociales et voulons réduire notre impact sur le climat.

Quels sont les principaux défis que doit relever la Poste lors de la réalisation de ses objectifs?

J. Bucher: Le défi majeur consiste à enregistrer un résultat satisfaisant à long terme. Nous sentons dans tous les domaines que la concurrence s'accroît. Une éventuelle suppression du monopole résiduel sur les lettres ne constitue toutefois pas le défi stratégique déterminant: la poursuite de la baisse du volume du courrier, en

concurrence directe avec de nouveaux moyens de communication électroniques tels que le courriel et le SMS, est un défi autrement plus important. En positionnant clairement la lettre sur le marché de la communication, la Poste continuera d'engranger des recettes.

Quels sont les effets de la nouvelle législation postale sur l'avenir de la Poste?

P. Hasler: La révision de la législation postale permet à la Poste d'importantes avancées. Nous disposons désormais de conditions-cadres à nouveau claires ainsi que de la marge de manœuvre dont nous avons besoin pour accomplir nos diverses tâches.

A quelle stratégie la Poste recourt-elle pour relever ces défis?

P. Hasler: La Poste poursuit cinq orientations stratégiques: nous devons proposer à nos clients des prestations excellentes et innovantes. Nous devons fournir celles-ci à des prix conformes à ceux du marché. Pour cette raison, nous maîtrisons les coûts, tout en assumant toujours nos responsabilités sociales. Enfin, nous devons exploiter de façon optimale les conditions-cadres définies par la nouvelle législation postale.

Comment La Poste Suisse entend-elle se développer à l'étranger?

J. Bucher: La Poste est et reste une entreprise helvétique. A l'étranger, nous procédons avec précaution et de façon progressive. Nous évaluons toujours adéquatement les risques. Nos activités à l'étranger représentent 15% de notre chiffre d'affaires.

Quel souhait vous tient particulièrement à cœur pour 2011?

P. Hasler: Nous voulons exploiter l'excellente situation que nous avons préparée en 2010 ainsi que les perspectives qui s'offrent à nous et veiller à ce que la Poste reste une entreprise saine, dynamique et innovante.

J. Bucher: Pour cela, nous devons faire trois choses: enthousiasmer les clients, encore enthousiasmer les clients et toujours enthousiasmer les clients.

A propos de ce chapitre

■ 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/rg2010links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

12	Préface
16	Interview
Profil de l'entreprise	
20	Secteurs d'activité
20	Marchés
21	Réseau
21	Réseau de distribution en Suisse
22	Réseau CarPostal
23	Clients
23	Produits
23	Clients privés
23	Clients commerciaux
24	Marques
25	Organisation
25	Unités
25	Organigramme
26	Conseil d'administration
30	Direction du groupe
34	Stratégie
34	Conditions-cadres
34	Mandat
35	Directives
35	Vision
35	Environnement
35	Economie
36	Emploi
37	Tendances
37	Marchés
39	Cadre stratégique
39	Objectifs stratégiques
39	Orientations stratégiques
41	Evolution de l'activité
124	Gestion
140	Rapport financier
210	Informations détaillées
211	Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

Secteurs d'activité

Marchés

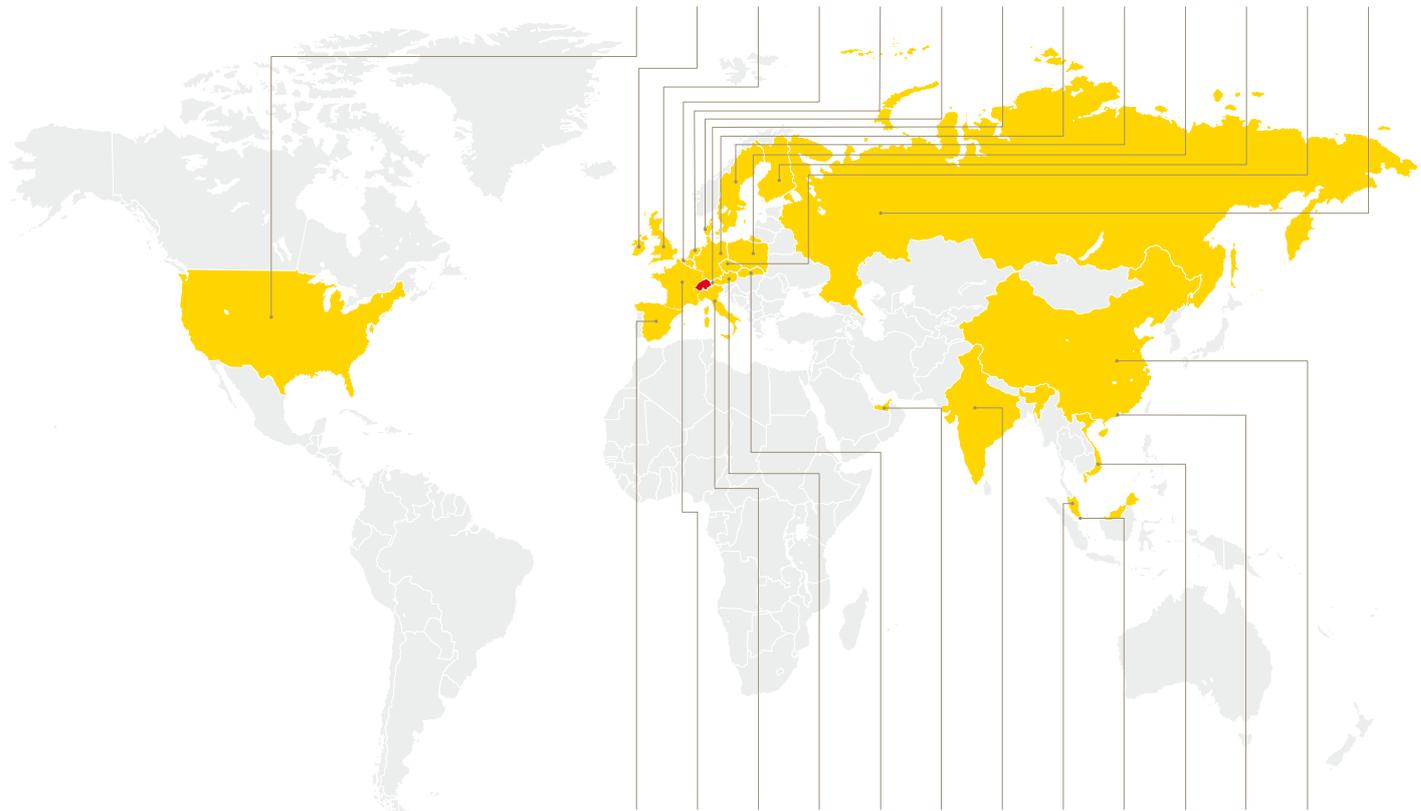
La Poste Suisse est active sur quatre marchés:

- le marché de la communication (lettres, journaux, envois publicitaires, solutions multimédias et gestion de données) en Suisse, dans la zone transfrontalière 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 huit réseaux de bus via ses propres sociétés du groupe en France et l'ensemble du réseau de transport régional au Liechtenstein.

Groupe | La Poste Suisse à l'étranger 2010

	US	IE	UK	BE	NL	DK	FL	DE	SE	PL	FI	CZ	RU
Lettres International	■		■	■	■	■		■	■		■		
Solutions dialogue								■		■		■	■
Solutions documents	■	■	■				■	■		■			
Transports publics							■						
Solutions e-business			■					■					



	ES	FR	IT	AT	SK	AE	IN	MY	SG	VN	HK	CN
Lettres International	■	■	■	■			■	■	■		■	■
Solutions dialogue		■								■		
Solutions documents	■	■	■	■	■	■			■			
Transports publics		■										
Solutions e-business									■			

Réseau Réseau de distribution en Suisse

Physique

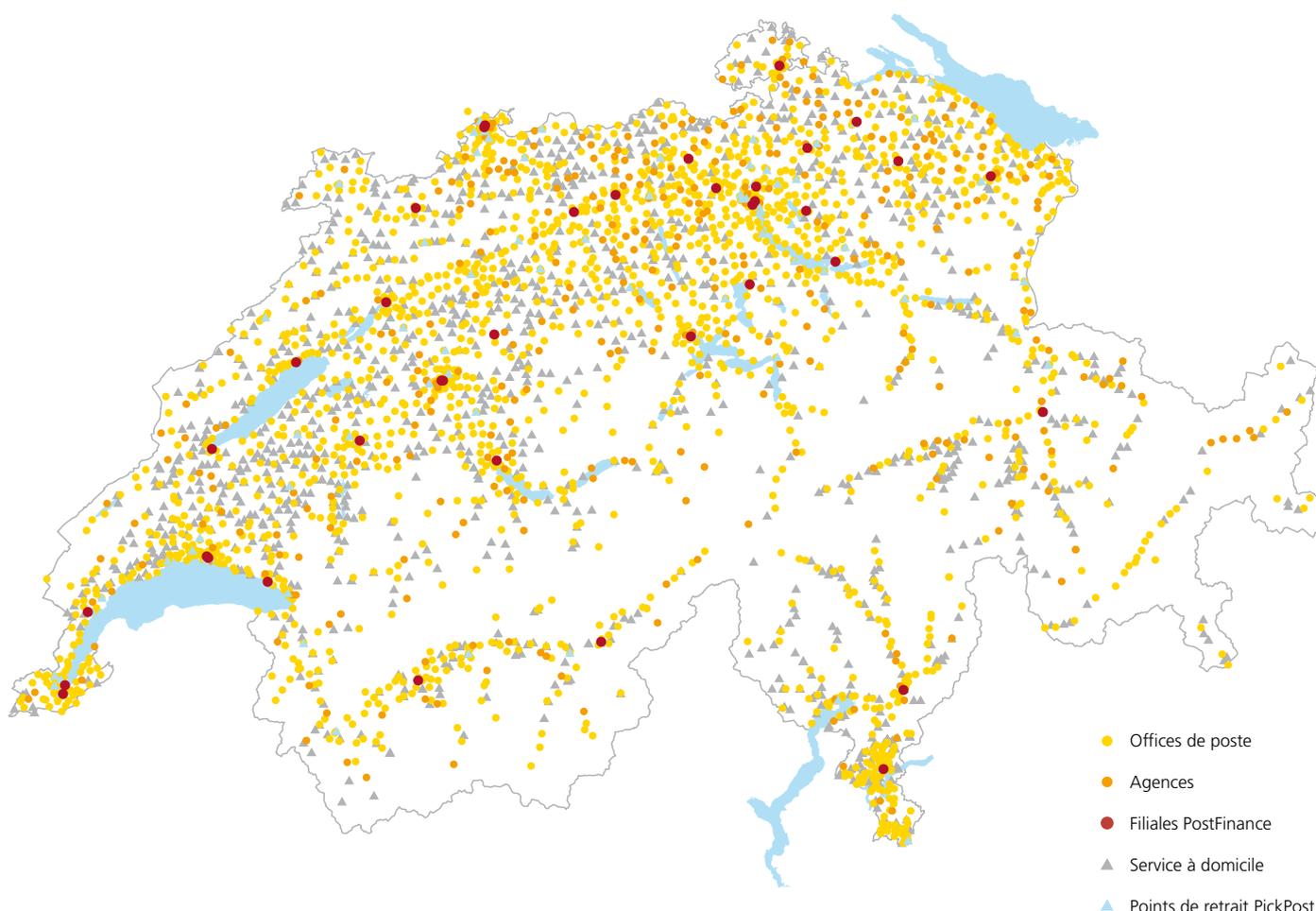
La Poste réalise environ 80% de son chiffre d'affaires sur le marché libre. Les 20% restants découlent du monopole (E→ 1), où la Poste doit faire face à la concurrence des prestations électroniques. Elle génère 86,1% de son chiffre d'affaires en Suisse et 13,9% à l'étranger.

Le réseau de distribution multiforme de La Poste Suisse couvre les marchés de la communication, de la logistique et des services financiers grand public.

La Poste offre à sa clientèle un réseau dense et performant composé de 3612 points d'accès (dont 2313 offices de poste et agences ainsi que 1192 services à domicile). Dans certains offices de poste (qui seront au nombre de dix d'ici à fin 2012), elle a rafraîchi son identité visuelle en associant des guichets ouverts, une boutique pour les articles de marque ainsi que des espaces-conseil pour les produits postaux et les produits financiers de PostFinance.

La Poste exploite en outre un réseau de 39 filiales PostFinance, dont 17 assurent le trafic des paiements, et 861 Postomat. 168 collaborateurs de PostFinance conseillent les petits et moyens clients commerciaux directement sur place, alors que des conseillers mobiles se rendent au domicile des clients privés, à leur demande. Le réseau de distribution comprend également 360 points de retrait PickPost. Dans certains d'entre eux, il est possible de retirer des lettres et des colis bien au-delà des heures d'ouverture normales des offices de poste. Enfin, plus de 15 000 boîtes aux lettres sont réparties dans toute la Suisse et 48 points de dépôt sont disponibles pour la clientèle commerciale essentiellement. Pour en savoir plus sur le développement de la desserte de base, voir page 104.

Groupe (Suisse) | Réseau de distribution
 2010



La Poste continue à étendre son réseau de distribution en étant à l'écoute de la clientèle. Elle sert les clients où ils se trouvent, c'est-à-dire via le point d'accès qui répond le mieux à leurs besoins. Ses agences sont situées en des lieux attrayants et ouvertes durant de larges plages horaires (parfois même le week-end). Grâce au service à domicile, les clients peuvent effectuer les principales opérations directement sur le pas de leur porte. Dans les quartiers regroupant de nombreuses entreprises, la Poste propose aujourd'hui de simples guichets dédiés aux clients commerciaux, où ces derniers peuvent déposer des lettres et des colis. Dans les agglomérations enfin, la Poste met en place de manière ponctuelle des solutions conviviales telles que des agences, des sites postaux intégrés, des offices de poste traditionnels ainsi que des offices de poste dans des zones regroupant des détaillants.

Virtuel

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).

Réseau CarPostal

Sur le marché des transports publics, CarPostal propose aux voyageurs en Suisse 798 lignes s'étendant sur plus de 11 007 kilomètres et incluant 14 124 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). En 2010, CarPostal a étendu son offre en élargissant son réseau de 5,3 millions de kilomètres et en mettant en service dix nouvelles lignes.

CarPostal (Suisse) | Réseau de lignes
2010



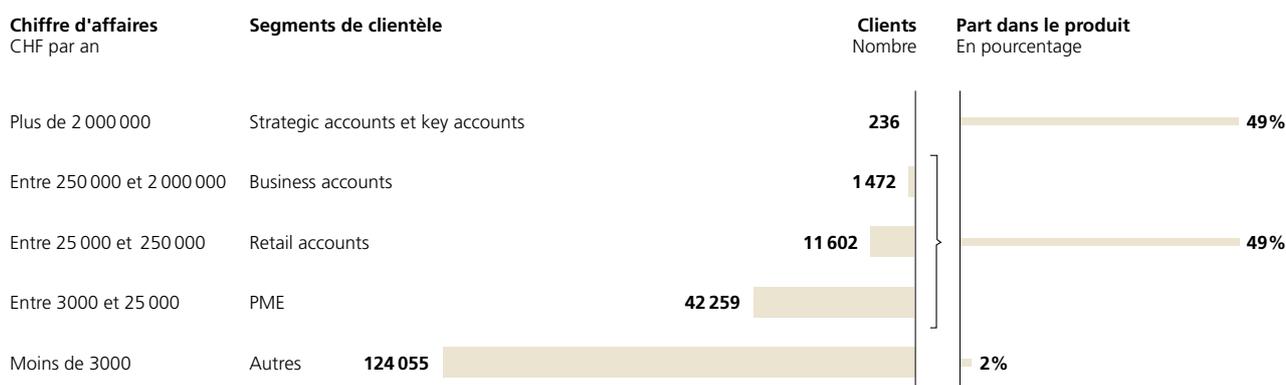
Clients

Sur les marchés de la logistique et de la communication, les clients de la Poste sont, d'une part des millions de particuliers, d'autre part quelque 200 000 entreprises allant de la petite entreprise au groupe international.

La Poste réalise la plus grande partie de son produit logistique avec les clients commerciaux, les 236 clients principaux en générant à eux seuls près de 50%. Font en outre partie des clients commerciaux 1472 business accounts (chiffre d'affaires annuel compris entre 250 000 et deux millions de francs), environ 11 600 retail accounts (chiffre d'affaires entre 25 000 et 250 000 francs) et 42 000 PME (chiffre d'affaires entre 3000 et 25 000 francs). Les quelque 124 000 clients commerciaux restants des marchés de la logistique et de la communication sont de petites entreprises avec lesquelles la Poste réalise un chiffre d'affaires inférieur ou égal à 3000 francs.

La structure de la clientèle de PostFinance sur le marché des services financiers grand public est similaire, puisque l'établissement financier opère également une distinction entre particuliers et entreprises. 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 les activités de communication et de logistique
 2009, structure de la clientèle et part dans le produit



Produits Clients privés

Les lettres, les colis, les envois exprès, les services financiers (paiements, placements, prévoyance et financement) et les transports publics font partie des prestations dédiées aux particuliers et aux PME. Dans 1955 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.

Clients commerciaux

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

– Courrier

Divers modes d'expédition en Suisse et à l'étranger pour les envois isolés et en nombre (envois urgents, envois prioritaires, envois sans horaire précis, lettres avec suivi des envois), prise en charge et distribution, solutions d'affranchissement automatiques, gestion d'adresses, outils en ligne

– Logistique

Logistique des marchandises et logistique de stockage en Suisse et à l'étranger (colis, exprès, services de coursier, envois de détail, distribution nocturne), envoi de marchandises à l'international (jusqu'à 500 kg) dans plus de 200 pays assorti de prestations complémentaires telles que le dédouanement, la logistique des valeurs (desserte des distributeurs de billets, transport de valeurs et d'espèces) et e-logistics (logistique physique combinée à des solutions informatiques intégrées)

- Marketing direct
Envois publicitaires adressés et sans adresse en Suisse et à l'étranger, solutions personnalisées de marketing direct, prestations complémentaires, transfert de savoir-faire, contrôle d'adresses, traitement des réponses
- Presse
Distribution nationale et internationale de journaux et revues en abonnement, de quotidiens et de mensuels, de journaux locaux et régionaux ainsi que distributions matinales et spéciales, logistique pour maisons d'édition, gestion d'abonnements, tâches 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, gestion de la relation client (GRC) et gestion de programmes de fidélisation, cartes valeur et cartes 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 autres établissements financiers en Suisse et au Liechtenstein. Depuis novembre 2009, PostFinance propose aux PME des crédits dans le cadre d'une coopération avec Valiant.

En matière de **transports publics**, CarPostal est la plus importante entreprise de transport par car des transports publics en Suisse. En tant que gestionnaire de systèmes pour les transports publics, CarPostal fournit en outre plus de la moitié de ses prestations par le biais d'entrepreneurs CarPostal privés. Elle assure aussi 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.

Expédition avec compensation pour le climat

Les clients peuvent compenser les émissions de CO₂ générées par l'expédition de leurs envois postaux grâce au supplément «pro clima» (E 12). 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. Pour en savoir plus sur les produits sans impact sur le climat, voir page 115.

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 capacité d'innovation pour se positionner par rapport aux concurrents.

L'entreprise se présente à sa clientèle sous la marque faitière «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

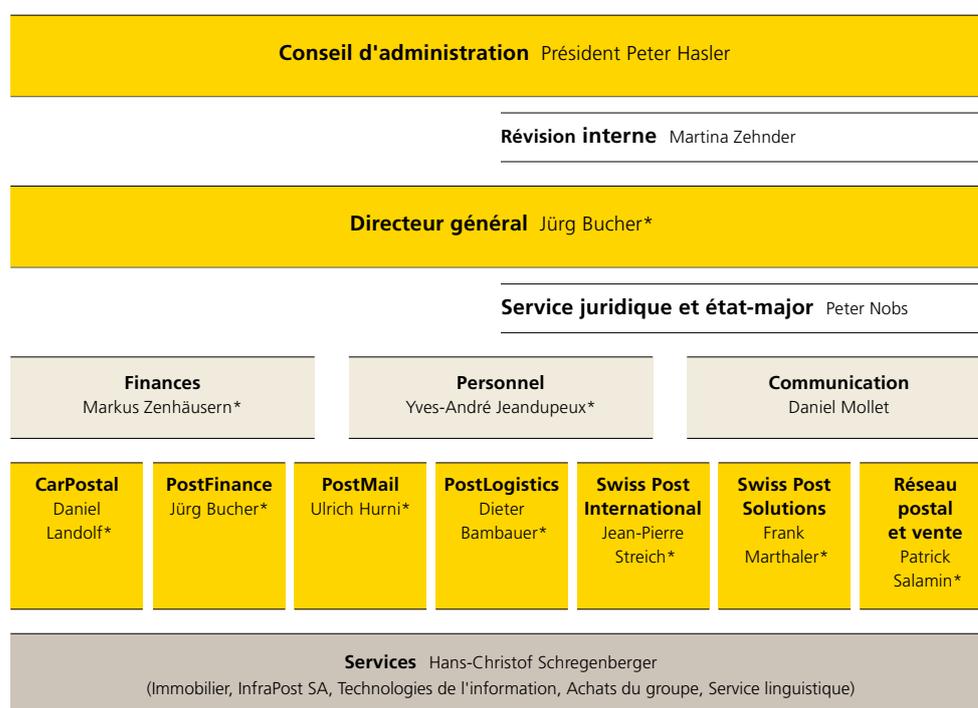
Unités

La Poste Suisse se compose de sept unités du groupe: PostMail, Swiss Post International, Swiss Post Solutions ainsi que Réseau postal et vente sont actives sur le marché de la communication. PostLogistics se concentre sur le marché de la logistique, PostFinance, sur le marché des services financiers grand public et CarPostal, sur le marché des transports publics. Elles sont présentées séparément, en tant que segments, dans les comptes annuels.

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

Organigramme

Groupe| Organigramme 31.12.2010



* Membre de la Direction du groupe



Peter Hasler

Né le 25 avril 1946, Suisse
Dr. iur.

Nouveau

Fonction

Président du Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

Depuis le 20 janvier 2010

Parcours professionnel

- Juriste et assistant du président du conseil d'administration de Flug- und Fahrzeugwerken Altenrhein AG (FFA)
- Secrétaire de l'ASM, Association patronale suisse de l'industrie des machines
- Directeur de l'ASM
- Directeur de l'Union patronale suisse
- Vice-président de la SUVA
- Membre de plusieurs commissions fédérales

Principaux mandats

- Conseil de l'Hôpital universitaire de Zurich (président)
- Caisse suisse de voyage, Reka (président de la coopérative)
- Elips Life (président du conseil d'administration)
- SIZ AG, Schweizerisches Informatik Zertifikat (vice-président du conseil d'administration).

Le Conseil d'administration

Le Conseil d'administration de La Poste Suisse était composé, au 31 décembre 2010, de neuf 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. La période administrative en cours prendra fin au printemps 2014. 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 (E 2), 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, les prix du secteur réservé 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 et approuve les conventions collectives de travail ainsi que les salaires des membres de la Direction du groupe.

Pour en savoir plus sur le gouvernement d'entreprise, voir page 128.



Dominique Freymond

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

En fonction

Fonction

Vice-président
 Responsable du comité «Organisation, Nomination & Remuneration»

Au Conseil d'administration

Depuis 2002

Parcours professionnel

- IBM Suisse et IBM Europe (divers postes dans la vente, le marketing et la gestion)
- Unisys Suisse et Unisys Autriche (membre de la direction, responsable du service à la clientèle)
- Canton de Vaud (Chancelier d'Etat)
- Unisys Europe centrale (vice-président et directeur général Suisse)
- Groupe TKS-Teknosoft SA (directeur général)
- Management & Advisory Services MAS SA (associé)

Principaux mandats

- Allianz (Suisse) SA (membre du conseil d'administration)
- Corti SA (membre du conseil d'administration)
- MAS SA (membre du conseil d'administration)
- SolvAxis SA (président du conseil d'administration)
- STERCI SA (membre du conseil d'administration)
- Institut suisse des administrateurs et dirigeants d'entreprises, isade (membre du comité)



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
 Responsable du comité «Audit & Risk» (jusqu'au 1.7.2010)

Au Conseil d'administration

Depuis 2006

Parcours professionnel

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

Principaux mandats

- CSS Assurance-maladie (membre du conseil d'administration)
- CSS Fondation du personnel (membre)
- MPS Micro Precision Systems SA (déléguée du conseil d'administration)
- SLS-TT, Institut Paul Scherrer à Würenlingen (membre)



Susanne Blank

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

En fonction

Fonction

Membre du Conseil d'administration
 Représentante du personnel

Au Conseil d'administration

Depuis 2008

Parcours professionnel

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

Principaux mandats

- Caisse nationale suisse d'assurance en cas d'accidents SUVA (membre du conseil d'administration)
- Commission tripartite fédérale pour les mesures d'accompagnement à la libre circulation des personnes (membre)
- Commission de surveillance du fonds de compensation de l'assurance-chômage (membre)
- Commission de la statistique fédérale (membre)



Andreas Schläpfer

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

En fonction

Fonction

Vice-président
Responsable du comité «Investment, Mergers, Acquisitions & Alliances»

Au Conseil d'administration

Depuis 2009

Parcours professionnel

- International Trade Centre UNCTAD/ GATT (conseiller en marketing)
- Nestlé (directeur général 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

En fonction

Fonction

Membre du Conseil d'administration
Responsable du comité «PostFinance»

Au Conseil d'administration

Depuis 2009

Parcours professionnel

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

Principaux mandats

- Picard Angst Asset Management SA (vice-président du conseil d'administration)
- Banque Piquet Galland & Cie SA (membre du conseil d'administration)
- DGM Immobilien AG (président du conseil d'administration)



Adriano P. Vassalli

Né le 3 avril 1954, Suisse Expert économiste diplômé

Nouveau

Fonction

Membre du Conseil d'administration
Responsable du comité «Audit & Risk» (depuis le 1.7.2010)

Au Conseil d'administration

Depuis le 1^{er} juin 2010

Parcours professionnel

- Revisuisse SA (réviseur et consultant à Berne, fondateur de la filiale de Lugano)
- Arthur Andersen (fondateur et responsable des filiales de Lugano et de Berne, partenaire international)
- Studio di consulenza e di revisione (fondateur et propriétaire)

Principaux mandats

- ATTEST audit & consulting SA (président du conseil d'administration)
- Cassa pensioni dei dipendenti dello Stato del Cantone Ticino (membre du comité)
- Croce Rossa Svizzera, Sezione del Luganese (président)
- FONDAZIONE ELSA VASSALI-COMIZZOLI (président de fondation)
- Chambre Suisse des experts techniques et scientifiques (membre)
- Tribunal pénal et civil (expert)



Philippe Milliet

Né le 18 janvier 1963, Suisse
 Diplômé en pharmacie de l'Université
 de Lausanne, MBA, Ecole des HEC de
 l'Université de Lausanne.

Nouveau

Fonction

Conseil d'administration

Au Conseil d'administration

Depuis le 1^{er} juin 2010

Parcours professionnel

- Galenica Holding SA (analyste/programmeur et assistant du président de la direction générale)
- Pharmatic SA (analyste/programmeur et responsable de projet)
- McKinsey (associé, engagement manager)
- Galenica SA (responsable centres de distribution, responsable opérations et directeur général de Galexis SA)
- Unicable (directeur général)
- Galenica SA (responsable direction générale Santé, membre de la direction générale du groupe)

Principaux mandats

–



Michel Gobet

Né le 14 mai 1954, Suisse
 Lic. phil. hist.

Nouveau

Fonction

Membre du Conseil d'administration
 Représentant du personnel

Au Conseil d'administration

Depuis le 1^{er} juin 2010

Parcours professionnel

- Service archéologique cantonal de Fribourg (direction de chantiers)
- Union PTT (secrétaire central et secrétaire général suppléant)
- Syndicat de la Communication (secrétaire central)

Principaux mandats

- Swisscom (Suisse) SA (membre du conseil d'administration)
- UNI Global Union (trésorier, member of World Executive Committee, member of European ICTS Steering Committee)



Kerstin Büchel

Née le 21 janvier 1970, Suisse/Allemagne/
 Suède
 Lic. rer. pol

En fonction

Fonction

Secrétaire générale

Secrétaire générale

Depuis 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

–



Jürg Bucher

Né le 2 août 1947, Suisse

Lic. rer. pol.

Economiste (économie d'entreprise et économie publique)

En fonction

Fonction

Directeur général, 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 (PostFinance: responsable suppléant, responsable Marketing, responsable PostFinance, directeur général de la Poste)

Principaux mandats

- Swiss Euro Clearing Bank GmbH jusqu'en janvier 2010 (membre du conseil d'administration)
- Interbank Clearing SA jusqu'en janvier 2010 (membre du conseil d'administration)
- innoBE SA (membre du conseil d'administration)
- Bern Arena Stadion SA (membre du conseil d'administration)

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 unités et les sociétés du groupe concernées. Le directeur général représente la Direction du groupe devant le Conseil d'administration.

Pour en savoir plus sur le gouvernement d'entreprise, voir page 128.



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 (directeur du développement logiciel de Migros-Industrie, directeur financier et informatique à la conserverie Bischofszell SA, directeur informatique de la communauté Migros)
- Mövenpick SA (membre de la direction du groupe, responsable Marketing et communication / Ressources humaines / 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 SA (commerce de devises, trafic des paiements international)
- 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

- Caisse suisse de voyage Reka (membre du conseil d'administration)
- Union des transports publics (membre du comité)
- Service d'information pour les transports publics, Litra (membre du comité)
- Sensetalbahn SA (vice-président du conseil d'administration)
- Mobility Solutions SA (membre du conseil d'administration)



Yves-André Jeandupeux

Né le 26 avril 1958, Suisse
 Lic. en 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 SA, entreprise de machines-outils (responsable du personnel)
- Canton de Neuchâtel (responsable du personnel)
- CC&T SA, cabinet de conseil en entreprise (partenaire associé, responsable de la gestion des compétences)
- skyguide (responsable du personnel)
- La Poste Suisse (responsable Personnel)

Principaux mandats

- Caisse de pensions Poste (président du conseil de fondation)
- Pensimo Management SA (membre du conseil d'administration)



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 Réseau postal, 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
Directeur général suppléant

A la Direction du groupe

Depuis 2008

Parcours professionnel

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

Principaux mandats

- Schaffner Holding SA (membre du conseil d'administration)
- Liechtensteinische Post AG (membre du conseil d'administration)



Ulrich Hurni

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

En fonction

Fonction

Responsable PostMail
 Directeur général suppléant

A la Direction du groupe

Depuis 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

En fonction

Fonction

Responsable PostLogistics

A la Direction du groupe

Depuis 2009

Parcours professionnel

- DWP (consultant, conseiller logistique)
- AGRAVIS
 (responsable du secteur logistique)
- MD Papier (membre de la direction,
 logistique, informatique)
- Kühne + Nagel Management AG
 (membre de la direction)
- Deutsche Bahn AG (EVP Freight
 Logistics)
- Schenker Schweiz SA (directeur général)
- Hangartner SA (directeur général)
- La Poste Suisse
 (responsable PostLogistics)

Principaux mandats

- Membre du comité directeur de la chaire
 de gestion logistique, Ecole des hautes
 études économiques, juridiques et
 sociales de St-Gall

Stratégie

La vision et les valeurs fondamentales ainsi que la stratégie de la Poste découlent 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 et dont découlent les six objectifs stratégiques de la Poste. La Poste souhaite créer une valeur ajoutée pour la Suisse, la clientèle, le personnel et le propriétaire, en assurant la qualité de la desserte de base, en prospérant de manière durable, en améliorant la satisfaction de la clientèle et l'engagement du personnel et en remplissant les objectifs financiers du propriétaire par le maintien de positions stables sur le marché. Elle entend réaliser ses objectifs au moyen de cinq orientations stratégiques.

Groupe | Stratégie
2010

Mandat de prestations légal et objectifs stratégiques assignés par le Conseil fédéral



Conditions-cadres Mandat

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

Groupe | Mandat de prestations légal
2010



Dans le service universel, la législation opère une distinction (E→ 1) 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, dans un cadre restreint, fournir des services libres, lesquels sont aussi offerts dans le cadre de la libre concurrence. Elle est aussi 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. La Poste réalise 83,2% de ses produits d'exploitation dans le cadre de la concurrence. 16,8% proviennent des 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 assurer un service universel de bonne qualité dans toutes les régions du pays, selon les mêmes principes et à des prix appropriés. En tant qu'entreprise innovante, axée sur la clientèle et autonome financièrement, elle doit s'imposer face à la concurrence et se préparer aux répercussions de la révision complète de la législation postale.

La Poste doit développer de nouvelles offres, prestations et solutions, conclure des coopérations, croître de manière rentable, garantir sa capacité de rendement et exploiter son potentiel d'amélioration de l'efficacité. Il ressort également des directives du Conseil fédéral que la Poste doit étoffer son activité principale sur les marchés de la communication (en particulier dans le domaine du courrier ainsi que du marketing de dialogue et des solutions documents), de la logistique, des services financiers grand public et des transports publics, tout en garantissant une qualité élevée de ses prestations.

En Suisse, la Poste doit consolider sa position de leader. A l'étranger, elle peut en outre exploiter les possibilités d'expansion existant en dehors de ses obligations en matière de desserte de base.

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.

En fonction des impératifs de l'économie d'entreprise, la Poste doit également poursuivre une stratégie durable et fondée sur des principes éthiques et tenir compte, dans son organisation, des souhaits des différentes régions du pays. Employeur progressiste, la Poste doit enfin mener une politique du personnel responsable sur le plan social et proposer des conditions d'engagement équitables qui garantissent aussi sa compétitivité, tout en s'engageant à définir des mesures qui permettent au personnel de concilier carrière et vie privée.

Vision

L'action de La Poste Suisse se base sur sa vision ainsi que sur ses valeurs fondamentales:

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

Pour des détails sur la vision, voir page 126.

Environnement Economie

Economie mondiale

Bien que l'application d'une politique monétaire et fiscale extrêmement expansionniste ait permis, à partir de la mi-2009, à l'économie mondiale de se rétablir progressivement de la crise financière internationale, cette relance a marqué le pas au cours des derniers mois de l'année 2010. Ce ralentissement, induit par les conséquences de la crise financière, devrait continuer à être perceptible dans la plupart des pays en 2011, les ménages privés et les établissements financiers limitant leur consommation et leurs investissements pour réduire leur endettement. La pression sur les cours de change dans le commerce extérieur devrait également persister en 2011.

Quant aux Etats-Unis, ils ne sont pas non plus parvenus à surmonter leurs faiblesses conjoncturelles en 2010, le marché du travail affichant un manque de vigueur malgré les programmes d'impulsion mis en œuvre. Bien qu'il soit peu probable que l'économie américaine entre en récession, la reprise ne devrait pas être très soutenue en 2011. La consommation privée ne sera pas non plus en mesure de jouer son rôle traditionnel de locomotive conjoncturelle, puisque les ménages privés sont contraints, après des années d'endettement excessif, de réduire leurs dettes et de limiter leurs dépenses. Le Japon et les pays émergents à forte croissance d'Asie montrent également des signes de plus en plus marqués de ralentissement.

Contrairement à la tendance internationale, l'évolution de la conjoncture dans la zone euro en 2010 a cependant été plus favorable que prévu. Bien que faible à ses débuts, le redressement a été ensuite plus vigoureux et l'inquiétude provoquée par la crise de l'endettement de certains pays membres ne semble pas jusqu'à présent avoir entraîné de perte de dynamisme de la part des entreprises. En dépit de ces signes positifs, les perspectives de l'économie européenne restent toutefois relativement modestes en raison des hésitations de l'économie mondiale. La reprise moins soutenue dans la zone euro devrait aussi s'accompagner d'écart de croissance de plus en plus perceptibles entre les pays membres. Alors que les économies des pays tournés vers l'exportation (p. ex. l'Allemagne) pourraient enregistrer une croissance particulièrement importante en raison de la faiblesse de l'euro, les prévisions pour les pays périphériques sont nettement moins favorables, le risque d'une récession étant même parfois évoqué (p. ex. pour la Grèce).

Des risques considérables pèsent sur l'évolution de la conjoncture à l'échelle internationale et l'économie mondiale aura encore un long chemin à parcourir avant de retrouver un rythme de croissance stable et durable, sachant que les bases d'un essor largement porté par le secteur privé font défaut dans nombre de pays.

Suisse

En Suisse, la relance de la conjoncture s'est caractérisée dès la mi-2009 et en 2010 également par une croissance du PIB. A la mi-2010, le fléchissement de l'activité économique qui avait découlé de la récession a ainsi pu être rattrapé. Par contre, le secteur des exportations a été marqué par un repli conjoncturel durant le second semestre 2010 et les exportations de marchandises ont évolué de façon moins dynamique que pendant les six premiers mois de l'année. D'une manière générale, les perspectives commerciales dans ce secteur se sont d'ailleurs légèrement détériorées. En revanche, le comportement des consommateurs, indicateur conjoncturel essentiel de la demande intérieure, continue à afficher un visage positif. Une croissance du PIB de 2,7% était attendue pour l'ensemble de l'année 2010, alors que les prévisions pour 2011 sont plutôt modérées et tablent sur une croissance du PIB de 1,5%. Les exportations de biens et de services devraient également perdre de leur vigueur, une augmentation de 2,6% seulement dans ce secteur, lequel joue un rôle de moteur, étant pronostiquée en 2011 (contre 7% en 2010). Outre une diminution des impulsions conjoncturelles données par l'Europe et les Etats-Unis, la situation des taux de change devrait aussi freiner les activités, puisqu'au cours des derniers mois de 2010, le franc a continué à s'apprécier par rapport à l'euro mais aussi à nombre d'autres monnaies. L'indice réel du cours de change du franc a ainsi atteint son niveau le plus élevé depuis le milieu des années nonante. La demande intérieure ne sera pas en mesure de compenser la diminution des exportations. Bien que le secteur de la construction et les domaines apparentés à la consommation aient affiché un développement extrêmement positif au cours des dernières années et aient soutenu la conjoncture de manière considérable, même pendant la récession, il est peu probable qu'ils enregistrent une nouvelle accélération.

Emploi

Le marché du travail affiche également une embellie depuis le début de l'année 2010. Le nombre d'emplois est à nouveau en augmentation. Le taux de chômage a légèrement baissé de 4,1% au début de l'année 2010 à 3,8% à la fin novembre. Le recul du chômage devrait toutefois être moins important en 2011. D'une part, on estime que le ralentissement conjoncturel devrait également freiner le redressement du marché de l'emploi en 2011. D'autre part, nombre d'entreprises devraient se contenter pendant un certain temps encore de recourir à leur personnel en place pour venir à bout de l'augmentation du volume de travail, en réduisant par exemple les petits taux d'occupation, au lieu d'engager de nouveaux collaborateurs à une plus large échelle. On table sur un taux de chômage moyen de 3,4% en 2011.

Tendances

Législation et politique:
libéralisation

D'une manière générale, les industries de réseau connaissent une libéralisation accrue. Dans le même temps, de plus en plus de voix critiques se demandent si les objectifs initiaux ont été atteints à l'issue des précédentes étapes de la libéralisation. Conformément aux dispositions de la troisième directive postale européenne, la plupart des marchés postaux de l'UE ont été libéralisés au 1^{er} janvier 2011. Or les expériences récoltées jusqu'à présent montrent que le jeu de la concurrence ne prenait effet que très lentement sur les marchés du courrier entièrement libéralisés et que quand cela se produisait, seuls certains segments de marché étaient concernés. En revanche, il fonctionne très bien sur le marché des envois exprès. En Suisse, le législateur s'est prononcé contre une libéralisation complète précipitée du marché des lettres. Au plus tard trois ans après l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur la poste (E 1), le Conseil fédéral devra présenter au Parlement un rapport d'évaluation sur la démarche ultérieure. La Poste est prête à faire face à la suppression complète du monopole résiduel sur les lettres du service intérieur pesant jusqu'à 50 grammes et réalise déjà plus de 80% de son chiffre d'affaires sur le marché libre. Pour les 20% restants, elle doit affronter la concurrence des outils de communication électroniques. Compte tenu de la baisse du volume des lettres, on peut s'attendre à ce que le monopole résiduel ne constitue plus non plus, à moyen ou à long terme, une base suffisante pour financer la desserte de base des services postaux. Le défi déterminant pour la Poste est donc, non pas la suppression de ce monopole, mais les mutations sociales et technologiques ainsi que les changements que celles-ci entraînent dans les besoins de la clientèle.

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. 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) influent toujours plus sur les modèles commerciaux, les canaux de communication et les caractéristiques des offres.

Technologie:
numérisation

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 en outre 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, 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.

Marchés

Marché de la communication

Sur le marché de la communication, La Poste Suisse assure comme par le passé la desserte postale de base (E 1) et pourra encore remplir son mandat à moyen terme, grâce au 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 non adressés et envois adressés jusqu'à 50 grammes). Mais la numérisation reste le défi numéro un de PostMail ainsi que de Réseau postal et vente, les clients délaissant de plus en plus les lettres et les journaux physiques au profit des médias électroniques. L'effet de substitution qui s'ensuit entraîne un recul à long terme du volume du courrier, en particulier des lettres adressées, de même qu'un tassement de la demande des prestations traditionnelles des offices de poste. Parallèlement au durcissement

et à l'augmentation de la concurrence sur le marché du courrier, on assiste à une pression accrue sur les marges, laquelle exige plus de souplesse en termes de coûts et de prix au sein de la branche ainsi qu'un développement ciblé du réseau postal. Le marché international du courrier se caractérise toujours par une très forte compétition et il est probable que ses acteurs continueront à se regrouper ou à conclure des partenariats, en vue de consolider leurs positions respectives. Poussées par les possibilités technologiques qui leur sont offertes, les grandes entreprises externalisent de plus en plus souvent les processus de traitement de documents et d'informations de la clientèle qui ne font pas nécessairement partie de leur cœur de métier. Un important potentiel de croissance continue à exister dans ce secteur, que Swiss Post Solutions exploite progressivement en proposant à ses clients des solutions innovantes et taillées sur mesure.

Marché de la logistique

Le marché de la logistique est marqué par une concurrence toujours plus intense, laquelle s'étend et devient de plus en plus agressive au plan international avec une pression à l'avenant sur les prix. Celle-ci est d'ailleurs aussi perceptible dans le secteur des colis et des envois exprès. Très sensibles aux prix, les clients, en particulier les clients commerciaux, continuent à poser de grandes exigences en matière de qualité. L'augmentation des coûts du personnel ne peut donc pas être compensée par des mesures tarifaires. Dans l'ensemble, le marché de la logistique offre un immense potentiel de croissance soutenu par l'augmentation rapide des activités transfrontalières de commerce électronique. Les acteurs logistiques sont ainsi tenus de proposer de nouveaux modèles commerciaux rentables, pour répondre aux besoins des clients qui souhaitent bénéficier de possibilités d'achat internationales. Par ailleurs, la délimitation entre logistique des colis, d'une part et logistique des marchandises, d'autre part, devient toujours plus floue, puisque les clients commerciaux entendent de plus en plus souvent traiter avec un seul fournisseur de solutions qui soit à même de combler l'ensemble de leurs besoins dans le domaine logistique. Avec la numérisation et la transparence accrue des processus commerciaux, ils souhaitent en outre que ce fournisseur ne se contente plus seulement d'acheminer leurs marchandises, mais qu'il assure également la liaison électronique des données durant tout le processus de transport jusqu'aux entreprises. Dans le domaine de la logistique des marchandises, la Suisse ne peut pas se soustraire à l'augmentation des horaires cadencés au plan international. Enfin, l'application d'impôts sur l'environnement et d'impôts d'incitation, par exemple la taxe sur les émissions de CO₂ et la redevance sur le trafic des poids lourds liée aux prestations, influe directement sur la marge réalisée.

Marché des services financiers grand public

La crise financière a eu une influence marquée sur le secteur financier au cours des dernières années. Les interventions en matière de politique financière et de politique fiscale effectuées en 2010 par l'Union européenne et le Fonds monétaire international pour soutenir les budgets des Etats ainsi que les actions menées en matière de politique des taux de change pour renforcer le commerce extérieur indiquent clairement que le système financier reste instable. On peut toutefois s'attendre à ce que les réglementations des marchés financiers concernant les exigences dans le domaine des fonds propres et des liquidités auront un effet stabilisateur. En confiant encore et toujours des fonds importants dans ce domaine à PostFinance, les clients montrent qu'ils accordent une grande confiance à l'établissement financier. Le marché national des services financiers grand public continuera à évoluer pour devenir un marché d'éviction, sur lequel les grandes banques influenceront aussi à nouveau fortement. Par conséquent, la pression sur les marges restera élevée. PostFinance devrait donc continuer à prouver à ses clients qu'elle est différente des banques. A cet égard, elle pourra entre autres miser sur son rôle de pionnière dans le secteur de l'e-finance et sur les possibilités qu'elle offre à ses clients d'effectuer leurs opérations via des plates-formes mobiles et en ligne. Elle pourra aussi mieux exploiter encore son vaste réseau physique de points d'accès.

Marché des transports publics

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 forte pression sur les marges de CarPostal et augmentera le nombre d'appels d'offres. L'attrait du marché suisse pour les entreprises internationales est limité, dans la mesure où la croissance y est plutôt faible et que le marché du transport local est géré en grande partie par les pouvoirs publics. Quant au marché international, les regroupements d'entreprises contribuent largement à donner toujours plus de poids aux concurrents. CarPostal doit donc consolider sa position dans un contexte toujours plus compétitif sur le plan tant national qu'international.

Cadre stratégique

Le cadre stratégique permet à La Poste Suisse d'ancrer les lignes directrices et la compréhension commune de ses principaux thèmes stratégiques. Compte tenu de ces lignes directrices, les unités opérationnelles peuvent alors réagir à temps aux exigences du marché.

Le cadre stratégique contient en particulier des précisions sur la perception du client, l'activité de base, les positions sur le marché, les stratégies en matière de concurrence, la croissance, l'accent géographique, la rentabilité, la durabilité, la capacité d'innovation et le style de conduite.

Objectifs stratégiques

Au moyen de six objectifs stratégiques, La Poste Suisse définit ses priorités et la manière dont elle entend relever les défis propres à son secteur d'activité et réaliser les principaux objectifs qui lui ont été assignés.

Valeur ajoutée pour le propriétaire (voir page 41):

- La Poste Suisse entend réaliser un bénéfice annuel compris entre 700 et 800 millions de francs, consolider ses fonds propres et financer ses investissements de manière autonome.
- En Suisse, elle souhaite occuper des positions de leader sur ses différents marchés.

Valeur ajoutée pour la clientèle (voir page 79):

- La Poste Suisse affiche un taux de satisfaction général élevé de la clientèle de 75 points (sur une échelle de 0 à 100).

Valeur ajoutée pour le personnel (voir page 91):

- L'engagement du personnel demeure au niveau élevé de 80 points (sur une échelle de 0 à 100).

Valeur ajoutée pour la Suisse (voir page 102):

- La Poste Suisse s'investit pour une qualité élevée de la desserte de base.
- Elle entend réduire ses émissions annuelles de CO₂ de 15 000 tonnes d'ici à fin 2013.

Orientations stratégiques

Afin de réaliser ses objectifs, La Poste Suisse met en œuvre cinq orientations stratégiques:

- Elle fournit des prestations de qualité élevée.
 La Poste Suisse propose à ses clients privés et à ses clients commerciaux des prestations de qualité élevée, qui vont du développement des produits au contact quotidien avec le client. Pour ce faire, elle écoute attentivement sa clientèle, améliore en permanence ses services et ses processus, développe de nouveaux produits novateurs, tout en garantissant la qualité de ses prestations.
- Elle applique des prix conformes à ceux du marché.
 Pour fournir des prestations de qualité élevée, La Poste Suisse doit continuer de garantir aujourd'hui et demain des prix conformes à ceux du marché. Ainsi, elle entend en particulier financer une desserte de base efficace.
- Elle génère une croissance durable et rentable.
 En Suisse comme à l'étranger, elle poursuit une stratégie de croissance axée systématiquement sur le long terme et progresse pas à pas. Elle peut ainsi piloter et conforter la rentabilité de sa croissance.
- Elle garantit une efficacité en matière de coûts socialement responsable.
 Dans un contexte économique de plus en plus dynamique, La Poste Suisse doit asseoir et développer son efficacité en fonction du marché. A cet égard, elle est notamment confrontée à de profonds bouleversements sur le marché de la communication, bouleversements auxquels elle continuera à faire face en définissant des solutions équitables et responsables sur le plan social.
- Elle exploite de manière optimale les conditions-cadres.
 Les nouvelles conditions-cadres découlant de la législation postale (E+ 1) sont déterminantes pour le développement de La Poste Suisse sur ses marchés et dans ses unités. La Poste Suisse s'est préparée à sa transformation probable en une société anonyme de droit public et à l'assujettissement de PostFinance à la FINMA.

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/rg2010links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

12	Préface
16	Interview
19	Profil de l'entreprise
Evolution de l'activité	
42	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
42	Groupe
43	Environnement
43	Situation économique générale
43	Clients et marchés
45	Finances
45	Valeur ajoutée de l'entreprise
46	Etat du résultat global
49	Résultat des segments
53	Cash-flow et investissements
53	Bilan consolidé
54	Distribution du bénéfice
54	Stratégie
56	Perspectives
56	Marché de la communication
56	PostMail
58	Swiss Post International
61	Swiss Post Solutions
64	Réseau postal et vente
67	Marché de la logistique
67	PostLogistics
69	Marché des services financiers grand public
69	PostFinance
72	Marché des transports publics
72	CarPostal
74	Services
75	Immobilier, InfraPost SA
76	Technologies de l'information
80	Valeur ajoutée pour la clientèle
92	Valeur ajoutée pour le personnel
104	Valeur ajoutée pour la Suisse
124	Gestion
140	Rapport financier
210	Informations détaillées
211	Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

Valeur ajoutée pour le propriétaire

Groupe

Objectifs stratégiques et orientations de la Poste

Afin de créer de la valeur ajoutée pour le **propriétaire en tant que bailleur de fonds**, la Poste souhaite réaliser des bénéfices annuels de 700 à 800 millions de francs suisses, renforcer ses fonds propres et autofinancer ses investissements. Elle a pour objectif d'occuper une position de leader sur ses marchés en Suisse.

Conformément au principe de développement durable de l'entreprise, cette valeur ajoutée ne peut être créée pour le propriétaire que si la Poste en génère également pour la **clientèle**, pour le **personnel** et pour la **Suisse**. Pour cela, la satisfaction de la clientèle doit atteindre au moins 75 points sur une échelle de 100 (voir chapitre «Valeur ajoutée pour la clientèle», page 80) et l'engagement du personnel au moins 80 points («Valeur ajoutée pour le personnel», page 92). En outre, la Poste s'engage à assurer une desserte de base de qualité et souhaite réduire de 15 000 tonnes ses émissions annuelles de CO₂ d'ici fin 2013 («Valeur ajoutée pour la Suisse», page 104).

Pour atteindre ces objectifs, la Poste s'appuie sur cinq orientations stratégiques: fournir à ses clients privés et à ses clients commerciaux d'excellentes prestations, pratiquer des prix conformes à ceux du marché, générer une croissance durable et rentable, garantir une maîtrise des coûts socialement responsable et exploiter de façon optimale les conditions-cadres en vigueur.

Tant le résultat d'exploitation, établi à 930 millions de francs, que le bénéfice consolidé de 910 millions de francs ont atteint un niveau record. Les produits d'exploitation ont augmenté de 178 millions de francs par rapport à l'exercice précédent. Cette hausse s'explique essentiellement par une augmentation des produits d'exploitation dans le secteur des services financiers grand public (PostFinance) et par le développement positif du marché de la logistique. Les charges d'exploitation, d'un montant de 7,806 milliards de francs, ont pu être réduites notamment grâce à un allègement des indemnités versées au service postal international et aux entreprises de transport.

Groupe | Chiffres clés

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	8 736	8 558
générés à l'étranger	mio. CHF ¹	1 218	1 391
	% des produits d'exploitation	13,9	16,3
services réservés	mio. CHF ²	1 469	1 641
	% des produits d'exploitation	16,8	19,2
Résultat d'exploitation	mio. CHF	930	721
en proportion des produits d'exploitation	%	10,7	8,4
générés à l'étranger	mio. CHF ¹	24	35
	% du résultat d'exploitation	2,6	4,9
Bénéfice consolidé	mio. CHF	910	728
Valeur ajoutée	mio. CHF ³	5 268	4 983
Personnel			
Effectifs Groupe	Unités de personnel	45 129	44 803
à l'étranger	Unités de personnel	7 255	6 986
Financement			
Total du bilan	mio. CHF	93 310	84 676
Fonds des clients (PostFinance)	mio. CHF	85 725	77 272
Fonds propres	mio. CHF	4 224	3 534
Investissements			
Investissements	mio. CHF	364	431
autres immobilisations corporelles, immobilisations incorporelles	mio. CHF	176	270
immeubles d'exploitation	mio. CHF	163	109
participations	mio. CHF	25	52
Degré des investissements autofinancés	%	100	100
Création de valeur			
Flux de trésorerie des activités d'exploitation	mio. CHF	-2 297	-357
Valeur ajoutée de l'entreprise	mio. CHF	452	272

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 et des explications figurent dans les données chiffrées (E+ 99).

Environnement

Situation économique générale

Si l'économie mondiale a progressivement réussi, à partir du deuxième semestre 2009, à se relever de la crise financière mondiale grâce à une politique monétaire et fiscale particulièrement expansionniste, le processus a connu un ralentissement sensible lors des derniers mois de l'année 2010. Les Etats-Unis ne sont pas non plus parvenus en 2010 à surmonter la faiblesse conjoncturelle et, en Asie, de nombreux signes d'une baisse du dynamisme se font ressentir. Contrairement à la tendance mondiale, la conjoncture dans la zone euro a été meilleure en 2010 que ce qui était prévu. Malgré cette tendance positive, les perspectives conjoncturelles pour l'Europe restent relativement mesurées. En Suisse également, la reprise s'est poursuivie avec une croissance du PIB, entraînant un effet positif sur le marché du travail. En effet, un recul de la réduction du temps de travail et du chômage a été noté.

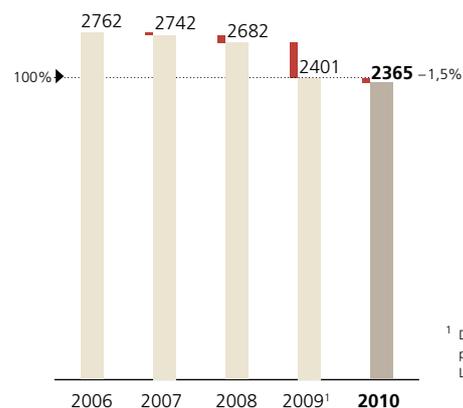
Clients et marchés

■ Marché de la communication

Les produits du marché de la communication ont connu des évolutions différentes. Les envois non adressés de PostMail ont été sensibles à la conjoncture. La Poste a profité en 2010 d'une meilleure conjoncture et d'un renforcement des activités promotionnelles dans le secteur du commerce de détail. La quantité de journaux distribués a été affaiblie par le succès des quotidiens gratuits et par un changement des habitudes des clients. Grâce à l'acquisition opérée l'année dernière dans le domaine de l'organisation de la distribution matinale, cette situation du marché a pu être contrée. Le nombre de journaux distribués a pu être augmenté de 10% par rapport à l'année précédente. En ce qui concerne les lettres adressées de PostMail et de Réseau postal et vente en 2010, une baisse de 1,5% a été enregistrée par rapport à l'année précédente. Cette baisse est imputable au phénomène de substitution (remplacement du courrier traditionnel par des médias électroniques) ainsi qu'à des optimisations d'envois de nos clients commerciaux. L'unité du groupe Réseau postal et vente a réussi, notamment grâce à la reprise des produits pour la clientèle privée et à l'intégration de la philatélie, à réaliser une augmentation des volumes. L'unité Swiss Post International, quant à elle, a vu le nombre de ses importations et de ses exportations baisser par rapport à l'année précédente. Ceci résulte principalement du transfert des produits destinés à la clientèle privée à Réseau postal et vente. De plus, la morosité économique a eu des répercussions négatives sur le volume de lettres et de colis dans certains pays. Swiss Post Solutions a pu augmenter le nombre de ses prestations dans les domaines des solutions E-Business et des solutions documents.

Groupe | Lettres adressées

De 2006 à 2010 avec écart par rapport à l'année précédente/sur cinq ans
 2009 = 100%¹, nombre en millions



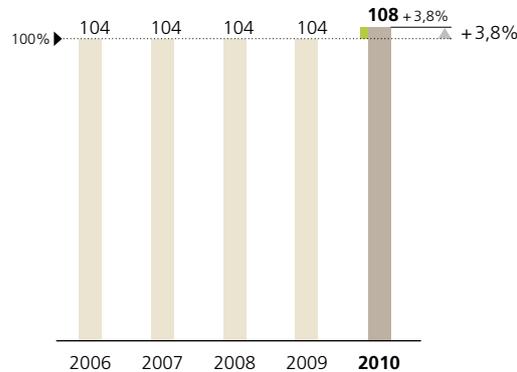
¹ Depuis 2010, le nombre de lettres est relevé selon une nouvelle méthode. A des fins de comparaison, la valeur de 2009 a été ajustée en conséquence et définie comme nouvelle base. La comparabilité avec les années 2006 à 2008 est limitée.

■ Marché de la logistique

Le marché de la logistique reste marqué au niveau tant national qu'international par une concurrence et une pression sur les prix accrues. Les clients, très sensibles aux prix, ont des exigences élevées en termes de qualité. Suite à la libéralisation et à l'évolution des exigences des clients, les secteurs d'activité coursier, envois express et colis recoupent toujours plus ceux des expéditions classiques. Les clients logistiques recherchent de plus en plus un interlocuteur unique et, ainsi, une solution tout-en-un. La Poste a pu profiter l'année dernière du développement positif du commerce électronique (e-commerce) et de la reprise conjoncturelle.

Groupe | Colis

De 2006 à 2010 avec écart par rapport à l'année précédente/sur cinq ans
2006 = 100%, nombre en millions

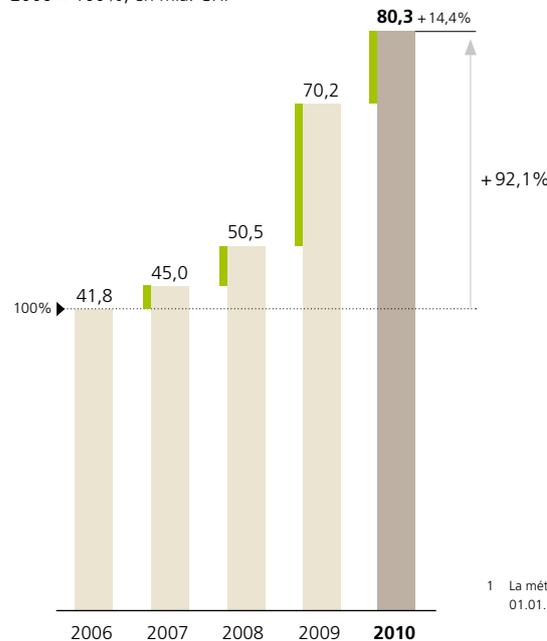


■ **Marché des services financiers grand public**

Bien que les marchés financiers repartent progressivement et que la méfiance de la clientèle vis-à-vis des banques opérant à l'échelle internationale diminue, PostFinance a enregistré un nouvel afflux de fonds de clients par rapport à 2009. L'établissement financier de la Poste continue à jouir de la confiance des clients gérant eux-mêmes leur patrimoine et appréciant une offre simple et avantageuse. En 2010, les fonds moyens des clients s'élevaient à 80,335 milliards de francs, ce qui correspond à une augmentation de 14,4% par rapport à l'année précédente.

Groupe | Niveau moyen des fonds des clients (PostFinance)¹

De 2006 à 2010 avec écart sur cinq ans
2006 = 100%, en mia. CHF



¹ La méthode de calcul de la moyenne des fonds des clients a été modifiée au 01.01.2009. Les chiffres de 2009 ont été ajustés en conséquence.

■ **Marché des transports publics**

Le marché national des transports publics connaît une croissance 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. En 2010, certains cantons et certaines villes ont lancé ou annoncé des appels d'offres dans le domaine des bus. De grands prestataires étrangers ont répondu 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 exploite des réseaux et lignes de bus urbains en France et au Liechtenstein.

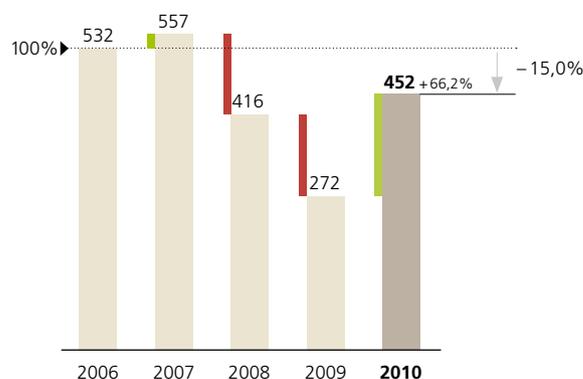
Finances

Valeur ajoutée de l'entreprise

La Poste doit, conformément aux objectifs financiers du Conseil fédéral (E 3), assurer durablement et, si possible, accroître la valeur de l'entreprise. Il y a valeur ajoutée lorsque le résultat d'exploitation ajusté dépasse le coût du capital investi moyen. Cette approche intègre, outre l'état du résultat global, les risques et le capital engagé. Pour le marché des services financiers grand public, la détermination de la valeur a lieu 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 coût moyen du capital de 10%. 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.

Groupe | Valeur ajoutée de l'entreprise

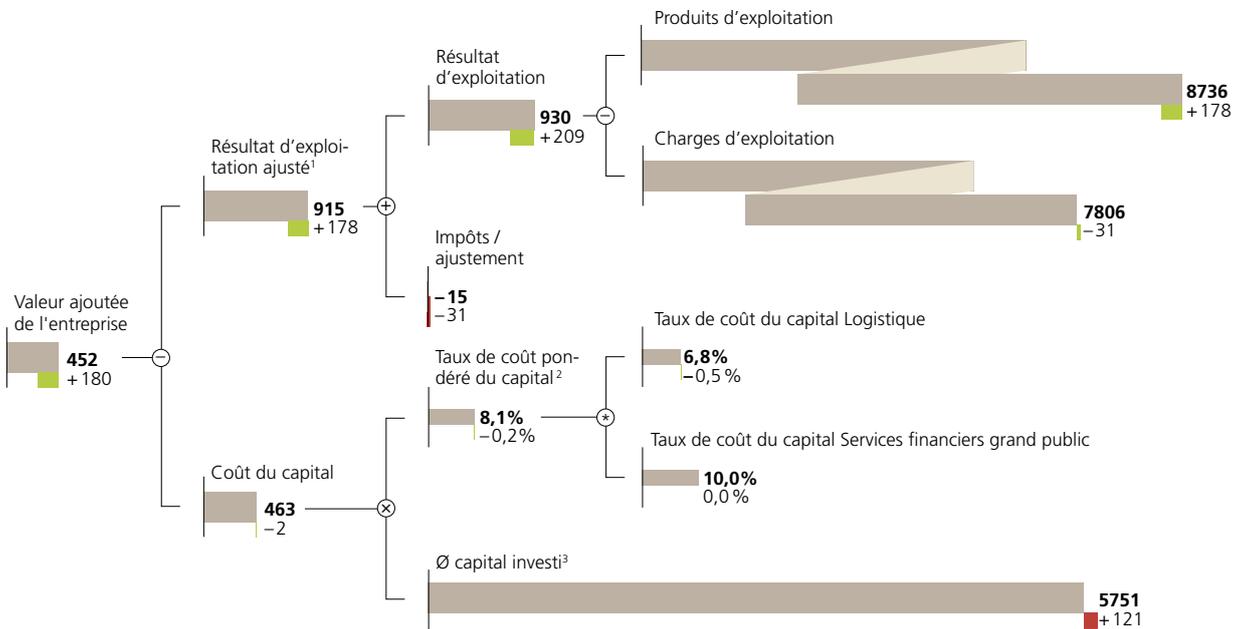
De 2006 à 2010 avec écart par rapport à l'année précédente
 2006 = 100%, en mio. CHF



Au 31 décembre 2010, la Poste a répondu aux attentes du Conseil fédéral en augmentant sa valeur d'entreprise de 452 millions de francs, soit 66% de plus qu'en 2009 (272 millions de francs). L'augmentation de la valeur ajoutée s'explique par un résultat d'exploitation ajusté plus élevé et est essentiellement due au marché des services financiers grand public. Malgré la progression du capital moyen investi, le coût du capital a baissé. Ceci est explicable par la diminution du coût moyen du capital des unités logistiques, qui a été adapté suite à une réévaluation de l'appréciation du risque au sein des différentes unités.

Groupe | Valeur ajoutée de l'entreprise

2010 avec écart par rapport à 2009
mio. CHF, pour cent



⊗ Pondéré avec le capital moyen investi dans Logistique et Services financiers grand public (PostFinance).

¹ Résultat d'exploitation après impôts.

² Correspond au coût moyen pondéré du capital (WACC) sur le marché de la logistique et au coût moyen des fonds propres sur celui des services financiers grand public (PostFinance).

³ Correspond aux actifs d'exploitation nets moyens de CHF 3,539 milliards pour les unités logistiques et aux fonds propres moyens selon Bâle II de CHF 2,212 milliards pour PostFinance.

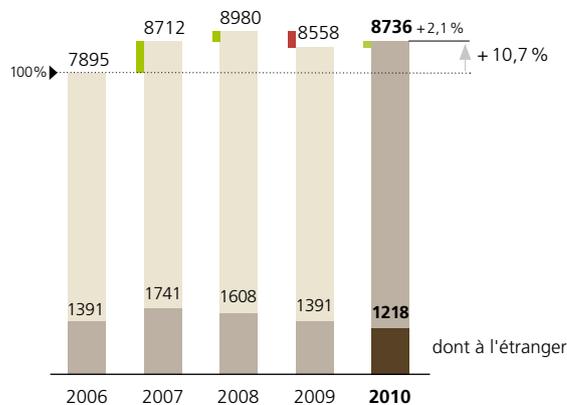
Etat du résultat global

■ Produits d'exploitation

En 2010, les produits d'exploitation ont atteint 8,736 milliards de francs (2009: 8,558 milliards), ce qui correspond à une augmentation de 2,1%.

Groupe | Produits d'exploitation

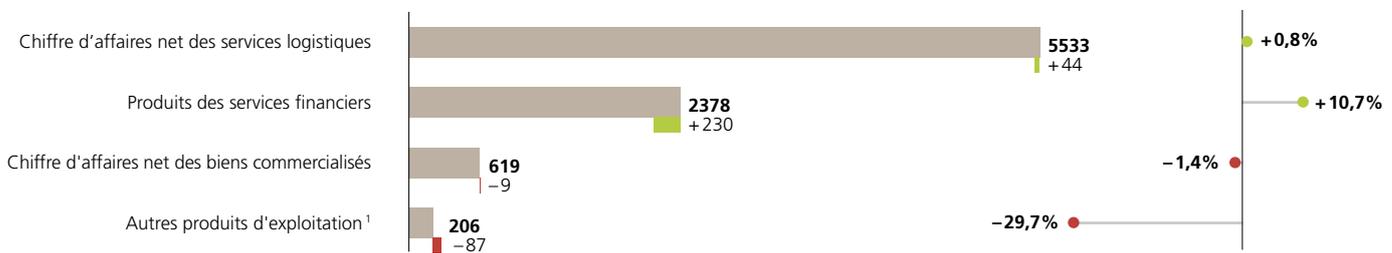
De 2006 à 2010 avec écart sur cinq ans
2006 = 100%, en mio. CHF



Le chiffre d'affaires net des services logistiques a enregistré une évolution positive, et ce en dépit de la substitution de médias électroniques au courrier traditionnel, des baisses de prix et de la prise en charge volontaire de la taxe sur la valeur ajoutée dans le secteur du courrier. Cette croissance est essentiellement due à la progression du chiffre d'affaires dans les marchés

des transports publics et de la logistique. En ce qui concerne le marché des transports publics, ce bon résultat s'explique principalement par une extension de l'offre alors que pour le marché de la logistique, il est dû, entre autres, à la conjoncture favorable. En raison d'effets de change négatifs, la part du chiffre d'affaires provenant de l'étranger affiche une baisse de 10%. Le chiffre d'affaires net pour les biens commercialisés a notamment enregistré une baisse dans le marché de la logistique, principalement due à un changement du système de facturation. L'augmentation des recettes découlant des prestations financières s'explique par un meilleur résultat des opérations d'intérêts sur le marché des services financiers grand public. En 2010, les autres produits d'exploitation ont, pour leur part, été inférieurs à ceux de 2009, principalement en raison de résultats exceptionnels découlant d'opérations immobilières réalisées cette même année.

Groupe | Produits d'exploitation
 2010 avec écart par rapport à 2009
 mio. CHF, pour cent

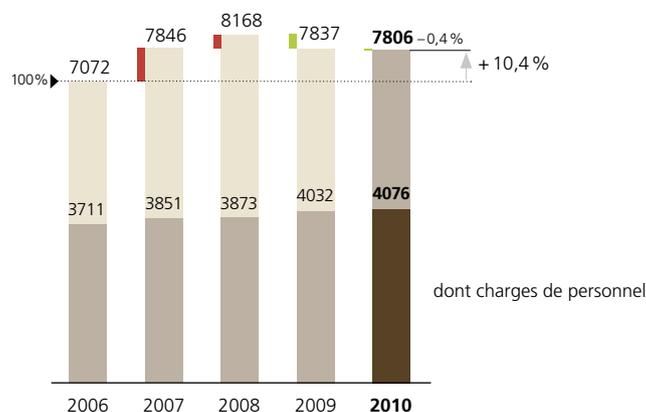


¹ Valeurs 2009 adaptées suite au retraitement (voir l'annexe, Adaptation de la présentation des comptes).

■ Charges d'exploitation

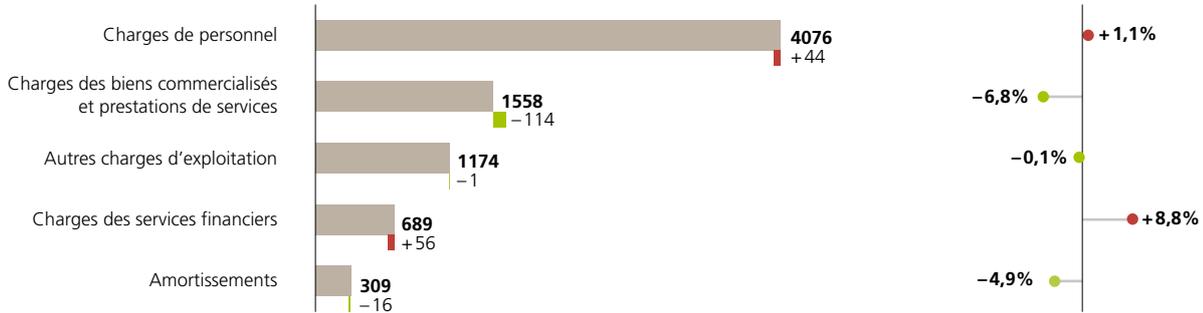
L'augmentation des charges de personnel résulte de la hausse des salaires et des effectifs. Les charges des biens commercialisés et prestations de services ont diminué principalement en raison d'un allègement des indemnités versées au service postal international et de celles versées aux entreprises de transport. L'augmentation des charges des services financiers est imputable à l'afflux de capitaux dans le secteur des services financiers grand public. Les autres charges d'exploitation sont restées pratiquement identiques par rapport à 2009. Les charges pour les amortissements ont baissé de 5% par rapport à l'année précédente, essentiellement en raison d'une réduction des investissements.

Groupe | Charges d'exploitation
 De 2006 à 2010 avec écart sur cinq ans
 2006 = 100%, en mio. CHF



Groupe | Charges d'exploitation

2010 avec écart par rapport à 2009
mio. CHF, pour cent

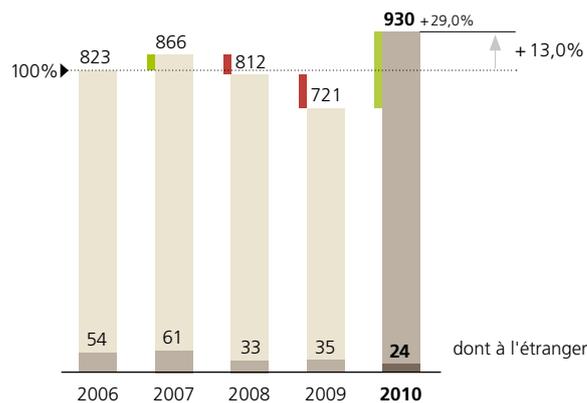


■ Résultat d'exploitation

Les bons résultats du marché des services financiers grand public et du marché de la logistique ont contribué à l'évolution positive du résultat d'exploitation. Le succès du marché des services financiers grand public s'explique par une augmentation du nombre de clients et des fonds des clients et vient ainsi renforcer le résultat des opérations d'intérêts, sensiblement supérieur à l'exercice précédent. Les mesures d'optimisation mises en œuvre ainsi que la reprise conjoncturelle ont eu des effets bénéfiques sur le marché de la logistique. Grâce à la diminution des charges mentionnée précédemment et à la hausse des produits d'exploitation, le résultat d'exploitation affiche une augmentation de 209 millions de francs par rapport à 2009, ce qui correspond à une progression de 29%. La part du résultat d'exploitation provenant de l'étranger a baissé de quelque 11 millions de francs par rapport à l'année précédente, ce qui est principalement imputable aux effets de change négatifs ainsi qu'à la morosité économique.

Groupe | Résultat d'exploitation

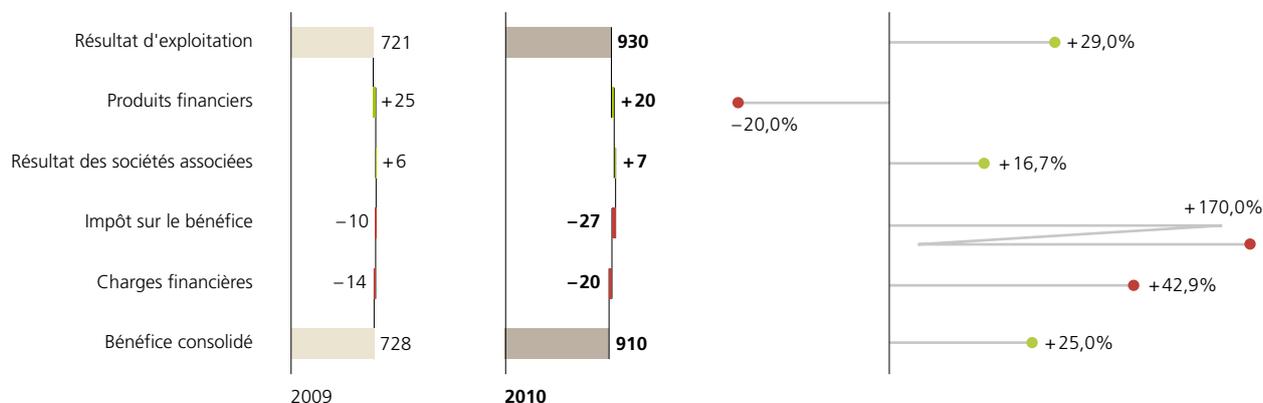
De 2006 à 2010 avec écart par rapport à l'année précédente
2006 = 100%, en mio. CHF



■ Bénéfice consolidé

L'amélioration de la conjoncture s'est répercutée de façon positive sur le résultat des sociétés associées. En revanche, les charges financières ont été impactées par des effets de change défavorables et ont augmenté de 20 millions de francs. Les produits financiers ont baissé de 5 millions de francs en raison de pertes de bénéfices découlant de la vente de placements financiers, pour atteindre 20 millions de francs. Les impôts sur le bénéfice ont augmenté de 17 millions de francs, essentiellement en raison des impôts différés imputables à la comptabilisation des reports de pertes.

Groupe | Réconciliation résultat d'exploitation – bénéfice consolidé
 2009 et 2010 avec écart par rapport à l'année précédente
 mio. CHF, pour cent



Résultat des segments

■ Vue d'ensemble

Tous les segments ont contribué au résultat d'exploitation positif. Le segment Réseau postal et vente a quant à lui réussi à améliorer son résultat d'exploitation par rapport à l'année précédente.

Groupe | Résultats des segments

Du 01.01.2010 au 31.12.2010. Par rapport à la période correspondante en 2009
 mio. CHF, pour cent

	Produits d'exploitation ¹		Résultat d'exploitation ²		Marge ^{1,3}	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Marché de la communication						
PostMail	2 619	2 808	199	198	7,5	7,1
Swiss Post International	788	877	49	53	6,2	6,0
Swiss Post Solutions	665	696	7	-25	1,1	
Réseau postal et vente	1 769	1 359	-108	-113		
Marché de la logistique						
PostLogistics	1 478	1 488	164	45	11,1	3,0
Marché des services financiers grand public						
PostFinance	2 389	2 160	571	441		
Marché des transports publics						
CarPostal ⁴	702	640	28	27	4,0	4,2
Autres⁵	968	1 030	20	95		
Consolidation	-2 642	-2 500				
	8 736	8 558	927	721		

1 Valeurs 2009 de SPI adaptées suite au retraitement (voir l'annexe, Adaptation de la présentation des comptes)

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

3 Le marché des services financiers grand public (PostFinance) utilise le chiffre clé rendement des fonds propres (return on equity); pour la rubrique «Autres», aucune marge n'est calculée, les marges négatives ne sont pas indiquées.

4 En matière de transport public régional, CarPostal est soumise 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.

5 Comprend les unités de services et unités de gestion Immobilier, Technologies de l'information, Achats du groupe et les fonctions centrales du groupe.

■ Marché de la communication

■ PostMail: résultat d'exploitation stable

En 2010, le résultat d'exploitation de PostMail s'est élevé à 199 millions de francs. Le résultat d'exploitation est supérieur à celui de 2009 de 1 million de francs et ce, malgré le transfert des produits destinés à la clientèle privée à hauteur d'environ 54 millions de francs.

PostMail a généré en 2010 des produits d'exploitation de 2,619 milliards de francs (2,808 milliards l'année précédente). Cette baisse des produits d'exploitation est due, comme mentionné précédemment, au transfert de responsabilité pour les produits destinés à la clientèle privée à l'unité Réseau postal et vente (réduction de 174 millions de francs). De plus, le remplacement du courrier traditionnel par les médias électroniques ainsi que les mesures d'économie prises par les clients ont entraîné une baisse du chiffre d'affaires au même titre que l'entrée en vigueur de la baisse de prix et de la taxe sur la valeur ajoutée le 1^{er} juillet 2009. En revanche, le chiffre d'affaires des journaux a augmenté suite à des acquisitions dans le domaine de la distribution matinale. Le chiffre d'affaires des envois non adressés a également enregistré une progression.

Le transfert de la clientèle privée s'est également répercuté sur les dépenses (baisse de 120 millions de francs). Les gains en efficacité dans les centres courrier et l'optimisation des processus en matière de distribution ont aussi entraîné une réduction des charges, de même que la diminution des volumes. La société affiliée Presto Presse-Vertriebs AG voit pour sa part ses charges augmenter suite à l'acquisition et à l'intégration d'organisations de distribution matinale.

Malgré cette acquisition et en raison de mesures supplémentaires d'optimisation des processus, les effectifs n'ont augmenté que de 96 unités de personnel pour atteindre un chiffre total de 17 092 unités de personnel.

■ Swiss Post International: résultat d'exploitation marqué par des effets uniques

Le résultat d'exploitation de Swiss Post International a baissé de 4 millions par rapport à l'année précédente pour atteindre 49 millions de francs. La marge du résultat d'exploitation a cependant augmenté de 0,2% pour atteindre 6,2%. Des effets exceptionnels ont influé sur le résultat d'exploitation. Le transfert des produits destinés à la clientèle privée à l'unité Réseau postal et vente à hauteur de 5 millions de francs s'est répercuté de manière positive sur le résultat. La décision de Deutsche Post de faire dédouaner et distribuer ses colis par DHL Suisse a entraîné la suppression de 72 postes chez Swiss Post International. La réduction de personnel et d'infrastructure a nécessité des frais de restructuration uniques de 9 millions de francs. De plus, Swiss Post International a enregistré des dépréciations d'un montant de 3 millions de francs pour certaines de ses immobilisations incorporelles. Ces baisses du résultat ont pu être en partie compensées par des effets de change favorables à hauteur de 5 millions de francs environ.

Etablis à 788 millions de francs, les produits d'exploitation ont diminué de 10% par rapport à l'année précédente. Cela est dû aux pertes de devises issues de créances vis-à-vis d'administrations postales étrangères, ainsi qu'à la conversion des comptes en devises étrangères.

Les répercussions d'un franc fort se font également ressentir au niveau des charges d'exploitation. Celles-ci, d'un montant de 739 millions de francs, ont reculé de 10% par rapport à l'année précédente en raison de gains de devises issus d'engagement vis-à-vis d'administrations postales étrangères et de la conversion des comptes de sociétés étrangères du groupe. Les recettes et les frais découlant de l'encaissement de la taxe sur la valeur ajoutée et sur les frais de douanes sont indiqués en net depuis le 1^{er} janvier 2010 (voir l'annexe, Adaptation de la présentation des comptes). Les chiffres de 2009 ont été ajustés en conséquence.

■ Swiss Post Solutions: amélioration du résultat d'exploitation

Swiss Post Solutions a enregistré un résultat d'exploitation de 7 millions de francs. L'amélioration significative par rapport à l'année précédente (-25 millions de francs) s'explique par un développement opérationnel positif et par la disparition de charges uniques.

Les produits d'exploitation ont augmenté grâce à la croissance opérationnelle et à l'intégration de nouvelles sociétés. Le fait de se concentrer sur des clients et des groupes de clients rentables a entraîné la perte de clients moins profitables. D'un autre côté, les produits d'exploitation ont diminué en raison de cours de change désavantageux. Au total, ils se sont chiffrés à 665 millions de francs (2009: 696 millions).

Avec 658 millions de francs, les charges d'exploitation ont été nettement inférieures à l'année précédente (721 millions). D'une part, l'équilibre entre les recettes et les charges opérationnelles a pu être nettement amélioré; d'autre part, les dépenses uniques pour l'intégration

et pour la restructuration des différentes sociétés ont disparu. Les charges de personnel ont diminué en raison d'effets de change et de la disparition de résultats exceptionnels, pour atteindre 339 millions de francs (2009: 379 millions). Les charges des biens commercialisés et prestations de services ont augmenté proportionnellement à la croissance opérationnelle pour culminer à 138 millions de francs (contre 120 millions en 2009). Les autres charges d'exploitation sont tombées à 152 millions de francs (2009: 173 millions), notamment suite à la restructuration de Solutions dialogue. Les amortissements ont reculé en raison d'une diminution des investissements. De plus, les amortissements découlant des acquisitions ont considérablement baissé.

Les effectifs, pour leur part, ont augmenté pour atteindre 6992 unités de personnel (6878 en 2009). La réduction des effectifs chez Solutions dialogue a été plus que compensée par le développement de Solutions documents et de Solutions E-Business.

Le 31 décembre 2010, Swiss Post Solutions a intégré la division Direct Mail dans une co-entreprise avec la Poste autrichienne. Cette opération concerne six sociétés ainsi qu'une partie d'entreprise. La co-entreprise n'est pas entièrement consolidée, mais elle est considérée comme une société associée.

■ Réseau postal et vente: responsable du segment clientèle privée à partir de 2010

L'unité Réseau postal et vente est parvenue à améliorer son résultat d'exploitation de 5 millions de francs par rapport à l'année précédente. Le déficit s'élève actuellement à 108 millions de francs. Cette amélioration est due à une évolution favorable généralisée de ses activités. L'intégration de la philatélie (environ 15 millions de francs) et la prise en charge de la clientèle privée pour les produits logistiques (17 millions de francs) ont également eu un effet positif. En revanche, les indemnités devant être versées à l'unité Réseau postal et vente pour les frais supplémentaires découlant du mandat de desserte de base ont diminué de 41 millions de francs.

Les produits d'exploitation ont progressé de 410 millions de francs pour passer à 1,769 milliard. Le chiffre d'affaires net des services logistiques s'élève à 1,240 milliard de francs. Le chiffre d'affaires pour les produits logistiques destinés à la clientèle privée participe à hauteur de 390 millions de francs à ce résultat. Le chiffre d'affaires net des articles de marque non postaux connaît une évolution réjouissante. La croissance se maintient. Le chiffre d'affaires dépasse de 20 millions celui de l'année précédente et atteint aujourd'hui 482 millions de francs. Il convient de mentionner tout particulièrement les cartes-cadeaux et les billets de concert et de festival, dont la vente a fortement contribué à la croissance du chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires découlant des produits de philatélie s'élève à 45 millions de francs.

Les charges d'exploitation se chiffrent à 1,877 milliard de francs. Cette augmentation de 405 millions de francs est due en premier lieu aux prestations de processus (tri, distribution et transport) que Réseau postal et vente acquiert auprès des unités du groupe PostMail, PostLogistics et Swiss Post International pour les produits logistiques destinés à la clientèle privée. Les charges des biens commercialisés et prestations de services ont quasiment doublé par rapport à l'année précédente. Elles s'élèvent actuellement à 813 millions de francs. L'augmentation de 411 millions de francs est principalement imputable à l'achat de prestations de processus pour les produits logistiques destinés à la clientèle privée. Les charges de personnel (711 millions de francs) ont diminué de 3 millions par rapport à 2009 en raison d'une réduction des effectifs. En effet, malgré l'intégration de la philatélie, ils ont été réduits de 45 unités de personnel et ne s'élèvent plus qu'à 6928 unités de personnel. Les autres charges d'exploitation à hauteur de 348 millions de francs sont en recul de 7 millions de francs par rapport à l'année précédente grâce à une gestion serrée des coûts.

■ Marché de la logistique

■ PostLogistics: augmentation du résultat d'exploitation

PostLogistics a vu son résultat d'exploitation augmenter de 119 millions de francs par rapport à 2009, pour atteindre 164 millions. Des mesures d'économie, un volume important de colis et le transfert à l'unité Réseau postal et vente des produits destinés à la clientèle privée (32 millions de francs) ont contribué à cette augmentation.

Les produits d'exploitation ont reculé de 10 millions de francs par rapport à 2009 pour s'établir à 1,478 milliard de francs, en raison d'une diminution de 25 millions de francs des

recettes des biens commercialisés. Cette diminution est imputable à des modifications du système de facturation, qui n'ont cependant aucune influence sur le résultat d'exploitation. Une baisse des quantités de catalogue et des transports d'envois postaux a également contribué au recul. Ce dernier a cependant été partiellement compensé par l'augmentation du volume de colis et par les chiffres d'affaires des entreprises acquises en 2009.

Les charges d'exploitation se sont élevées à 1,314 milliard de francs, soit une baisse de 129 millions par rapport à l'exercice précédent. Les charges de personnel ont diminué de 23 millions de francs en raison des réductions d'effectif et de la dissolution de provisions. Les mesures d'optimisation ont permis de réaliser des économies à hauteur de 29 millions de francs sur les indemnités à verser aux entreprises de transport et sur les frais de bureau et d'administration. Les charges des biens commercialisés sont, pour les mêmes raisons que pour les recettes, inférieures à celles de l'année précédente de 25 millions. La responsabilité de la clientèle privée a été transférée en 2010 au segment Réseau postal et vente, qui, de ce fait, ne doit plus être rémunéré pour la prise en charge des colis de la clientèle privée au guichet. Globalement, le transfert des produits destinés à la clientèle privée a permis une baisse de 37 millions de francs des charges de PostLogistics.

Les effectifs moyens ont baissé, en raison des diverses réorganisations, de 170 unités de personnel, pour atteindre 5319 unités de personnel.

■ Marché des services financiers grand public

■ PostFinance: de nouveau un résultat record

PostFinance clôt l'année 2010 de nouveau avec un résultat record. Le résultat d'exploitation s'élève à 571 millions de francs, ce qui correspond à une augmentation de 130 millions de francs, soit une croissance de 29,5% par rapport à l'année précédente. La prestataire de services financiers affiche une croissance continue et parvient à maîtriser ses charges.

Les produits d'exploitation ont atteint 2,389 milliards de francs, soit une hausse de 10,6%. Même lors de la phase persistante de taux d'intérêt bas, PostFinance a su développer le résultat des opérations d'intérêts après correctifs de valeurs pour atteindre 1,044 milliard de francs (15,3%). L'établissement financier de la Poste continue à jouir de la confiance des clients. 10,7 milliards de francs ont transité par les quatre millions de comptes clients (2009: 20,1 milliards). Les fonds des clients ont permis de compenser les effets négatifs du marché. Malgré une augmentation du volume des placements, les correctifs de valeur pour les immobilisations financières ont baissé pour se chiffrer à environ 22 millions de francs.

D'un montant de 1,818 milliard de francs, les charges d'exploitation ont connu une évolution modérée même lors des fortes phases de croissance. Au total, les charges d'exploitation ont augmenté de 99 millions de francs, soit 5,8%, par rapport à l'année 2009 et se répartissent comme suit: 24 millions pour les charges du personnel (6%), 72 millions pour les charges d'intérêts (18%) et 36 millions pour les charges de commissions et des prestations de services (9%).

Les effectifs ont été renforcés par 223 unités de personnel pour atteindre un total de 3265, soit une augmentation de 7,3%.

■ Marché des transports publics

■ CarPostal: résultat d'exploitation stable

Etabli à 28 millions de francs, le résultat d'exploitation dépasse celui de l'année précédente d'un million.

Grâce à une nouvelle extension de son offre, CarPostal a réalisé des produits d'exploitation en hausse de 62 millions de francs par rapport à 2009.

Les charges d'exploitation ont progressé de 61 millions de francs pour passer à 674 millions. La croissance des prestations fournies en Suisse a entraîné une augmentation tant des charges de personnel que des indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal (10 millions dans chaque cas). L'augmentation du prix du carburant de 14 centimes par litre par rapport à 2009 a également contribué à la hausse des charges d'exploitation.

Pour pouvoir fournir plus de prestations, CarPostal a dû recruter du personnel. Elle a donc augmenté ses effectifs de 15,9% pour atteindre 2012 unités de personnel.

■ Autres

Résultat d'exploitation moins élevé en raison d'effets uniques en 2009

Le segment Autres a enregistré en 2010 un résultat d'exploitation de 20 millions de francs (2009: 95 millions). Le résultat d'exploitation affiche un recul de 75 millions de francs.

Les produits d'exploitation, établis à 968 millions de francs (2009: 1,030 milliard de francs), ont baissé de 62 millions de francs par rapport à 2009. Cette baisse est principalement due aux faibles bénéfices (45 millions de francs) réalisés dans le cadre des ventes immobilières (environ 88 millions l'année précédente). Un recul qui s'explique notamment par les effets uniques découlant des ventes des objets Berne Schönburg et Saint-Gall 1 poste principale opérées en 2009. Les charges d'exploitation ont progressé de 13 millions de francs pour passer à 948 millions. Cette hausse des charges est due essentiellement aux frais de locaux, qui ont augmenté de 69 millions de francs pour culminer à 199 millions de francs (loyers et charges); les autres charges ont, pour leur part, baissé de 43 millions de francs pour s'établir à 180 millions de francs, tout comme les charges des biens commercialisés et prestations de services, qui ont diminué de 14 millions de francs pour atteindre 33 millions.

Les effectifs ont baissé de 147 unités de personnel et sont passés à 2270 équivalents plein temps.

Le flux de trésorerie a augmenté de 107 millions de francs par rapport à la même période en 2009. Cette augmentation peut être essentiellement expliquée par la croissance du bénéfice cumulé de 182 millions de francs. En revanche, les versements plus élevés issus des provisions ont eu un impact négatif sur le flux de trésorerie.

Les investissements en immobilisations corporelles (321 millions de francs), immobilisations incorporelles (18 millions de francs) et participations (25 millions de francs) sont globalement inférieurs à ceux opérés en 2009 (-67 millions de francs). Le volume d'investissements a été, l'année dernière également, entièrement autofinancé.

Cash-flow et investissements

Groupe | Autofinancement

2010 avec écart par rapport à 2009
 mio. CHF, pour cent



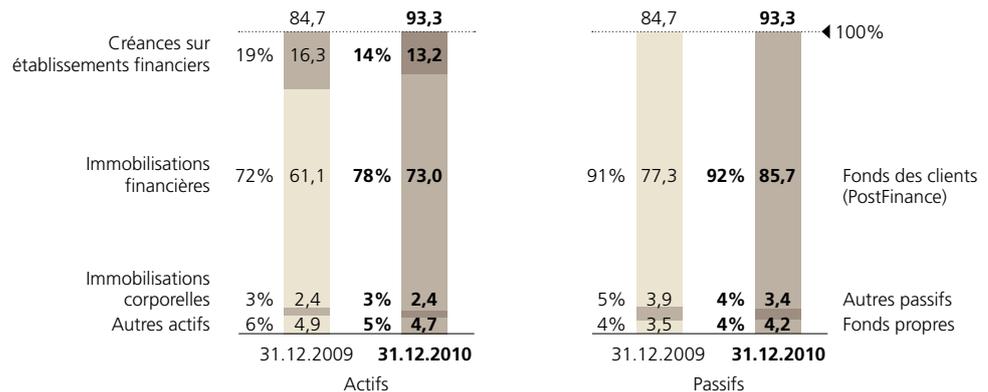
Bilan consolidé

■ Immobilisations financières

Les immobilisations financières ont augmenté de 11,9 milliards de francs par rapport à la fin 2009. Cette hausse s'explique essentiellement par l'augmentation des dépôts des clients.

Groupe | Structure du bilan

Au 31.12.2009 et 31.12.2010
 mia. CHF



■ Immobilisations corporelles

La valeur comptable des immobilisations corporelles a reculé de 59 millions de francs par rapport au 31 décembre 2009. Les amortissements ont baissé de 16 millions de francs et se sont élevés en 2010 à environ 309 millions.

■ Fonds des clients (PostFinance)

En 2010, les fonds des clients déposés auprès de PostFinance ont augmenté de 8,453 milliards de francs pour atteindre 85,725 milliards de francs au 31 décembre 2010. A cette date, ils représentaient environ 92% du total du bilan du groupe.

■ Autres passifs (provisions)

Les provisions, y compris les engagements de prévoyance en faveur du personnel, ont reculé de 527 millions de francs. Ce recul est dû pour l'essentiel à une réduction des engagements de prévoyance du personnel de 514 millions de francs, résultant essentiellement des versements effectués dans la réserve de contributions de l'employeur de la Caisse de pensions Poste. Les autres diminutions des provisions s'élèvent à quelque 13 millions de francs.

■ Fonds propres

Les fonds propres consolidés au 31 décembre 2010 intègrent le montant versé au titre de l'utilisation du bénéfice 2009. Ils n'atteignent toutefois pas encore le niveau approprié pour un grand prestataire de services logistiques et financiers. La transformation future 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 financiers (FINMA) induiront des exigences supplémentaires en matière de fonds propres.

Distribution du bénéfice

Le Conseil fédéral demande que le bénéfice réalisé soit consacré au financement de la Caisse de pensions et à l'augmentation progressive de la base de fonds propres jugée nécessaire. Le propriétaire souhaite par ailleurs une distribution appropriée du bénéfice réalisé sur les 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, soit 603 millions de francs, soit utilisé comme suit:

- Réserve de contributions de l'employeur de la Caisse de pensions Poste: 100 millions de francs
- Distribution du bénéfice au propriétaire: 200 millions de francs
- Réserves de La Poste Suisse: 303 millions de francs

Les fonds propres de La Poste Suisse se montent à 4,944 milliards de francs, conformément aux règles généralement admises de la comptabilité commerciale avant utilisation du bénéfice.

Du point de vue de la gestion d'entreprise, les comptes consolidés sont déterminants. Les comptes du groupe sont établis sur la base 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 4,224 milliards de francs (pour plus de détails, consulter le tableau «Variation consolidée des fonds propres» à la page 144).

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 pour la Suisse, les clients, les collaborateurs et le propriétaire en garantissant la qualité de la desserte de base, en assurant une gestion durable, en renforçant la satisfaction de la clientèle et l'engagement des collaborateurs, et en atteignant les objectifs du propriétaire via une consolidation de sa position sur les marchés (voir également le chapitre «Stratégie» à la page 34).

Objectifs stratégiques pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds

Afin de créer de la valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds, la Poste souhaite atteindre les objectifs suivants:

- La Poste Suisse souhaite réaliser des bénéfices annuels de 700 à 800 millions de francs, renforcer ses fonds propres et autofinancer ses investissements.
- Elle vise une position de leader sur ses marchés en Suisse.

Orientations stratégiques

Le système complet des objectifs stratégiques figure au chapitre «Objectifs stratégiques» à la page 39 .

Pour atteindre ces objectifs, elle s'appuie sur les cinq orientations stratégiques suivantes:

- Fournir des prestations de qualité élevée
 La Poste Suisse propose à ses clients privés et à ses clients commerciaux des prestations de qualité élevée, qui vont du développement des produits au contact quotidien avec le client. Pour ce faire, elle écoute attentivement sa clientèle, améliore en permanence ses services et ses processus, développe de nouveaux produits novateurs, tout en garantissant la qualité des prestations.
- Appliquer des prix conformes à ceux du marché
 Pour fournir des prestations de qualité élevée, La Poste Suisse doit continuer à garantir aujourd'hui et demain des prix conformes à ceux du marché. Ainsi, elle entend en particulier financer une desserte de base efficace.
- Générer une croissance durable et rentable
 En Suisse comme à l'étranger, La Poste Suisse poursuit une stratégie de croissance axée systématiquement sur le long terme et progresse pas à pas. Elle peut ainsi piloter et conforter la rentabilité de sa croissance.
- Garantir une efficacité en matière de coûts socialement responsable
 Dans un contexte économique de plus en plus dynamique, La Poste Suisse doit asseoir et développer son efficacité en fonction du marché. A cet égard, elle est notamment confrontée à de profonds bouleversements sur le marché de la communication, bouleversements auxquels elle continuera à faire face en définissant des solutions équitables et responsables sur le plan social (voir également le chapitre suivant «Croissance par les acquisitions»).
- Exploiter de manière optimale les conditions-cadres
 Les nouvelles conditions-cadres découlant de la législation postale sont déterminantes pour le développement de La Poste Suisse sur ses marchés et dans ses unités. La Poste Suisse s'est préparée à sa transformation probable en une société anonyme de droit public et à l'assujettissement de PostFinance à la FINMA.

Croissance par les acquisitions

■ Espagne

Au 1^{er} février 2010, Swiss Post International Holding SA a repris toutes les parts des deux sociétés espagnoles Allied Business Company of Mail Servicios Postales Internacionales España S.L. (ABC Mail S.L.) et Mail Partners Spain S.L. sises à Madrid. Comptant environ 30 collaborateurs, ces deux sociétés opèrent principalement dans le domaine du courrier transfrontalier de et vers l'Espagne.

■ Allemagne

Fin mars 2010, Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, a acquis la totalité des parts de Swiss Post Solutions GmbH (anciennement Billing & Loyalty Systems GmbH) sise à Oberhausen, Allemagne. Cette société 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. L'entreprise emploie 53 personnes.

■ Royaume-Uni

Début avril 2010, Swiss Post International Holding AG a acquis la totalité des parts de MCM Direct Limited dont le siège est situé à Southampton, Angleterre du Sud. Avec ses 32 collaborateurs, MCM Direct Limited est active dans la région de Southampton, où elle propose différentes prestations postales telles que la préparation, l'expédition et la distribution de publipostages, de catalogues et de petites marchandises pour la clientèle commerciale locale.

■ Suisse, Belgique et France

Le 1^{er} juillet 2010, Swiss Post International Holding SA a fait l'acquisition d'Edigroup SA, sise à Chêne-Bourg, et spécialisée dans le domaine de la vente et de la gestion d'abonnements. Ce groupe de sociétés est spécialisé dans la promotion et l'expédition de publications de presse en langue française. Font partie du groupe Edigroup SA, les filiales R & M Routage & Mailing SA

à Chêne-Bourg (emballage et expédition), Edigroup Belgique SPRL à Bruxelles (promotion d'abonnements en Belgique) et G.P.A. Gestion & Promotion d'Abonnements SARL à Gaillard (FR) (gestion des abonnements en France). Le groupe Edigroup emploie actuellement 22 collaborateurs.

Le 1^{er} octobre 2010, SCI S.A.T, dont le siège est à Huningue (FR), a été reprise. 99% des parts sont tenues par la Société d'Affrètement et de Transit S.A.T. SAS, et 1% par Swiss Post SAT Holding SA. La SCI S.A.T est une société immobilière dont les propriétés sont utilisées en interne par le groupe La Poste Suisse. SCI S.A.T. n'emploie actuellement aucun collaborateur.

Groupe Effets liés aux acquisitions 2010, mio. CHF	Produits d'exploitation	Charges d'exploitation	Résultat d'exploitation
ABC Mail S.L., Madrid	7	8	-1
Mail Partners Spain S.L., Madrid	1	1	0
Swiss Post Solutions GmbH, Oberhausen	8	7	1
MCM Direct Limited, Southampton	3	3	0
Edigroup, Chêne-Bourg (Groupe)	4	3	1
SCI S.A.T., Huningue	0	0	0
Total	23	22	1

Pour plus de détails sur les modifications du périmètre de consolidation, se reporter à la page 191 du rapport financier.

Perspectives

Si l'économie mondiale a progressivement réussi, à partir du deuxième semestre 2009, à se relever de la crise financière mondiale grâce à une politique monétaire et fiscale particulièrement expansionniste, le processus a connu un ralentissement sensible dans les derniers mois de l'année 2010. Cette morosité devrait perdurer en 2011 dans la plupart des pays en raison des effets résiduels de la crise financière. Les risques restent importants pour la reprise économique internationale. En Suisse, les perspectives pour l'année 2011 sont plutôt mitigées. Outre les timides impulsions conjoncturelles en Europe et aux Etats-Unis, un effet de frein dû aux taux de change est à attendre. La demande nationale ne parviendra pas à compenser la faiblesse des impulsions dans le domaine des exportations. Il faut donc s'attendre à opérer dans un contexte économique difficile pour l'année 2011. Ces perspectives, ainsi qu'un marché toujours plus concurrentiel, la persistance du phénomène de substitution, l'optimisation des envois des clients commerciaux et l'insuffisance des fonds propres confortent La Poste Suisse dans la mise en œuvre de sa stratégie.

Marché de la communication PostMail Environnement

Plus de la moitié des envois traités s'effectue dans des marchés concurrentiels: les journaux, les envois non adressés et 24,2% des quelque 2,4 milliards annuels de lettres adressées (dont 1,989 milliard pour les clients commerciaux). Le volume des lettres adressées recule en moyenne de 1 à 2% par an depuis 2000, étant donné que les clients commerciaux regroupent les envois physiques et utilisent de plus en plus des moyens de communication électroniques tels que les e-mails et les SMS. De plus, les besoins de la clientèle privée et de la clientèle commerciale se différencient de plus en plus. Les clients privés attendent plus de flexibilité et d'individualisation en ce qui concerne les heures auxquelles ils déposent ou reçoivent les envois.

Aujourd'hui, la Poste transporte à des tarifs préférentiels les journaux régionaux et locaux ainsi que les publications d'organisations à but non lucratif remplissant certaines conditions. Elle perçoit en échange une indemnisation annuelle de 30 millions de francs de la part de la Confédération.

Finances

Résultat d'exploitation stable

En 2010, le résultat d'exploitation de PostMail s'est élevé à 199 millions de francs. Le résultat d'exploitation est supérieur à celui de 2009 de million de francs et ce, malgré le transfert des produits destinés à la clientèle privée de 54 millions de francs.

PostMail a généré en 2010 des produits d'exploitation de 2,619 milliards de francs (2,808 milliards l'année précédente). Cette baisse des produits d'exploitation est due, comme mentionné précédemment, au transfert de responsabilité pour les produits destinés à la clientèle privée à l'unité Réseau postal et vente (réduction de 174 millions de francs). De plus, le remplacement du courrier traditionnel par les médias électroniques ainsi que les mesures d'économie prises par les clients ont entraîné une baisse du chiffre d'affaires au même titre que l'entrée en vigueur de la baisse de prix et de la taxe sur la valeur ajoutée le 1^{er} juillet 2009. En revanche, le chiffre d'affaires des journaux a augmenté suite à des acquisitions dans le domaine de la distribution matinale. Le chiffre d'affaires des envois non adressés a également enregistré une progression positive.

Le transfert de la clientèle privée s'est également répercuté sur les dépenses (baisse de 120 millions de francs). Les gains en efficacité dans les centres courrier et l'optimisation des processus en matière de distribution ont aussi entraîné une réduction des charges, de même que la diminution des volumes. La société affiliée Presto Presse-Vertriebs AG voit pour sa part ses charges augmenter suite à l'acquisition et à l'intégration d'organisations de distribution matinale.

Malgré cette acquisition et en raison de mesures supplémentaires d'optimisation des processus, les effectifs n'ont augmenté que de 96 unités de personnel pour atteindre un chiffre total de 17 092 unités de personnel.

Stratégie

Les activités clés de PostMail sont le dépôt, le tri et la distribution de lettres, de journaux et d'envois publicitaires pour tous les clients en Suisse. Grâce à une optimisation continue de la logistique et de l'informatique, PostMail parvient à réduire les processus au strict minimum et à réduire les coûts. En utilisant des technologies des plus modernes, PostMail aspire à une fiabilité et à une qualité maximales pour un excellent rapport qualité-prix. Les attentes des clients commerciaux sont au centre de l'offre de prestations de PostMail car ceux-ci doivent pouvoir réaliser en toute simplicité des opérations complexes avec la Poste.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Développer la distribution du courrier

Avec le projet Distrinova, la Poste souhaite exploiter au mieux les possibilités techniques actuellement disponibles et réduire ainsi les coûts. C'est pourquoi PostMail contrôle les processus de distribution du courrier, des travaux préparatoires pour les tournées jusqu'à la distribution des envois auprès des destinataires. L'objectif est de trier mécaniquement dans le bon ordre (tri séquentiel) les envois qui, à l'heure actuelle, sont triés manuellement par le facteur dans l'ordre des boîtes aux lettres avant sa tournée. En 2010, PostMail a testé en Suisse centrale et occidentale ainsi qu'à Lausanne différentes méthodes de distribution. Simultanément, PostMail a contrôlé dans les territoires tests l'utilisation de véhicules alternatifs et de nouveaux casiers de tri manuel.

■ Automatiser davantage le traitement du courrier

Les envois de grand format qui, jusqu'à présent, étaient triés manuellement dans les centres logistiques seront dorénavant traités mécaniquement dans les centres courrier. Cette mesure d'optimisation s'appuie sur un contrôle des processus effectué il y a deux ans et sur l'interaction entre les centres courrier et logistiques.

■ Identifier les motifs de retard à l'aide de codes à barres de qualité

Une partie des envois de courrier A déposés au guichet de la Poste sont équipés depuis septembre 2010 d'un code à barres de qualité. De ce fait, les durées d'acheminement lors des différentes étapes de processus (dépôts, tri, distribution) pourront être évalués de manière plus précise et, le cas échéant, améliorés.

■ Saisir et vérifier les adresses

Le personnel de distribution a saisi environ quatre millions de boîtes aux lettres en Suisse, a vérifié plus de huit millions d'adresses et gère ces dernières en continu dans un système central. La Poste dispose ainsi de la base de données d'adresses la plus complète et la plus actuelle de Suisse. Les clients profiteront dorénavant d'une meilleure qualité des adresses et de moins de

Perspectives

retours. Ces données pourront en outre servir à PostMail pour le tri séquentiel (tri mécanique des différentes tournées des facteurs).

■ Développer davantage les prestations

Grâce à DirectFactory, les clients peuvent concevoir et expédier en ligne des cartes postales. Cette application Internet a été perfectionnée en 2010 et complétée par des fonctionnalités supplémentaires. Il est maintenant possible de concevoir individuellement l'emballage d'une tablette de chocolat premium en y ajoutant du texte et une image. Sur DirectPoint, la plateforme Internet de marketing direct, un nouveau cours en ligne gratuit est disponible sur le thème des boutiques en ligne.

■ Distribution matinale en Suisse alémanique

Avec la création de la filiale Presto Presse-Vertriebs AG, une organisation efficace de distribution matinale du courrier pour une grande partie de la Suisse alémanique a vu le jour en novembre 2009. Jusqu'à la fin mars 2010, plus de 10 000 contrats individuels de travail ont été migrés. PostMail peut maintenant proposer aux sociétés d'édition des prestations complètes pour des solutions de distribution pour la presse quotidienne et dominicale en Suisse alémanique. Grâce à Presto Presse-Vertriebs AG, la Poste a été en mesure de distribuer environ 309 millions de journaux et de revues en 2010.

PostMail souhaite compter, également en 2011, parmi les plus importantes sources de revenus du groupe. Elle va optimiser davantage les processus de traitement du courrier et, ce faisant, exploiter au mieux les potentiels de réduction des coûts. De plus, PostMail va développer les possibilités de suivi des envois et améliorer l'accès aux outils en ligne du portail de la clientèle commerciale «My Post Business». Pour les clients importants ayant une relation contractuelle, PostMail va introduire un nouveau système tarifaire devant remplacer le rabais sur le chiffre d'affaires actuel et permettant aux clients d'influer davantage sur les prix.

PostMail | Chiffres clés

2010 par rapport à l'année précédente¹

		2010	2009
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	2 619	2 808
services réservés	%	39,1	53,5
Résultat d'exploitation	mio. CHF	199	198
Volumes			
Lettres adressées	mio. d'envois	1 989	2 401
Envois prioritaires	mio. d'envois	414	627
Envois non prioritaires	mio. d'envois	452	643
Envois en nombre non prioritaires	mio. d'envois	1 102	1 097
Envois non adressés	mio. d'envois	1 300	1 232
Journaux	mio. d'envois	1 372	1 249
Personnel			
Effectif	Unités de personnel	17 092	16 996
Qualité			
Respect de la durée d'acheminement du courrier A	% des envois	97,2	97,7
Respect de la durée d'acheminement du courrier B	% des envois	98,5	98,4
Satisfaction de la clientèle commerciale	Indice	78	76

¹ Réseau postal et vente ayant repris en 2010 les produits destinés à la clientèle privée de PostLogistics, de Swiss Post International et de PostMail, le résultat et les volumes ne peuvent être comparés à ceux de l'année précédente.

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

Swiss Post International est leader en Suisse dans le domaine de l'importation et de l'exportation de lettres, colis et envois par coursier. A l'étranger, elle concurrence les entreprises postales nationales et privées dans les marchés de niche et opère sur le marché international du courrier.

Pour distribuer les lettres et les colis de l'étranger, Swiss Post International utilise l'infrastructure existante en Suisse de PostMail et PostLogistics. Pour distribuer partout dans le monde les colis

et les envois exprès déposés en Suisse, 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 29 succursales.

Le marché à l'étranger a également été très mobile en 2010. Les clients choisissent leur fournisseur en fonction de différents critères. C'est pourquoi la gamme de SPI comporte plus de 50 produits, ainsi que des solutions individuelles.

Deutsche Post souhaite à l'avenir dédouaner et distribuer ses colis via sa propre société de distribution DHL. L'Office d'échange Basel a ainsi perdu près de 4600 des 6300 colis quotidiens, soit une grande partie de sa raison d'être. La Poste a par conséquent dû procéder mi-2010 à 72 suppressions de postes au sein de l'Office d'échange Basel, avant de le fermer le 31 janvier 2011. Les activités ont été transférées vers Urdorf.

De plus, Swiss Post International a été confrontée à un environnement économique difficile dans plusieurs pays. Dans les marchés de gros à prix affichés des Etats-Unis et du Royaume-Uni, Swiss Post International a entrepris en 2010 un processus d'assainissement.

Finances

Résultat d'exploitation marqué par des effets uniques

Le résultat d'exploitation de Swiss Post International a baissé de 4 millions par rapport à l'année précédente pour atteindre 49 millions de francs. La marge du résultat d'exploitation a cependant augmenté de 0,2% pour atteindre 6,2%. Des effets exceptionnels ont influé sur le résultat d'exploitation. Le transfert des produits destinés à la clientèle privée à l'unité Réseau postal et vente à hauteur de 5 millions de francs s'est répercuté de manière positive sur le résultat. La décision de Deutsche Post de faire dédouaner et distribuer ses volumes de colis par DHL Suisse a entraîné la suppression de 72 postes chez Swiss Post International. La réduction de personnel et d'infrastructure a nécessité des frais de restructuration uniques de 9 millions de francs. De plus, Swiss Post International a enregistré des dépréciations d'un montant de 3 millions de francs pour certaines de ses immobilisations incorporelles. Ces baisses du résultat ont pu être en partie compensées par des effets de change favorables à hauteur de 5 millions de francs.

Etablis à 788 millions de francs, les produits d'exploitation ont diminué de 10% par rapport à l'année précédente. Cela est dû aux pertes de devises issues de créances vis-à-vis d'administrations postales étrangères, ainsi qu'à la conversion des comptes en devises étrangères.

Les répercussions du franc fort se font également ressentir au niveau des charges d'exploitation. Celles-ci, d'un montant de 739 millions de francs, ont reculé de 10% par rapport à l'année précédente en raison de gains de devises issus d'engagement vis-à-vis d'administrations postales étrangères et de la conversion des comptes de sociétés étrangères du groupe. Les recettes et les frais découlant de l'encaissement de la taxe sur la valeur ajoutée et sur les frais de douanes sont indiqués en net depuis le 1^{er} janvier 2010 (voir l'annexe, Adaptation de la présentation des comptes). Les chiffres de 2009 ont été ajustés en conséquence.

Stratégie

Swiss Post International souhaite maintenir son leadership sur le marché suisse des importations et des exportations et conserver ses parts de marché grâce à ses propres entreprises et à ses partenaires hautement compétitifs. A l'étranger, Swiss Post International est présente sur les marchés postaux les plus importants et souhaite s'implanter davantage sur le marché européen et saisir, de manière ciblée, toute opportunité de croissance dans les pays outre-Atlantique.

Elle souhaite développer sa stratégie de vente via une orientation client systématique. Pour ce faire, Swiss Post International se concentre principalement sur les petites et moyennes entreprises et propose aux clients commerciaux des secteurs de la vente à distance, de la presse et de l'édition internationale, des finances, du tourisme ainsi qu'à des sociétés postales nationales des gammes de produits spécifiques et des services à valeur ajoutée. Avec ses solutions de branche, elle souhaite en outre soutenir ses clients dans leurs efforts visant à fidéliser leur propre clientèle.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Développement du secteur de la presse

Avec l'acquisition du groupe suisse spécialisé dans la presse Edigroup, sis à Chêne-Bourg (GE), Swiss Post International développe son offre pour les éditeurs francophones en Suisse et à l'étranger. Edigroup possède des succursales en France et en Belgique. En Belgique, Edigroup

est le numéro deux dans le domaine de la promotion et de la gestion d'abonnements. Swiss Post International souhaite ainsi fidéliser la clientèle et préserver sa position dominante sur le marché national. Avec Media Data Service, Export & Distribution Services AG, Edigroup et Press Shop International, elle dispose aujourd'hui d'une offre unique et complète pour les éditeurs.

■ Célébration d'une décennie de collaboration

En 2010, Swiss Post International et TNT ont fêté le dixième anniversaire de leur co-entreprise. TNT Swiss Post propose à la clientèle commerciale, dans plus de 200 pays, des services express de grande qualité ainsi qu'un service de coursier Urgent.

■ Collaboration avec les partenaires

Au Royaume-Uni, Swiss Post International est récemment devenue fournisseur direct dans l'expédition transfrontalière de courrier et de produits de presse. Au printemps, elle a acquis en Angleterre du Sud la société de prestations postales locale MCM Direct Limited, qui compte 32 collaborateurs.

Swiss Post International (UK) Ltd a en outre étendu ses activités sur le marché du détail grâce à un partenaire Premium supplémentaire: Direct Entry Services, dont le siège est à Londres Heathrow, est une société réputée, experte dans la gestion internationale du courrier et disposant de nombreux contacts auprès des principales agences de marketing direct britanniques.

En Espagne, Swiss Post International a acquis deux partenaires de vente de longue date, ABC Mail et Mail Partners Spain. Comptant environ 30 collaborateurs, ces deux sociétés siégeant à Madrid opèrent principalement dans le domaine du courrier transfrontalier de et vers l'Espagne.

En Finlande, Swiss Post International implante un nouvel agent de vente. Sous la direction de Swiss Post International Scandinavia ABF, elle met ainsi en œuvre sa stratégie de pénétration de marchés régionaux.

■ Développement de nouvelles solutions de branche

En s'appuyant sur la stratégie Global Sales et sur l'orientation sectorielle de ses gammes et de ses produits, Swiss Post International a développé deux nouvelles solutions pour la fidélisation des clients finaux: avec la «solution de retour pour la vente à distance internationale», les clients du secteur du commerce par correspondance peuvent retourner à la société de vente à distance des petites marchandises depuis 18 pays européens, et ce gratuitement. «Holiday-Infoshop» est une plate-forme en ligne pour les entreprises du secteur du tourisme, leur permettant de présenter gratuitement leurs catalogues.

Swiss Post International a développé spécialement pour les entreprises du tourisme des pays germanophones l'instrument de fidélisation de la clientèle «URLAUBSZEITung». Cette brochure de plusieurs pages contient des informations spécialement adaptées au client sur les détails de ses réservations et sur ses vacances. Le client peut ainsi, plusieurs jours avant le début de ses vacances, se documenter sur sa destination de villégiature.

Swiss Post International étoffe son offre d'expédition pour le commerce de vente à distance international. Dans le marché transfrontalier business to consumer, les colis d'un poids jusqu'à 30 kilos peuvent être expédiés dans toute l'Europe par Swiss Post. Pour les expéditions en Suisse, Swiss Post International se charge également du dédouanement et conseille les entreprises sur toutes les questions ayant trait à la taxe sur la valeur ajoutée.

Perspectives

Swiss Post International souhaite conserver en 2011 sa position parmi les trois plus grands fournisseurs de services de courrier transfrontaliers internationaux. Pour ce faire, elle va continuer à développer ses activités d'expédition transfrontalière de courrier et de petites marchandises et viser une meilleure pénétration des marchés des pays dans lesquels elle est déjà présente. Elle souhaite en particulier augmenter sa valeur ajoutée en élargissant ses prestations via des processus de distribution et de logistique imbriqués avec ses clients.

Swiss Post International | Chiffres clés
 2010 par rapport à l'année précédente¹

		2010	2009
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	788	877
services réservés	%	8,1	10,0
Résultat d'exploitation	mio. CHF	49	53
Volumes (exportations et importations pour la Suisse)			
Lettres Exportation ^{2,3}	mio. d'envois	74,4	170,0
Colis Exportation	mio. d'envois	0,9	1,1
GLS	mio. d'envois	0,5	0,5
Exprès Exportation (TNT Swiss Post AG)	mio. d'envois	1,5	1,5
Journaux Exportation ²	mio. d'envois	11,8	n.a.
Lettres Exportation ^{2,3}	mio. d'envois	198,2	220,3
Colis Importation ³	mio. d'envois	3,8	4,5
GLS	mio. d'envois	1	1
Exprès Importation (EMS)	mio. d'envois	0,4	0,4
Journaux Importation ²	mio. d'envois	24,1	n.a.
Personnel			
Effectif	Unités de personnel	1 251	1 272
En Suisse	Unités de personnel	644	669
Qualité			
Respect de la durée d'acheminement pour courrier à l'international (importation)	% des envois	93,4	94,0
Respect de la durée d'acheminement pour courrier à l'international (exportation)	% des envois	91,9	94,5
Satisfaction de la clientèle commerciale (au total)	indice	72	75
Satisfaction de la clientèle Lettres	indice	n.a.	75
Satisfaction de la clientèle Colis	indice	n.a.	73
Part de marché			
Importation et exportation Courrier Suisse ⁴	En % du ch. d'affaires	85	85
Importation et exportation coursier, exprès, colis Suisse ⁴	En % du ch. d'affaires	45	46

1 En 2010, Réseau postal et vente a repris les produits pour la clientèle privée de PostLogistics, Swiss Post International et PostMail. C'est pourquoi le résultat et les quantités ne peuvent être comparés à ceux de l'année précédente.

2 Les volumes d'importations et d'exportations de journaux étaient inclus en 2009 dans les importations/exportations de lettres.

3 En comparaison avec 2009, la méthode de calcul a été légèrement modifiée, c'est pourquoi les valeurs peuvent être comparées sous certaines conditions uniquement.

4 En 2010, avec les produits de la clientèle privée sous la souveraineté de Réseau postal et vente.

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

Swiss Post Solutions
 Environnement

Swiss Post Solutions est active au niveau de l'interface entre les prestations physiques et électroniques du service postal. Cette unité traite en Suisse et à l'international les trois secteurs d'activité Gestion des documents et de l'information, Gestion de la relation client et Communication électronique sécurisée.

L'unité du groupe apporte son soutien aux entreprises pour les services postaux internes traditionnels et transforme sur des plates-formes performantes des informations physiques en informations numériques et inversement.

Cette procédure permet de garantir des processus commerciaux continus et, ainsi, de réduire les temps de rotation. Swiss Post Solutions propose également des solutions visant à l'amélioration des relations entre la clientèle commerciale et ses clients finaux, p. ex. pour le Billing & Payment, Customer Relationship Management (CRM) et Loyalty Program Management ainsi que les cartes de valeur et les cartes sécurisées. A côté de cela, Swiss Post Solutions investit dans des ePost Solutions (SuisselD, transmission des données sécurisée, e-health, etc.) ainsi que dans des solutions combinées spécifiques à une branche. Ses solutions reposent sur le recours à des technologies de l'information et des plates-formes informatiques porteuses. Swiss Post Solutions est active dans 17 pays, la Suisse, l'Allemagne, le Royaume-Uni et les Etats-Unis étant les marchés principaux. Alors que le secteur d'activité Solutions dialogue, et spécialement Marketing direct ainsi que la Gestion des campagnes ont été particulièrement touchés en

Allemagne par la crise économique, l'environnement pour les unités Solutions E-Business et Solutions documents a été favorable aux entreprises grâce à des mesures de gains d'efficacité et d'économie.

Finances

Amélioration du résultat d'exploitation

Swiss Post Solutions a enregistré un résultat d'exploitation de 7 millions de francs. L'amélioration significative par rapport à l'année précédente (-25 millions de francs) s'explique par un développement opérationnel positif et par la disparition de charges uniques.

Les produits d'exploitation ont augmenté grâce à la croissance opérationnelle et à l'intégration de nouvelles sociétés. Le fait de se concentrer sur des clients et des groupes de clients rentables a entraîné la perte de clients moins profitables. D'un autre côté, les produits d'exploitation ont diminué en raison de cours de change désavantageux. Au total, ils se sont chiffrés à 665 millions de francs (2009: 696 millions).

Avec 658 millions de francs, les charges d'exploitation ont été nettement inférieures à l'année précédente (721 millions). D'une part, l'équilibre entre les recettes et les charges opérationnelles a pu être nettement amélioré; d'autre part, les dépenses uniques pour l'intégration et pour la restructuration des différentes sociétés ont disparu. Les charges de personnel ont diminué en raison d'effets de change et de la disparition d'effets exceptionnels pour atteindre 339 millions de francs (2009: 379 millions). Les charges des biens commercialisés et prestations de services ont augmenté proportionnellement à la croissance opérationnelle pour culminer à 138 millions de francs (contre 120 millions en 2009). Les autres charges d'exploitation sont tombées à 152 millions de francs (2009: 173 millions), notamment suite à la restructuration de Solutions dialogue. Les amortissements ont reculé en raison d'une diminution des investissements. De plus, les amortissements découlant des acquisitions ont considérablement baissé.

Les effectifs, pour leur part, ont augmenté pour atteindre 6992 unités de personnel (6878 l'année précédente). La réduction des effectifs relatifs à Solutions dialogue a été plus que compensée par le développement de Solutions documents et de Solutions E-Business.

Le 31 décembre 2010, Swiss Post Solutions a intégré la division Direct Mail dans une co-entreprise avec la Poste autrichienne. Cette opération concerne six sociétés ainsi qu'une partie d'entreprise. La co-entreprise n'est pas entièrement consolidée, mais elle est considérée comme une société associée.

Stratégie

Swiss Post Solutions propose aux clients commerciaux des solutions de gestion des documents innovantes et assistées par ordinateur, ainsi que des solutions pour la communication avec ses clients. L'objectif est d'exécuter de manière plus efficace des processus de gestion et de soutenir la croissance des clients dans leurs efforts d'acquisition et de fidélisation de leurs clients finaux. Ce faisant, Swiss Post Solutions se concentre particulièrement sur les interfaces entre les processus électroniques et physiques du traitement de l'information. Swiss Post Solutions est active dans les marchés Corporate Information Management, Customer Interaction Management, ePost Services et Cards, et ce principalement dans les marchés clés de la Suisse, de l'Allemagne, du Royaume-Uni et des Etats-Unis.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Innovation

En 2010, Swiss Post Solutions a lancé une série de prestations et de produits innovants: Post SuisseID est une solution pour une pièce d'identité électronique sécurisée, TransPromo une solution d'impression à l'aide de laquelle les clients peuvent intégrer dans des documents tels que des factures et des polices leur propre publicité ou la publicité de tiers. En outre, Swiss Post Box et IncaMail ont été développées conformément à leurs plans commerciaux respectifs.

La Poste Suisse utilise dans le cadre de sa boîte aux lettres électronique Swiss Post Box une nouvelle technologie. Elle est parvenue, en collaboration avec son partenaire Siemens, à franchir une étape importante pour l'avenir de la numérisation et de la distribution électronique de courrier avec la solution Trust-Ebox™. Grâce à l'utilisation de la Trust-Ebox™, le traitement des lettres physiques a été grandement automatisé. De ce fait, les processus d'ouverture, de numérisation et d'envoi numérisé de lettres ont été fortement optimisés. A partir de 2011, Trust-Ebox™ va être utilisée dans le cadre de l'offre Swiss Post Box après la réussite du test à Constance. La Poste Suisse est, grâce à cette solution, la seule entreprise postale utilisant sur l'ensemble du territoire, et aussi bien pour la clientèle privée que commerciale, la distribution

numérique des lettres physiques. L'interface client, les fonctions de la Swiss Post Box ainsi que la solution d'automatisation Trust-Ebox TM sont vendues par La Poste Suisse à d'autres entreprises du secteur postal.

■ E-health: «e-toile»

Swiss Post Solutions joue un rôle clé dans le projet pilote international «e-toile». A partir de l'automne 2010, les premiers dossiers électroniques de patients ont été ouverts à Genève. Ces derniers satisfont à des exigences particulièrement élevées en matière de protection des données, de fonctionnalité et de convivialité. Via le réseau informatique «e-toile», les patients, médecins et autres acteurs du secteur de la santé peuvent accéder aux dossiers des patients. Pour ce faire, les cartes d'assuré produites par La Poste Suisse pour Helsana sont utilisées pour l'authentification et servent de clé d'accès à l'«e-toile».

■ EWID

Le projet EWID (numérotation des appartements), une solution de service pour les cantons et les communes dans le cadre du recensement fédéral de la population, se termine en avril 2011. Grâce à la loi d'harmonisation des registres, la Confédération est parvenue à harmoniser les structures des registres des habitants sur l'ensemble du territoire suisse. Ainsi, une base a pu être créée pour une procédure d'enregistrement électronique simplifiée et pour la réalisation du recensement. Lors de cette mise en œuvre, La Poste Suisse a considérablement aidé les pouvoirs publics.

Les travaux pour les cantons de Bâle-Ville, de Lucerne, de Zurich ainsi que les communes participantes des cantons d'Argovie, de Bâle-Campagne, de Berne, des Grisons, de Vaud et du Valais ont été menés à terme. Plus de 110 000 propriétaires et gestionnaires d'immeubles ont été contactés par courrier et les données relatives à env. 450 000 bâtiments, 1,1 million d'appartements et 2,5 millions de personnes ont été traitées. Cela correspond à un tiers de la population suisse.

■ Collaboration avec la Poste autrichienne

La Poste autrichienne et La Poste Suisse ont fusionné leurs activités internationales dans le domaine des envois publicitaires adressés au sein de meiller GHP GmbH. Swiss Post Solutions a en outre importé les activités Direct Mail dans divers pays. La Poste autrichienne possède 65% de la nouvelle entreprise, La Poste Suisse 35%. En s'associant, les deux sociétés postales ont réagi à l'évolution structurelle de la branche. Elles souhaitent se repositionner dans la production d'envois publicitaires directs en Europe centrale et saisir les opportunités de croissance en Europe de l'Est.

■ Développement des activités

Swiss Post Solutions a créé de nouvelles activités commerciales en Autriche et à Singapour et a ouvert des locaux à Chicago, Washington et sur d'autres sites. Avec la société GAC sise à Dubaï, Swiss Post Solutions a établi un partenariat stratégique. De cette manière, de nouvelles opportunités commerciales s'offrent à elle au Moyen-Orient, où elle peut multiplier des solutions éprouvées sur de nouveaux marchés.

■ Acquisitions

Swiss Post Solutions a acquis au Royaume-Uni la division Billing Services de la société Microgen plc, avec ses 45 collaborateurs. Ce faisant, elle renforce ses solutions documents avec des prestations complémentaires et offre à ses clients un accès à un système de facturation électronique. Swiss Post Solutions a également acquis en Allemagne la société Billing & Loyalty Systems GmbH, qui compte 50 collaborateurs et s'est spécialisée dans les solutions logicielles.

Perspectives

En 2011, Swiss Post Solutions va cibler encore davantage sa stratégie et renforcer son engagement à l'interface entre communication physique et communication numérique. Pour ce faire, ses activités clés doivent être renforcées par des développements de produits et des acquisitions. Elle se concentre principalement sur les marchés géographiques de la Suisse, de l'Allemagne, du Royaume-Uni et des Etats-Unis.

A partir de 2011, ePost Product House sera rattachée à Swiss Post Solutions. Cette unité d'organisation doit faire avancer le développement de produits et de services entre la communication physique et électronique pour tout le groupe. La distribution s'effectuera par les unités du groupe concernées.

Swiss Post Solutions | Chiffres clés

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	665	696
En Suisse	mio. CHF	198	175
à l'étranger	mio. CHF	467	521
Résultat d'exploitation	mio. CHF	7	-25
Volumes			
Chiffre d'affaires réalisé avec les clients importants	mio. CHF	n.a.	n.a.
Personnel			
Effectif	Unités de personnel	6 992	6 878
à l'étranger	%	87,5	87,9
Qualité			
Satisfaction de la clientèle	Indice	81	78

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

Réseau postal et vente

Environnement

Aujourd'hui, nos clients utilisent les Postomat, les points PickPost et les boutiques en ligne. Beaucoup d'entre eux communiquent principalement via des médias électroniques (e-mail, SMS) ou des plates-formes de réseaux sociaux (Facebook, Twitter). Les clients commerciaux demandent la prise en charge de leurs envois depuis l'entreprise ou utilisent des prestations de la concurrence. Le guichet postal n'est plus qu'une possibilité parmi de nombreuses autres pour effectuer des opérations postales, comme en attestent les chiffres: les volumes de lettres et de colis déposés aux guichets postaux ont respectivement diminué de 54,9% et de 42,5%, tandis que les versements et les paiements au guichet ont régressé de 22,2%. En revanche, le chiffre d'affaires tiré de la vente de produits tiers (ordinateurs et téléphones portables p. ex.), qui comprend désormais le chiffre d'affaires généré par les anciens articles de la boutique «extra», a progressé de 4,2% par rapport à 2009.

Finances

Responsable du segment clientèle privée à partir de 2010

L'unité Réseau postal et vente est parvenue à améliorer son résultat d'exploitation de 5 millions de francs par rapport à l'année précédente. Le déficit s'élève actuellement à 108 millions de francs. Cette amélioration est due à une évolution favorable généralisée de ses activités. L'intégration de la philatélie (environ 15 millions de francs) et la prise en charge de la clientèle privée pour les produits logistiques (17 millions de francs) ont également eu un effet positif. En revanche, les indemnités devant être versées à l'unité Réseau postal et vente pour les frais supplémentaires découlant du mandat de desserte de base ont diminué de 41 millions de francs.

Les produits d'exploitation ont progressé de 410 millions de francs pour passer à 1,769 milliard. Le chiffre d'affaires net des services logistiques s'élève à 1,240 milliard de francs. Le chiffre d'affaires pour les produits logistiques destinés à la clientèle privée participe à hauteur de 390 millions de francs à ce résultat. Le chiffre d'affaires net des articles de marque non postaux connaît une évolution réjouissante. La croissance se maintient. Le chiffre d'affaires dépasse de 20 millions celui de l'année précédente et culmine aujourd'hui à 482 millions de francs. Il convient de mentionner tout particulièrement les cartes-cadeaux et les billets de concert et de festival, dont la vente a fortement contribué à la croissance du chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires découlant des produits de philatélie s'élève à 45 millions de francs.

Les charges d'exploitation s'élèvent à 1,877 milliard de francs. Cette augmentation de 405 millions de francs est en premier lieu due aux prestations de processus (tri, distribution et transport) que Réseau postal et vente acquiert auprès des unités du groupe PostMail, PostLogistics et Swiss Post International pour les produits logistiques destinés à la clientèle privée. Les charges des biens commercialisés et prestations de services ont quasiment doublé par rapport à l'année précédente. Elles s'élèvent actuellement à 813 millions de francs. L'augmentation de 411 millions de francs est principalement imputable à l'achat de prestations de processus pour les produits logistiques destinés à la clientèle privée. Les charges de personnel (711 millions de francs) ont diminué de 3 millions par rapport à 2009 en raison d'une réduction des effectifs.

En effet, malgré l'intégration de la philatélie, ceux-ci ont été réduits de 45 unités de personnel et ne s'élèvent plus qu'à 6928 unités de personnel. Les autres charges d'exploitation à hauteur de 348 millions de francs sont en recul de 7 millions de francs par rapport à l'année précédente grâce à une gestion serrée des coûts.

Stratégie

Réseau postal et vente entend améliorer la convivialité et la rentabilité de ses prestations. A cet effet, l'unité développe en permanence son réseau de vente en fonction à la fois du comportement de la clientèle et des critères de rentabilité. Enfin, la simplification de l'assortiment de produits logistiques destinés à la clientèle privée se poursuit.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Poursuivre le développement du réseau des offices de poste

En 2010, la Poste a examiné des solutions alternatives pour 134 offices de poste faisant l'objet d'une faible demande: la forme d'exploitation est restée identique sur 24 sites, 71 points d'accès ont été convertis en agences postales (la Poste chez un partenaire), 36 points d'accès ont été remplacés par le service à domicile et trois ont été fermés. La Poste s'est fixé pour objectif l'examen de 421 offices de poste en l'espace de trois ans: elle a contrôlé 114 filiales en 2009 et en contrôlera 173 en 2011. 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. C'est pourquoi Réseau postal et vente a investi l'année dernière plus de 25 millions de francs dans le réseau d'offices de poste en place. Cet apport a notamment permis d'installer l'infrastructure nécessaire au paiement par carte Maestro dans 349 agences et dans 79 PostShop, et de moderniser les guichets et les équipements techniques dans les offices de poste. Par ailleurs, Réseau postal et vente cherche en permanence à aménager et à optimiser son réseau de vente afin d'adapter davantage les points d'accès aux services postaux au comportement actuel de sa clientèle, y compris dans les communes et les agglomérations de grande taille.

■ Timbres-poste et philatélie désormais intégrée à Réseau postal et vente

L'unité Timbres-poste et philatélie a été intégrée à l'unité du groupe Réseau postal et vente au 1^{er} janvier 2010 de façon progressive. Cette intégration permet d'associer des compétences et d'exploiter des synergies: ainsi, la responsabilité logistique dans le cadre de la livraison des produits de vente aux clients et aux offices de poste est centralisée et la distribution renforcée grâce à l'harmonisation des assortiments et des canaux de vente. Les six bureaux philatéliques ont été intégrés aux secteurs d'offices de poste correspondants et l'intégralité de l'assortiment de timbres-poste est désormais disponible dans tous les PostShops. Des synergies ont également été mises en place dans l'unité Marques de partenaires: quelque 150 anciens articles de la boutique «extra» sont maintenant proposés au sein de l'assortiment Marques de partenaires de Réseau postal et vente.

L'année dernière, Réseau postal et vente a émis 49 nouveaux timbres-poste. Le public a particulièrement apprécié les trois timbres-poste sur le centenaire du comité du Carnaval de Bâle, le timbre-poste représentant une chèvre-paon pour l'année internationale de la biodiversité, les deux timbres-poste sur le centenaire de la ligne du Bernina et du funiculaire du Niesen, le portrait de Jeanne Hersch à l'occasion du centenaire de sa naissance ainsi que les quatre timbres-poste sur les «coutumes suisses». Dans cette dernière série, chaque timbre-poste présente une particularité technique: une légère impression en relief, une perforation ou une feuille argentée.

■ Remplacer les distributeurs automatiques de timbres-poste

Fin 2010, la Poste exploitait encore quelque 660 distributeurs mécaniques à pièces. Cependant, la technologie employée, qui date des années 1970, est dépassée et de plus en plus sujette aux pannes. Par ailleurs, les pièces détachées et les consommables (rubans encreurs, rouleaux encreurs) ne sont plus disponibles. Aucune autre solution technique n'est disponible, que ce soit sur le marché national ou international. La Poste recherche donc de nouvelles possibilités pour la vente de timbres-poste hors de ses propres canaux de vente: la principale chaîne de kiosques romande Naville propose des timbres-poste depuis décembre. Par ailleurs, nos clients peuvent également se procurer des timbres-poste aux kiosques Valora depuis déjà plusieurs années.

Perspectives

■ De brefs temps d'attente au guichet

En 2010, 72% des clients ont attendu au maximum trois minutes avant d'être servis au guichet, tandis que 96% étaient servis dans un délai de sept minutes. Seulement 1% de la clientèle environ a dû attendre plus de 10 minutes pour accéder à un guichet. Réseau postal et vente s'attache à maintenir les temps d'attente de ses clients à un niveau le plus bas possible et suit avec attention l'évolution des délais d'attente dans l'ensemble des offices de poste. Les sites de grande taille disposent d'outils électroniques pour contrôler et gérer les temps d'attente.

■ Un service à la clientèle efficace

Chaque mois, le service à la clientèle reçoit plus de 96 000 appels téléphoniques, environ 11 000 demandes par e-mail et un millier de demandes par fax sur des sujets liés à la Poste et aux opérations postales. Environ 4000 demandes concernent des réclamations. En 2010, le volume de demandes ayant fait l'objet d'une réponse a augmenté de 11% par rapport à l'année précédente. Lors d'appels téléphoniques, nos clients ont attendu 23 secondes en moyenne avant d'obtenir un interlocuteur. Le cas échéant, ils sont directement mis en relation avec l'office de poste. En 2010, Réseau postal et vente a lancé une campagne publicitaire de petite envergure dans le but d'informer le public sur son service à la clientèle.

Réseau postal et vente prévoit de mettre en place de nouvelles formes d'exploitation afin d'axer davantage encore son réseau de vente, composé de plus de 3600 points d'accès, sur les besoins de la clientèle. L'unité entend également développer et transformer, en collaboration avec PostFinance, certains offices de poste en sites postaux intégrés. Outre l'offre postale classique et les produits de marque, les clients se verront proposer un conseil détaillé sur les produits de PostFinance.

Réseau postal et vente | Chiffres clés2010 par rapport à l'année précédente¹

		2010	2009
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 769	1 359
Chiffre d'affaires net des articles de marque non postaux	mio. CHF	482	462
Résultat d'exploitation	mio. CHF	-108	-113
Volumes			
Lettres adressées en Suisse	Nombre en mio.	375	n.a.
Colis en Suisse	Nombre en mio.	11	n.a.
Lettres et colis à l'international	Nombre en mio.	38	n.a.
Versements	Nombre en mio.	201	207
Personnel			
Effectif	Unités de personnel	6 928	6 973
Qualité			
Satisfaction de la clientèle privée	indice	87	87
Satisfaction des PME	indice	81	80
Points d'accès			
Nombre d'offices de poste et d'agences	Nombre	2 313	2 348
Offices de poste avec trafic des paiements	Nombre	1 944	2 049
Offices de poste sans trafic des paiements	Nombre	6	11
Agences avec trafic des paiements	Nombre	336	263
Agences sans trafic des paiements	Nombre	22	20
Arrêts PostMobil	Nombre	5	5
Service à domicile	Localités	1 192	1 154

¹ Réseau postal et vente ayant repris en 2010 les produits destinés à la clientèle privée de PostLogistics, de Swiss Post International et de PostMail, le résultat et les volumes ne peuvent être comparés à ceux de l'année précédente.

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

Marché de la logistique

PostLogistics

Environnement

Malgré un essor perceptible, la branche logistique ressent encore l'impact de la crise financière internationale: le niveau des prix est bas dans le secteur de la logistique de stockage et de la logistique de transport. De manière générale, le marché logistique reste marqué tant au niveau national qu'international par une concurrence et une pression sur les prix accrues. Les clients, sensibles aux prix, ont de grandes exigences en termes de qualité.

Dans un contexte de libéralisation et de mutation des exigences de la clientèle, les secteurs d'activité coursier, exprès et colis recoupent toujours plus ceux de l'expédition classique. Un nombre croissant de clients logistiques souhaite traiter avec un interlocuteur unique et disposer de solutions intégrales, des envois simples aux solutions logistiques complexes.

L'internationalisation continue du marché, notamment via le commerce électronique, influe sur le marché suisse. Les entreprises optimisent leur logistique au-delà des frontières: si aujourd'hui, l'approvisionnement en marchandises est géré par un seul grand magasin central situé en Suisse, demain il sera confié à des structures décentralisées, dont certaines dans d'autres pays européens. La mise en réseau internationale constitue désormais un facteur de compétitivité élémentaire.

En 2010, l'importance croissante du commerce électronique a entraîné une hausse du volume de colis généré par la clientèle commerciale, alors que la régression s'est poursuivie dans le secteur de la clientèle privée.

Finances

Augmentation du résultat d'exploitation

PostLogistics a vu son résultat d'exploitation augmenter de 119 millions de francs par rapport à 2009, pour atteindre 164 millions. Des mesures d'économie, un nombre important de colis et le transfert à l'unité Réseau postal et vente des produits destinés à la clientèle privée (32 millions de francs) ont contribué à cette augmentation.

Les produits d'exploitation ont reculé de 10 millions de francs par rapport à 2009 pour s'établir à 1,478 milliard de francs, en raison d'une diminution de 25 millions de francs des recettes des biens commercialisés. Cette diminution est imputable à des modifications du système de facturation, qui n'ont cependant aucune influence sur le résultat d'exploitation. Une baisse des quantités de catalogues et des transports d'envois postaux a également contribué au recul. Ce dernier a cependant été partiellement compensé par l'augmentation du nombre de colis et par les chiffres d'affaires des entreprises acquises en 2009.

Les charges d'exploitation se sont élevées à 1,314 milliard de francs, soit une baisse de 129 millions par rapport à l'exercice précédent. Les charges de personnel, quant à elles, ont diminué de 23 millions de francs en raison des réductions d'effectif et de la dissolution de provisions. Les mesures d'optimisation ont permis de réaliser des économies à hauteur de 29 millions de francs sur les indemnités à verser aux entreprises de transport et sur les frais de bureau et d'administration. Les charges des biens commercialisés sont, pour les mêmes raisons que pour les recettes, inférieures à celles de l'année précédente de 25 millions. La responsabilité de la clientèle privée a été transférée en 2010 à l'unité du groupe Réseau postal et vente, qui, de ce fait, ne doit plus être rémunérée pour la prise en charge des colis de la clientèle privée au guichet. Globalement, le transfert des produits destinés à la clientèle privée a permis une baisse de 37 millions de francs des charges de PostLogistics.

Les effectifs moyens ont baissé, en raison des diverses réorganisations, de 170 unités de personnel, pour atteindre 5319 unités de personnel.

Stratégie

PostLogistics veut s'imposer en tant que leader en termes de qualité et de coûts sur les quatre marchés partiels CEC (coursier, exprès, colis), marchandise et stockage, international et logistique nocturne. Elle entend protéger et faire évoluer sa compétence clé, le domaine CEC. Dans les secteurs de la logistique des marchandises et de stockage ainsi que de la logistique nocturne, PostLogistics offre des prestations complémentaires fiables. Sur le plan international, PostLogistics souhaite renforcer sa présence et assurer son intégration au sein de réseaux transfrontaliers. Enfin, PostLogistics se démarque de la concurrence par une qualité de service constante pour toutes ses prestations.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Développer le réseau logistique

PostLogistics poursuit l'optimisation de son réseau logistique et crée à Rothenburg (canton de Lucerne) un nouveau centre logistique destiné à assurer le transbordement des lettres et colis dans la région de desserte Suisse centrale. La base de distribution actuelle de Lucerne, la plate-forme de transport de Kriens ainsi que les filiales de distribution de Stans et de Schwyz seront regroupées à Rothenburg, ce qui permettra à PostLogistics de réaliser des économies de coûts et de trajets dans le cadre des transports. Environ 160 collaborateurs travailleront sur le site de Rothenburg.

Les anciens sites d'exploitation de Hinwil, Jona et Oetwil am See ont été fusionnés au sein du nouveau centre logistique de Hinwil, qui fait également office de centre de transbordement des lettres et colis pour les offices de poste et de distribution des lettres de l'Oberland Zurichois. Environ 120 collaborateurs PostLogistics et 80 collaborateurs PostMail sont présents sur le nouveau site.

■ Des structures resserrées pour une plus grande proximité avec le marché

PostLogistics a simplifié sa structure organisationnelle: depuis 2010, elle dispose de deux sections responsables de produits. L'une gère l'activité CEC, l'autre la logistique des marchandises et de stockage ainsi que la logistique nocturne. Les structures des unités de gestion et d'assistance ont été resserrées, ce qui a permis de simplifier les processus et de réaliser des économies au niveau administratif.

Les huit centres coursiers de PostLogistics ont été intégrés aux bases de distribution les plus proches: une fusion rendue nécessaire par de nettes diminutions de volume et des marges en baisse au sein des activités coursier et express. Désormais, tous les sites comportent une seule unité d'organisation, la base de distribution, chargée d'assurer le transport et la distribution des colis ainsi que des envois coursier et express, les distributions le soir et les distributions spéciales.

Dans le secteur de la logistique des marchandises et de stockage, PostLogistics a introduit le modèle d'organisation classique des prestataires d'expédition. Des centres de profits autonomes sont gérés par des responsables régionaux, lesquels sont donc compétents pour tous les aspects entrepreneuriaux dans leur région. PostLogistics améliore ainsi l'écoute de la clientèle et peut réagir avec rapidité et flexibilité aux besoins de cette dernière.

■ Gestion des habits de travail

PostLogistics se concentre dans ce domaine sur ses compétences clés, le transport et le stockage. Les prestations complémentaires telles que l'acquisition et l'entretien des tenues de travail et de service ne sont plus proposées aux tiers.

■ Mobility Solutions SA

Durant son cinquième exercice, la gestionnaire des solutions de mobilité et société du groupe de La Poste Suisse a poursuivi sa croissance et acquis des clients renommés. Elle gère aujourd'hui un portefeuille de plus de 22 000 véhicules de clients. Par ailleurs, Mobility Solutions SA élabore des solutions de mobilité durables pour sa clientèle: elle a ainsi introduit une offre de service intégral pour les véhicules électriques destinée aux clients commerciaux. Avec le projet «eShare» à Bâle et à Ittigen (BE), elle a lancé la première offre d'autopartage avec une flotte de véhicules électriques destinée aux clients privés.

■ SecurePost SA

La concurrence est intense sur le marché de la logistique des valeurs; les prix applicables aux nouveaux contrats et aux renouvellements de contrat sont soumis à une pression toujours croissante. Malgré des marges en recul, SecurePost SA a renforcé sa position de numéro deux sur le marché suisse extrêmement compétitif et poursuivi sa croissance. La société a mis au point une nouvelle prestation permettant de réduire les risques liés aux espèces, destinée aux petites et moyennes entreprises de détail ainsi qu'au secteur des stations-service: SecureCube est un service basé sur un terminal de versement d'espèces disponible à un prix avantageux. Les tests réalisés avec des clients potentiels ont fourni des résultats satisfaisants et débouché sur de premiers contrats. En 2010, SecurePost SA a principalement investi dans le soutien électronique des processus et dans la connectivité des clients dans le but de simplifier l'échange de données. Afin d'être en mesure de répondre à la hausse de la production, SecurePost SA

Perspectives

dote son site d'Oensingen d'un bâtiment d'exploitation et d'administration supplémentaire. La mise en service est prévue pour le troisième trimestre 2011.

PostLogistics examinera le développement de son activité clé au moyen de partenariats dans les pays voisins (Allemagne, France et Italie). Par ailleurs, le personnel de distribution bénéficiera d'un meilleur soutien lors des tournées grâce à des équipements techniques modernes: les informations relatives aux autorisations et aux accords de distribution seront bientôt consultables sur le scanner à main. Enfin, un nouveau logiciel capable de calculer les itinéraires de tournée les plus rentables permettra de limiter les détours et les pertes de temps à partir de 2011.

PostLogistics | Chiffres clés

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	1 478	1 488
Résultat d'exploitation	mio. CHF	164	45
Volumes¹			
Colis (Prio et Eco)	mio. d'envois	108	104
dans le segment CC (Prio et Eco)	mio. d'envois	97	n.a.
dans le segment CP (Prio et Eco)	mio. d'envois	11	n.a.
Envois express	mio. d'envois	2,4	2,9
Envois de détail et transport	Chiffre d'affaires net en mio. CHF	295	348
Logistique de stockage	Chiffre d'affaires net en mio. CHF	73	88
Innight Express	Chiffre d'affaires net en mio. CHF	34	30
Personnel			
Effectif	Unités de personnel	5 319	5 489
Qualité			
Durée d'acheminement des colis PostPac Priority en Suisse	% des envois	97,7	97,8
Durée d'acheminement des colis PostPac Economy en Suisse	% des envois	97,5	98,1
Satisfaction de la clientèle commerciale	Indice	79	79
Part de marché			
Colis	%	75	74

¹ Réseau postal et vente ayant repris en 2010 les produits destinés à la clientèle privée de PostLogistics, de Swiss Post International et de PostMail, les volumes ne peuvent être comparés à ceux de l'année précédente.

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

Marché des services financiers grand public

PostFinance
 Environnement

Les Chambres fédérales ont adopté en décembre la nouvelle loi sur la poste (LPO) (E+ 1) et la nouvelle loi sur l'organisation de la Poste (LOP) (E+ 2). Conformément à la décision du Parlement, PostFinance sera transformée en société anonyme détenue par La Poste Suisse et soumise au contrôle de l'Autorité de surveillance des marchés financiers (FINMA). Le Parlement s'est prononcé contre le fait que PostFinance puisse octroyer en son nom propre des crédits d'exploitation et des hypothèques. La restriction de ses activités restera donc inscrite dans la nouvelle loi sur la poste. En l'absence de référendum, le Conseil fédéral pourrait ordonner l'entrée en vigueur des nouvelles lois, ou de certaines de leurs dispositions, au début de 2012.

PostFinance, qui jouit d'un important capital confiance auprès de la population, a de nouveau enregistré une forte croissance: en 2010, elle a acquis 119 000 nouveaux clients, portant à plus de 2,7 millions le nombre total de ses clients. Quant au volume moyen des fonds qu'elle gère, il a progressé de 10,7 milliards de francs depuis le début de l'année pour s'établir à plus de 84 milliards. PostFinance gère actuellement plus de 4 millions de comptes postaux. En août, elle a franchi le seuil du million de comptes en Suisse romande.

Finances

De nouveau un résultat record

PostFinance clôt l'année 2010 de nouveau avec un résultat record. Le résultat d'exploitation s'élève à 571,4 millions de francs, ce qui correspond à une augmentation de 130,2 millions de francs, soit une croissance de 29,5% par rapport à l'année précédente. La prestataire de services financiers affiche une croissance continue et parvient à maîtriser ses charges.

Les produits d'exploitation ont atteint 1,44 milliard de francs, soit une hausse de 12,4%. Même lors de la phase persistante de taux d'intérêt bas, PostFinance a su développer le résultat des opérations d'intérêts après correctifs de valeurs pour atteindre 1,044 milliard de francs (15,3%). L'établissement financier de la Poste continue à jouir de la confiance des clients. 10,7 milliards de francs ont transité par les quatre millions de comptes clients (2009: 20,1 milliards). Ce capital supplémentaire a permis de compenser les effets négatifs liés aux taux d'intérêt. Malgré une augmentation du volume des placements, les correctifs de valeur pour les immobilisations financières ont baissé pour atteindre 22,2 millions de francs.

D'un montant de 869 millions, les charges d'exploitation ont évolué lentement même dans la phase de forte croissance. Au total, elles ont augmenté de 29 millions de francs par rapport à 2009, soit une hausse de 3,5%. Les charges de personnel représentent 24 millions de francs (+6,0%), les autres charges d'exploitation 7 millions de francs (+1,6%), tandis que les amortissements ont baissé de 1,5 million de francs (-10,6%). Les effectifs ont augmenté de 223 unités de personnel, pour atteindre 3265 unités de personnel (+7,3%). PostFinance veille à maintenir une discipline conséquente en matière de coûts.

Stratégie

PostFinance répond aux besoins des clients suisses privés et commerciaux qui souhaitent gérer leurs finances avec la plus grande autonomie possible. Elle entend proposer à sa clientèle une gamme complète de produits simples, clairs et avantageux en matière de trafic des paiements et de comptes Deposito. Elle offre également des prestations de base dans les domaines des placements, de la prévoyance et du financement. Les clients choisissent librement le canal de communication via lequel ils contactent PostFinance, qui entend fournir le meilleur service possible en toute circonstance. Le prestataire de services financiers élabore également des solutions individuelles destinées aux grandes entreprises. PostFinance veut rester numéro un du trafic des paiements national, poursuivre sa croissance sur le marché du trafic des paiements international et occuper d'ici 2013 le rang d'établissement financier leader.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Une plus grande proximité avec la clientèle

En 2010, PostFinance a ouvert neuf sites supplémentaires destinés au suivi des petites et moyennes entreprises (PME) et créé 110 nouveaux postes dans le domaine du conseil à la clientèle commerciale. A l'échelle du pays, 168 conseillers mobiles rendent visite aux clients à leur domicile ou sur leur lieu de travail. PostFinance entend ainsi fournir le meilleur service possible aux PME. Elle s'engage également en faveur des besoins de ses clients privés et a renforcé sa présence en ouvrant cinq filiales supplémentaires. Le service à la clientèle téléphonique de PostFinance est disponible 7 jours sur 7, 24 heures sur 24.

Depuis mai 2010, il est possible d'effectuer des retraits d'espèces gratuits avec la PostFinance Card dans 71 filiales Manor. Au total, 4500 points d'accès (filiales PostFinance, Postomat, offices de poste, filiales Migros et Spar, guichets des CFF) permettent aujourd'hui de retirer gratuitement des espèces en Suisse. Environ 2,75 millions de PostFinance Card en francs suisses sont actuellement en circulation. En 2010, elles ont été à l'origine de quelque 65,2 millions de retraits d'espèces d'une valeur totale de 20,5 milliards de francs environ.

■ Coopération élargie

PostFinance octroie des hypothèques destinées aux clients privés depuis 2003. Non autorisée à le faire en nom propre, elle collabore avec la Münchner Hypothekenbank. Un partenariat pour les produits destinés aux PME a par ailleurs été mis en place en 2009 avec Valiant, la plus grande banque régionale suisse. Cette coopération sera élargie aux produits hypothécaires à partir de 2011.

■ Nouveaux produits et prestations

PostFinance a conçu la PostFinance MasterCard Value, une nouvelle carte prépayée en complément des cartes de crédit. Contrairement aux cartes de crédit classiques, cette carte est à recharger avant utilisation. PostFinance élargit également son offre de cartes de crédit pour les clients fortunés avec la Visa Platinum Card.

Il est désormais possible d'avoir accès aux informations relatives au compte en ligne et par SMS: les titulaires d'un compte postal peuvent recevoir des informations sur le solde de leur compte, sur les inscriptions au crédit ainsi que sur les dépassements de limite inférieure ou supérieure du solde via le service de notification automatique.

PostFinance est le premier établissement financier de Suisse à proposer une iApp gratuite avec fonction de paiement. Il s'agit de la seule application pour smartphone disponible en Suisse pour transférer de petits montants d'un compte postal à un autre en francs ou en euros. L'iApp permet également de consulter le solde et les mouvements du compte, indique les Postomat et les filiales PostFinance les plus proches ainsi que l'évolution de la bourse.

■ Création d'une société du groupe

A l'automne 2010, la Poste a fondé une nouvelle société du groupe baptisée Débiteurs Services SA. Débiteurs Services SA proposera aux entreprises suisses un produit inédit combinant gestion des débiteurs, préfinancement et garantie de paiement. La nouvelle société du groupe est placée sous la direction stratégique de PostFinance. Son partenaire Intrum Justitia, leader sur le marché de la gestion des crédits, assurera la vérification de solvabilité et la garantie de paiement.

■ L'offre hypothécaire et le site Internet récompensés par les meilleures notes

2300 propriétaires immobiliers ont évalué sur www.comparis.ch la qualité du service et les taux d'intérêt offerts par 22 établissements hypothécaires: PostFinance non seulement obtient la meilleure note (5,4), mais améliore aussi sa performance de 0,3 % par rapport à l'année dernière. Par ailleurs, PostFinance a reçu le prix du meilleur site Internet parmi les établissements financiers suisses, décerné par PASS Consulting Group à Francfort (Allemagne). Elle s'est imposée notamment face à Credit Suisse, UBS, Raiffeisen et à la Banque cantonale de Zurich en Suisse.

Perspectives

L'année prochaine, PostFinance entend continuer sur sa lancée et se concentrer sur le développement de la distribution afin de proposer le meilleur service à ses clients. Son offre restera axée sur les besoins des clients qui souhaitent gérer leurs finances en toute autonomie. Par ailleurs, PostFinance préparera sa transformation en société anonyme intégralement détenue par La Poste Suisse.

PostFinance | Chiffres clés

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	2 389	2 160
Résultat d'exploitation	mio. CHF	571	441
Volumes			
Afflux de nouveaux capitaux	mio. CHF	10 662	20 120
Nombre de comptes clients	Milliers	4 079	3 881
Niveau moyen des fonds des clients (PostFinance)	mio. CHF	80 335	70 249
Nombre de transactions	mio.	894	865
E-finance	nombre de clients	1 219 539	1 101 593
Volume de fonds	mio. CHF	1 673	1 464
Volume des prêts Clients commerciaux	mio. CHF	6 134	5 423
Volume des hypothèques Clients privés	mio. CHF	3 197	2 673
Personnel			
Effectif	Unités de personnel	3 265	3 042
Qualité			
Traitement le jour prévu des justificatifs des offices de poste	%	99,99	99,66
Traitement le jour prévu des justificatifs des ordres de paiement	%	99,98	99,81
Satisfaction de la clientèle commerciale	indice	83	83
Satisfaction de la clientèle privée	indice	85	84
Part de marché			
Opérations passives	%	11,35	10,59

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

Marché des transports publics

CarPostal

Environnement

Le nombre de personnes empruntant les transports publics en Suisse et à l'étranger ne cesse d'augmenter, notamment dans les agglomérations et les centres économiques. Le marché de la mobilité reste donc porteur d'avenir pour la Poste. Celle-ci a augmenté de 5,9% les tarifs des transports publics à l'occasion du changement d'horaire du 12 décembre 2010. Il s'agit de la première augmentation depuis 2007.

La Commission fédérale de la loi sur la durée du travail a décidé le 7 juin 2010 de modifier l'ordonnance relative à la loi sur la durée du travail. CarPostal dans son ensemble ne doit à présent plus être considérée comme une société de transport régional; les différentes exploitations peuvent maintenant être assimilées à des entreprises de transport régional, urbain ou local. Ces catégories étant soumises à différentes réglementations en matière de durée du travail, CarPostal y gagne en flexibilité en termes de répartition des équipes de travail et dispose ainsi des mêmes possibilités que les autres entreprises de transport concessionnaires.

Le Conseil fédéral ayant renoncé à faire passer de 32 à 100 passagers par jour le seuil de la demande minimale dans le trafic régional, il continuera de cofinancer 129 lignes de cars postaux, notamment dans les régions périphériques et touristiques. On constate cependant une diminution des subventions des pouvoirs publics, ce qui entraîne une augmentation de la pression exercée par les coûts et par les prix dans les transports publics. Dans le même temps, la branche se voit contrainte de moderniser ses technologies (p. ex. systèmes de commande, systèmes d'information des voyageurs, prestations mobiles), ce qui nécessite des investissements particulièrement importants.

La réforme des chemins de fer 2 occasionnera en outre des changements dans la réglementation des appels d'offres de lignes dans le transport de voyageurs par route et concernant la négociation des objectifs.

Finances

Résultat d'exploitation stable

Etabli à 28 millions de francs, le résultat d'exploitation dépasse celui de l'année précédente d'un million.

Grâce à une nouvelle extension de son offre, CarPostal a réalisé des produits d'exploitation en hausse de 62 millions de francs par rapport à 2009.

Les charges d'exploitation ont progressé de 61 millions de francs pour passer à 674 millions. La croissance des prestations fournies en Suisse a entraîné une augmentation tant des charges de personnel que des indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal (10 millions pour chacun de ces postes). L'augmentation du prix du carburant de 14 centimes par litre par rapport à 2009 a également contribué à la hausse des charges d'exploitation.

Pour pouvoir fournir plus de prestations, CarPostal a dû recruter du personnel. Ainsi, CarPostal a augmenté ses effectifs de 15,9% pour atteindre 2012 unités de personnel.

Stratégie

CarPostal souhaite renforcer sa position de gestionnaire de systèmes de transport public de voyageurs par route en se démarquant de la concurrence par un meilleur rapport qualité-prix et en se positionnant comme un fournisseur de prestations de transport combinées et durables. Elle veut demeurer numéro un en Suisse dans les transports régionaux, son activité clé, renforcer sa position dans les villes et les agglomérations et poursuivre de manière ciblée sa croissance à l'étranger.

Mise en œuvre de la stratégie

■ Offre horaire élargie

A l'occasion du changement d'horaire de décembre 2010, les pouvoirs publics ont déjà commandé encore 1,6 million de kilomètres sur les lignes régulières pour 2011. Dix lignes ont été créées et deux supprimées, faute d'une demande suffisante. La mise en place de bus locaux à Uzwil (SG) et à Lyss (BE) ainsi que d'un PubliCar (bus sur appel) à Martigny (VS) lui ont en outre permis de renforcer sa présence dans le trafic urbain et local.

■ Appels d'offres en Suisse

CarPostal a remporté l'appel d'offres public relatif aux bus locaux d'Uzwil (SG). Deux lignes tests desservent ainsi depuis décembre 2010 et pour trois ans les différents quartiers de la commune. Les bus locaux de Lyss (BE) ont eux aussi été mis en service au mois de décembre. CarPostal a en outre remporté ce même mois l'appel d'offres public relatif aux bus urbains de Frauenfeld et exploitera le réseau de la ville durant dix ans à compter du 11 décembre 2011. Elle n'a cependant pas remporté l'appel d'offres pour Berne-Ouest.

■ CarPostal à l'étranger

Suite à un appel d'offres conforme aux critères de l'OMC, le Liechtenstein Bus Anstalt (LBA) a confié à CarPostal Suisse SA la gestion de ses 14 lignes à courses régulières (soit un chiffre d'affaires annuel d'environ 16 millions de francs) pour sept ans, avec possibilité de prolonger le contrat de trois ans supplémentaires. CarPostal a en outre remporté quatre des cinq lots de transport scolaire et exploitera durant cinq ans le réseau en collaboration avec trois entreprises de transport liechtensteinoises.

Après une forte croissance au cours de l'année précédente, CarPostal Suisse SA a consolidé l'exploitation de réseaux de transport régional en France. Elle a participé fin 2010 à un autre appel d'offres en Isère, dont le résultat ne sera connu qu'au printemps 2011. Aujourd'hui, CarPostal génère 10% de son chiffre d'affaires à l'étranger.

■ CarPostal en tant que gestionnaire de systèmes de transport public

CarPostal a renforcé sa position de gestionnaire de systèmes de transport public en gérant notamment le système de vente back end des communautés tarifaires A-Welle et Ostwind. Elle achète et installe en outre pour le compte d'autres entreprises des appareils de vente de titres de transport et les relie à son propre système back end. CarPostal peut également se charger de la formation des utilisateurs et de l'exploitation du helpdesk destiné aux instructeurs. Elle a en outre créé le centre de compétences «Systèmes de vente», qui s'occupe principalement du développement de cette fonction de gestion de systèmes et qui vient compléter le centre de compétences «Information des voyageurs» déjà existant (qui a lancé en 2010 différentes prestations innovantes telles que les informations en temps réel dans les cars postaux sur les correspondances bus-bus et bus-train) ainsi que le centre de compétences «Comptage des voyageurs».

■ Durabilité écologique

Le tout premier car postal hybride de Suisse circule dans l'agglomération de Berne depuis avril 2010. Il permet d'économiser jusqu'à 30% de carburant par rapport à un bus diesel mais se

Perspectives

révèle peu rentable en raison de son coût d'achat élevé. En vue de renouveler son parc de véhicules, CarPostal a conclu avec ses fournisseurs des contrats-cadres pour l'achat de 175 nouveaux bus en 2011 et 2012. Tous seront conformes à la norme EEV (Enhanced Environmentally Friendly Vehicle), la plus stricte actuellement en termes de gaz d'échappement. Ils seront en outre équipés conformément aux exigences de la loi sur l'égalité pour les handicapés. Grâce à ces nouveaux véhicules, l'âge moyen des 2000 cars postaux environ circulant sur les routes suisses sera inférieur à 6 ans et demi.

■ Entrepreneurs CarPostal

Les entrepreneurs CarPostal (ECP) prennent en charge une grande partie des courses pour le compte de CarPostal. En tant que partenaires de production, ils jouent en outre un rôle déterminant dans l'ancrage local de CarPostal. Les ECP se sont réunis en juin à Fribourg dans le but d'améliorer ensemble leur compétitivité. CarPostal a profité de l'occasion pour les remercier de leur fidèle collaboration. CarPostal ayant dépassé ses objectifs financiers en 2009, elle leur a versé en 2010, pour la seconde fois, une participation aux bénéfices.

■ Collaboration dans le cadre du programme de qualité de l'OFT

CarPostal s'implique activement dans un groupe de travail dirigé par l'Office fédéral des transports (OFT) et visant à développer un système de mesure de la qualité dans le trafic régional. L'OFT s'inspire largement de la plupart des solutions proposées par CarPostal en vue de développer une norme de qualité applicable par l'ensemble des entreprises de transport suisses.

CarPostal souhaite doter ses bus de systèmes d'information des voyageurs particulièrement modernes. Des écrans doubles seront ainsi installés dans tous les nouveaux cars postaux de grande taille afin d'informer les passagers et de leur communiquer les dernières nouvelles. Des systèmes de vidéosurveillance sont également prévus dans certaines régions. CarPostal souhaite en outre mettre en place un programme pluriannuel de recrutement de nouveaux conducteurs afin de répondre à ses futurs besoins en conducteurs qualifiés.

CarPostal | Chiffres clés

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	702	640
générés à l'étranger	%	9,3	7,2
Résultat d'exploitation	mio. CHF	28	27
Quantités¹			
Nombre de voyageurs	mio.	121	118
Prestation annuelle	mio. de km	103	98
Véhicules	Nombre	2 103	2 066
Réseau CarPostal	km	11 007	10 429
Collaborateurs			
Effectif	Unités de personnel	2 012	1 736
Qualité			
Satisfaction des voyageurs de loisirs	Indice	83	81
Satisfaction des pendulaires	Indice	75	73
Part de marché			
Transports régionaux de voyageurs (rail/route) ²	%	16,0	15,7

¹ Ces chiffres se rapportent uniquement à la Suisse.

² Transports régionaux de voyageurs en vertu de la loi sur le transport de voyageurs. Part de marché absolue: chiffre d'affaires de CarPostal par rapport au chiffre d'affaires du marché (chiffre d'affaires).

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

Services

L'unité Services comprend les unités d'organisation Immobilier (y compris InfraPost SA), Technologies de l'information, Achats du groupe (voir pages 109, 136 et 139) et Service linguistique. A la demande du groupe, elle veille à proposer le meilleur rapport qualité-prix possible. Afin d'atteindre cet objectif, elle optimise actuellement ses prestations ainsi que ses structures.

Immobilier, InfraPost SA

Environnement

Des processus améliorés, une organisation plus efficace et l'exploitation d'effets de synergie doivent permettre de maintenir à un niveau élevé l'étendue des prestations proposées et la qualité des services malgré une nette diminution des coûts. L'unité Services améliore ainsi la compétitivité des différentes unités du groupe en mettant à leur disposition une infrastructure optimale.

Les besoins du groupe Poste en termes de surfaces diminuent, les clients internes souhaitent des contrats de location flexibles et de courte durée et veulent pouvoir abandonner la location des surfaces inutilisées. La pression exercée par les coûts dans le cadre de l'activité de base nécessite une parfaite transparence des prestations ainsi que des prix compétitifs.

En raison de l'évolution des besoins, de nombreuses surfaces de petite et de moyenne tailles se retrouvent disponibles, mais certaines ne pourront que difficilement être louées à nouveau. Des projets visant à vendre ou à développer ces objets sont en cours.

Finances

Résultat d'exploitation solide pour Immobilier et InfraPost SA

L'unité de services Immobilier a réalisé en 2010 un résultat d'exploitation de 179 millions de francs, soit 49 millions de moins que l'année précédente.

En raison de l'évolution des besoins des unités du groupe en termes de surfaces, les dépenses de location se sont élevées en 2010 à 138 millions de francs, soit 9 millions de plus qu'en 2009.

Les mesures de réduction des coûts principaux via des effets de synergie, permis par une optimisation de la coopération entre les deux unités de services Immobilier et InfraPost SA, ont contribué à diminuer les charges d'exploitation.

InfraPost SA a réalisé en 2010 un résultat d'exploitation de 3 millions de francs (tout comme l'année précédente) et des produits d'exploitation de 134 millions (contre 138 en 2009).

La baisse des prix de l'entretien de locaux en vue de se rapprocher des prix du marché a fait baisser le chiffre d'affaires d'InfraPost SA d'environ 3%. La diminution des charges d'exploitation grâce à des mesures d'économie a cependant permis de maintenir le résultat d'exploitation au niveau de l'année précédente.

Les effectifs moyens en termes de personnel sont légèrement inférieurs aux valeurs de 2009: ceux de l'unité Immobilier s'élèvent à 190 unités de personnel et ceux d'InfraPost SA à 817.

Stratégie

L'unité de services Immobilier et la société du groupe InfraPost SA sont spécialisées dans la mise à disposition proactive et dans la gestion complète et durable d'immeubles et de locaux d'exploitation. Leurs prestations sont principalement destinées aux unités et aux sociétés du groupe opérant en Suisse et, de plus en plus, à l'étranger. L'unité de services Immobilier assume en outre la fonction de fiduciaire immobilier du groupe. Elle gère et développe ses objets avec pour objectif de faire fructifier le capital investi et de créer de la valeur ajoutée.

Mise en œuvre de la stratégie

La Poste est l'un des principaux gérants immobiliers de Suisse. Elle a réorganisé en 2010 ses activités immobilières: la société du groupe InfraPost SA, spécialisée dans le nettoyage et la gestion technique de bâtiments, a été placée sous la responsabilité de l'unité de services Immobilier afin d'exploiter des effets de synergie dans le facility management, à présent géré par une seule et même entité.

La Poste a vendu l'année dernière 46 bâtiments (contre 41 l'année précédente), notamment à Rorschach, Nyon, Wetzikon, Renens-Longemalle et Opfikon, ainsi que le parking de la gare Frohburg et le bâtiment Inselquai, tous deux à Lucerne.

La Poste loue de plus en plus de bâtiments à des tiers; cela a occasionné des dépenses de 138 millions de francs en 2010, contre 129 millions l'année précédente.

Immobilier a géré en 2010 environ 1000 projets de construction (contre 830 en 2009). Le nombre de très petits projets est en hausse en raison de la nécessité de se débarrasser des problèmes d'entretien accumulés. L'unité de services Immobilier s'est en outre concentrée sur

plusieurs projets d'envergure tels que le PostParc à Berne (développement et transformation de l'ancienne Schanzenpost), le nouveau siège de PostFinance à Berne (les travaux ont démarré en septembre 2010), la transformation de Genève 2 (rue de Montbrillant), Lausanne-Sébeillon (réaffectation, en collaboration avec les CFF), Le Locle (assainissement du bâtiment de la Poste, emménagement repoussé à mai 2011) et Dietikon 1 (transformation, mise en service depuis septembre).

Le nouveau siège principal de La Poste Suisse va être édifié dans le quartier en pleine expansion de WankdorfCity, au nord de Berne. Le projet de construction sorti vainqueur d'un concours d'architecture en 2009 prévoit l'aménagement de quelque 1700 postes de travail à compter de 2014. Le début des travaux est programmé pour la mi-2012. Le projet de construction PostParc près de la gare de Berne sera réalisé comme prévu et proposé à des tiers. Sur ce site on ne peut plus central, les clients de la Poste disposeront à l'avenir encore d'un office de poste, d'une filiale PostFinance et d'une gare pour les cars postaux.

Perspectives

La gestion de portefeuilles permettra à l'avenir de garantir une administration professionnelle et durable du parc immobilier de la Poste. La préservation à long terme de la valeur des bâtiments, l'optimisation et la planification stratégique des surfaces au sein des immeubles seront mieux gérées, ce qui permettra de soutenir de manière optimale les unités du groupe et d'anticiper leurs besoins en termes d'emplacement et de locaux.

Le développement des différents sites, le financement des investissements futurs à l'aide de fonds propres et l'augmentation des produits tiers doivent permettre de continuer à dégager une valeur ajoutée pour le groupe.

Immobilier, InfraPost | Chiffres clés 2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Collaborateurs			
Effectif	Unités de personnel	1 007	1 025
Volumes			
Immeubles	Nombre	2 687	2 773
en propriété	Nombre	1 180	1 216
loués	Nombre	1 507	1 557
Surface gérée	mio. de m ²	2,7	2,6
louée	mio. de m ²	0,8	0,8
louée	mio. CHF	132	129
Valeur d'investissement	mio. CHF	5 237	5 208
Produits locatifs internes	mio. CHF	398	402
Produits locatifs externes	mio. CHF	56	57
Volumes d'investissements	mio. CHF	167	121
Volumes d'entretien	mio. CHF	44	49
Projets en cours	Nombre	Plus de 500	Plus de 500

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

Technologies de l'information

Environnement

L'unité de services Technologies de l'information (IT) est sans cesse sollicitée en raison de la rapidité des évolutions technologiques. Les principaux défis auxquels elle devrait être prochainement confrontée sont le «cloud computing», les applications mobiles et les tablettes multi-média ainsi que la communication et les réseaux sociaux. Ces technologies doivent être adaptées afin de pouvoir être exploitées par la Poste.

Finances

Résultat d'exploitation supérieur à celui de 2009

Technologies de l'information a réalisé en 2010 un résultat d'exploitation de 4 millions de francs, soit un million de plus qu'en 2009. Cela s'explique principalement par une diminution des charges d'exploitation supérieure à celle des produits d'exploitation.

Par rapport à 2009, ceux-ci ont diminué de 25 millions de francs pour s'établir à 219 millions. Cela est notamment dû à une facturation moindre de prestations internes au groupe.

Les charges d'exploitation ont pour leur part été inférieures de 26 millions à celles de 2009, celles des biens commercialisés et prestations de services ayant diminué de 9 millions de francs et les autres de 15 millions de francs.

Les effectifs moyens se sont élevés en 2010 à 632 unités de personnel, soit 20 de moins qu'en 2009.

Stratégie

IT se concentre sur les prestations et répond aux besoins des unités de la Poste tout en proposant des tarifs aussi avantageux que possible dans chaque segment de prix. En concurrence avec les fournisseurs externes, elle assume le rôle de full service provider interne à la Poste. Elle doit concevoir et mettre en place des solutions dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC) spécifiques à une ou plusieurs unités et conseiller celles-ci en conséquence.

Mise en œuvre de la stratégie

L'unité de services Technologies de l'information s'efforce de proposer continuellement aux unités du groupe un rapport qualité-prix optimal. Des valeurs de référence lui permettent de contrôler la qualité et la rentabilité de ses prestations par rapport à celles proposées sur le marché. En 2010, elle s'est surtout concentrée sur des mesures de réduction du coût unitaire des prestations permanentes (infrastructure informatique).

Elle a en outre installé au sein de l'ensemble du groupe une infrastructure de téléphonie sur IP. Cette migration, qui a concerné environ 2300 sites et 16 000 terminaux téléphoniques, a permis de réduire considérablement les coûts. Le nouveau terminal de paiement a été installé dans tous les offices de poste n'étant pas encore reliés au réseau (places d'armes, bureaux philatéliques). La Poste satisfait ainsi aux dernières exigences technologiques relatives aux transactions financières par carte.

De nouveaux Yellow Services ont également été conçus pour les collaborateurs travaillant à l'étranger afin de faciliter la collaboration dans le monde entier. IT a en outre intégré d'autres smartphones (terminaux et systèmes d'exploitation) dans les systèmes TIC de la Poste.

Perspectives

L'unité de services IT doit poursuivre ses innovations informatiques, améliorer constamment le rapport qualité-prix proposé et préparer continuellement ses collaborateurs aux défis à venir. Elle accélèrera par exemple la mise en place de technologies de virtualisation dans les centres de calcul. De nouveaux services comme «Bring your own device» (BYOD), «poste de télétravail virtuel» ainsi que la nouvelle offre segmentée (Poste de travail Poste) doivent lui permettre de fournir des prestations adaptées aux besoins actuels. En 2011, l'offre de services collaboratifs (réunions virtuelles, visioconférences, partage de documents) sera élargie et standardisée au sein du groupe, en Suisse comme à l'étranger. IT soutient ainsi durablement l'activité de base de la Poste.

IT sera elle aussi concernée par le programme Futuro (voir page 134) et par la nouvelle législation postale. Elle devra donc s'adapter de manière flexible aux nouveaux défis internes à la Poste.

Technologies de l'information | Chiffres clés

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Résultat			
Produits d'exploitation	mio. CHF	219	244
Résultat d'exploitation	mio. CHF	4	3
Collaborateurs			
Effectif	Unités de personnel	632	652
Volumes			
Contacts User Help Desk	Nombre moyen par mois	21 935	24 000
Appareils gérés	Nombre	79 121	64 431
Nombre d'applications différentes	Nombre	654	625
Volume de données sauvegardées par semaine	Gigaoctets	434 675	261 000
Taux de résolution à la 1 ^{re} intervention	Pourcentage de cas	68,1	68,6
Assistance	Nombre par an	38 927	41 500

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

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

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

■ Légendes des graphiques et des tableaux

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

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

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

Les pourcentages dans les graphiques ont été normalisés comme suit:

100% à l'horizontale correspond à 75 mm.

100% à la verticale correspond à 40 mm.

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (E→) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2010links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

12	Préface
16	Interview
19	Profil de l'entreprise
Evolution de l'activité	
41	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
80	Valeur ajoutée pour la clientèle
80	Satisfaction de la clientèle
80	Clientèle privée
81	Clientèle commerciale
81	Rapport qualité-prix
81	Lettres
83	Colis
84	Nouveaux produits et prestations
84	Marché de la communication
84	Lettres
85	Presse
85	Marketing direct
86	Solutions documents et solutions dialogue
86	Réseau postal
87	Marché de la logistique
87	Marché des services financiers grand public
88	Marché des transports publics
92	Valeur ajoutée pour le personnel
104	Valeur ajoutée pour la Suisse
124	Gestion
140	Rapport financier
210	Informations détaillées
211	Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

Valeur ajoutée pour la clientèle

Objectifs et orientations stratégiques de la Poste

Afin de créer de la valeur ajoutée pour sa **clientèle**, la Poste vise un excellent niveau de qualité pour ses prestations et des prix conformes à ceux du marché. En matière de satisfaction de la clientèle, elle entend obtenir au moins 75 points sur une échelle de 100.

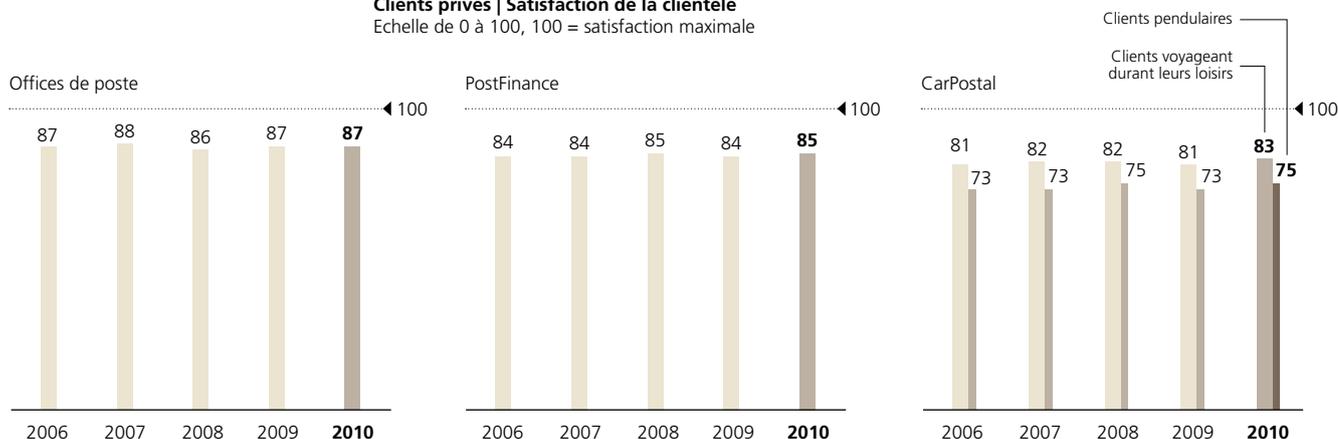
Conformément au principe de développement durable de l'entreprise, cette valeur ajoutée ne peut être créée que si la Poste en génère également pour le **propriétaire en tant que bailleur de fonds**, pour le **personnel** et pour la **Suisse**. C'est ainsi que la Poste veut enregistrer chaque année un bénéfice compris entre 700 et 800 millions de francs, renforcer ses fonds propres et autofinancer ses investissements. Pour ses activités en Suisse, elle vise une position de leader sur ses différents marchés (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds», page 42. L'engagement de son personnel doit demeurer à un niveau élevé d'au moins 80 points sur une échelle de 100 («Valeur ajoutée pour le personnel», page 92. La Poste réaffirme en outre sa volonté de fournir une desserte de base de qualité et de réduire ses émissions annuelles de CO₂ de 15 000 tonnes d'ici à la fin 2013 («Valeur ajoutée pour la Suisse», page 104).

La Poste réalise ces objectifs en poursuivant les cinq orientations stratégiques suivantes: des prestations d'excellente qualité destinées aux particuliers et aux entreprises, des prix conformes à ceux du marché, une croissance rentable et durable, une maîtrise des coûts socialement responsable et l'exploitation optimale des conditions-cadres en vigueur.

Satisfaction de la clientèle Clientèle privée

Comme les années passées, un institut d'études de marché indépendant a sondé près de 20 000 clients privés. L'enquête montre que la population suisse est très satisfaite de la qualité des prestations de la Poste. Par rapport à l'année précédente, les résultats se maintiennent pour l'essentiel à un niveau élevé voire progressent légèrement. Ainsi, les clients attribuent 87 points à l'offre et au suivi dont ils bénéficient au guichet postal (année précédente: 87 points), les prestations de PostFinance obtiennent 85 points (année précédente: 84 points) en matière de fiabilité et de simplicité et, avec 83 points, l'offre étendue de CarPostal dans le domaine des lignes touristiques gagne deux points par rapport à 2009.

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



Les clients privés sont également très satisfaits des prestations du personnel de distribution et de la qualité de distribution des envois déposés à domicile ou dans une case postale. Ils attribuent à la distribution du courrier une note globale de 92 sur une échelle de 100. L'enquête de satisfaction de la clientèle a porté sur les thèmes «personnel de distribution», «distribution» et «case postale». Les clients sont particulièrement satisfaits pour ce qui est de l'amabilité du personnel (94 points), du respect de la discrétion (95 points) et du fait que les facteurs sont disposés à prendre du temps pour répondre à leurs questions (92 points). Les valeurs attribuées à la qualité de la distribution se maintiennent elles aussi à un niveau élevé (total de 91 points). A titre d'exemple, les destinataires expriment leur très grande satisfaction par rapport au fait que le courrier est déposé entièrement dans les boîtes aux lettres (94 points) et dans les cases postales (94 points) ou encore que les indications écrites sont lisibles (93 et 94 points). Avec 93

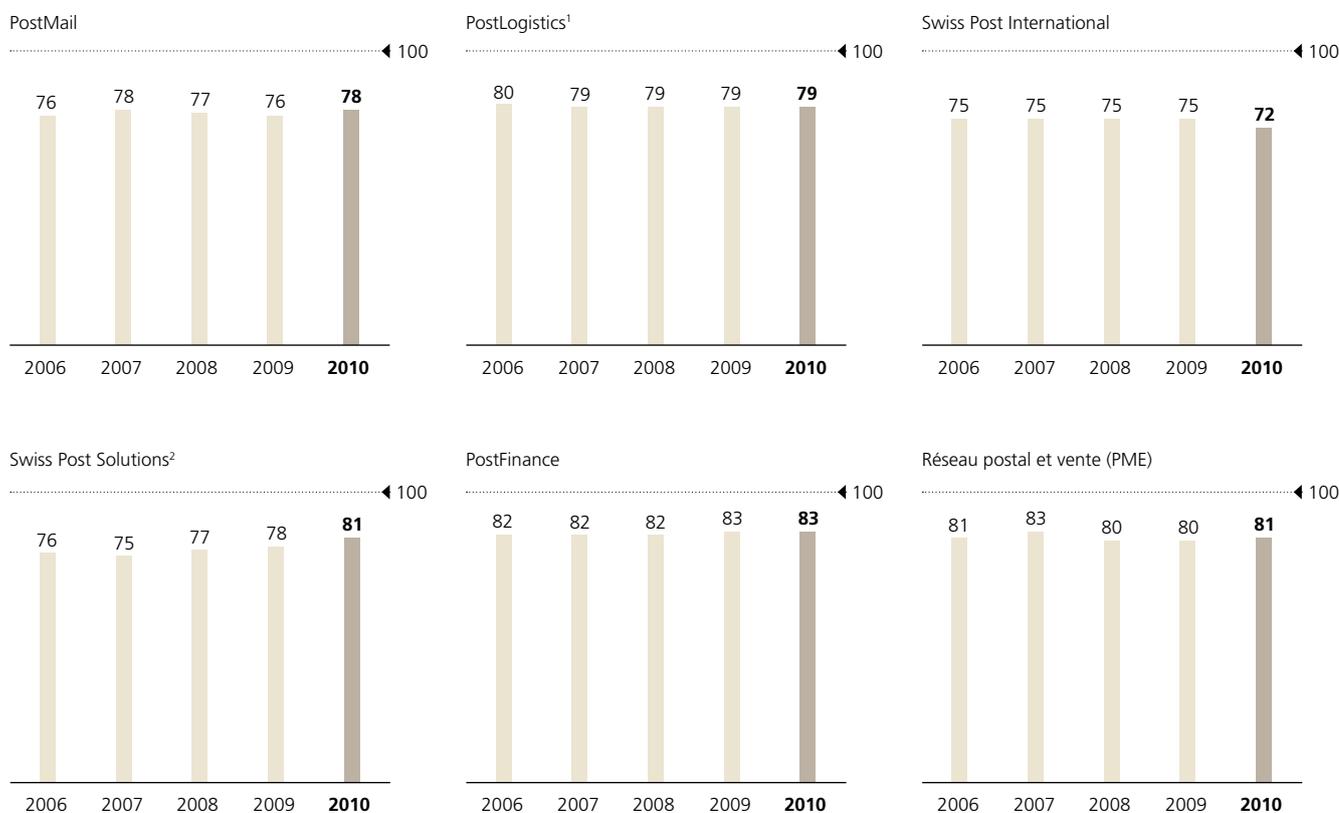
points, l'appréciation des locaux dans lesquels sont installées les cases postales obtient un point de plus qu'en 2009. Dans cette rubrique, le fait que les clients interrogés se sentent en sécurité dans ces locaux (95 points) et sont satisfaits des collaborateurs (94 points) a joué un rôle important.

Clientèle commerciale

Les clients commerciaux se sont eux aussi déclarés très satisfaits des prestations fournies par la Poste en 2010: leur taux de satisfaction a enregistré une progression allant jusqu'à 3 points pour les unités du groupe PostMail, Réseau postal et vente et Swiss Post Solutions, PostLogistics et PostFinance se maintenant au même niveau élevé que les années précédentes. En leur attribuant 83 points sur une échelle de 100, les clients commerciaux ont particulièrement bien noté les prestations de conseil.

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 de l'année précédente sont celles de l'unité Gestion des clients stratégiques, y compris de la section Gestion des clients stratégiques, et, pour les années 2006 – 2007, celles de la section Gestion des clients stratégiques.

Rapport qualité-prix

Lettres

Prestation

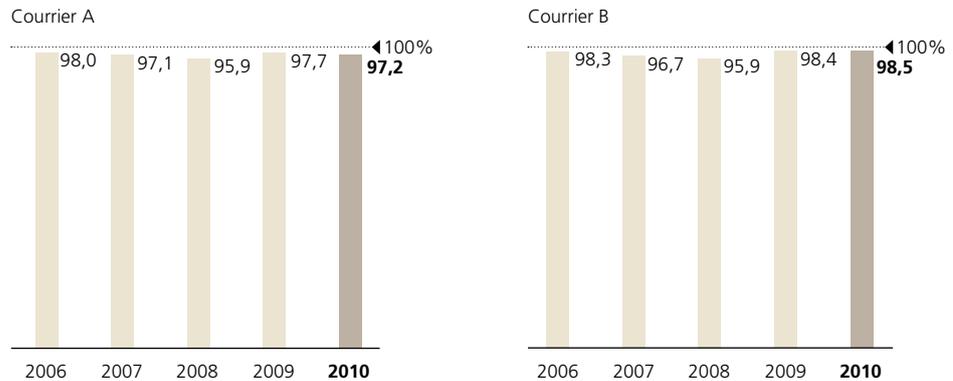
Au cours de l'année sous revue, la Poste a traité quelque 2,4 milliards de lettres. 97,2% des lettres du courrier A ont été distribuées dans les délais (2009: 97,7%). Les envois isolés du courrier B devaient être distribués au plus tard le troisième jour ouvré suivant leur dépôt. En 2010, la Poste a tenu cet engagement dans 98,5% des cas (2009: 98,4%). Une fois de plus, l'entreprise a enregistré un excellent niveau de qualité et largement dépassé l'objectif de 97% fixé par son département de tutelle (DETEC). Les écarts, dus essentiellement à des facteurs externes tels que des conditions météorologiques difficiles et la venue précoce de l'hiver, s'inscrivent dans les limites usuelles. Chaque année, plus de 80 000 lettres sont envoyées pour

la mesure des durées d'acheminement des lettres du service intérieur. Celle-ci est réalisée par un institut d'études de marché indépendant selon la norme également utilisée au sein de l'UE.

Concernant l'évolution des volumes, voir la page 43.

Lettres du service intérieur | Qualité de la distribution

De 2006 à 2010, pourcentage d'envois distribués dans les délais au destinataire*

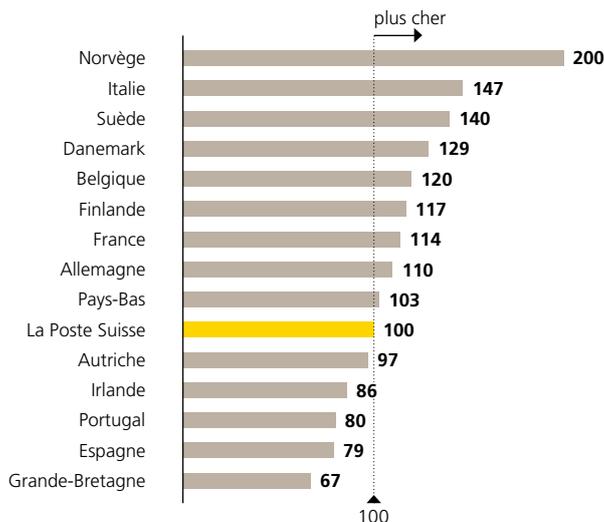


* Pour le courrier A, le délai convenu est le lendemain; pour le courrier B, au plus tard 3 jours ouvrables après le dépôt. Le département fédéral compétent pour la Poste (DETEC) fixe une valeur cible de 97%.

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 (IPL). 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. La Poste Suisse s'est classée sixième parmi les 15 principaux pays européens comparés. A titre d'exemple, le prix de lettres comparables est supérieur de 10% en Allemagne et de 40% en Suède. L'indice IPL montre que les prix du courrier en Suisse sont plutôt faibles par rapport à ceux de l'étranger.

Indice du prix des lettres (IPL)*
2010, indice Suisse = 100

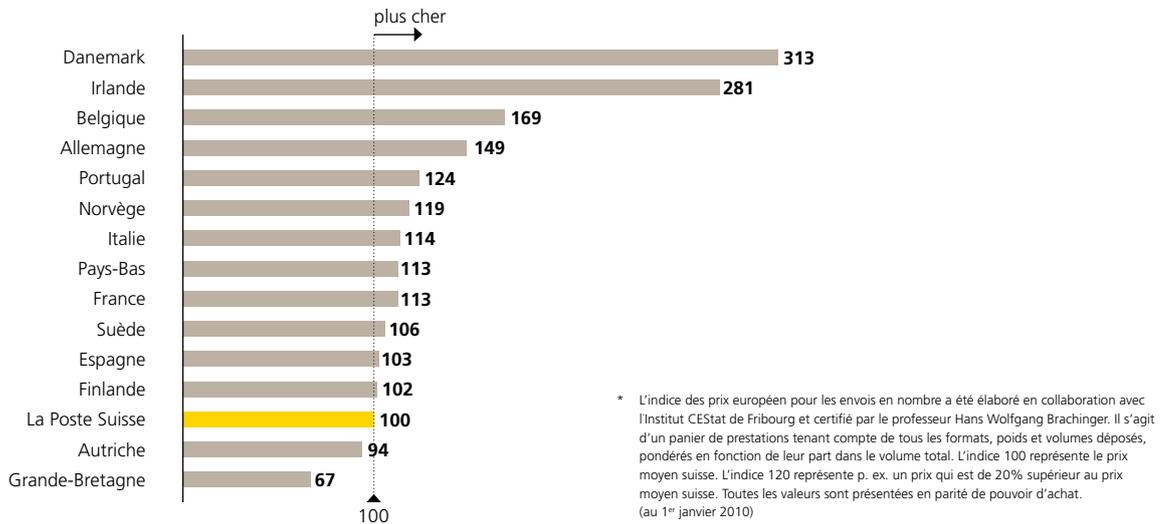


* L'IPL est un panier de prestations tenant compte de toutes les catégories de lettres proposées par la Poste, qui sont pondérées en fonction de leur fréquence d'utilisation par les clients suisses. Pour la comparaison, on s'est fondé dans chaque pays sur les prix adaptés en fonction des taux de change de l'actuelle ou de l'ancienne régie d'État (au 1^{er} novembre 2010).

En Suisse, les prix pour l'acheminement des envois en nombre du courrier B sont largement inférieurs à la moyenne européenne. L'indice des prix des envois en nombre relevé par La Poste Suisse en 2009 l'atteste. En termes de prix les plus avantageux, La Poste Suisse se classe troisième parmi les 15 principaux pays européens.

L'indice des prix montre qu'en Suisse, les clients commerciaux ont des frais de port nettement moins élevés que nombre de leurs concurrents européens. Ainsi, les clients acheminant des envois en nombre du courrier B (plus de 500 lettres) paient 49% de plus en Allemagne qu'avec La Poste Suisse, 13% en France et même 213% au Danemark. Seules l'Autriche et la Grande-Bretagne acheminent les envois en nombre à un niveau de prix plus bas que La Poste Suisse.

Indice des prix pour les envois en nombre*
 2010, indice Suisse = 100

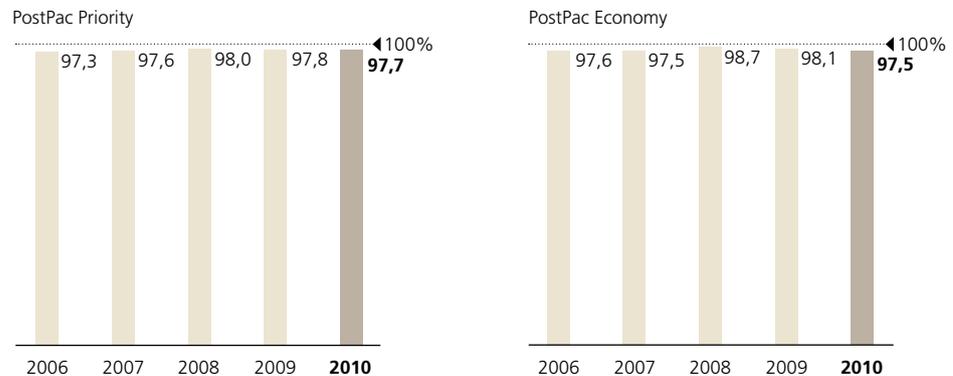


Colis
 Prestation

En 2010, la Poste a traité plus de 100 millions de colis. Par rapport à 2009, les valeurs élevées concernant la qualité ont pu être maintenues en 2010: 97,7% des colis PostPac Priority déposés dans les délais ont été distribués le jour suivant (2009: 97,8%). 97,5% des colis PostPac Economy (2009: 98,1%) ont été distribués dans les délais. Ces bons résultats montrent que les moyens technologiques utilisés dans les centres colis de la Poste comptent parmi les plus fiables et les plus modernes. Les légers écarts constatés en termes de respect des délais s'expliquent par des conditions météorologiques imprévisibles et par l'évolution positive des volumes. Une méthode de sondage par échantillonnage scientifiquement reconnue est utilisée pour la mesure des délais d'acheminement des colis. Cette dernière est surveillée par un service indépendant. Concernant l'évolution des volumes, voir la page 43.

Colis du service intérieur | Qualité de la distribution

De 2006 à 2010, pourcentage d'envois distribués dans les délais au destinataire*

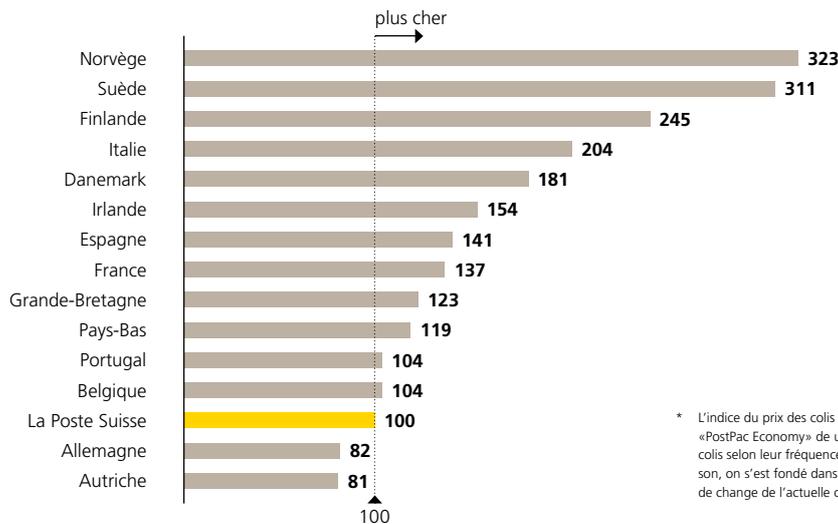


* Pour le PostPac Priority, le délai convenu est le jour ouvrable suivant; pour le PostPac Economy, deux jours ouvrables après.

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 (IPC). 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. Il ressort de la comparaison européenne la plus récente que la Suisse occupe la troisième place pour ce qui est du niveau de prix le plus bas. Selon l'indice (niveaux de qualité regroupés), seules l'Autriche et l'Allemagne acheminent les colis à un niveau de prix plus bas que La Poste Suisse. Les prix sont supérieurs de 4% au Portugal, de 81% au Danemark et de 223% en Norvège.

Indice du prix des colis (IPC) *
2010, indice Suisse = 100



* L'indice du prix des colis repose sur des colis des catégories «PostPac Priority» et «PostPac Economy» de un à vingt kilos. Il pondère les différentes catégories de colis selon leur fréquence d'utilisation par les clients suisses. Pour la comparaison, on s'est fondé dans chaque pays sur les prix adaptés en fonction des taux de change de l'actuelle ou de l'ancienne régie d'Etat (au 1^{er} novembre 2010).

Nouveaux produits et prestations

Le comportement de nos clients change. De nouvelles habitudes et de nouveaux besoins sont apparus notamment avec la numérisation croissante de l'économie et de la société. Nous adaptons notre offre à cette nouvelle donne et proposons à nos clients des produits et prestations nouveaux et innovants.

Marché de la communication
Lettres

■ Envoi électronique d'actes judiciaires

Après avoir simplifié le processus d'envoi d'actes judiciaires, la Poste propose désormais aux tribunaux l'envoi électronique de ces actes. A l'issue d'une année de transition, l'acte judiciaire de couleur jaune, utilisé depuis 1964, disparaîtra définitivement à la fin 2011.

■ Le fichier d'adresses le plus complet et le plus actuel

Le personnel de distribution a relevé en Suisse près de quatre millions de boîtes aux lettres particulières, il a mis à jour plus de huit millions d'adresses, qu'il gère en permanence dans un système centralisé. La Poste dispose ainsi du fichier d'adresses le plus complet et le plus actuel de Suisse. A l'avenir, les clients pourront tirer profit d'une qualité des adresses améliorée et d'un nombre moindre d'envois retournés.

■ Des timbres-poste au kiosque

Depuis décembre, Naville, principal exploitant de kiosques en Suisse romande, propose des timbres-poste dans son assortiment. Les clients peuvent acheter des timbres-poste aux kiosques Valora depuis 2002 déjà. La Poste cherche des canaux de vente alternatifs étant donné que, depuis quatre ans, la garantie de livraison pour les pièces de rechange a été supprimée pour les distributeurs de timbres-poste. De même, les consommables ne sont plus fabriqués.

■ Des boîtes aux lettres sécurisées et au bon endroit

Entre 2007 et 2010, la Poste a remplacé partout en Suisse plus de 15 000 boîtes aux lettres par un modèle uniforme, moderne et sécurisé disponible en deux dimensions. Dans le même temps, les emplacements ont été passés au crible: les nouvelles boîtes aux lettres ont été installées en des endroits très fréquentés et bien éclairés, par exemple près de centres commerciaux, de stations-service et d'arrêts de transports publics. La Suisse continue ainsi de disposer de l'un des réseaux de boîtes aux lettres les plus denses d'Europe.

Presse

■ Un journal quotidien personnalisé

Dans le cadre d'un projet pilote, 1200 lecteurs ont reçu chaque matin en 2009, durant six mois, un quotidien personnalisé envoyé gratuitement par courriel ou déposé dans leur boîte aux lettres. La Poste a ainsi testé la faisabilité technique d'une telle formule. Analysés en 2010, les résultats ont démontré que cette dernière était techniquement réalisable mais aussi que le projet représentait un véritable défi en termes de rentabilité et de logistique. La Poste continue d'étudier si le projet est adapté au marché, cette fois sous le nom «MyNewspaper», et prévoit de lancer à compter de la mi-2011 un projet pilote d'une durée d'un an.

Marketing direct

■ Création en ligne de publipostages par carte postale et chocolat

Avec DirectFactory, les clients peuvent créer et envoyer en ligne, rapidement et simplement, des publipostages par carte postale. L'application Internet a encore été développée en 2010 et enrichie de fonctions supplémentaires. La rédaction et les lecteurs de la revue en ligne «anthrazit» ont élu DirectFactory parmi les 100 boutiques en ligne les plus utiles de Suisse. Désormais, l'outil DirectFactory permet de concevoir l'emballage d'une tablette de chocolat premium (texte et photo). La Poste se charge ensuite d'imprimer, d'emballer et d'envoyer ces publipostages chocolat. Cette innovation suisse dans la publicité directe peut être commandée auprès de la Poste dès un tirage de 24 exemplaires.

■ Aide en ligne pour le marketing direct

Désormais, le DirectCalendar est disponible en ligne. Cette aide gratuite à la planification d'opérations de marketing direct offre un aperçu complet des vacances et des jours fériés en Suisse ainsi que les dates d'événements importants en Europe. Les organisateurs peuvent insérer et publier en ligne leurs manifestations.

■ Cours en ligne «Boutiques en ligne»

DirectPoint, la plateforme Internet du marketing direct, propose, et c'est nouveau, un cours en ligne consacré aux boutiques en ligne. Conçu en cinq modules, ce cours gratuit dispense de nombreuses informations sur la conception et l'exploitation de solutions d'e-commerce.

■ DirectNews et la Newsletter électronique distinguées

DirectNews, le magazine destiné aux clients de la Poste, a convaincu les membres du jury de l'Astrid Award, un célèbre prix de design. Il a en effet reçu une distinction dans la catégorie des publications destinées à la clientèle (B2B). Sa conception, le choix créatif des couleurs et ses photos originales ont particulièrement plu. Tiré à 47 000 exemplaires, DirectNews, le magazine de ceux qui s'intéressent au marketing direct, paraît quatre fois par an en français et en allemand.

La Newsletter électronique gratuite de DirectPoint rencontre elle aussi un écho positif et s'est vu récompenser pour la 4^e fois dans la rubrique Best of Corporate Publishing, en décrochant l'argent en 2010. Elle est envoyée chaque mois à près de 20 000 lecteurs évoluant dans le domaine du marketing direct.

■ De la publicité au jour près

Désormais, les expéditeurs de messages publicitaires peuvent déterminer le jour précis de distribution de leurs envois publicitaires sans adresse (PromoPost). 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. Pour la planification et la livraison de leurs envois publicitaires sans adresse, les expéditeurs disposent en outre d'une application Internet améliorée (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.

Solutions documents et solutions dialogue

■ La plateforme des catalogues de vacances

Les professionnels du tourisme peuvent présenter gratuitement leurs catalogues en ligne sur www.holiday-infoshop.com. La Poste se charge de les mettre en ligne et d'assurer leur promotion sur la plateforme. Les réseaux sociaux et l'optimisation des moteurs de recherche attirent l'attention des vacanciers potentiels sur la plateforme.

■ Accès rapide et sécurisé à l'identité numérique

La Poste propose la Post SuisseID depuis mai 2010. Elle crée, pour les particuliers et pour les entreprises, un accès rapide et sécurisé à leur identité numérique et facilite les transactions commerciales entre les particuliers, les entreprises et les autorités. La Poste a posé le premier jalon de cette évolution dès 2009, en développant son SwissStick, qui combine l'identité numérique avec des applications pratiques telles que la signature électronique juridiquement valable et le recommandé électronique.

■ Surfaces vierges, impact publicitaire garanti

Les factures et les extraits de compte étant lus attentivement, ils constituent de bons supports publicitaires. La Poste Suisse propose désormais à ses clients d'utiliser à des fins publicitaires la surface vierge sur ce type d'envois en nombre adressés personnellement. Pour cela, elle a créé TransPromo. Celui qui ne veut pas utiliser cette surface pour faire sa propre publicité peut la vendre à des tiers en tant qu'«encart vierge».

■ Du PC à la boîte aux lettres

Swiss Post Solutions a lancé une nouvelle solution commerciale permettant aux clients commerciaux d'envoyer, depuis leur PC, des documents sous forme de lettre imprimée. La Poste procède à l'impression numérique en hexachromie des lettres envoyées via Internet. Le centre d'impression est à même de réagir avec souplesse aux volumes, qu'il s'agisse d'une lettre isolée ou d'un envoi en nombre.

■ Du courrier numérique en vacances

Swiss Post Box, la boîte aux lettres électronique de La Poste Suisse, est compatible avec les vacances. En effet, le temps de ses vacances, le client peut, sur demande, recevoir et traiter dans une case postale électronique son courrier préalablement numérisé.

Réseau postal

■ Payer avec une carte Maestro

Depuis le 1^{er} février 2010, les cartes Maestro des banques sont acceptées dans toutes les agences de la Poste pour les paiements sans espèces. Grâce à la large diffusion de ce type de carte – environ 4,8 millions en Suisse – des pans entiers de la population peuvent effectuer des règlements sans argent liquide dans les agences postales (la Poste chez un partenaire).

■ Garantie de loyer sans dépôt bancaire

Désormais, les offices de poste proposent, en collaboration avec la compagnie d'assurances SwissCaution, la prestation «Garantie de loyer sans dépôt bancaire». Souvent, les propriétaires d'appartement exigent à titre de garantie, avant la signature du contrat, le dépôt, auprès d'une banque, d'un montant correspondant à deux ou trois mois de loyer, dit dépôt pour le loyer. La garantie de loyer sans dépôt bancaire de SwissCaution offre au propriétaire la même sécurité et la même valeur qu'une garantie bancaire.

■ De nouvelles offres mobiles prépayées à la Poste

Depuis mai 2010, les clients peuvent acheter dans les offices de poste des produits prépayés de M-Budget Mobile. L'offre M-Budget Mobile s'adresse aux personnes attentives au prix de leurs communications et qui téléphonent occasionnellement. Depuis octobre 2010, des offres 20 Minutes Mobile en prépaiement et en abonnement sont disponibles en Suisse romande et en Suisse alémanique. Elles s'adressent aux jeunes qui souhaitent téléphoner à moindres frais et naviguer sur l'internet mobile.

■ Une iApp informant sur les offices de poste

En 2010, la Poste a lancé une iApp gratuite. Elle permet aux titulaires de smartphones en déplacement de s'informer des prix, des adresses et des heures d'ouverture des offices de poste. L'iApp tient compte du lieu où se trouve l'utilisateur et affiche sur une carte l'accès postal le plus proche et ses heures d'ouverture.

Marché de la logistique

■ Diffusion tous ménages d'envois pour des événements imprévus

Des publications locales à caractère officiel peuvent être déposées dans certains offices de poste. Le dépôt des envois doit être réglé en espèces. Les envois sont distribués le jour ouvrable suivant (lundi à vendredi). L'offre est appropriée par exemple pour communiquer des informations sur des événements actuels imprévus ou d'autres informations communales.

■ Des actions de rappel efficaces

A travers sa nouvelle offre «Canal des rappels», la Poste aide les entreprises des secteurs de l'alimentaire, du textile, de l'électronique, des cosmétiques, de l'ameublement et des jouets à gérer efficacement des actions de rappel. La prestation porte sur toute la logistique ayant trait aux rappels de produits défectueux achetés par des clients. Les produits rappelés sont pris en charge rapidement chez le consommateur et stockés dans un endroit précis. En l'espace de 48 heures, une action de rappel est prête à être lancée.

■ Deuxième distribution gratuite

Depuis le 1^{er} août 2010, la deuxième distribution des envois Swiss-Express est gratuite. Auparavant, ceux qui étaient absents lors du premier passage du facteur et souhaitaient une deuxième distribution devaient s'acquitter pour cela d'un montant de dix francs.

■ Des produits médicaux sur mesure

De nombreux fabricants de produits médicaux proposent à leurs clients une livraison de leurs commandes sur des palettes jusqu'à la rampe ou, déjà conditionnées, jusque dans l'armoire du service hospitalier concerné. Forte de son savoir-faire, PostLogistics fournit de telles prestations au niveau de qualité souhaité grâce à ses collaborateurs qualifiés.

■ Envois en retour internationaux

Avec la «solution pour les retours d'articles du commerce international à distance», les clients peuvent retourner gratuitement, depuis 18 pays européens, les petites marchandises (jusqu'à 2 kg) achetées auprès d'un vendeur à distance. Pour cela, ce dernier doit joindre à la commande une étiquette préaffranchie ou, sur demande, l'envoyer via Internet. La nouvelle solution est particulièrement appréciée des professionnels du commerce en ligne.

■ Payer avec l'iApp de PostFinance

PostFinance est le premier établissement financier de Suisse à proposer une iApp gratuite avec fonction de paiement. Elle est l'unique application pour smartphone en Suisse permettant de virer des montants relativement faibles d'un compte postal à un autre. Elle contient en outre une fonction de consultation du solde et des mouvements du compte et informe sur les Postomat et les filiales PostFinance les plus proches ainsi que sur les actualités boursières.

■ Paiement par mobile

Les clients de PostFinance peuvent effectuer des paiements par mobile aux distributeurs Selecta, dans de nombreuses boutiques en ligne ainsi que dans différents domaines skiabiles et cabanes du CAS. Le montant est directement débité du compte postal. Par ailleurs, PostFinance a étendu son offre de chargement de crédits prepaid aux Postomat. Il suffit de s'inscrire au service une unique fois et d'avoir un solde positif.

■ Retraits d'espèces gratuits en 4500 endroits

Depuis mai 2010, les clients titulaires de la PostFinance Card peuvent effectuer gratuitement des retraits d'espèces dans 71 filiales Manor. Au total, les retraits d'espèces sont gratuits en Suisse à 4500 points d'accès (filiales PostFinance, Postomat, offices de poste, filiales Migros et Spar, guichets des CFF). Environ 2,75 millions de PostFinance Cards en francs suisses sont actuellement en circulation. Avec ces cartes, près de 65,2 millions de francs ont été retirés en espèces en 2010 pour une valeur de quelque 20,5 milliards de francs.

■ PostFinance MasterCard Value

En complément aux cartes de crédit, PostFinance a lancé la MasterCard Value, une carte à prépaiement. A l'inverse de la carte de crédit traditionnelle, la carte est chargée par le client avant utilisation. Elle est également émise à l'intention des jeunes de douze ans et plus contre signature des parents.

Marché des services financiers grand public

Marché des transports publics

■ Visa Platinum Card

PostFinance a élargi son offre de cartes de crédit en lançant la Visa Platinum Card pour les clients fortunés. Celle-ci inclut une assurance de voyages, une assurance complémentaire pour les véhicules loués et un Concierge Service assuré dans le monde entier. Ce service aide par exemple les clients à chercher un hôtel ou à obtenir des billets pour une manifestation.

■ Consultation de l'état du compte par SMS

Des informations sur le compte sont disponibles en ligne et par SMS: les titulaires d'un compte postal peuvent demander à être informés, via le service d'information automatique, de l'état de leur compte, des crédits ainsi que des soldes négatifs et positifs.

■ Chargement de cartes prépayées au Postomat

A leur tour, les clients de yallo peuvent désormais recharger leur carte prépayée de téléphone portable au Postomat, au moyen de la PostFinance Card. Le rechargement est possible depuis plusieurs années déjà pour les opérateurs Swisscom, Orange et Sunrise.

■ Le meilleur service pour les PME

Pour le suivi des PME, PostFinance a ouvert en 2010 neuf nouveaux sites et créé 110 emplois dans le domaine du conseil aux clients commerciaux. Elle renforce ainsi le conseil personnalisé et le meilleur service sur place.

■ Traitement des paiements par Internet

PostFinance traite, et c'est nouveau, les paiements par Internet des achats de la gamme de cafés de Nestlé dans plusieurs pays. Elle consolide ainsi son rôle de leader dans l'e-payment.

■ Développement dans les régions périphériques

CarPostal a étendu son offre de prestations à des lignes en région périphérique et a prolongé ses heures de course au début et à la fin de la saison principale. Cette extension profite principalement au Haut-Valais, à l'Engadine et à l'Oberland bernois.

■ Calculateur de prix pour l'Alpine Ticket

Désormais, CarPostal propose un calculateur en ligne pour l'Alpine Ticket. Ce dernier est un supplément prélevé sur des titres de transport forfaitaires (abonnement général, cartes journalières p. ex.) sur des lignes touristiques. En effet, sur ces lignes, les pouvoirs publics n'octroient aucune indemnisation bien que tous les titres de transport des TP soient valables.

■ Distributeurs en libre-service

Depuis octobre, CarPostal teste l'utilisation de distributeurs de titres de transport en libre-service dans les bus articulés desservant les lignes entre St-Gall et le lac de Constance. Il s'agit à l'avenir de délester le personnel de conduite de la vente de tickets. Le respect des horaires s'en trouvera facilité. Chaque mois, plus de 20 000 titres de transport sont vendus directement dans le bus sur ce trajet.

■ Des vélos à louer

Depuis octobre 2010, CarPostal met en location des vélos à six vélostations à Sion, dans le cadre d'un essai pilote. Si elle est demandée et si elle s'avère rentable, l'offre sera étendue à d'autres villes suisses.

■ Correspondances et informations en temps réel

CarPostal réalise dans le canton de St-Gall un essai pilote pour les voyageurs et le personnel qui propose des informations sur les correspondances bus-bus et bus-train. Elle a par ailleurs lancé en Suisse orientale une application qu'elle a développée par ses soins et qui permet aux voyageurs, via leur téléphone portable, d'accéder à des informations en temps réel.

■ Billets dégriffés

En fin d'année, CarPostal a lancé pour la première fois sur certaines lignes des Grisons un nombre déterminé de billets dégriffés jusqu'à 40%.

■ Doubles écrans

Dans le Valais, CarPostal a équipé huit bus de doubles écrans. Outre des indications sur les horaires et les correspondances, des actualités nationales et internationales sont diffusées.

■ Application en temps réel en Suisse orientale

L'application gratuite EZI O-CH (Information temps réel pour la région Est) est une nouveauté de CarPostal. Elle existe pour les iPhones et les portables Android et, en application Java, pour les portables Windows. Elle informe notamment sur les heures de départ en temps réel ainsi que sur l'emplacement et la distance jusqu'au prochain arrêt.

■ S'adresser aux jeunes via les médias sociaux

Depuis 2010, CarPostal est présente sur les plateformes Facebook, Twitter, Flickr et Youtube. Elle joue ainsi un rôle de précurseur dans sa branche et s'adresse en particulier à un public jeune.

■ Innovation pour smartphones

CarPostal est la première entreprise de transports publics de Suisse à proposer la réalité augmentée. Cette application informatique consiste à superposer des informations virtuelles à des images réelles pour ainsi élargir la perception que nous en avons. Les clients peuvent s'informer, via leur téléphone portable, sur des excursions et des curiosités: sous la désignation «Idées loisirs», CarPostal fournit des informations sur plus de 280 curiosités et offres de loisirs partout en Suisse. A l'heure actuelle, ces informations sont disponibles uniquement en allemand.

■ Prestations demandées pour prestataires en mobilité

CarPostal exploite le système de vente back-end pour l'ensemble des communautés tarifaires A-Welle et OSTWIND. De plus, elle achète et installe pour le compte d'autres entreprises de transport des appareils de vente de titres de transport, qu'elle connecte à son système back-end. Ses prestations incluent en outre la formation des utilisateurs ainsi que l'exploitation du helpdesk pour les instructeurs.

■ Centres de compétences

CarPostal a ouvert à Berne le centre de compétences «Systèmes de vente». Il s'agit, après les centres de compétences «Comptage des passagers», «Contrôle des titres de transport et encaissement» et «Systèmes d'information des voyageurs», du quatrième centre de la sorte.

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

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

■ Légendes des graphiques et des tableaux

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

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

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

Les pourcentages dans les graphiques ont été normalisés comme suit:

100% à l'horizontale correspond à 75 mm.

100% à la verticale correspond à 40 mm.

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (E→) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2010links, 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 2010

12	Préface
16	Interview
19	Profil de l'entreprise
Evolution de l'activité	
41	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
80	Valeur ajoutée pour la clientèle
92	Valeur ajoutée pour le personnel
92	Emplois
92	Effectifs
92	Groupe
93	Segments
93	Démographie
94	Intégration de personnes handicapées
94	Modèles de temps de travail modernes
95	Engagement et volonté de performance
95	Développement du personnel
95	Culture de direction
95	Gestion de la diversité
96	Formation professionnelle, perfectionnement et promotion de la relève
97	Promotion de la compétitivité sur le marché du travail
97	Conseil et assistance en situation d'urgence
98	Gestion de la santé en entreprise
99	Partenariat social
99	Conditions de travail
99	Loi sur le personnel de la Confédération et Code des obligations
99	Conventions collectives de travail
100	Sociétés du groupe à l'étranger
100	Réorganisations socialement responsables
100	Réorganisations en 2010
100	Mesures de soutien et d'accompagnement
100	Nouveau plan social cadre
101	Mesures de sauvegarde de l'emploi pour 2011
101	Caisse de pensions
101	Distinction
104	Valeur ajoutée pour la Suisse
124	Gestion
140	Rapport financier
210	Informations détaillées
211	Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

Valeur ajoutée pour le personnel

Emplois Effectifs

Groupe

Objectifs et orientations stratégiques de la Poste

Afin de créer de la valeur ajoutée pour son **personnel**, la Poste mise sur un style de direction qui exige beaucoup des collaborateurs tout en les encourageant. Elle offre à son personnel des conditions de travail et des possibilités de développement attrayantes, elle soigne le partenariat social et met en œuvre les changements au sein de l'entreprise en assumant ses responsabilités. En matière d'engagement de son personnel, elle vise une valeur d'au moins 80 points sur une échelle de 100.

Conformément au principe de développement durable de l'entreprise, la Poste ne peut créer cette valeur ajoutée pour le personnel que si elle en génère également pour le **propriétaire en tant que bailleur de fonds**, pour la **clientèle** et pour la **Suisse**. C'est ainsi que la Poste veut enregistrer chaque année un bénéfice compris entre 700 et 800 millions de francs, renforcer ses fonds propres et autofinancer ses investissements. Pour ses activités en Suisse, elle vise une position de leader sur ses différents marchés (voir le chapitre «Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds», page 42). La satisfaction de la clientèle doit enregistrer au moins 75 points sur une échelle de 100 («Valeur ajoutée pour la clientèle», page 80). La Poste réaffirme en outre sa volonté de fournir une desserte de base de qualité et de réduire ses émissions annuelles de CO₂ de 15 000 tonnes d'ici à la fin 2013 («Valeur ajoutée pour la Suisse», page 104).

La Poste réalise ces objectifs en poursuivant les cinq orientations stratégiques suivantes: des prestations d'excellente qualité destinées aux particuliers et aux entreprises, des prix conformes à ceux du marché, une croissance rentable et durable, une maîtrise des coûts socialement responsable et l'exploitation optimale des conditions-cadres en vigueur.

En 2010, le nombre de collaborateurs du groupe Suisse a augmenté de 393, celui des employés à l'étranger progressant de 59 unités. Les effectifs moyens du groupe ont augmenté de 326 équivalents plein temps (2009: 625 équivalents plein temps).

Groupe | Effectifs

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Effectifs	personnes	61 428	60 977
à l'étranger	%	12,6	12,6
Effectifs	unités de personnel ¹	45 129	44 803
à l'étranger	%	16,1	15,6
Groupe (Suisse)	unités de personnel ¹	30 246	30 863
Taux de départ Groupe (Suisse)	% ²	8,8	8,4
Taux de fluctuation (départs volontaires) Groupe (Suisse)	% ²	3,5	3,1
Licenciement pour raisons économiques Groupe (Suisse)	quantité	116	99

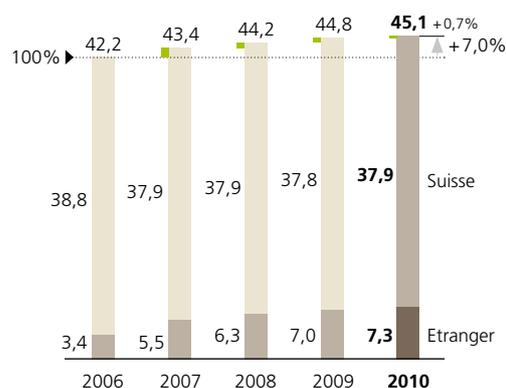
¹ Effectifs moyens convertis en équivalents plein temps.

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).

Groupe | Nombre d'équivalents plein temps

2006 = 100%, avec écart par rapport à l'année précédente, en milliers d'équivalents plein temps



Segments

PostFinance a créé dans toute la Suisse 223 équivalents plein temps dans le domaine du marketing et de la vente. Elle prévoit, dans les années à venir, de développer encore plus la vente pour les particuliers et les PME ainsi que le service à la clientèle. Grâce aux appels d'offres qu'elle a remportés et au développement de ses prestations, CarPostal a créé 68 équivalents plein temps. Swiss Post Solutions, qui a développé le domaine de l'e-business, enregistre une progression de ses effectifs de 57 équivalents plein temps. La reprise de l'activité de distribution matinale de journaux de Tamedia et du groupe NZZ dans la région de Lucerne ainsi que dans les cantons de Zurich et de St-Gall s'est accompagnée, à l'automne 2009, de la reprise de près de 8000 agents de distribution avec un faible taux d'occupation (< 10%). (Remarque: les effets de cette reprise se sont fait sentir à environ deux tiers sur l'année 2010 étant donné que le rapport utilise des valeurs annuelles moyennes). Cela correspond à une augmentation de 1200 équivalents plein temps.

Du fait d'importants reculs des volumes et de marges en baisse dans les activités coursier et exprès, les centres coursier ont été intégrés dans les bases de distribution. Une centaine d'emplois ont été supprimés dans les huit sites concernés.

Groupe | Effectifs par segments 2010 par rapport à l'année précédente Unités de personnel¹

	2010	2009
PostMail	17 092	16 996
PostLogistics	5 319	5 489
Swiss Post International	1 251	1 272
Swiss Post Solutions	6 992	6 878
Réseau postal et vente	6 928	6 973
PostFinance	3 265	3 042
CarPostal (sans les entrepreneurs CarPostal) ²	2 012	1 736
Autres	2 270	2 417

¹ Effectifs moyens convertis en équivalents plein temps.

² Concernant les entrepreneurs CarPostal, CarPostal emploie quelque 1400 personnes.

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

S'agissant de la prise en compte des intérêts des régions en termes d'emplois, voir la page 106.

Démographie

Depuis la fin des années soixante, le taux de natalité ne cesse de baisser et l'espérance de vie de s'allonger. Le vieillissement de la population pose des défis à la Poste: l'âge moyen du personnel s'est accru entre 1999 et 2010, passant de 39,2 à 44,2 ans (groupe Suisse). La part des classes d'âge de 30 à 40 ans a baissé tandis que celle des collaborateurs âgés de plus de 60 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 mise sur les jeunes collaborateurs: en 2010, quelque 750 apprentis y ont commencé une formation et, pour 2011, 750 nouvelles places d'apprentissage étaient à pourvoir. En 2010, la Poste a formé 1824 jeunes. Le taux de formation est de 4,8%. La majorité d'entre eux sont engagés par la Poste à l'issue de leur formation. Pour des informations détaillées, voir Formation professionnelle, perfectionnement et promotion de la relève, page 96.

Groupe (Suisse) | Démographie 2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Personnel âgé de 50 à 59 ans	%	26,5	26,7
Personnel de 60 ans et plus	%	6,6	4,9
Age moyen du personnel	année	44,2	43,4

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

Intégration de personnes handicapées

Témoignant sa considération à l'égard de ses collaborateurs expérimentés, la Poste veille à ce qu'ils conservent le plus longtemps possible leurs capacités physiques et intellectuelles ainsi que leur motivation. Pour cela, elle met 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, qui oscille entre 58 et 67 ans. Cela permet de répartir sur plusieurs années une vague prévisible de départs à la retraite. Des modèles de retraite partielle sont également possibles.

Actuellement, la Poste emploie en Suisse quelque 650 personnes handicapées. Cela représente 1,2% de l'effectif du groupe Suisse. Depuis des années, la Poste veille à employer des personnes à capacité de travail réduite.

En 2010, la Poste a lancé, en collaboration avec l'institution VEBO et son pendant en Suisse romande, POLYVAL, un projet pilote portant sur l'insertion professionnelle de personnes handicapées. Ces deux organisations partenaires sont spécialisées dans le conseil aux personnes handicapées et leur formation en vue d'une insertion sur le marché du travail.

Modèles de temps de travail modernes

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, de leurs loisirs et de leur engagement extra-professionnel. C'est pourquoi l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle figure parmi les objectifs centraux de la politique du personnel de la Poste (page 135). Celle-ci propose des modèles de temps de travail modernes – horaires de travail mobiles, temps partiel, annualisation du temps de travail, jobsharing ou télétravail.

Il est une évidence pour la Poste: les hommes et les femmes qui peuvent adapter leur temps de travail à d'importants besoins personnels sont plus performants. En 2010, 48% de l'ensemble des collaborateurs en Suisse travaillaient à temps partiel, autrement dit avec un taux d'occupation inférieur à 90%, dont un nombre croissant d'hommes (24,5%). La proportion de cadres à temps partiel est de 11%. 21,5% des quelque 5300 supérieurs hiérarchiques de la Poste sont des femmes.

Groupe (Suisse) | Temps partiel¹
2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Temps partiel total	%	48,0	43,8
Hommes	%	24,5	17,3
Femmes	%	73,5	72,0
Temps partiel des cadres	%	11,1	10,5
Hommes	%	6,6	6,1
Femmes	%	39,0	38,5

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

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

Dans les villes de Genève, Lausanne, Berne, Bâle, Lucerne/Kriens et Zurich, la Poste propose 74 places de crèche réservées aux enfants de ses collaborateurs (à plein temps), ce qui correspond à l'accueil de près de 150 enfants. L'offre actuelle de places de crèche réservées couvre en grande partie les besoins signalés en la matière. De plus, en 2010, la Poste a participé aux frais d'accueil extrafamilial des enfants à hauteur de quelque 650 000 francs.

Engagement et volonté de performance

Les résultats du sondage du personnel réalisé en 2010 se maintiennent à un niveau élevé. L'indice «engagement» obtient le même résultat que l'année précédente: 83 points sur une échelle de 100. Les rubriques «situation professionnelle» (75 points), «orientation clients» (78 points) et «satisfaction du personnel» (74 points) continuent d'enregistrer des notes élevées, «stratégie» (64 points) et «conditions de travail» (65 points) étant, comme en 2009, moins bien appréciées. Toutes les unités du groupe ont obtenu des résultats se maintenant eux aussi à un niveau élevé. Réalisée auprès de quelque 50 000 collaborateurs dans 16 pays et dans 8 langues, l'enquête a enregistré un taux de participation record (75%). Ce taux de participation élevé vient conforter les résultats et prouve que le sondage du personnel est très bien accepté.

Développement du personnel Culture de direction

La Poste encourage le sens des responsabilités et mise sur l'ouverture de chacun au changement. La gestion et la collaboration reposent sur le respect, l'équité et le partenariat ainsi que sur une communication franche et transparente. La Poste ne tolère ni discrimination ni harcèlement.

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, de nationalité et de style de vie ainsi que d'intégrer les personnes handicapées. La Poste est convaincue que la diversité de son effectif reflète la diversité de notre clientèle et que ce facteur lui permet de créer une véritable valeur ajoutée pour l'entreprise et pour les clients. C'est pourquoi elle veille, lors du recrutement de nouveaux collaborateurs, à ce que cette diversité soit respectée au sein d'une équipe, augmentant ainsi notre potentiel d'innovation et la compréhension à l'égard des différents domaines d'activité.

Groupe (Suisse) | Gestion de la diversité 2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Sexe			
Hommes	proportion de personnes en %	52,1	51,5
Femmes	proportion de personnes en %	47,9	48,5
Proportion de femmes à la direction			
Proportion de femmes au Conseil d'administration	%	22,2	25,0
Proportion de femmes à la Direction du groupe	%	0,0	0,0
Proportion de femmes parmi les cadres supérieurs ¹	%	8,2	8,7
Diversité linguistique (langue maternelle)			
Allemand	proportion de personnes en %	72,0	67,6
Français	proportion de personnes en %	17,7	20,2
Italien	proportion de personnes en %	6,0	7,0
Romanche	proportion de personnes en %	0,5	0,6
Autres	proportion de personnes en %	3,8	4,6
Nationalités			
Suisse	proportion de personnes en %	87,0	88,1
Autres	proportion de personnes en %	13,0	11,9
Nations représentées	quantité	133	117

¹ Y compris Direction du groupe.

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

Formation professionnelle, perfectionnement et promotion de la relève

Souhaitant renforcer ses performances et continuer d'innover, la Poste s'assure, à travers la formation professionnelle (E+ 10), le perfectionnement et la promotion de la relève, que ses collaborateurs enrichissent en permanence leurs connaissances et leurs compétences.

En 2010, la Poste a permis à quelque 750 jeunes, par son offre variée de places d'apprentissage, de débiter dans le monde du travail. Sur l'ensemble de la Suisse, 1824 apprentis (1690 en 2009) ont suivi en 2010 douze formations de base différentes dans les secteurs de la logistique, de la vente/communication, de l'informatique et de la maintenance. Toutes les formations sont reconnues par l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie (OFFT). La part des apprentis dans les effectifs s'est élevée à 4,8% (2009: 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 différentes branches et sont en relation avec les clients, avec les membres d'équipes et avec les supérieurs hiérarchiques. En 2010, 518 apprentis ont réussi les examens finaux, soit un taux de réussite supérieur à 97%. Environ 90% de ces nouveaux diplômés se sont vu proposer un emploi à la Poste. Pour 2011, la Poste a de nouveau ouvert ses portes à 750 apprentis.

A l'été 2010, elle a ouvert quatre nouveaux offices de poste d'apprentis: à Bienne Mâche, Lucerne Hirschengraben, Lugano Cassarate et Chêne-Bourg (GE), les clients sont servis exclusivement par des apprentis. Bienne Mâche est le premier office de poste d'apprentis bilingue et Lugano Cassarate, le premier du genre au Tessin. A l'issue d'une période d'adaptation d'un mois, entre huit et douze futurs employés du commerce de détail en 2^e ou en 3^e année d'apprentissage sont responsables de la gestion d'un office de poste. Sur place, deux ou trois collaborateurs expérimentés les soutiennent et les conseillent. Désormais, la Poste exploite huit offices de poste d'apprentis.

En 2010, la Bourse de l'emploi de la Poste a élaboré, à l'intention des apprentis en dernière année de formation, le séminaire «Perspectives à l'issue de l'apprentissage». Les apprentis sont ainsi préparés suffisamment tôt à leur entrée dans le monde du travail et sensibilisés à des séjours à l'étranger ainsi qu'à des stages et à des perfectionnements.

Groupe (Suisse) | Formation professionnelle 2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Apprentis Groupe Suisse	personnes	1 824	1 690
nouveaux engagements	personnes	748	720
Taux de formation	en %	4,8	4,5
Taux d'apprentis engagés	%	90	82

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. Sur les dix jeunes inscrits initialement, huit ont achevé le préapprentissage et trouvé ensuite une solution. La promotion suivante – sept personnes – a commencé à l'été 2010. 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.

Dans le cadre de son programme Trainee, la Poste propose aux jeunes diplômés des hautes écoles de faire leurs premiers pas professionnels en son sein et d'acquérir de l'expérience dans les branches de la logistique, des services financiers, du transport de voyageurs ou du commerce. Durant 18 mois, ceux-ci se consacrent à deux domaines de leur choix et collaborent à la conception et à la réalisation de projets majeurs. Ils se familiarisent ainsi avec l'organisation de l'entreprise, peuvent se perfectionner individuellement et mettre sur pied un réseau. Désormais, ils peuvent également accomplir des missions au sein des sociétés du groupe à l'étranger. Les étudiants ont eux aussi l'opportunité de se familiariser avec la Poste à travers un stage ou un doctorat. En 2010, près de 80 personnes ont participé au programme Trainee ou effectué un stage à la Poste.

La Poste examine chaque année son offre de perfectionnement proposée dans l'ensemble du groupe et la complète le cas échéant. L'objectif premier de cette vaste offre est de promouvoir les compétences dirigeantes, sociales, personnelles et méthodologiques. Pour cela, la Poste développe des modules didactiques électroniques sur mesure, qu'elle combine à des cours en salle. Lorsque cela s'avère possible et pertinent, elle recourt également à des éléments des médias sociaux tels que chats, blogs, wikis, podcasts, etc. Pour le perfectionnement de ses collaborateurs, la Poste emploie plus d'une centaine de spécialistes des ressources humaines ainsi que des coachs et des formateurs internes et externes. En 2010, plus de 3100 collaborateurs ont assisté à quelque 230 séminaires et ateliers d'un ou de plusieurs jours. Parallèlement à l'offre standard, les unités du groupe proposent un vaste choix de cours et de séminaires spécialisés. En fonction des besoins de chacun et de ceux de l'entreprise en personnel qualifié, la Poste participe financièrement au perfectionnement interne ou externe de ses collaborateurs et aménage leur temps de travail en conséquence.

L'unité Réseau postal et vente entend encourager les compétences linguistiques et personnelles de ses collaborateurs. C'est pourquoi tous les employés du commerce de détail sont tenus, à l'issue de leur apprentissage, de travailler durant un an dans un office de poste d'une autre région linguistique de Suisse. Durant ce séjour linguistique, ils doivent par ailleurs suivre des cours de langue. L'objectif visé est l'obtention du certificat de langue TELC, reconnu au niveau européen. En 2010, quelque 80 personnes ont effectué un séjour linguistique; 110 séjours sont d'ores et déjà prévus pour 2011.

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. Ce cours tient compte des compétences qu'ils ont acquises dans la pratique et les prépare au diplôme par un perfectionnement ciblé. Depuis 2007, un peu plus de 800 collaborateurs ont obtenu un diplôme de gestionnaire en logistique. En octobre 2009, 340 autres personnes ont saisi l'occasion de se requalifier. Elles obtiendront leur diplôme à l'été 2011. A l'issue de ce projet baptisé ValiPoste, près de 1400 personnes auront ainsi obtenu un certificat reconnu par la Confédération. Ce programme original a été reconnu par l'OFFT comme «autre procédé de qualification».

Le Service social de la Poste est un service spécialisé neutre qui soutient et conseille les collaborateurs en situation de crise confrontés à des problèmes psychosociaux. Pour les problèmes liés au travail, le Service social collabore étroitement avec les conseillers RH ainsi qu'avec les supérieurs hiérarchiques et coordonne les mesures. Ceux qui consultent peuvent compter sur la gratuité du service et sur le respect de la confidentialité. A travers son Service social, la Poste contribue à la santé de ses collaborateurs ou à leur rétablissement et les aide à conserver voire à améliorer leur motivation et leurs performances. Les processus sont axés sur les ressources et les solutions et mis en adéquation avec ceux du conseil RH. Le Service social est présent dans les centres courrier d'Eclépens, de Härkingen et de Zurich-Mülligen. En 2010, il s'est penché plus particulièrement sur la dépendance à Internet en initiant de premières mesures de sensibilisation. Toujours en 2010, les 25 assistants sociaux de la Poste ont dispensé des conseils à quelque 2900 collaborateurs et ont organisé 112 séminaires réunissant plus de 2500 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 en proie à des difficultés financières ou aux ressources modestes. En 2010, ce fonds a soutenu 405 collaborateurs en leur accordant au total 657 000 francs d'aides non remboursables et 574 000 francs de prêts à un taux d'intérêt préférentiel. Par les aides non remboursables, la Poste participe notamment aux frais de maladie et d'accident non couverts ainsi qu'aux frais de formation des enfants. Elle encourage en outre les vacances en famille en louant plus de 70 logements de vacances à des prix avantageux. Depuis 2010, les informations sur ces logements de vacances (version imprimée et sur Internet) sont également disponibles en anglais. La Poste veille ainsi à ce que les collaborateurs des sociétés du groupe à l'étranger puissent eux aussi bénéficier de cette offre. Les dépenses du Fonds du personnel sont financées par les intérêts de sa fortune, qui s'élevait fin 2010 à près de 58 millions de francs.

Promotion de la compétitivité sur le marché du travail

Conseil et assistance en situation d'urgence

Gestion de la santé en entreprise

Par rapport à 2009, le pourcentage d'accidents professionnels a augmenté en 2010 de 15,4% pour s'établir à 7,5 accidents pour 100 équivalents plein temps. Cette évolution négative s'explique principalement par des conditions météorologiques particulièrement dures les dernières semaines de 2010. Par rapport à 2009, le nombre d'accidents non professionnels a lui aussi augmenté (+ 6,4%) pour passer à 16,2 accidents pour 100 équivalents plein temps.

Groupe (Suisse) | Gestion de la santé

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Accidents professionnels	quantité pour 100 unités de personnel	7,5	6,5
Accidents non professionnels	quantité pour 100 unités de personnel	16,2	15,3
Absences pour raisons médicales ¹	jours par collaborateur	10,5	10,4
	jours par année	365 273	361 782
Coûts salariaux des absences	mio. CHF	121,3	117,6

¹ Selon la CCT, les rapports de travail sont maintenus pendant deux ans; selon le CO, ils sont révisés 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).

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. La Poste applique ce principe depuis des années. Dans cette tâche importante, les supérieurs hiérarchiques sont soutenus par des collaborateurs qualifiés.

La section suisse de l'Association européenne pour la promotion de la santé a décerné le prix «Santé et entreprise» au programme de physiothérapie de PostLogistics. Cette dernière a engagé 15 physiothérapeutes qui interviennent sur les sites de production et conseillent les collaborateurs pour qu'ils soulèvent correctement des charges. Ils corrigent en outre les mauvaises postures et examinent les postes et les processus de travail avant de proposer des améliorations.

Attachant de l'importance à la santé de son personnel, la Poste soutient les améliorations de processus et les mesures de prévention, comme l'illustrent les exemples que voici.

Désormais, les facteurs colis sont toujours deux pour le chargement de leurs véhicules de distribution, chacun effectuant ensuite seul sa tournée. Auparavant, chaque facteur chargeait seul son véhicule: il devait monter sur la surface de charge avec chaque colis puis descendre. Cette tâche sollicitait fortement l'appareil locomoteur et requérait beaucoup de temps. Aujourd'hui, un collaborateur se tient dans le véhicule tandis que le deuxième trie grossièrement les colis avant de les passer à son collègue.

A l'automne 2010, PostMail a vendu aux agents de distribution, à un prix préférentiel, plus de 14 000 paires de chaussures de travail résistantes à des conditions météorologiques hivernales. Par cette action, PostMail aide le personnel de distribution à mieux affronter l'hiver et à éviter les chutes.

Dans le cadre de l'action «Move for Health» de l'Organisation mondiale de la santé (OMS), la Poste a elle aussi incité son personnel à bouger davantage: répondant à son appel le 10 mai 2010, 860 collaborateurs ont compté les kilomètres qu'ils avaient parcourus à pied ou à vélo. Communiqué par SMS, le résultat était de 12 197 kilomètres. Pour chaque kilomètre parcouru, la Poste a fait don de 20 centimes à la Fondation suisse en faveur de l'enfant infirme moteur cérébral. De plus, chaque SMS envoyé participait automatiquement à un concours.

En 2010 aussi, la Poste a apporté son soutien à l'action «bike to work» («à vélo au boulot») lancée par PRO VELO Suisse. Au mois de juin, 1703 collaborateurs répartis dans 446 équipes se sont rendus au travail à vélo pendant au moins la moitié de leurs journées de travail.

Partenariat social

Conditions de travail

Loi sur le personnel de la Confédération et Code des obligations

La Poste emploie quelque 54 000 collaborateurs en Suisse, ce qui fait d'elle l'un des principaux employeurs du pays. Actuellement, les conditions d'engagement reposent sur deux bases légales distinctes: la loi sur le personnel de la Confédération (LPers) (E→ 4) et le Code des obligations (CO).

Fondée sur la LPers (E→ 4), la CCT Poste (E→ 6) est en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2002. Quelque 95% des collaborateurs de l'entreprise (près de 36 000 collaborateurs) y sont soumis. Les conditions de travail des autres collaborateurs de la Poste sont régies par des accords basés sur le CO (CCT pour les unités externalisées (E→ 9), CCT PostLogistics (E→ 8) CCT Auxiliaires (E→ 7) et CCT Presto ainsi que sur le droit du travail de pays étrangers (voir page 100).

Les cadres sont eux aussi soumis au CO. Leur salaire se décompose en un salaire de base, fixe, et en une part variable.

Conventions collectives de travail

■ Convention collective de travail (CCT) Poste

La CCT Poste garantit des allocations sociales supérieures à la moyenne, des primes pour performances exceptionnelles ainsi que d'autres avantages tels que des bons annuels d'une valeur de 400 francs, un abonnement demi-tarif gratuit ou un abonnement annuel à prix réduit chez Mobility® CarSharing. Le montant du salaire dépend de la fonction, de l'expérience et des performances de chacun. En 2010, 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 a pris à sa charge la quote-part de l'employé de 1% destinée à l'assainissement de la caisse de pensions. Outre les mesures salariales négociées, près de 40% des collaborateurs ont bénéficié d'une hausse de salaire d'au moins 1% pour progression liée à l'expérience.

Depuis 2002, la Poste a négocié avec les syndicats, en plus de la CCT Poste, quatre autres conventions collectives de travail. Il s'agit de la CCT Auxiliaires, de la CCT pour les unités externalisées, de la CCT PostLogistics et de la CCT Presto.

■ Convention collective de travail Auxiliaires

La CCT Auxiliaires régit les conditions de travail de près de 2100 collaborateurs au sein du groupe Poste. Elle contient notamment un système salarial distinct et une procédure de résiliation basée sur le Code des obligations. Pour le reste, les principales dispositions de la CCT Poste s'appliquent intégralement ou par analogie. En 2010, les collaborateurs assujettis à la CCT Auxiliaires (groupe Poste) ont bénéficié d'une hausse de salaire générale de 0,7%.

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

Les conditions d'engagement des collaborateurs d'unités externalisées reposent sur la CCT SGr. Celle-ci régit les relations entre partenaires sociaux ainsi que les principales conditions de travail. La convention d'affiliation traite des conditions d'engagement propres à chacune des sociétés (p. ex. CarPostal, SecurePost SA). 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.

■ Convention collective de travail PostLogistics

Les dispositions de la CCT PL SA valent pour tous les collaborateurs employés par PostLogistics SA (qui comprend notamment les anciennes ExpressPost SA, Setz Gütertransport SA, BTL, Logistik SA). En sont exclus les membres de la direction, les collaborateurs des échelons de cadre 1 à 5 conformément au règlement des cadres, les collaborateurs au taux d'occupation inférieur à 30% ou engagés pour une durée limitée à trois mois maximum.

■ Convention collective de travail Presto

Depuis le 1^{er} mars 2010, la CCT Presto régit le droit du travail des collaborateurs de Presto Presse-Vertriebs AG. Spécialisée dans la distribution matinale de journaux, cette société du groupe sise à Berne emploie quelque 10 000 collaborateurs avec un faible taux d'occupation.

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

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Engagements selon CCT Poste	en % des unités de personnel	65,4	66,5
Salaires minimal selon CCT Poste ¹	CHF par année	44 379	44 071
Salaires moyen du personnel ²	CHF par année	81 082	80 361
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe ³	CHF par année	495 590	491 200
Ecart salarial	Facteur ⁴	6,1	6,1

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 Sans le directeur général.

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

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

Sociétés du groupe à l'étranger

Trois unités du groupe – 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 sociale-ment responsables

Réorganisations en 2010

Pour être plus compétitive, la Poste doit travailler de façon rentable, s'adapter aux nouvelles conditions du marché et procéder à des réorganisations lorsque celles-ci s'imposent. Au 1^{er} novembre 2009, la responsabilité organisationnelle quant aux centres et filiales coursier a été confiée aux bases de distribution. L'intégration dans les bases de distribution a été effective en 2010. Ce regroupement était nécessaire en raison de reculs sensibles des volumes et de marges en baisse dans l'activité coursier et exprès. Une centaine d'emplois ont été supprimés dans les huit sites concernés. Quasiment tous les collaborateurs touchés ont trouvé une solution. La Deutsche Post faisant désormais dédouaner et distribuer par DHL les colis à destination de la Suisse, 72 déclarants en douane, collaborateurs spécialisés et collaborateurs de la logistique de l'Office d'échange Basel ont perdu leur travail. La Poste a définitivement fermé cet office le 31 janvier 2011. L'activité a été transférée à Urdorf.

Mesures d'accompagnement et de soutien

La Poste continue de faire tout son possible pour éviter les licenciements pour raisons économiques, notamment en proposant des mesures d'accompagnement et de soutien. Elle cherche d'autres postes en interne, élabore avec les collaborateurs concernés des mesures de qualification et les soutient, au sein de sa Bourse de l'emploi (AMZ), dans leur recherche d'emploi. Dans le cadre de réorganisations d'une certaine ampleur, elle organise des séminaires consacrés à des sujets tels que la gestion des changements et l'acte de candidature. En 2010, les conseillers de l'AMZ ont accompagné 65 collaborateurs dans le cadre de leur reconversion professionnelle; ils ont conseillé près de 600 personnes sur leur métier et leur évolution professionnelle et ont organisé 83 séminaires consacrés à l'acte de candidature et suivis par quelque 1400 participants.

Groupe (Suisse) | Bourse de l'emploi

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Conseils individuels par la Bourse de l'emploi	quantité	562	582
Séminaires de la Bourse de l'emploi	participants	1 393	834

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

Nouveau plan social cadre

Jusqu'à présent, la Poste recourait à ce qu'elle appelait un accord social en cas de petites restructurations, un plan social étant négocié avec les partenaires sociaux pour les projets plus importants. Depuis la création de la CCT Poste, plus de vingt plans sociaux différents ont ainsi été adoptés. Depuis le 1^{er} janvier 2011, un nouveau plan social uniforme vaut pour toutes les restructurations. En cas de changements concernant l'organisation de l'exploitation, les partenaires sociaux ne mèneront des négociations supplémentaires sur des mesures d'accompagnement que si plus de 450 collaborateurs et 250 postes à plein temps sont concernés. Quatre paquets de prestations ont été définis dans le cadre de ce nouveau plan social. Le premier

Mesures de sauvegarde de l'emploi pour 2011

prévoit un soutien pour la recherche d'un emploi au plan interne ou externe, tout en permettant au collaborateur de garder son travail à la Poste. Les autres paquets offrent la possibilité d'un départ anticipé associé à des mesures de perfectionnement, l'exercice d'une activité indépendante et l'aide d'un prestataire de placement.

En 2010, la Poste est convenue avec les partenaires sociaux de mesures supplémentaires de sauvegarde de l'emploi contenues dans la CCT, lesquelles vaudront exclusivement pour l'année 2011. Ces mesures sont indépendantes de tout changement concret concernant l'organisation de l'exploitation. Elles prévoient notamment 5 millions de francs pour une offensive de perfectionnement. Les partenaires sociaux décident en commun de l'affectation effective des moyens. De plus, les collaborateurs âgés de plus de 58 ans et dont le salaire de base annuel ne dépasse pas 85 000 francs peuvent bénéficier d'un modèle de temps partiel cofinancé par la Poste et d'une offre de départ à la retraite anticipé dès 62 ans. Ces deux prestations doivent faire l'objet d'une demande; il n'existe aucun droit à en bénéficier d'office.

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.

Du fait des mesures d'assainissement décidées en 2009 et grâce à la poursuite de la stabilisation des marchés financiers, la Caisse de pensions Poste a clôturé l'année 2010 avec un degré de couverture de 98,9%. Conformément à la décision prise par les partenaires sociaux dans le cadre des négociations salariales de 2010, la Poste prendra à sa charge, en 2011, la quote-part du personnel définie dans le concept d'assainissement. Les mesures d'assainissement seront abolies dès que le degré de couverture atteindra 100%.

Caisse de pensions Poste

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Degré de couverture de la Caisse de pensions Poste selon LPP ¹	%	98,9 ³	95,8
Découvert de la Caisse de pensions Poste selon IFRS ²	mio. CHF	2 555	2 221

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

² Voir le rapport financier, page 162

³ Degré de couverture provisoire. La Caisse de pensions Poste ne communiquera le degré de couverture définitif qu'au 2^e trimestre 2011.

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

Distinction

PostFinance s'est vu décerner le prix Swiss HR-Award 2010, l'une des principales distinctions dans le domaine des ressources humaines. Le jury a tenu à récompenser la gestion RH exemplaire et l'orientation stratégique de PostFinance. La promotion de la santé en entreprise a elle aussi été mise en avant.

12	Préface
16	Interview
19	Profil de l'entreprise
Evolution de l'activité	
41	Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds
80	Valeur ajoutée pour la clientèle
92	Valeur ajoutée pour le personnel
104	Valeur ajoutée pour la Suisse
104	Développement de la desserte de base
104	Généralités
104	Points d'accès aux prestations postales
105	Trafic des paiements
105	Financement
106	Action socialement responsable
106	Emplois dans les régions
107	Dialogue avec les parties prenantes
108	Répartition de la valeur ajoutée
109	Respect des lois et lutte contre la corruption
109	Chaîne d'approvisionnement
109	Coopération au développement
109	Relations publiques
109	Efficacité en termes de ressources et impact environnemental
109	Défis
110	Stratégie et approche
111	Performance écologique
111	Impact sur l'environnement
112	Impact sur le climat
113	Energie
114	Papier
114	Eau
114	Déchets
114	Incidents et biodiversité

114	Mise en œuvre de la stratégie
114	Collaboration en faveur du climat
115	Produits respectueux du climat
116	Gestion de la flotte
117	Logistique et distribution
118	Transports publics
118	Mobilité du personnel
119	Infrastructure et gestion des bâtiments
119	Technologies de l'information
119	Achats
120	Perspectives
121	Sponsoring
122	Engagement

124	Gestion
140	Rapport financier
210	Informations détaillées
211	Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

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

■ Légendes des graphiques et des tableaux

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

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

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

Les pourcentages dans les graphiques ont été normalisés comme suit:

100% à l'horizontale correspond à 75 mm.

100% à la verticale correspond à 40 mm.

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (🔗) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2010links, permet d'y accéder. Depuis cette page, il suffit d'un clic de souris sur le numéro de renvoi pour trouver l'information souhaitée.

Valeur ajoutée pour la Suisse

Développement de la desserte de base Généralités

Points d'accès aux prestations postales

Objectifs et orientations stratégiques de la Poste

Afin de créer une valeur ajoutée pour la **Suisse**, la Poste réaffirme sa volonté de fournir une desserte de base de qualité et de réduire ses émissions annuelles de CO₂ de 15 000 tonnes d'ici à la fin 2013.

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 en tant que bailleur de fonds**, pour la **clientèle** et pour le **personnel**. C'est ainsi que la Poste veut enregistrer chaque année un bénéfice compris entre 700 et 800 millions de francs, renforcer ses fonds propres et autofinancer ses investissements. Pour ses activités en Suisse, elle vise une position de leader sur ses différents marchés (voir chapitre «Valeur ajoutée pour le propriétaire en tant que bailleur de fonds», page 42). Le taux de satisfaction de sa clientèle doit atteindre au moins 75 points sur une échelle de 100 («Valeur ajoutée pour la clientèle», page 80) et l'engagement de son personnel est d'au minimum 80 points sur une échelle de 100 («Valeur ajoutée pour le personnel», page 92).

La Poste réalise ces objectifs en poursuivant les cinq orientations stratégiques suivantes: des prestations d'excellente qualité destinées aux particuliers et aux entreprises, des prix conformes à ceux du marché, une croissance rentable et durable, une maîtrise des coûts socialement responsable et l'exploitation optimale des conditions-cadres en vigueur.

La Poste se conçoit comme le prestataire national par excellence. Elle propose à ses clients des prestations d'excellente qualité sur les marchés de la communication, de la logistique, des services financiers grand public et des transports publics.

Adaptées aux besoins des clients, les prestations de la desserte de base doivent être fournies par le biais d'un réseau de points d'accès couvrant tout le territoire, à des conditions identiques pour tous et à des prix appropriés. La Poste s'est fixé pour objectif de remplir son mandat légal (E→ 1) en assurant un niveau de qualité élevé et un service à la clientèle optimal.

Aujourd'hui, conformément à la loi sur la poste, la desserte de base (E→ 1) 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 34).

La Poste considère son mandat de fourniture de prestations de la desserte de base et les objectifs stratégiques assignés par le Conseil fédéral à cette fin (E→ 3) comme l'occasion de prouver qu'elle est à la hauteur de la confiance placée en elle. C'est pourquoi elle comprend le mandat légal comme un objectif minimal et fait en sorte d'aller au-delà de ces objectifs tant du point de vue de la qualité que de l'étendue des prestations.

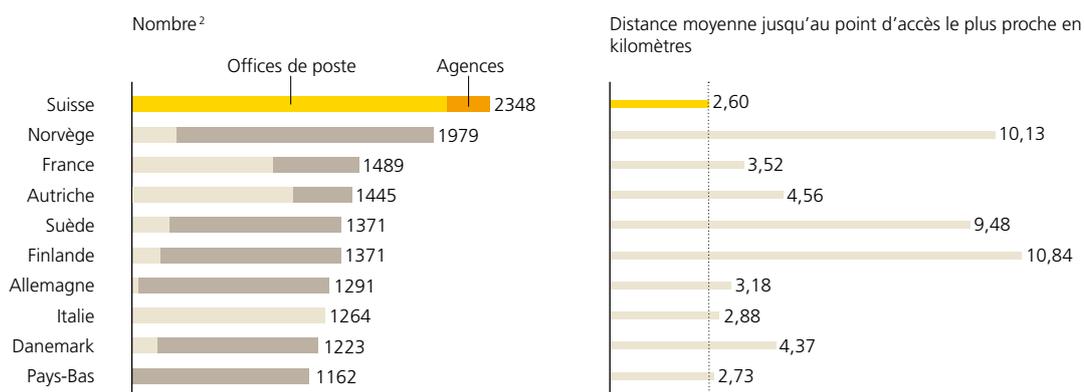
Un réseau de points d'accès varié et couvrant l'ensemble du territoire constituera également à l'avenir le fondement d'une bonne desserte de base de la population en ville et à la campagne (le réseau est représenté sous «Réseau de distribution en Suisse» à la page 21). Les habitudes des clients continuant d'évoluer, la poursuite du développement du réseau de vente est une mission permanente. Ce dernier doit être encore plus convivial et plus rentable. Il est avéré qu'un assortiment de base comprenant les prestations standard couvre la quasi-majorité des demandes des clients. En outre, Réseau postal et vente cherche en permanence à améliorer son réseau de vente afin d'adapter davantage encore aux nouvelles habitudes des clients les points d'accès aux prestations postales, y compris dans les agglomérations et les communes d'une certaine taille. Sous différentes formes, la Poste propose toujours à ses clients le point d'accès approprié: office de poste, agence, service à domicile ou d'autres formes conçues spécialement pour les entreprises.

Pour fournir les prestations de la desserte postale de base à tous les groupes de population, la Poste dispose aujourd'hui de plus de 3612 points d'accès. Elle exploite ainsi l'un des réseaux les plus denses du monde. Elle gère 1955 offices de poste traditionnels et 358 agences. Dans 1192 localités, les clients bénéficient par ailleurs d'un service à domicile. En ce qui concerne la distance moyenne par rapport à l'office de poste le plus proche, la Suisse est en position de tête au niveau international (2,6 km). Ces dernières années, la Poste a adapté son réseau de boîtes aux lettres aux nouveaux besoins des clients en l'équipant d'un nouveau modèle plus

sûr. Avec plus de 15 000 boîtes aux lettres réparties dans tout le pays, la population dispose ainsi de bonnes conditions pour déposer ses envois.

En septembre 2010, le Syndicat de la Communication a déposé l'initiative «Pour une Poste forte». Celle-ci exige de la Confédération qu'elle mandate la Poste pour exploiter un réseau postal couvrant tout le territoire en recourant au personnel postal. Elle prévoit le financement du réseau par le maintien du monopole résiduel sur les lettres de moins de 50 grammes. Les paiements de dividendes des sociétés affiliées (en particulier PostFinance SA) pourront en outre être utilisés à cet effet. A la fin 2010, le Conseil fédéral ne s'était pas encore prononcé sur cette initiative.

Réseau postal et vente | Densité des points d'accès selon le pays 2009¹



¹ Au moment de la clôture de rédaction, seules les valeurs 2009 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

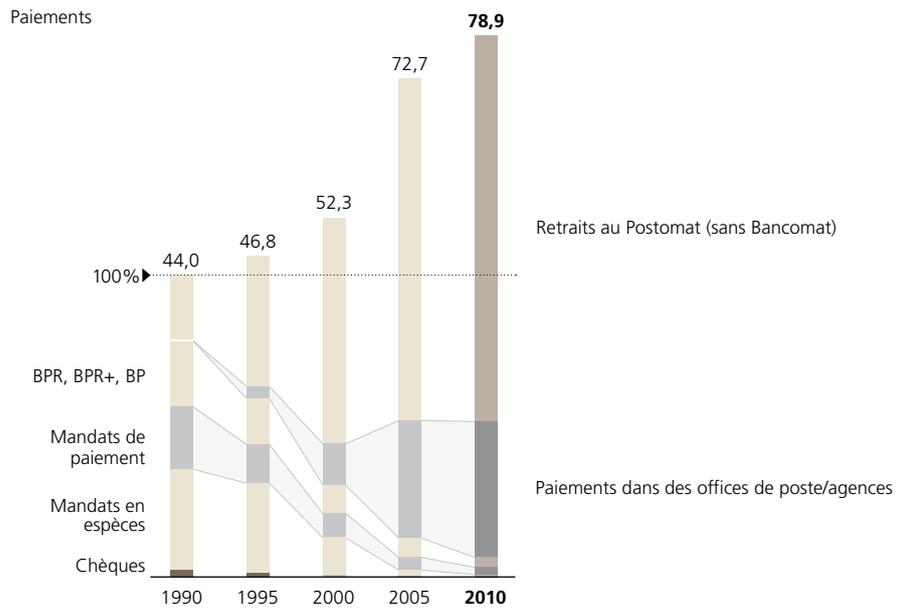
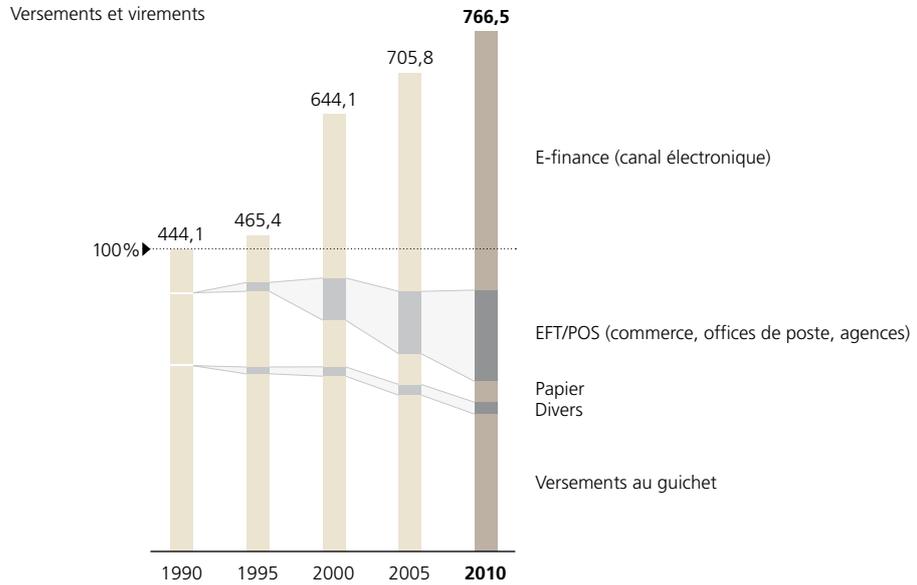
PostFinance est un établissement financier stable, apprécié par la population. Elle est leader dans le trafic des paiements national et international. Elle souhaite continuer à proposer à ses clients des produits simples et adaptés à leurs besoins, un service d'excellente qualité ainsi que des taux d'intérêt attractifs. Etant donné que les clients effectuent de plus en plus souvent leurs paiements en ligne, les versements au guichet ne représentent plus qu'un quart des transactions aujourd'hui. Depuis 2000, les versements au guichet ont reculé de quelque 20%. La Poste remplit son obligation de proposer des 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. Ainsi, au cours de l'année sous revue, 349 agences et 79 PostShop ont été équipés de l'infrastructure nécessaire pour les paiements au moyen des cartes Maestro.

Financement

La Poste continue d'avoir pour principale priorité d'assurer 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 les recettes de la poste aux lettres, qui dispose d'un monopole sur les lettres de moins de 50 g. Dans la nouvelle loi sur la poste (E 1), le Parlement a réaffirmé sa volonté de voir la desserte postale de base financée par les recettes provenant des prestations de la Poste et il a supprimé du projet de loi toute forme alternative de financement. La Poste met tout en œuvre pour optimiser ses coûts et pour pénétrer de nouveaux domaines porteurs qui n'appartiennent pas forcément à ses secteurs d'activité traditionnels. Pour cela, elle déploie d'ores et déjà d'intenses efforts à l'interface entre univers physique et univers numérique. Aujourd'hui, elle ne réalise pas moins de 80% de son chiffre d'affaires sur le marché libre et est, pour les 20% restants, en concurrence avec les moyens de communication électroniques. La Poste entend préserver son indépendance financière. A l'avenir, elle sera encore en mesure de fournir de manière rentable les prestations de la desserte postale de base exigées d'elle, si elle peut exploiter les potentiels de réduction des coûts et appliquer à ses prestations des prix appropriés.

PostFinance | Trafic des paiements par type

De 1990 à 2010
1990 = 100%, mio. CHF



Action socialement responsable
Emplois dans les régions

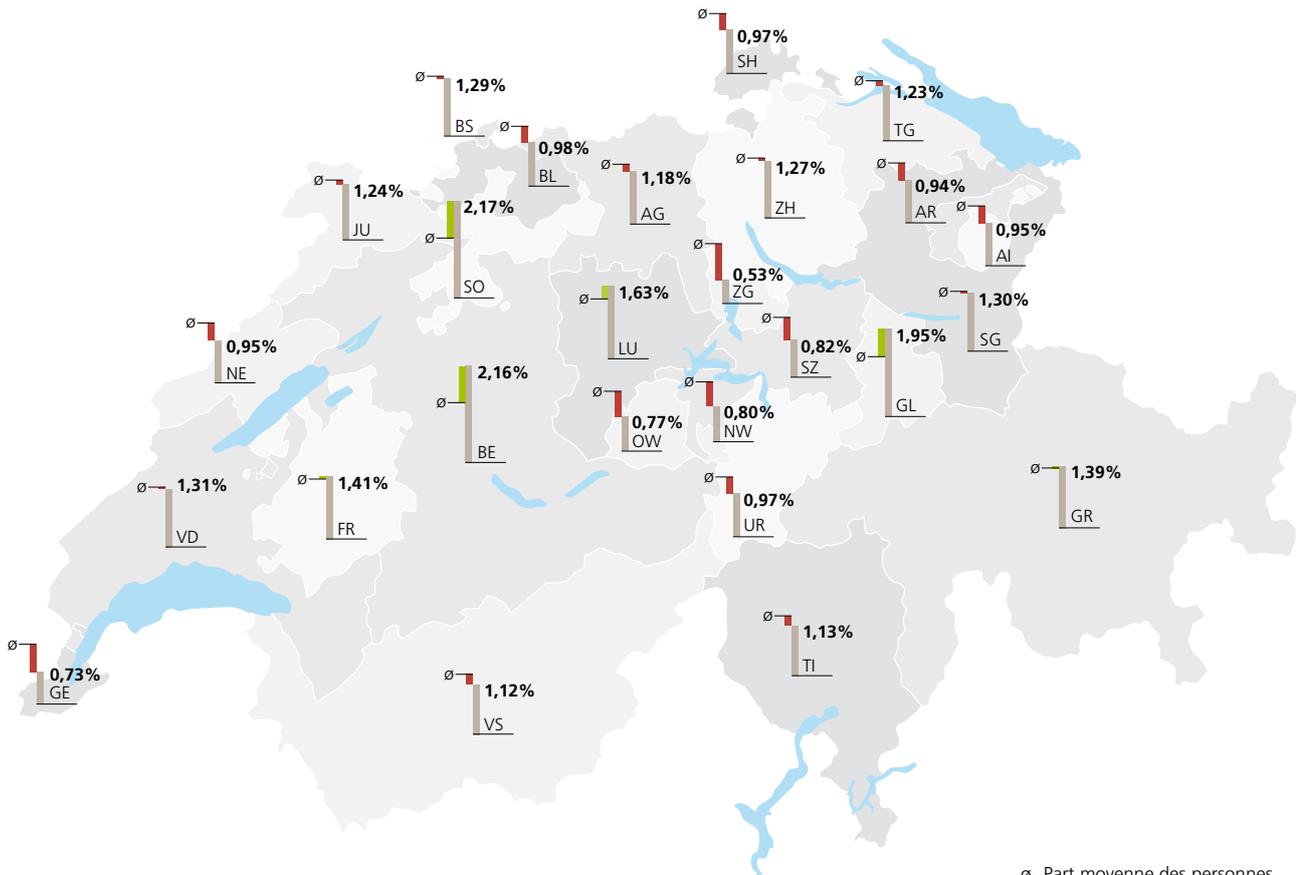
De tout temps, la Poste a employé de nombreux collaborateurs dans toutes les régions de Suisse. Le Conseil fédéral lui a demandé (E 3) de tenir compte, dans le cadre des possibilités qu'offre la gestion de l'entreprise, des attentes des différentes régions du pays. La Poste propose plus de 20 600 emplois dans les régions périphériques. D'un point de vue strictement économique, il serait préférable de concentrer environ un cinquième de ces emplois. Mais La Poste Suisse tient à contribuer à la réduction des déséquilibres entre les zones urbaines dynamiques et les zones rurales moins favorisées. C'est ainsi qu'elle a décentralisé nombre de postes depuis 1996 et créé plusieurs milliers d'emplois en dehors des agglomérations, dans le Mittelland.

Au total, la Poste emploie proportionnellement environ autant de personnes dans les régions périphériques que dans le reste du pays. Le taux des employés de la Poste travaillant dans les secteurs de l'industrie et des services est de 1,34% (2009: 1,33%). Des cantons comme Lucerne et Soleure ainsi que des cantons comptant une part importante de régions périphériques tels que les Grisons, Fribourg, Glaris et Berne enregistrent des résultats supérieurs à cette moyenne. La part des employés de la Poste dans les cantons de Suisse centrale est traditionnellement inférieure à cette moyenne.

Groupe (Suisse) | Personnes actives par canton

2010

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



¹ Nombre de personnes employées dans les secteurs par canton conformément aux données statistiques de l'exploitation 2008

∅ Part moyenne des personnes employées par la Poste en Suisse: 1,34%

Groupe (Suisse) | Emplois dans les régions

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Emplois Suisse	personnel Poste sur 100 employés	1,34	1,33
Emplois Régions périphériques ¹		20 603	20 776

¹ La définition des régions périphériques repose sur l'ordonnance du 28 novembre 2007 sur la politique régionale (OPR) entrée en vigueur le 1er 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 2010 aussi, la Poste a mené un dialogue avec ses collaborateurs, avec ses clients ainsi qu'avec des représentants des milieux politique et économique. Elle entretient des contacts réguliers avec eux via plusieurs canaux: l'entretien direct, la correspondance écrite, les médias et les moyens de communication électroniques tels qu'Internet et le courriel. De plus, les membres de la Direction du groupe participent aux manifestations les plus diverses. La Poste entretient également un échange permanent avec les syndicats. En 2010, celui-ci a été princi-

Répartition de la valeur ajoutée

palement consacré au plan social pour les collaborateurs des centres coursier ainsi qu'au nouveau plan social uniforme et au train de mesures 2011 (perspectives supplémentaires de sauvegarde des emplois). Lors des négociations salariales annuelles pour le personnel soumis à la CCT Poste (E→ 6), les partenaires sociaux se sont mis d'accord sur une augmentation générale de salaire de 1%. De plus, 0,8% de la masse salariale récompense les performances individuelles. Par ailleurs, la Poste soigne ses relations 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 l'aide à la presse, sur la responsabilité sociale et sur les activités à l'étranger, les représentants des milieux politique, économique et sociétal ont obtenu des informations de première main sur la position de la Poste. En 2010, les entretiens ont porté principalement sur la poursuite de la libéralisation, sur la révision totale de la législation postale ainsi que sur les évolutions du réseau postal et de la distribution.

Dans le domaine de la gestion durable, la Poste est à l'écoute des parties prenantes. Il ressort d'une enquête réalisée en 2010 auprès de clients, de collaborateurs ainsi que de représentants des autorités et des milieux politiques que ceux-ci souhaitent que des sujets environnementaux tels que les économies d'énergie, les mesures de protection du climat, les sources d'énergie renouvelables et la pollution atmosphérique prennent une place encore plus importante dans l'action de la Poste. Cette enquête montre en outre que les informations sur le développement durable données dans le cadre du rapport de gestion répondent aux besoins des parties prenantes.

La répartition de la valeur ajoutée indique à qui va la création de richesses. La valeur ajoutée mesure le rendement de la production de la Poste, c'est-à-dire la différence entre son chiffre d'affaires et la valeur de la consommation intermédiaire de biens et de services nécessaires à cette production (biens et services). En 2010, notre valeur ajoutée a atteint 5,268 milliards de francs (2009: 4,983 milliards). Les collaborateurs sont les principaux bénéficiaires de cette valeur ajoutée (77,4 %). 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 sont soumis à la T.V.A. et, conformément aux dispositions correspondantes, ils sont imposés normalement. Sous réserve de la décision du Conseil fédéral, la Poste distribuera son bénéfice à la Confédération en se fondant sur la loi sur l'organisation de la Poste et sur les objectifs stratégiques du Conseil fédéral (E→ 3). Conformément à la demande d'affectation des bénéfices, un montant de 200 millions de francs découlant du résultat 2010 sera versé en 2011 dans les caisses de l'Etat (2009: 200 millions de francs).

Groupe | Valeur ajoutée

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Valeur ajoutée	mio. CHF ¹	5 268	4 983
distribuée au personnel	mio. CHF	4 076	4 032
distribuée aux bailleurs de fonds externes	mio. CHF	20	14
distribuée aux pouvoirs publics	mio. CHF	12	9
distribuée au propriétaire	mio. CHF ²	200	200
distribuée à l'entreprise	mio. CHF	960	728
utilisée pour les amortissements	mio. CHF	309	325
utilisée pour les dépôts dans la Caisse de pensions Poste	mio. CHF ²	100	250
utilisée pour la constitution de fonds propres	mio. CHF ²	610	261
utilisée à d'autres fins	mio. CHF	-59	-108

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

² Proposition d'utilisation du bénéfice de la Poste (voir rapport financier, comptes de La Poste Suisse, page 206).

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. Ils indiquent aux collaborateurs comment se comporter en la matière. Au cours de l'année sous revue, une offensive de formation a été lancée sur le thème du droit des cartels.

Chaîne d'approvisionnement

La Poste privilégie la collaboration avec des fournisseurs novateurs, fiables et responsables. Elle veille strictement à ce qu'ils respectent toutes les dispositions légales. Elle n'a de cesse d'analyser, d'évaluer et de comparer leurs prestations et discute 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 la Poste ou confiés à des auditeurs externes. Si les fournisseurs ne peuvent respecter les engagements, en particulier les dispositions du code éthique et social (E+ 16), la Poste ne traite plus avec eux. La Poste prend en compte les aspects économiques, sociaux et écologiques dans tout ce qu'elle entreprend (E+ 15). En effet, en ce qui concerne les achats de biens et de services, elle met un point d'honneur à assumer sa responsabilité sociale. C'est pourquoi elle s'appuie 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.

Coopération au développement

La Poste soutient, directement ou en étroite collaboration avec l'Union postale universelle (UPU), des opérateurs postaux dans des pays en développement, le but étant d'aider l'UPU à optimiser la qualité du service afin de rendre le réseau postal mondial encore plus efficace. C'est dans cet esprit qu'en 2010, La Poste Suisse a fait don à l'Equateur et à Cuba de 8000 boîtes aux lettres de l'ancien modèle. Des pays comme le Burkina Faso et le Tchad ont fait savoir qu'ils étaient eux aussi intéressés par des boîtes aux lettres. De plus, une nouvelle démarche a été adoptée pour les actions concrètes sur place: il s'agira dorénavant de vérifier précisément s'il est par exemple nécessaire d'envoyer des experts sur place, de soutenir financièrement des séminaires ou, le cas échéant, d'investir dans la formation de supérieurs hiérarchiques.

Relations publiques

Dans ses tâches de relations publiques, La Poste Suisse agit dans l'esprit du code d'Athènes (E+ 20) et du code de Lisbonne (E+ 21). 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

Selon l'Organisation météorologique mondiale (OMM), l'année 2010 a été l'année la plus chaude jamais enregistrée. Par conséquent, le réchauffement climatique de la planète se poursuit: la décennie 2000–2009 était déjà plus chaude que les années 90, elles-mêmes plus chaudes que les années 80. Cette élévation de la température est très probablement due à l'homme, qui couvre ses besoins croissants en énergie principalement par la consommation de combustibles fossiles tels que le charbon, le pétrole et le gaz naturel, faisant augmenter les émissions de dioxyde de carbone (CO₂). Les conséquences manifestes du changement climatique (élévation du niveau de la mer et événements météorologiques extrêmes) posent d'importants défis à la planète. La Suisse est elle aussi directement concernée par le changement climatique: ces cent dernières années, la température moyenne a augmenté d'environ 1,6°C. Des scientifiques prévoient une nouvelle augmentation: la fonte des glaciers, de nouvelles limites pour les chutes de neige, les périodes de canicule et de sécheresse l'été ainsi que les

crues l'automne et l'hiver ne seront pas sans conséquences pour les écosystèmes, l'agriculture, le tourisme, le secteur des assurances et, plus généralement, pour l'économie.

Si l'on veut éviter que le changement climatique n'ait des effets dévastateurs et irréversibles, l'augmentation de la température ne doit pas excéder 2°C d'ici à 2050. Pour cela, il faudra réduire de façon drastique les émissions de CO₂ au niveau mondial ces prochaines années. Dans son rapport Changement climatique 2007, le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) avertit qu'il faut impérativement agir d'ici à 2020. D'ici là, en effet, les émissions mondiales de CO₂ devront avoir été réduites de moitié par rapport à 1990. On attend des pays industrialisés, tout particulièrement sollicités, qu'ils réduisent leurs émissions de 60 à 80%. La Suisse s'engage en faveur d'une limitation du réchauffement climatique à 2°C.

Développé à la fin des années 1990 par l'EPFZ, le modèle de la «société à 2000 W» est toujours d'actualité: il s'agit, dans le cadre de l'utilisation des réserves mondiales de matières premières, de parvenir à une gestion durable et à une répartition équitable. Aujourd'hui, la consommation d'énergie primaire en Suisse s'élève toutefois à quelque 6000 W par personne. La Poste doit donc la réduire et passer de sources d'énergie fossiles à des sources d'énergie renouvelables et, partant, dépourvues de CO₂. Le défi est important à relever notamment dans le trafic routier, qui est à l'origine d'environ un tiers des émissions de CO₂ suisses. La Poste, en tant que principale entreprise logistique de Suisse, est particulièrement sollicitée à ce niveau.

Selon la statistique globale suisse de l'énergie de l'Office fédéral de l'énergie, le besoin en énergie primaire suisse était réparti de la manière suivante en 2009: 45,1% de pétrole brut et produits pétroliers, 24,7% de combustibles nucléaires (pour la production de l'électricité provenant des centrales nucléaires), 11,6% de force hydraulique brute (pour la production de l'énergie hydraulique), 9,8% de gaz naturel et 9,5% d'autres sources d'énergie. La part des énergies renouvelables telles que le soleil, l'énergie éolienne, le biogaz, les biocarburants et la chaleur de l'environnement s'élève à 1,2%. La dépendance de la Suisse à l'égard des combustibles fossiles demeure donc importante. Dans le but de réduire la dépendance à l'égard du pétrole, il est nécessaire de multiplier les mesures d'efficacité énergétique et d'augmenter la consommation d'énergies renouvelables (biomasse, énergie éolienne, hydraulique et solaire). A l'avenir, l'électrification accrue de la société – p. ex. le remplacement des voitures traditionnelles par des véhicules électriques ou la substitution des pompes à chaleur au chauffage à mazout – permettra de réduire la dépendance par rapport aux combustibles fossiles.

A l'occasion de la 16^e Conférence sur le climat qui s'est tenue à Cancún du 29 novembre au 10 décembre 2010, 194 Etats parties se sont notamment mis d'accord sur deux textes qui prennent position sur la poursuite de la politique climatique internationale et sur le Protocole de Kyoto. Ils ont confirmé l'objectif de réchauffement climatique de 2°C et la responsabilité conjointe de tous les pays en matière de résolution du problème, sachant que chacun d'entre eux dispose de possibilités différentes selon son degré de développement. La question de savoir à quels objectifs la Suisse se tiendra – une réduction de 20% ou de 30% par rapport à 1990 – est encore débattue au Parlement. En Suisse, cet objectif est mis en œuvre par le biais de la loi sur le CO₂, dont les deux piliers sont des taxes sur les combustibles et les carburants ainsi qu'un système d'échange de quotas d'émission. Lors de la révision de ladite loi, il a été décidé que les émissions de dioxyde de carbone de véhicules nouvellement immatriculés devaient être réduites sensiblement, faute de quoi une taxe devrait être appliquée aux constructeurs.

Les Etats de l'UE ont adopté des mécanismes similaires, l'objectif étant de parvenir à influer 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 seraient destinées à un programme d'assainissement des bâtiments.

Stratégie et approche Stratégie environnementale et protection du climat

En tant qu'entreprise logistique, La Poste Suisse consomme une importante quantité d'énergie. C'est notamment pour cette raison qu'elle applique 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, elle poursuit la stratégie environnementale suivante: en exploitant systématiquement les potentiels d'efficacité, elle réduit ses frais d'énergie; pour minimiser ses frais

futurs, elle investit dans de nouvelles technologies et recourt aux énergies renouvelables; enfin, par son engagement en faveur de la protection de l'environnement, elle se positionne en tant qu'entreprise responsable et employeur attractif.

Soucieuse de relever les défis que pose le changement climatique, la Poste cherche en priorité à augmenter l'efficacité énergétique en optimisant ses processus et en réalisant des investissements. De plus, elle accroît la part des énergies renouvelables, d'une part lors de l'approvisionnement, d'autre part par la production d'énergies renouvelables dans ses bâtiments. Les besoins qui ne peuvent être couverts par des énergies renouvelables sont compensés par l'achat de certificats d'émission de CO₂ d'excellente qualité.

Pour atteindre ses objectifs, la Poste veut à l'avenir exploiter encore plus systématiquement les potentiels d'économie et miser davantage sur l'élaboration de solutions innovantes. Ce faisant, elle n'hésite pas à s'interroger sur les exigences des utilisateurs. Dans le domaine des transports, elle opte encore plus pour les nouvelles technologies de propulsion et pour les véhicules peu gourmands en énergie. L'amélioration de l'efficacité énergétique peut devenir un avantage concurrentiel, notamment dans le secteur des transports.

Objectifs environnementaux

La Poste Suisse reconnaît qu'il est urgent d'agir pour lutter contre le réchauffement climatique. Jusqu'en 2010, elle a appliqué 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, son but étant de réduire d'ici à 2010 ses émissions de CO₂ de 10% par rapport à 2000.

Groupe (Suisse) * Objectifs environnementaux	Objectif pour 2010	Etat en 2009
Consommation d'énergie thermique non renouvelable	Réduire la consommation de 10% par rapport à 2000	-38 %
Consommation de carburants	Réduire la consommation de 8% par rapport à 2000	-0,3 %
Consommation de papier	Stabiliser la consommation au niveau de 2000	+63 %
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.	7,1 %
Consommation d'eau	Stabiliser la consommation au niveau de 2000	-40 %

* 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 permet à la Poste de mesurer son impact global sur l'environnement. 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.

Le bilan de la Poste en matière de consommation d'énergie et de CO₂ repose sur les données disponibles depuis 2000 et porte sur les activités de la Poste en Suisse. Les bases des calculs 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. 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 (2009). La méthode d'analyse continue d'être affinée.

Performance écologique Impact sur l'environnement

Par rapport à 2000, année de base, l'impact global de la Poste sur l'environnement (état: 2009) s'est réduit de près de 36%. Cela prouve que sa stratégie environnementale, inscrite dans le long terme, est efficace et que les efforts qu'elle déploie pour mettre en œuvre sa politique en la matière n'ont pas été vains. Par rapport à 2008, l'impact global sur l'environnement a

diminué de 1,2% grâce à une réduction de notre consommation d'énergie (chaleur, électricité) et au renouvellement de véhicules.

Le transport de personnes et de marchandises a l'impact le plus fort sur l'environnement. CarPostal est responsable de plus de la moitié des nuisances relevées selon la méthode actuelle. Et pourtant, un car postal de 40 places peut assurer à lui seul l'équivalent de 40 trajets en voiture. Ainsi, dans le système de transport suisse, les transports routiers publics se substituent au transport individuel. CarPostal ne cesse de renouveler sa flotte par des bus dotés des tout derniers dispositifs de filtrage des gaz d'échappement et des moteurs les plus modernes. Elle réduit ainsi en permanence son impact sur l'environnement. Cette tendance se constate également dans le transport de biens, grâce à l'utilisation de véhicules modernes et de technologies de propulsion alternatives.

Groupe (Suisse) * | Performance écologique
2009 par rapport à l'année précédente

		2009	2008
Efficacité en termes de ressources et d'énergie			
Consommation d'énergie	GJ énergie primaire ¹	3 390 424	3 634 035
Electricité	GJ énergie primaire ¹	710 722	968 915
Chaleur	GJ énergie primaire ¹	415 751	519 106
Carburants	GJ énergie primaire ¹	2 263 951	2 146 014
Consommation d'eau	m ³	403 616	397 985
Papier	mio. de feuilles A4	152,68	159,66
Part du papier recyclable	%	32,8	34,2
Energies renouvelables			
Chaleur de sources renouvelables	% de la consommation de chaleur	11,5	12,8
Carburants renouvelables	% de la consommation de carburants	0,0	0,0
Electricité de sources renouvelables	% de la consommation d'électricité	100	100
Impact sur l'environnement			
Impact général sur l'environnement	mio. de points de pollution ²	227 090	229 822
Nuisances en général	équivalent t CO ₂ ³	253 209	255 199
Nuisances Transport de marchandises	équivalent t CO ₂ ³	39 945	41 846
Rail	équivalent t CO ₂ ³	5 776	6 446
Route	équivalent t CO ₂ ³	34 169	35 400
Nuisances Transport de personnes	équivalent t CO ₂ ³	136 498	133 900
Nuisances Trajets domicile-travail	équivalent t CO ₂ ³	50 696	46 750
Quantité totale de déchets	t	17 921	17 671

* 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 dans le cadre de la politique suisse de l'environnement.

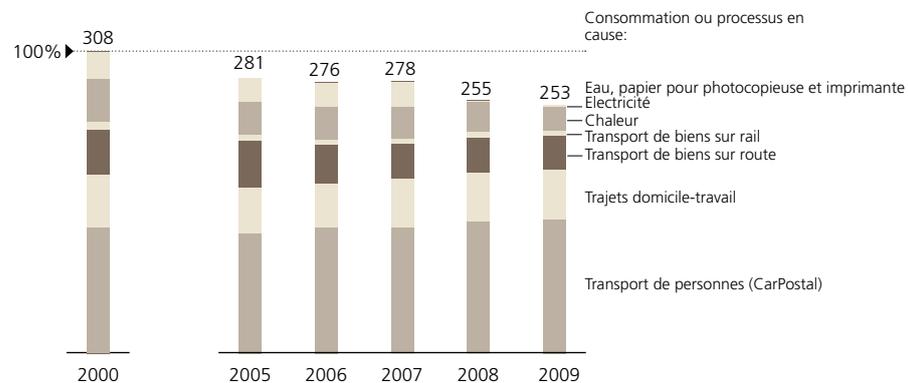
3 Outre le dioxyde de carbone (CO₂), d'autres gaz, tels que le méthane ou le protoxyde d'azote, contribuent aux changements climatiques, leur impact par kilo étant parfois beaucoup plus important que celui du CO₂. Cette quantité de gaz, pondérée en fonction de son impact relatif sur le climat, est exprimée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

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

Impact sur le climat

Au total, la Poste a réduit son impact climatique de près de 18% depuis 2000. Par rapport à 2008, ses émissions de CO₂ ont diminué d'environ 1% pour passer à quelque 253 000 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 2010 quelque 3500 tonnes de ses émissions de CO₂ dans le cadre de l'offre «pro clima», avec des certificats d'émission de grande qualité (E- 12).

Groupe (Suisse)* | Emissions 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.

Energie

Depuis 2000, La Poste Suisse a pu réduire de manière durable sa consommation d'énergie. Au cours de la dernière période de collecte de données, la consommation d'énergie finale a diminué de 2,6%. Dans le même temps, toutefois, le chiffre d'affaires de la Poste dans le domaine logistique a, pour des raisons conjoncturelles, diminué de 3% entre 2008 et 2009.

Depuis 2000, la consommation totale de carburant (transport de biens et de personnes) a diminué de 0,3%. Elle a cependant progressé de 3,1% entre 2008 et 2009.

CarPostal est en grande partie responsable de cette augmentation: depuis 2000, la Poste a enregistré en Suisse une progression de 21% des trajets en bus. L'augmentation du nombre de voyageurs est même de 3,3 millions entre 2008 et 2009. Durant cette période, l'augmentation de la consommation de carburant a été modérée (+5,5%). Aujourd'hui, un nombre croissant de véhicules de CarPostal sont équipés de la climatisation et de filtres à particules, ce qui, certes, améliore le confort et réduit la pollution atmosphérique, mais se traduit également par une augmentation de la consommation de carburant.

Toujours selon la même méthode d'analyse, la consommation de carburant a diminué de 28,4% depuis 2000 dans le domaine du transport de biens. Même entre 2008 et 2009, la consommation de carburant des véhicules de la Poste a enregistré un recul sensible (-14,3%). Cette évolution s'explique par des mesures d'augmentation de l'efficacité, par la baisse des volumes enregistrée dans le domaine logistique en 2009 par rapport à 2008 et par des changements dans les modèles commerciaux.

Depuis l'an 2000, la Poste a réduit ses besoins en énergie thermique de 38,4% pour l'énergie finale. Entre 2008 et 2009, sa consommation d'énergie thermique a diminué de 17,4%. Outre un hiver relativement clément en 2009, des mesures d'économie d'énergie ainsi que des surfaces vacantes et la vente de biens immobiliers expliquent cette diminution. Durant la même période, la part des énergies renouvelables utilisées pour l'énergie finale est passée de 12,8 à 11,5% en raison de cessions.

En matière de consommation d'électricité, la Poste a renoué avec la baisse qui avait persisté durant de longues années jusqu'en 2007. Entre 2008 et 2009, la consommation d'électricité au niveau de l'énergie finale a en effet diminué de 7,6%. Cette baisse tient principalement au fait que le passage de l'exploitation des centres courrier de l'ancien au nouveau système a pu être achevé en 2009.

Groupe (Suisse)* | Consommation d'énergie selon la source d'énergie
2009, térajoule (TJ), en pourcentage, énergie finale

Carburants

Diesel vert	1586,7 (59,3%)
Essence	101,1 (3,8%)
Gaz naturel et biogaz	5,7 (0,2%)

Electricité

Energie hydraulique	659,3 (24,6%)
Energie hydraulique «naturmade star»	4,4 (0,2%)
Energie éolienne	2,2 (0,1%)

Chaleur

Mazout extra-léger	209,4 (7,8%)
Chaleur à distance	61,4 (2,3%)
Gaz	42,0 (1,6%)
Géothermie et énergie fluviale	3,3 (0,1%)
Energie solaire	2,5 (0,1%)
Bois	0,0 (0,0%)

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

Outre la mise en œuvre de mesures d'économie d'électricité, La Poste Suisse continue d'utiliser systématiquement du courant provenant d'énergies 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 produit de manière particulièrement respectueuse de l'environnement, par exemple l'énergie éolienne produite au Mont-Crosin (Jura bernois).

Le rôle que les carburants renouvelables devront jouer à l'avenir à la Poste fait l'objet d'une évaluation. Des limites étroites encadrent l'utilisation de carburants écologiques. Pour les véhicules fonctionnant au gaz naturel, la Poste utilise au moins 10% de biogaz.

Papier

L'impact environnemental de la consommation de papier est plutôt insignifiant (0,5%). Entre 2000 et 2009, notre consommation de papier a augmenté de 63% pour atteindre 153 millions de feuilles A4 par an. Entre 2008 et 2009, toutefois, cette consommation a diminué de 4,4%.

Eau

La consommation d'eau de la Poste en Suisse est à peu près la même que l'année précédente: 403 616 m³. Depuis 2000, elle a pu la réduire de 40%.

Déchets

Le volume de déchets a augmenté depuis 2008 pour passer de 17 671 à 17 921 tonnes, dont 4,4% ont été recyclées. La part de déchets spéciaux est restée stable par rapport à l'année précédente: 0,2%.

Incidents et biodiversité

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.

Mise en œuvre de la stratégie

Collaboration en faveur du climat

La Poste Suisse participe aux initiatives de protection du climat de PostEurop et de l'International Post Corporation (IPC). Les organisations faitières de la branche encouragent l'échange d'expériences des entreprises postales et la définition de normes au niveau international. Elles veulent contribuer à la diminution des émissions de CO₂ occasionnées par la fourniture de prestations postales. Premier secteur des services à avoir défini des objectifs de réduction des émissions de CO₂, le secteur postal veut diminuer ses émissions d'au moins 20% entre 2008 et 2020. Le rapport sur le développement durable établi par l'IPC en 2010 l'atteste: le secteur postal a fait d'importants progrès en la matière. Depuis 2008, il a en effet économisé 597 000 tonnes de CO₂, atteignant d'ores et déjà plus d'un tiers de l'objectif visé.

En septembre 2010, CarPostal a signé la charte du développement durable de l'UITP (Union internationale des transports publics). Outre la réduction des charges environnementales et des émissions de CO₂, cette charte a pour objectif la mise en œuvre de la justice sociale et la promotion de systèmes de transport durables sur le plan économique.

En tant que membre du WWF Climate Group, la Poste s'engage à apporter une contribution substantielle à la protection du climat et à occasionner le moins possible d'émissions de CO₂. En mars 2010, elle a participé à l'opération Earth Hour (une heure pour la planète) destinée à promouvoir la protection du climat. A cette fin, la Poste a éteint durant une heure toutes les lumières au siège principal et dans ses trois grands centres courrier. Dans le cadre de l'action Menu planète organisée en septembre 2010 par le WWF, la Poste a proposé un menu végétarien en guise de mesure attrayante de sensibilisation de ses collaborateurs et de moyen alléchant de présenter des alternatives.

La Poste est membre de l'association Inergie, qui développe et expérimente des solutions d'avenir dans le domaine de la production et de l'utilisation intégrées et durables de l'énergie. A l'été 2010, Swisscom (Suisse) SA a rejoint l'association déjà composée de la Poste, de BKW FMB Energie SA, d'IBM Suisse et de la commune d'Ittigen (BE). Inergie soutient les projets de ses membres et partenaires. Il s'est agi, en 2010, du projet Smart Grid, un réseau électrique intelligent permettant aux utilisateurs d'optimiser dans le temps leur consommation d'électricité. De plus, le projet e-mobilité a pu être encore développé sous la houlette de la Poste: l'offre eShare réservée aux entreprises a été complétée du premier projet pilote en Suisse destiné aux particuliers. Ceux-ci peuvent, en collaboration avec Inergie, louer des véhicules électriques à Ittigen. Un suivi scientifique du projet est assuré.

Produits respectueux du climat

La Poste Suisse transporte personnes, biens, argent et informations. En tant que principale entreprise logistique de Suisse, elle est consciente de ses responsabilités et ne cesse de développer de nouveaux produits et solutions pour réduire ses charges environnementales.

En 2010, près de 70 millions d'envois ont été acheminés sans impact sur le climat, moyennant le supplément «pro clima» (€ 12). Il s'agit d'une progression de plus de 25% par rapport à l'année précédente. La Poste a ainsi pu, sur mandat de ses clients et par le biais de ses propres correspondances, compenser quelque 27 000 tonnes d'émissions de CO₂.

Les possibilités d'envois «pro clima» vers l'étranger ont été complétées par des prestations de Swiss Post International dans le domaine des envois en nombre et des envois commerciaux ainsi que des journaux et revues. En s'acquittant du supplément «pro clima», les particuliers et les entreprises compensent les émissions de CO₂ occasionnées lors de l'acheminement de leurs colis, marchandises ou lettres. Le supplément correspond à quelques centimes par envoi, équivalant à un faible pour mille ou pour cent du prix de la prestation concernée. La Poste elle-même soutient les envois «pro clima», par exemple pour l'offre RefillPost, qui consiste à recharger des cartouches d'encre plutôt que de jeter à la poubelle des composants électroniques de valeur et de produire des déchets.

Elle investit les suppléments «pro clima» dans des projets de protection du climat triés sur le volet, les clients élisant sur Internet le projet devant être soutenu. Ces derniers ont porté leur choix sur un projet de centrale éolienne en Nouvelle-Calédonie, lequel n'aurait pu être réalisé sans financement supplémentaire. Les six éoliennes en service remplaceront la source d'énergie qu'est le charbon. Cela permettra une réduction des émissions de gaz polluants et une diminution des importations néo-calédoniennes de combustibles fossiles. Le projet a une importance certaine pour l'île du Pacifique menacée par les effets du changement climatique (élévation du niveau de la mer, acidification de l'océan, évolution du volume des précipitations). De plus, la population locale profite de la création de 50 emplois dans le cadre du projet environnemental.

En 2010, PostFinance a lancé la prime énergétique, un produit par le biais duquel elle récompense les politiques énergétiques durables: les communes suisses ayant obtenu le label Cité de l'énergie perçoivent une prime énergétique si elles souscrivent en 2011, auprès de PostFinance, un financement direct courant sur au moins un an. La prime énergétique peut être versée après coup aux communes en cours de certification – une raison de plus d'obtenir le label.

En 2010, la Poste a introduit avec succès le transport combiné, une offre respectueuse de l'environnement qui repose sur un dispositif de transport sophistiqué. Les marchandises pas-

sent de la route au rail et sont livrées à l'adresse souhaitée, dans le respect de l'environnement et à faibles coûts. En collaboration avec des partenaires, PostLogistics organise le transport combiné via les terminaux à Frauenfeld (TG), Härkingen (SO) et Daillens (VD). Cette activité supplémentaire permet d'exploiter encore mieux l'infrastructure ferroviaire de la Poste. Grâce aux quelque 10 000 kilomètres-camion ainsi économisés tous les jours, les émissions de CO₂ sont réduites d'environ 2000 tonnes par an. L'offre est particulièrement appropriée pour les clients qui transportent régulièrement des conteneurs de marchandises commerciales, de matières premières, de marchandises en vrac et de matières dangereuses.

Avec «eShare», la Poste est la première entreprise en Suisse à avoir développé une offre d'autopartage dans le domaine des véhicules électriques. En collaboration avec les FMB et d'autres entreprises ainsi que la commune d'Ittigen, toutes membres de l'association Inergie, elle a lancé en octobre 2010 un projet pilote d'autopartage destiné aux clients privés à Ittigen (BE). A Bâle aussi, les clients privés peuvent depuis novembre 2010 louer des véhicules électriques respectueux de l'environnement. Le canton de Bâle-Ville, la commune de Riehen et les Industrielle Werke Basel sont partenaires de ce projet baptisé «EmobilitätBasel». Par ailleurs, les entreprises et les administrations peuvent louer des véhicules électriques dans le cadre d'un «forfait tout compris». Ces deux projets font l'objet d'un suivi scientifique: les résultats des études de la technique, de l'infrastructure de charge et des habitudes doivent fournir des informations sur l'acceptation par la population, sur les distances parcourues et sur la stabilité du chargement de la batterie en fonction de la conduite et du terrain.

La version écologique du PostPac existe désormais en taille 2, très appréciée. Elle s'est rapidement imposée après sa commercialisation en 2009: en 2010, les ventes de l'Eco PostPac 2 ont été supérieures à celles de son pendant classique. Proposé dans tous les offices de poste, l'Eco PostPac est constitué exclusivement de papier et de carton recyclés et il est uniquement imprimé en noir et blanc.

Par rapport à l'année précédente, la vente des Dispobox a augmenté de 5% en 2010. Depuis plusieurs années, la Poste utilise pour l'acheminement de marchandises, en lieu et place des cartons traditionnels, le Dispobox, un emballage multiusages en matière plastique imperméable et résistant aux chocs, dont la charge environnementale est inférieure de 50% à celle du carton, comme l'a montré une étude sur l'écobilan.

Par ailleurs, la Poste s'emploie à développer des solutions innovantes telles que des prestations hybrides et des prestations électroniques: la boîte aux lettres électronique Swiss Post Box, la Swiss Post Card, conçue en ligne, la solution de courrier électronique IncaMail ou encore e-finance de PostFinance. A travers ces nouvelles solutions aussi, la Poste entend contribuer à économiser les emballages, le papier et les kilomètres parcourus.

Gestion de la flotte

Actuellement, plus de 8% (2009: 4%) des véhicules composant la flotte de la Poste utilisent des carburants alternatifs (par exemple propulsion au gaz, moteurs hybrides ou électriques). L'entreprise a donc doublé la part de ses véhicules particulièrement respectueux de l'environnement. La stratégie de la gestion de la flotte est axée sur l'encouragement de propulsions alternatives ainsi que sur une réduction durable des émissions de CO₂. Pour cela, la Poste achète régulièrement des véhicules neufs et teste leurs caractéristiques économiques et écologiques dans le cadre d'études scientifiques. Ainsi, de premières fourgonnettes électriques ont été testées en 2010 dans le domaine logistique.

A l'heure actuelle, plus de 15 000 véhicules motorisés de la Poste sont en circulation (cars postaux, voitures particulières, fourgonnettes, camions, scooters et véhicules spéciaux). A l'exception des cars postaux, la société du groupe Mobility Solutions SA est responsable des véhicules motorisés utilisés en Suisse. Lors des achats, MoS privilégie les véhicules propres ainsi que les moteurs et les dispositifs de filtrage des gaz d'échappement les plus modernes. Afin de disposer en permanence d'un parc de véhicules moderne et pour des raisons écologiques et économiques, la Poste remplace les véhicules de distribution au bout de cinq à sept ans. Tous les véhicules neufs d'un poids total de plus de 10 tonnes sont équipés d'un dispositif d'affichage de la consommation de carburant permettant aux conducteurs d'adapter leur conduite à la situation et d'économiser du carburant.

En 2010, des collaborateurs de PostLogistics et de CarPostal ont suivi des cours de conduite écologique (Eco-Drive) dans le but de réduire leur consommation de carburant, l'usure des

Logistique et distribution

véhicules et les émissions de CO₂. Ces cours seront étendus en 2011/2012 de sorte à être suivis par tous les conducteurs de PostLogistics et par ceux d'autres unités d'ici à la fin 2012. Effet positif de cette mesure: les collaborateurs de la Poste appliquent également à leurs véhicules particuliers la conduite écologique acquise durant les cours, contribuant ainsi à réduire encore plus les émissions de CO₂.

La Poste s'efforce d'effectuer des transports aussi écologiques que possibles. Elle réduit les poussières fines et les oxydes d'azote en procédant à des optimisations logistiques et en recourant à des technologies ultramodernes. Cela lui a permis de réduire son impact global sur l'environnement de 46% depuis 2000 dans le domaine du transport de marchandises. Ses mesures sont les suivantes: répartition idéale entre le rail et la route, planification systématique de solutions logistiques et utilisation de véhicules peu polluants.

En étroite collaboration avec les clients, la Poste développe des solutions pour une planification intelligente des trajets. Ainsi, elle a réussi en 2010 à relier entre eux, pour le compte d'une maison de vente par correspondance, les processus logistiques et les processus de transport de sorte à réduire de quelque 51 000 les kilomètres parcourus chaque année sur route. En évitant les trajets à vide et en exploitant les synergies, il a ainsi été possible de réaliser des économies de carburant de plus de 50%, ce qui correspond à une réduction des émissions de CO₂ d'environ 44 tonnes.

Avec une flotte de 140 véhicules roulant au 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 près de 59 tonnes de CO₂ en moins par an. Autre avantage, la combustion du gaz naturel produit moins de polluants nocifs et générateurs d'ozone. La part de biogaz dans le gaz naturel consommé est de 2%. La base de distribution de Mägenwil (AG), qui assure la distribution des colis dans le canton d'Argovie, est dotée exclusivement de véhicules au gaz.

La Poste possède une trentaine de camions à double pont, principalement destinés au transport de colis et de palettes entre les centres colis et les bases de distribution. Ces véhicules ont une capacité de chargement supérieure de 50% à celle des traditionnels camions avec remorque. La Poste peut ainsi diminuer le nombre de trajets et, partant, réduire les émissions de CO₂ de quelque 50 tonnes par véhicule et par année.

Les tests réalisés au moyen du train de marchandises InterregioCargo ont été d'une telle fiabilité et d'une telle rapidité que la Poste peut faire acheminer les colis par ce train, par ailleurs associé au transport combiné. Chaque jour, ce train hybride parcourt 740 kilomètres aller-retour, desservant principalement les centres colis. Il est plus facilement intégrable dans les réseaux de RER que les trains de marchandises classiques. De plus, il permet à la Poste de réduire l'utilisation de camions sur des trajets longue distance.

Par ailleurs, la Poste ne cesse de renouveler son propre parc de véhicules ferroviaires. En 2010, une locomotive équipée d'un moteur diesel plus puissant et d'un filtre à particules a été achetée pour le centre de Härkingen; à l'issue de tests concluants dans le domaine des manœuvres, le centre d'Eclépens (VD) utilise un véhicule rail-route peu polluant. Modernes et plus performants, ces véhicules permettent en outre une réduction sensible des émissions.

En achetant 500 scooters électriques pour la distribution du courrier en Suisse, la Poste a doublé sa flotte de véhicules de ce type, désormais au nombre de 1000. Elle gère ainsi la plus grande flotte de scooters électriques en Europe. Equipés d'une batterie au lithium, ces deux-roues ne polluent pas et sont quasiment silencieux. L'utilisation de ces 1000 scooters permet d'économiser chaque année 570 tonnes de CO₂.

Des triporteurs électriques sont également utilisés pour la distribution du courrier. Au sein de la Poste, le concept des triporteurs électriques a reçu en 2010 l'InnoPrix. Ceux-ci ont une capacité de chargement trois fois plus élevée que les scooters classiques, ce qui permet d'optimiser les tournées de distribution. Le triporteur électrique est sûr et confortable; il n'occasionne ni nuisances sonores ni émissions de gaz. Actuellement, 60 triporteurs sont en circulation à la Poste et 100 autres ont été commandés.

D'ici à 2013, la Suisse veut remplacer plus de 3000 scooters classiques par des modèles électriques, soit près de la moitié de sa flotte de scooters.

Transports publics

CarPostal réduit sa charge environnementale principalement par le biais de trois mesures: adéquation 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 qui, couplé à un moteur et à un pot catalytique modernes, permet de réduire une grande partie des rejets polluants.

En 2010, la Poste a acheté 140 nouveaux cars postaux équipés de filtres à particules: 107 remplissent la norme européenne EEV (Enhanced Environmentally Friendly Vehicles), actuellement la norme la plus stricte en la matière, et 33 nouveaux minibus respectent la norme Euro-5 (il n'existe pas encore de minibus satisfaisant à la norme EEV). Dotée d'un parc moderne, CarPostal parcourt quelque 80% des distances avec des véhicules équipés de filtres à particules.

Elle continuera de rajeunir sa flotte au cours des prochaines années. 175 véhicules munis des tout derniers dispositifs de filtrage des gaz d'échappement et remplissant la norme EEV ont été commandés pour 2011 et 2012. Grâce à ces achats, l'âge moyen des quelque 2000 cars postaux en circulation sur les routes de Suisse sera inférieur à 6 ans et demi.

Entre avril et octobre 2010, CarPostal a testé un bus à plancher surbaissé à propulsion hybride dans les transports régionaux de l'agglomération bernoise: sa consommation de diesel est inférieure d'environ 30% à celle d'un bus diesel classique, mais son prix d'achat est plus élevé. Ces dernières années, les véhicules hybrides se sont imposés comme alternative aux moteurs diesel ou à la propulsion au gaz. En réalisant ce test, CarPostal a joué un rôle de précurseur en Suisse.

CarPostal peut, en qualité d'unique membre suisse d'un consortium européen, participer à un projet de l'UE visant à promouvoir les bus à pile à combustible, dont l'énergie électrique est produite à partir de l'énergie dégagée par la combinaison d'hydrogène et d'oxygène. Le lancement de ce projet est prévu pour le dernier trimestre 2011. En prenant part à un projet de dimension européenne, CarPostal souligne son rôle de pionnier dans le domaine de la promotion de systèmes de propulsion durables.

Mobilité du personnel

Les trajets des collaborateurs participent à l'impact global de la Poste sur l'environnement. Toutefois, une grande partie du personnel utilise d'ores et déjà les transports publics. Du reste, la Poste les y incite: elle offre un abonnement demi-tarif à tous ses collaborateurs relevant de la CCT Poste, ceux qui préfèrent un abonnement général (AG) bénéficiant d'un rabais de 20% (2^e classe). Elle choisit plus particulièrement les jeunes: tous les apprentis se voient offrir un AG. La Poste contribue ainsi à la protection de l'environnement tout en augmentant son attractivité en tant qu'employeur. Aucune autre entreprise suisse ne propose à autant de collaborateurs de tels avantages pour l'utilisation des transports publics.

Pour les voyages d'affaires, la règle veut que les collaborateurs recourent aux transports publics. Ils disposent pour cela de cartes journalières gratuites. Lorsque la voiture est le seul moyen de locomotion envisageable, la Poste mise sur les solutions les moins polluantes possibles, par exemple en utilisant d'ores et déjà des véhicules hybrides. De plus, des véhicules particuliers sont disponibles au sein d'un pôle. Afin que leur utilisation soit optimisée, ils sont parfois exploités dans le cadre d'un auto-partage: les voitures utilisées par des collaborateurs de la Poste dans la journée peuvent être conduites par des tiers le soir et la nuit. Cette solution a également été appliquée à certaines fourgonnettes. Par ailleurs, les collaborateurs de la Poste peuvent utiliser des véhicules de Mobility® CarSharing.

Enfin, la Poste incite son personnel à se rendre au travail à vélo en apportant son soutien à l'action «bike to work» («à vélo au boulot»). Celle-ci a suscité un réel intérêt ces dernières années: en 2010, 1703 participants de la Poste répartis en 446 équipes se sont rendus au travail à vélo durant la majeure partie du mois de juin.

En outre, les e-meetings (visioconférences) peuvent remplacer les voyages d'affaires, la communication ayant lieu dans une salle virtuelle. Cela permet en outre d'éviter les émissions de CO₂.

Infrastructure et gestion des bâtiments

En collaboration avec energho, partenaire d'EnergieSuisse, la Poste optimise depuis 2002 l'efficacité énergétique de huit bâtiments très gourmands en énergie. Une fois les objets et les installations analysés, différentes mesures 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. En l'espace d'un an, 2 millions de kWh d'énergie calorifique, plus de 2,4 millions de kWh d'électricité et 750 m³ d'eau ont été économisés dans ces huit objets sans qu'il ait été nécessaire de toucher à la structure des bâtiments. Des mesures d'amélioration de l'efficacité énergétique ont été lancées selon la même démarche pour trente autres bâtiments.

Dans le cadre d'un autre projet d'optimisation de l'efficacité énergétique, plus de 300 bâtiments ont été vérifiés partout en Suisse par le biais d'un contrôle d'objet standardisé, ce qui a débouché sur 217 mesures et 68 demandes d'investissements à des fins d'optimisation. Pour réduire la consommation d'énergie dans ses bâtiments ainsi que les frais de chauffage, de climatisation, d'électricité et d'eau, la Poste met en œuvre des mesures simples, économiques et efficaces. Il s'agit, lors de travaux de rénovation et de maintenance, d'installer des toilettes moins gourmandes en eau et des robinets avec économiseur d'eau.

A Daillens (VD), un bâtiment de la Poste a été certifié selon la norme Minergie. Celle-ci se distingue par une faible consommation d'énergie. La certification porte notamment sur l'enveloppe du bâtiment, l'aération, le confort thermique et les moyens technologiques.

Le futur immeuble PostParc (sur le site de l'ancienne Schanzenpost, à Berne) remplira lui aussi les exigences Minergie. Le nouveau siège principal de PostFinance, un bâtiment de 13 étages, est construit selon la norme Minergie-Eco. Outre le confort et l'efficacité énergétique, celle-ci tient également compte de l'aspect écologique de la construction.

Pour le nettoyage de ses bâtiments, la Poste recourt à des solutions respectueuses de l'environnement: l'introduction du nettoyage écologique et l'utilisation de tissus en microfibres permettent de renoncer dans une large mesure aux détergents classiques.

Technologies de l'information

Dans le centre de calcul de PostFinance à Zofingue, l'efficacité énergétique a été améliorée de 6% environ en 2010, soit 436 900 kWh. Le chauffage au mazout a été remplacé par une pompe à chaleur (pour cela, un système de climatisation existant a été adapté). La pompe récupère la chaleur émanant des pièces accueillant les installations techniques pour chauffer le bâtiment. Cette mesure permet d'économiser près de 50 000 litres de mazout, soit quelque 134 tonnes de CO₂ par an. De plus, le réglage des systèmes de climatisation a été optimisé. Au centre de calcul Engehalde de PostFinance, à Berne, une optimisation des systèmes de climatisation a elle aussi permis une amélioration de l'efficacité énergétique. Celle-ci a atteint 7%, soit 943 500 kWh.

La Poste a également veillé, en 2010, à acheter de nouveaux PC et ordinateurs portables consommant peu d'énergie. Ces dernières années, la consommation d'énergie de ceux-ci a pu être réduite de façon continue (de quelque 11 000 MWh entre 2004 et fin 2010). Pour l'impression, la Poste mise sur des mesures visant une utilisation respectueuse des ressources, par exemple en réduisant les impressions en couleur.

Achats

La responsabilité sociale et écologique de la Poste en matière d'achat de biens et de services ne cesse de gagner en importance. L'entreprise applique un code éthique et social qui définit notamment des principes écologiques et les exigences que les fournisseurs de biens et de services doivent respecter en la matière.

La Poste utilise exclusivement du papier certifié FSC. Le label octroyé par le Conseil international de gestion forestière (FSC) garantit une exploitation respectueuse de l'environnement et des valeurs sociales. Le papier pour photocopieuses contient 50% de fibres recyclées.

La Poste s'emploie en permanence à réduire sa consommation de papier. Un exemple en sont les envois groupés introduits en 2010 à PostFinance. Les processus ont été optimisés de sorte que les clients reçoivent dans un envoi unique, et non plus dans différentes enveloppes, leurs extraits de compte ou de dépôt, les annexes et les boucllements des intérêts. Cette mesure introduite en février 2010 permet de réduire sensiblement le nombre des envois en dépit d'une hausse du nombre des comptes.

Eviter, recycler et éliminer dans le respect de l'environnement: conformément à ce principe, des dispositifs d'élimination permettent de procéder au tri sélectif dans de nombreux bâtiments de taille moyenne à grande. Dans la mesure du possible, tous les déchets sont recyclés.

La Poste a lancé en 2010, dans le centre colis de Frauenfeld, un projet pilote portant sur le recyclage des déchets. Sa faisabilité et sa rentabilité sont actuellement examinées. Les bases de distribution collectent et trient le carton, le film rétractable et les palettes jetables puis les font régulièrement acheminer vers le centre colis via les transports existants. Ce dernier les prépare ensuite avant de les recycler. Ainsi, les transports sont optimisés et des frais d'élimination sont économisés. Aujourd'hui déjà, les centres colis recyclent nombre de déchets plutôt que de les faire éliminer et de payer pour cela.

Perspectives

Les risques futurs et leurs répercussions économiques

Les milieux politiques et le public attendent des entreprises liées à la Confédération que leurs objectifs soient conformes avec les politiques énergétique et climatique nationale et internationale. Ainsi, dans les objectifs stratégiques (E 3) qu'il a assignés à la Poste pour les années 2010 à 2013, le Conseil fédéral attend de La Poste Suisse qu'«elle suive, dans le cadre des possibilités qu'offre la gestion de l'entreprise, une stratégie axée tant sur les principes éthiques que sur ceux du développement durable» et qu'«elle exploite les potentiels d'amélioration de son efficacité».

La Poste Suisse continuera de poursuivre une stratégie en matière de développement durable, qui correspond, dans les domaines de l'énergie, du climat et de la mobilité, aux tout derniers résultats et conclusions obtenus en matière d'écologie tout en tenant compte des nécessités de la gestion de l'entreprise.

Etant donné que, principale entreprise logistique de Suisse, la Poste consomme une grande quantité d'énergie, des modifications de la législation en la matière (loi sur le CO₂, RPLP, loi sur l'énergie, introduction de zones environnementales et péage routier) ainsi que les fluctuations des prix de l'énergie représentent un important défi pour elle. En effet, elle est encore très dépendante des combustibles fossiles, notamment dans le domaine du transport de marchandises et de voyageurs. Actuellement, les véhicules de la Poste consomment chaque année environ 45 millions de litres de carburant et ses bâtiments, près de 6 millions de litres de mazout ainsi que d'importantes quantités de gaz naturel. Chaque année, ses frais d'énergie sont supérieurs à 100 millions de francs. Si les prix du pétrole retrouvaient le niveau de 2008, les frais d'énergie annuels de la Poste augmenteraient de plusieurs dizaines de millions de francs.

Les taxes introduites en Suisse dans le cadre de la politique énergétique et climatique ont elles aussi une incidence sur les frais d'énergie de la Poste. Il s'agit de la taxe sur le CO₂, une taxe d'incitation prélevée sur les combustibles, de la taxe pour la rétribution à prix coûtant du courant injecté et du centime climatique prélevé sur les carburants. Parallèlement à ces taxes, il existe des programmes d'aide (programme d'assainissement des bâtiments, fonds RPC) et des remboursements dont la Poste peut elle aussi profiter.

Le prix de l'énergie, du fait de ses fluctuations, représente un risque considérable en termes de coûts, lequel ne peut être compensé à court terme par des mesures tarifaires. Aussi, la Poste mise avant tout sur des économies d'énergie afin de réduire ses émissions de CO₂ et d'atténuer ce risque. Elle réduit ses émissions notamment en utilisant des véhicules alternatifs tels que les véhicules électriques pour la distribution; plus le prix de l'énergie augmente, plus ces technologies alternatives s'avèrent économiques. En matière d'immobilier, la Poste décide d'éventuels investissements en évaluant les coûts par le biais de la durée d'utilisation économique d'un bâtiment. C'est pourquoi elle s'est engagée à construire tous ses nouveaux bâtiments selon la norme Minergie.

Pour garantir la réussite commerciale de ses activités à long terme, la Poste établit un équilibre entre action écologique, responsabilité sociale et succès économique.

C'est la raison pour laquelle elle vise une réduction substantielle de ses émissions de gaz à effet de serre. A travers un train de mesures adopté par la Direction du groupe, elle envisage de réduire chaque année ses émissions de CO₂ de 15 000 tonnes d'ici à la fin 2013. Cela repré-

sente à peu près les émissions de gaz à effet de serre rejetées chaque année par une commune suisse de 2500 habitants.

Ainsi, la Poste se positionne, sur le marché et par rapport au public, comme une entreprise moderne et respectueuse du climat, ce qui, par ailleurs, lui apporte des avantages concurrentiels.

Sponsoring

En tant que sponsor, La Poste Suisse soutient le sport et la culture – un engagement primordial, notamment pour son image. En 2010, les dépenses de sponsoring ont avoisiné les 14,4 millions de francs.

Sport

Depuis 2004, 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 le Marathon de la Jungfrau, le Silvesterlauf de Zurich et le Marathon de Lausanne. L'engagement de la Poste en faveur de la course à pied profite également aux collaborateurs qui, en 2010, ont bénéficié de plus de 3000 départs gratuits à des courses. La Poste possède sa propre équipe, qui rassemble les meilleurs coureurs de Suisse.

Le hockey sur glace est le deuxième pilier du sponsoring sportif de la Poste: 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 2009/2010, les Top Scorers ont engrangé 364 600 francs pour les sections junior des clubs et de la ligue. PostFinance a par ailleurs apporté un soutien financier direct à onze clubs. Outre son engagement systématique du hockey sur glace, PostFinance a soutenu d'autres disciplines sportives en 2010: elle est sponsor principal de l'équipe nationale de course d'orientation et s'engage pour les espoirs par le biais du programme «sCOOL». Enfin, elle soutient la Fondation de l'Aide Sportive Suisse.

Culture

PostFinance apporte son soutien à de grands festivals de musique en Suisse. Depuis 15 ans, elle organise une série de concerts de musique classique baptisés PostFinance Classics. En tant que partenaire de l'Orchestre Symphonique Suisse de Jeunes, elle s'engage également en faveur de la relève dans le domaine culturel.

La Poste soutient le cinéma et des festivals de cinéma dans toutes les régions linguistiques. Le Festival international du film de Locarno, le plus grand rendez-vous du 7^e art de Suisse, et les Journées de Soleure, vitrine du cinéma helvétique, en sont les bénéficiaires ainsi que Visions du Réel, à Nyon, le plus célèbre festival de cinéma en Suisse romande, et le Zurich Film Festival, la Poste étant leur principal sponsor. L'entreprise décerne en outre deux prix: le Grand Prix de La Poste Suisse à Nyon, qui récompense le meilleur film documentaire, et le Prix du public à Soleure.

La Poste est à l'origine de la fondation du Musée de la communication de Berne qui, en 2010 aussi, s'est affirmé parmi les musées de Suisse en organisant d'attrayantes expositions traitant toutes de la communication.

L'Association Sport + Culture Poste Suisse (ASCPS) réunit 89 groupements sportifs et culturels de La Poste Suisse et de Swisscom. Elle compte plus de 5000 membres, lesquels travaillent en majorité à la Poste ou chez Swisscom. Elle organise chaque année 25 manifestations nationales, auxquelles viennent s'ajouter des manifestations régionales. La Poste offre ainsi à ses collaborateurs une plateforme importante pour leurs activités extraprofessionnelles dans les domaines sportif et culturel. La Direction du groupe Poste a décidé de suspendre tout soutien financier à l'ASCPS à la fin 2012. A partir de 2012, l'entreprise organisera ses propres manifestations pour les activités extraprofessionnelles de ses collaborateurs.

Groupe | Sponsoring

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Sponsoring sportif	mio. CHF	11,8	11,7
Sponsoring culturel	mio. CHF	2,6	4,0

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

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 culturels et à des actions sociales; la seconde se mobilise pour répondre aux besoins des enfants et des adolescents de Suisse et défendre leurs droits.

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

Pour la 13^e année consécutive, la Poste a organisé, en collaboration avec la Croix-Rouge suisse, l'action «2 x Noël». Quelque 72 000 colis ont été collectés en 2009/2010 (contre 62 500 en 2008/2009). 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. L'association de branche GS1 a remis à la Poste et à ses partenaires (Croix-Rouge suisse [CRS] et SRG SSR idée suisse) le «Swiss Logistics Award» pour leur solution logistique.

Chaque année, la Poste fait le bonheur des enfants qui écrivent au Père Noël. En 2010, ils étaient 16 869 à recevoir une réponse agrémentée d'un petit cadeau dans le cadre de l'opération «Père Noël».

■ Chaîne du Bonheur

La Poste soutient la Chaîne du Bonheur en prenant à sa charge les frais de versement de dons. En 2010, ces derniers ont avoisiné les 270 000 francs (2009: 117 000 francs). En 2010, la Chaîne du Bonheur a organisé des journées de collecte nationale au profit des victimes de catastrophes naturelles telles que les inondations en Asie (Pakistan) et les tremblements de terre à Haïti et au Chili. De plus, la Poste a fait don d'un million de francs aux victimes haïtiennes. Par ailleurs, de l'argent a pu être viré gratuitement vers l'île sinistrée avec Western Union. Lors des journées de collecte de la Chaîne du Bonheur, PostFinance réactive à ses 861 Postomat de Suisse la touche permettant de faire des dons. De cette manière, les titulaires d'une PostFinance Card peuvent faire gratuitement des dons à la Chaîne du Bonheur. Le montant est directement débité du compte postal. Pour certaines collectes, le don via le téléphone portable est également possible: à la condition d'être enregistrés à PostFinance Mobile, les clients envoient un SMS mentionnant le mot de passe suivi du montant au numéro abrégé 363.

Groupe | Engagement

2010 par rapport à l'année précédente

		2010	2009
Engagement social / cadeaux / dons	mio. CHF	4,6	5,0

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

■ Action «Tarif du cœur»

Durant trois jours en juin, la Poste a offert à ses clients au guichet, contre un bon, les frais de port pour l'expédition en courrier A de lettres standard et cartes postales. Pour les colis à destination de la Suisse, elle a pris à sa charge le supplément requis pour passer de PostPac Economy au mode d'acheminement plus rapide PostPac Priority. Tous les envois ont été revêtus du cachet spécial «Tarif du cœur». Près de 67 000 bons ont été remis.

■ Accès sans barrières

Pour la Poste, il est très important de permettre aux personnes présentant des besoins spécifiques d'accéder à Internet. Ainsi, avant de les publier sur la Toile, l'entreprise prépare tous ses documents en ligne de sorte qu'ils soient accessibles à tous. La Fondation «Accès pour tous» a décerné au portail financier et à e-finance le label de qualité AA+ attestant son accessibilité élevée. De plus, les clients aveugles et malvoyants reçoivent, pour se connecter à e-finance, un appareil de lecture doté de grandes touches.

En 2010, la Poste s'est vu décerner la médaille de bronze de l'étude comparative BIENE sur les nouvelles perspectives offertes par Internet lorsqu'il est accessible à tous. Remis par l'action de soutien «Mensch» et par la fondation «Digitale Chancen», ce prix est le plus prestigieux dans ce domaine. Il œuvre à la promotion de l'accès à Internet pour les personnes handicapées et, partant, d'Internet en tant qu'outil d'avenir.

Pour permettre aux personnes en fauteuil roulant d'accéder aux Postomat, PostFinance installe désormais, dans les lieux comptant deux Postomat et plus, au moins un distributeur à une hauteur de 0,8 à 1,1 mètre.

Les personnes malvoyantes peuvent effectuer leurs opérations financières au Postomat en toute autonomie: des écouteurs et un logiciel approprié leur permettent de suivre les indications pour passer d'une étape à l'autre. Les Postomat sont équipés progressivement.

Désormais, le jeu didactique en ligne EventManager est accessible à tous et il est même le premier jeu en flash certifié accessible. PostFinance a lancé en 2009 ce jeu consacré à la prévention des dettes chez les jeunes et l'a développé en 2010 en collaboration avec la Fondation suisse pour une technologie adaptée aux handicapés «Accès pour tous». Avec EventManager, les jeunes de 14 à 20 ans apprennent 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.

■ Aide financière au démarrage pour les jeunes entrepreneurs

Partenaire financier de startups.ch, PostFinance soutient le prix des jeunes entrepreneurs STARTUPS.CH AWARD. Un compte commercial PostFinance doté d'un capital initial de 5000 francs est offert à chacun des trois lauréats. PostFinance soutient par ailleurs des plateformes telles que l'Institut für Jungunternehmen et le GründerZentrum Bern.

■ Rédiger des cartes-fiches en ligne

Avec card2brain, PostFinance encourage les élèves à rédiger des cartes-fiches en ligne. Désormais, la prestation Paiement par mobile est intégrée dans la plateforme en ligne. Cela permet aux utilisateurs, non seulement d'utiliser les cartes-fiches de tiers, mais également de les récompenser par un don d'argent. Pour plus d'informations: www.card2brain.ch.

12	Préface
16	Interview
19	Profil de l'entreprise
41	Evolution de l'activité
	Gestion
126	Responsabilité
126	Généralités
126	Vision
127	Gestion des risques
127	Principes
127	Organisation
127	Risques
128	Gouvernement d'entreprise
128	Principes et directives
128	Structure du groupe
128	Statut juridique et propriété
128	Pilotage par la Confédération
129	Présentation des comptes du service universel
129	Structure du capital
129	Conseil d'administration
129	Composition
130	Changements
130	Remaniement du gouvernement d'entreprise
130	Structure d'organisation
131	Règlement des compétences
132	Instruments d'information et de contrôle
133	Direction du groupe
133	Composition
133	Changements
133	Indemnisation
133	Politique
133	Fixation des indemnités
134	Montant des indemnités
134	Organe de révision
134	Programme Futuro
135	Politiques et principes
135	Gestion et collaboration
135	Concurrence
135	Personnel
135	Sécurité
135	Environnement
136	Achats

137	Instruments de gestion
137	Innovation
138	Groupes de dialogue
138	Qualité
138	Environnement
138	Sécurité
139	Chaîne d'approvisionnement
140	Rapport financier
210	Informations détaillées
211	Comparaison des chiffres clés sur cinq ans

A propos de ce chapitre

■ Présentation des valeurs

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

■ Renvois à des informations plus détaillées sur Internet

Le symbole (🔗) renvoie à des informations plus approfondies sur Internet. La liste des renvois, disponible à l'adresse www.poste.ch/rg2010links, 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

Généralités

La vision est la ligne directrice suprême de La Poste Suisse. Remaniée et adaptée en 2009, elle se fonde sur la législation postale (E→ 1) et sur les objectifs stratégiques assignés par le Conseil fédéral (E→ 3). Document fondamental, la vision de la Poste constitue un outil de gestion essentiel. Elle jalonne son parcours.

Vision

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 sur le marché 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

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→ 14). 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→ 14). 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.

Le processus de gestion des risques fait partie intégrante du processus stratégique annuel du groupe. 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.

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 fixées – indépendamment des activités opérationnelles – et rend compte des résultats 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.

Risques

En 2010, La Poste Suisse a identifié et analysé au niveau du groupe dix 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), trois sont des risques de marché et quatre sont de nature endogène. Treize 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 184.

Gouvernement d'entreprise

Principes et directives

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 (voir page 34). Celui-ci consiste en la fourniture de prestations relevant des services postaux et des services de paiement. Il répond aux divers besoins de la clientèle, des acteurs économiques et de la population qui réclament également une certaine transparence.

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 et en établissant son rapport de gestion selon le Code suisse de bonne pratique pour le gouvernement d'entreprise d'économiesuisse, dans la mesure où le respect de ces directives est tout aussi primordial pour un établissement de droit public détenant un mandat de desserte de base. 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.

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 placées sous la direction de ces unités du groupe (cf. organigramme en page 25). Aucune société du groupe n'est cotée en bourse. 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 191 du rapport financier.

Pilotage par la Confédération

Le Conseil fédéral assigne des objectifs stratégiques à la Poste (☞ 3). Ceux-ci sont adaptés périodiquement, en règle générale tous les quatre ans (cf. paragraphe «Directives», page 35). 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 (☞ 4), 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 – au nombre de cinq en 2010 – ont lieu régulièrement entre représentants du DETEC et du DFF et les responsables de la Poste. De plus, ces derniers ont participé en 2010 à la réunion annuelle du département. Les discussions ont porté sur les sujets suivants: la vision et la planification stratégique et financière pour la période 2010–2013, le résultat annuel, la réalisation des objectifs et la répartition des bénéfices, la révision totale de la législation postale, l'aide à la presse, l'offre de prestations 2011 ainsi que la mise en œuvre de certaines décisions judiciaires concernant la Poste.

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. Cette directive a été révisée en 2009 et sa nouvelle version est entrée en vigueur le 14 janvier 2010. Elle règle dans le détail la question, importante pour la Poste, de la méthode applicable pour prouver le 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 2010, les coûts du service universel selon la présentation régulatoire se sont montés à 3,6 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 susmentionnée, 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 198 millions de francs contre (200 millions en 2009).

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 (CP) 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 2010, soit après affectation du bénéfice consolidé, ceux-ci s'élevaient à 4,221 milliards de francs. Après 2007, 2008 et 2009, la Poste versera pour la quatrième fois à la Confédération une partie de son bénéfice, soit 200 millions de francs. Le mouvement des fonds propres au 31 décembre 2010 est indiqué dans le rapport financier, à la page 144.

Conseil d'administration Composition

Le Conseil d'administration de La Poste Suisse était composé, au 31 décembre 2010, de neuf membres, tous nommés par le Conseil fédéral pour quatre ans en principe. Ce dernier en désigne également le président et veille, lors de l'élection du Conseil d'administration, à une représentation adéquate des régions, des cultures et des sexes. Au cours de l'année sous revue, le Conseil d'administration a été renouvelé dans son intégralité. 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 (E 1), le personnel doit être représenté de manière appropriée au Conseil d'administration. En 2010, les représentants étaient Susanne Blank et Jean-Marc Eggenberger jusqu'au 31 mai, remplacé par Michel Gobet au 1^{er} juin.

Groupe | Composition du Conseil d'administration et participation aux comités
 au 31.12.2010

Nom	Fonction	Comités	Nationalité	Membre depuis
Peter Hasler	Président	Audit & Risk; Organisation, Nomination & Remuneration; Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances; PostFinance	CH	2010
Dominique Freymond	Vice-président	Organisation, Nomination & Remuneration*	CH	2002
Andreas Schläpfer	Vice-président	Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances*	CH	2009
Susanne Blank	Membre	Audit & Risk	CH	2008
Marco Durrer	Membre	PostFinance*	CH	2009
Michel Gobet	Membre	Organisation, Nomination & Remuneration; Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances	CH	2010
Philippe Milliet	Membre	Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances	CH	2010
Nicola Thibaudeau	Membre	PostFinance	CH, CAN	2006
Adriano P. Vassalli	Membre	PostFinance; Audit & Risk*	CH	2010

* Direction du comité

Pour en savoir plus sur les différents membres du Conseil d'administration, voir à la page 26.

Changements

Wolfgang Werlé a démissionné du Conseil d'administration le 4 janvier 2010. Le 20 janvier 2010, Peter Hasler a été nommé président du Conseil d'administration en remplacement de Claude R. Béglé, démissionnaire. Lors du renouvellement intégral du Conseil d'administration, Michel Gobet a pris la place de Jean-Marc Eggenberger en qualité de représentant du personnel, le 1^{er} juin. Par ailleurs, Philippe Milliet et Adriano P. Vassalli ont fait leur entrée à la même date au Conseil d'administration.

Remaniement du gouvernement d'entreprise

Après avoir adapté en 2009 son règlement d'organisation dans le cadre du remaniement des règles du gouvernement d'entreprise, le Conseil d'administration a dû, au cours de l'exercice, régler quelques inexactitudes formelles. Les modifications sont entrées en vigueur le 22 avril 2010.

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 quatorze fois au cours de l'exercice. Parmi les dossiers qu'il a traités figurent la planification stratégique, le programme Futuro (page 134), le rapport de gestion et la gestion des risques, la clôture des comptes 2009 et le budget 2011, la structure de l'encadrement, les conditions d'engagement des cadres et les règlements y afférents, la satisfaction du personnel, les négociations salariales, l'adaptation de l'assortiment et les nouvelles formes de points d'accès aux services postaux. De plus, l'ensemble du Conseil d'administration a suivi une formation consacrée au gouvernement d'entreprise, aux normes IFRS et à la conformité (compliance). Le directeur général et le responsable Finances participent aussi aux séances du Conseil d'administration, avec voix consultative. Selon les 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. De plus, la durée de leur mandat est limitée à douze ans. Il existe 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 (Audit & Risk; Organisation, Nomination & Remuneration; Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances; PostFinance). Enfin, le Conseil d'administration peut à tout moment constituer des comités temporaires ou des groupes de travail pour traiter de dossiers

particuliers. 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 le programme de révision annuel de l'unité Révision interne.

Comité Audit & Risk

Composé de trois 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 de ces derniers, 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. Celles-ci ont été consacrées en priorité aux dossiers suivants: rapport de gestion et rapport financier, rapports à l'intention du Conseil fédéral, du DETEC et de l'Autorité de régulation postale, rapport SCI Finances du groupe, rapports établis au plan externe, gestion des risques et programme de révision de Révision interne. En juin, Adriano P. Vassalli a pris la direction du comité, assumée jusque-là ad interim par Nicola Thibaudeau. Les autres membres sont Peter Hasler (depuis le 20 janvier 2010) et Susanne Blank.

Comité Organisation, Nomination & Remuneration

Le comité s'est réuni à huit reprises au cours de l'exercice sous revue. Il est investi, vis-à-vis de 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. En 2010, il s'est penché sur la politique et la stratégie en matière de personnel, le partenariat social, les conditions d'engagement des cadres, la CCT Poste, les négociations sur le plan social cadre et la diversité. Ses membres sont Dominique Freymond (président), Peter Hasler (depuis le 20 janvier 2010) et Jean-Marc Eggenberger (jusqu'au 31 mai 2010) puis Michel Gobet (depuis le 1^{er} juin 2010).

Comité Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances

Le comité Investment, Mergers & Acquisitions, Alliances 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, de sociétés associées et de participations. Réuni à quatre reprises en 2010, il s'est consacré au reporting, au nouveau siège principal de PostFinance ainsi qu'à la méthodologie et à l'examen d'acquisitions. Andreas Schlöpfer dirige le comité, les autres membres étant Peter Hasler (depuis le 20 janvier 2010), Philippe Milliet (depuis le 1^{er} juin 2010), Jean-Marc Eggenberger (jusqu'au 31 mai 2010), remplacé par Michel Gobet (depuis le 1^{er} juin 2010).

Comité PostFinance

Le comité PostFinance se consacre à la gouvernance des activités de placement de PostFinance, contrôle les risques opérationnels de l'unité et accompagne l'équipe de projet chargée du transfert de l'unité dans la société PostFinance SA. En 2010, il a organisé cinq réunions qui ont porté principalement sur la stratégie de PostFinance, le rapport sur les risques, la politique en matière de risques et le projet de société PostFinance SA. Par ailleurs, il a effectué des évaluations sur les risques de marché et de taux d'intérêt, les risques opérationnels et les risques de liquidité. Ses membres sont Marco Durrer (président), Peter Hasler (depuis le 20 janvier 2010), Nicola Thibaudeau et Adriano P. Vassalli (depuis le 1^{er} juin 2010).

Règlement des compétences

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 effectué en 2009 a permis d'intensifier la collaboration entre les

Instruments d'information et de contrôle

Rapports

deux organes, ce qui a nécessité une plus grande concertation sur les différents sujets. Le processus stratégique itératif constitue 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. 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 édicté par le Conseil d'administration.

Afin d'exercer sa haute surveillance, le Conseil d'administration reçoit des rapports mensuels sur 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 des indicateurs sur les marchés 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 et la morbidité, la satisfaction du personnel (indice) et le nombre d'apprentis.

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 127 et dans le rapport financier page 184), de la trésorerie, de la communication et de la révision interne (cf. page 132). 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 à l'Autorité de régulation et 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 pour 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 une fois par an un rapport sur l'état de développement du SCI. L'organe de révision externe a examiné avec les comptes l'existence d'un tel système selon le Code des obligations. D'autres indications sur le SCI figurent à la page 185 du rapport financier.

Révision interne

Les activités de révision 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 Audit & Risk 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, la 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 par la FINMA, qui effectue chaque année des contrôles sur site.

Direction du groupe Composition

La Direction du groupe est composée du directeur général et de huit autres membres. Tous ses membres sont nommés par le Conseil d'administration.

Groupe | Composition de la Direction du groupe au 31.12.2010

Nom	Fonction	Nationalité	Membre depuis
Jürg Bucher	Directeur général et responsable PostFinance	CH	2003
Dieter Bambauer	Responsable PostLogistics	CH/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/E	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 ou des personnes physiques en dehors du groupe.

Pour en savoir plus sur les différents membres de la Direction du groupe, se reporter à la page 30.

Changements

Aucun changement n'est intervenu au sein des instances de la direction opérationnelle au cours de l'exercice sous revue.

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

Selon le 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. En cas de contributions personnelles exceptionnelles, des primes de performance individuelles peuvent être versées. En 2010, le Conseil d'administration a remanié le règlement des cadres et le système

de rémunération variable. Selon les nouvelles dispositions entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2011, le bonus de prestation maximum accordé au directeur général passe de 40 à 50%. De plus, les indicateurs financiers pour la mesure de la part variable des salaires se fondent désormais pour tous les cadres sur la moyenne des prestations des deux dernières années.

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 328 320 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 faut tenir compte des changements de personnel étant intervenus dans les différents organes.

Montant des indemnités

Conseil d'administration

Le Conseil fédéral fixe le montant des indemnités versées aux membres du Conseil d'administration. Ceux-ci (président incl.) ont reçu au cours de l'exercice une rémunération globale, prestations accessoires et autres prestations incluses, de 881 889 francs (honoraires, prestations accessoires et autres prestations). En 2010, les prestations accessoires et les autres prestations d'un montant total de 155 217 francs ont été incluses dans la rémunération globale. Les honoraires des présidents du Conseil d'administration ont atteint 225 009 francs (Claude R. Béglé jusqu'au 19 janvier 2010: 11 500 francs, Peter Hasler à partir du 20 janvier 2010: 213 509 francs). Les prestations accessoires et les autres prestations se sont élevées à 29 850 francs (Claude R. Béglé: 3 650 francs, Peter Hasler: 26 200 francs).

Direction du groupe

Au cours de l'exercice, les neuf membres de la Direction du groupe et le directeur général Michel Kunz démissionnaire au 16 décembre 2009 ont reçu une rémunération globale, prestations accessoires incluses, de 5 384 431 francs (salaires de base, prestations accessoires, bonus de prestation et indemnité de départ). Comme pour le Conseil d'administration, les prestations accessoires d'un montant total de 319 785 francs ont été incluses dans la rémunération globale. Le bonus de prestation découlant des objectifs atteints en 2010 et versé en 2011 s'est monté à 1 153 320 francs. Le salaire de base du directeur général Jürg Bucher s'est élevé au total à 550 000 francs et son bonus de prestation à 197 175 francs. Compte tenu de sa contribution personnelle, il a reçu pour 2010 une prime individuelle de 100 000 francs. Michel Kunz a reçu une indemnité de départ de 516 326 francs. Cette somme comprend le salaire de base et les prestations accessoires pendant le délai de résiliation ainsi qu'une indemnité directe due au départ.

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. Après cinq années sans changement, un réviseur en chef a été nommé au milieu de l'exercice sous revue: Orlando Lanfranchi a remplacé Christoph Andenmatten. Le comité de révision du Conseil d'administration consulte régulièrement l'organe de révision externe et veille à l'indépendance de ce dernier.

Programme Futuro

En décembre 2009, la Direction du groupe et le Conseil d'administration ont donné leur feu vert au lancement du programme Futuro. Celui-ci prépare la transformation de la Poste en une société anonyme de droit public et le transfert de l'unité du groupe PostFinance dans une société anonyme propriété de La Poste Suisse, comme le prévoit la révision de la législation postale. Les nouvelles lois devraient entrer en vigueur début 2012, le Conseil fédéral prenant les décisions correspondantes en 2011 et 2012. Du fait de cette réorganisation, le gouvernement d'entreprise connaîtra des changements de fond. La Direction du groupe et le Conseil d'administration entendent accompagner le projet. Les adaptations formelles et structurelles qu'entraîne la révision totale de la législation postale représentent un défi de taille pour la Poste en tant que groupe possédant un établissement financier et investi d'un mandat de desserte de base.

Politiques et principes

Gestion et collaboration

La gestion et la collaboration reposent sur le respect, l'équité et le partenariat ainsi que sur une communication franche et transparente. 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.

Concurrence

La Poste fournit les prestations de la desserte de base à un haut niveau de qualité 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.

Personnel

La collaboration se fonde sur la vision et la stratégie de la Poste. La Poste s'engage ainsi en faveur d'une culture d'entreprise dynamique axée sur la prestation et l'esprit d'équipe, d'une démarche basée sur le respect, d'une communication franche, de possibilités de développement attrayantes et de la mise en œuvre responsable des changements au sein de l'entreprise. Ses collaborateurs assument leurs responsabilités, utilisent leur marge de manoeuvre et contribuent ainsi à la réussite de l'entreprise. Dans sa politique du personnel (→ 5), 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.

Sécurité

Au moyen de sa politique de sécurité (→ 13), 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. Par le biais de mesures de communication et de formation, le personnel et les supérieurs hiérarchiques sont encouragés à contribuer activement à la sécurité. 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.

Environnement

La Poste mène une politique de l'environnement 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 politique des achats de La Poste Suisse se fonde sur la loi fédérale sur les marchés publics et sur son ordonnance (E 17, 18). La Poste est donc tenue de respecter les procédures d'adjudication qu'elles prescrivent (E 19), de faire si possible ses achats sous le régime de la libre concurrence et d'assurer l'égalité de traitement de tous les participants. Elle considère ainsi ses fournisseurs comme des partenaires dans un contexte de concurrence âpre mais équitable. Lors de ses achats, elle cherche à obtenir des conditions optimales et une efficacité élevée dans le cadre de relations, coopérations et partenariats durables. Le volume d'achat annuel atteint quelque 2,8 milliards de francs. Conformément à sa vision, la Poste agit dans l'intérêt du groupe, en tenant compte d'aspects économiques, éthiques, sociaux et écologiques. Ainsi, depuis 2006, tous les fournisseurs sont tenus de signer le code éthique et social de la Poste (E 16) et de respecter ses exigences. De plus, la Poste accorde une grande importance à l'utilisation consciencieuse et durable des ressources et à la préservation de l'environnement.

Instruments de gestion

Innovation

Par une gestion des innovations professionnelle à l'échelle du groupe et des unités, 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. Elle s'est fixé pour objectif de faire partie des entreprises postales les plus innovantes du monde et ce, aujourd'hui comme demain. Pour cette raison, elle développe sa gestion des idées, encourage l'utilisation du processus INN (Innovation, nouvelles activités et développement durable) et met en réseau partenaires internes et externes pour le développement d'innovations. De plus, elle favorise et entretient une culture d'entreprise ouverte à l'innovation.

■ Le processus INN

Chaque année, La Poste Suisse injecte 1,5% du bénéfice consolidé prévu (quelque 13 millions de francs en 2010) dans le processus INN afin de financer des projets innovants et durables. Le processus INN vise une mise en œuvre rapide: il commence avec une idée simple et se termine généralement par un essai pilote. Idéalement, moins de huit mois s'écoulent entre le lancement d'une idée et l'introduction d'un nouveau produit, d'une nouvelle prestation ou d'un nouveau processus. Les idées ou projets sont évalués en trois étapes par un jury composé de représentants des unités et du comité de la Direction du groupe Innovation, nouvelles activités et développement durable (KLA INN). Ces deux instances désignent les projets qui, du fait de leur potentiel, seront financés.

La mise en œuvre de douze idées a commencé en 2010. Il s'agit par exemple d'un projet proposant des modèles commerciaux concrets pour l'utilisation de la fonction de réalité augmentée au sein de La Poste Suisse: les utilisateurs reçoivent des informations complémentaires sur des données qu'ils photographient au moyen de leur téléphone portable. Ainsi, s'ils prennent en photo une curiosité ou un restaurant, des informations sur l'histoire du bâtiment ou des critiques culinaires s'affichent sur leur écran de téléphone.

En 2010, le KLA INN a apporté un soutien financier à 23 projets. Ce soutien a notamment permis de lancer la Post SuisseD et d'introduire en Autriche le URLAUBSZEITUNG. Ce journal personnalisé fournit au client d'un hôtel, avant ses vacances, des informations et des offres individuelles sur sa destination touristique.

■ Le PostLab

En vue d'encourager la capacité d'innovation de la Poste, le PostLab met en réseau le savoir interne et externe. Il a en effet un rôle d'interface entre les unités de La Poste Suisse et des partenaires d'innovation externes tels que des hautes écoles, des entreprises et des clients.

Grâce à une gestion des partenaires ciblée et à une collaboration systématique, de nouvelles idées commerciales voient le jour. Les lancements des projets et la gestion des partenaires suivent les objectifs et priorités fixés par le groupe en termes d'innovations et s'inscrivent ainsi dans la politique d'innovation de La Poste Suisse

En 2010, le Postlab a notamment lancé le projet Assisted Living. Le vieillissement de la population suisse requiert des solutions innovantes permettant aux personnes âgées de vivre chez elles le plus longtemps possible. En collaboration avec la Haute-Ecole de St-Gall, La Poste Suisse s'emploie à identifier dans son offre des prestations qui, en étant regroupées, tiennent mieux compte des besoins des personnes âgées.

■ Gestion du capital intellectuel et des idées

Depuis dix ans déjà, La Poste Suisse gère avec succès un système de propositions. En 2010, 1528 idées ont été transmises et les économies réalisées ont atteint près de 1,8 million de francs. Début 2010, l'unité Gestion des innovations de la Poste a été chargée par la Direction du groupe de moderniser le système de gestion des idées Postidea.

Mené à l'échelle du groupe, le projet vise à mettre sur pied un instrument modulaire qui, outre la transmission d'idées spontanées, offre également la possibilité de collecter des idées sur un sujet précis. Il est en outre prévu d'intégrer des blogs et des forums pour le développement et l'évaluation collectifs d'idées. Le nouveau Postidea sera également accessible aux collaborateurs à l'étranger et sera lancé à la mi-2011.

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 évoquent 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. Elle applique une politique de gestion systématique des parties prenantes, afin de discuter de façon constructive des nombreuses attentes en jeu et de reconnaître à temps les développements pour ensuite en tenir compte.

La Poste est membre du WWF Climate Group. Celui-ci regroupe des entreprises qui, en réduisant leurs émissions de CO₂, veulent apporter une contribution substantielle à la protection du climat. La Poste s'est engagée à proposer des produits et des prestations respectueux du climat (E→ 12), à encourager l'utilisation de véhicules dotés de technologies de propulsion alternatives et à mettre en œuvre d'autres mesures de réduction des émissions de gaz à effet de serre (pour des informations détaillées sur son engagement en la matière, voir la page 114). En 2010, la Poste a participé à plusieurs actions initiées par le WWF en vue de sensibiliser l'opinion publique au changement climatique. Parallèlement, elle a continué de prendre part aux initiatives de protection du climat lancées par PostEurop et l'International Post Corporation (IPC).

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 environnementale à l'échelle du groupe, la Poste se fonde sur un système de gestion de l'environnement (SGE), certaines unités bénéficiant de la certification ISO 14 001. Ce système permet de reconnaître et de définir les activités pertinentes en la matière, de fixer des objectifs, 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. Intégrée à l'unité Communication du groupe, la section Développement durable prépare les décisions stratégiques et assume désormais les tâches de coordination.

Sécurité

L'unité Sécurité d'entreprise (E→ 13) joue un rôle de premier plan dans la planification de projets de construction (PostParc, centres courrier, offices de poste, centres logistiques, etc.). Elle définit des mesures concernant la protection contre les incendies, prend des mesures de sécurité portant sur les bâtiments et l'organisation ou élabore des concepts relatifs à l'accès aux bâtiments et aux issues de secours. Les systèmes de sécurité des bâtiments (alarme et contrôle d'accès) sont périodiquement testés et, le cas échéant, renouvelés. Les processus (p. ex. gestion des urgences et des crises, flux d'argent sécurisés, transport et entreposage intermédiaire d'envois) sont vérifiés et adaptés aux nouvelles conditions. Opérationnelle 24 heures sur 24, la permanence de l'unité Sécurité d'entreprise est le premier interlocuteur des collaborateurs de la Poste en cas d'événements ou de délits relatifs à la sécurité. Elle assiste et conseille les personnes qui l'appellent, engage des mesures immédiates et organise les étapes ultérieures nécessaires. Elle est sollicitée environ 6000 fois par année. En cas d'événements inhabituels, la gestion des crises établit rapidement une analyse de la situation et définit une réaction adéquate. Des exercices réguliers garantissent que les lacunes éventuelles puissent être identifiées et comblées et que les connaissances acquises ne soient pas perdues. En 2010, 226 collaborateurs sont devenus chargés de la sécurité d'un bâtiment à l'issue d'une formation. Ce cours

Chaîne d'approvisionnement

d'une journée leur transmet notamment les bases de la protection contre les incendies, de la sécurité physique et organisationnelle ainsi que de la conduite à adopter en cas d'événements inhabituels. Les mesures prises en 2009 pour parer une éventuelle pandémie de grippe (masques, gel désinfectant pour les mains et plateforme d'information sur Intranet) ont été maintenues jusqu'à la mi-2010 et peuvent être réactivées à tout moment.

L'organisation des achats et ses processus sont axés sur les besoins internes des clients et sur les exigences d'activités spécifiques. Pour cela, la Poste dispose de systèmes d'achat homogènes et des outils de gestion ad hoc. Lors des achats, elle veille à une utilisation parcimonieuse des ressources et évite les risques écologiques (E→ 15). C'est pourquoi elle respecte des normes éprouvées comme la certification FSC pour les achats de papier ou l'étiquette Energie pour l'achat d'appareils électriques et électroniques ou encore le recours à des technologies peu polluantes pour les véhicules. Quand rien d'autre n'est spécifié, la Poste s'en tient aux exigences minimales de l'Office fédéral de l'environnement.

12	Préface
16	Interview
19	Profil de l'entreprise
41	Evolution de l'activité
124	Gestion

Rapport financier

142	Groupe
142	Etat du résultat global consolidé
143	Bilan consolidé
144	Variation consolidée des fonds propres
145	Tableau de financement consolidé
146	Annexe
146	1 Activités
146	2 Normes de présentation des comptes
147	3 Principes de consolidation et de présentation des comptes
153	4 Incertitudes d'estimation et appréciation du management
154	5 Informations sectorielles
158	6 Résultat des services financiers
158	7 Autres produits d'exploitation
159	8 Charges de personnel
159	9 Prévoyance en faveur du personnel
162	10 Charges des biens commercialisés et prestations de services
162	11 Autres charges d'exploitation
163	12 Produits financiers
163	13 Charges financières
163	14 Impôts sur le bénéfice
165	15 Créances
168	16 Stocks
168	17 Immobilisations financières
169	18 Evalué à la juste valeur par le biais du résultat, désignation
169	19 Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance
171	20 Immobilisations financières disponibles à la vente
172	21 Instruments financiers dérivés
174	22 Prêts
175	23 Participations dans des sociétés associées
176	24 Immobilisations corporelles
178	25 Immobilisations incorporelles et goodwill
180	26 Engagements financiers
181	27 Provisions
182	28 Fonds propres
183	29 Leasing d'exploitation
183	30 Engagements conditionnels
183	31 Parties liées et personnes clés
184	32 Gestion des risques
191	33 Périmètre de consolidation

195	34 Modifications du périmètre de consolidation
200	35 Actifs non courants détenus en vue de la vente
200	36 Principaux cours de conversion des monnaies étrangères
200	37 Evénements postérieurs à la date de clôture
201	Rapport de l'organe de révision
202	La Poste Suisse
202	Compte de résultat
203	Bilan
204	Annexe
206	Proposition d'utilisation du bénéfice
207	Rapport de l'organe de révision
208	Informations complémentaires sur PostFinance
208	Compte de résultat
209	Bilan

210 Informations détaillées

211 Comparaison des chiffres clés sur 5 ans

A propos du rapport

■ 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			
En millions de CHF	Note	2010	2009 ¹
Chiffre d'affaires net des services logistiques		5 533	5 489
Chiffre d'affaires net des biens commercialisés		619	628
Produits des services financiers	6	2 378	2 148
Autres produits d'exploitation	7	206	293
Total des produits d'exploitation	5	8 736	8 558
Charges de personnel	8, 9	-4 076	-4 032
Charges des biens commercialisés et prestations de services	10	-1 558	-1 672
Charges des services financiers	6	-689	-633
Autres charges d'exploitation	11	-1 174	-1 175
Amortissements	24, 25	-309	-325
Total des charges d'exploitation		-7 806	-7 837
Résultat d'exploitation	5	930	721
Produits financiers	12	20	25
Charges financières	13	-20	-14
Résultat des sociétés associées	23	7	6
Bénéfice avant impôts		937	738
Impôts sur le bénéfice	14	-27	-10
Bénéfice consolidé		910	728
Autres éléments du résultat global			
Variation des plus-values latentes		15	149
Variation des réserves de couverture		-2	-11
Variation des réserves issues de la conversion de monnaies		-32	1
Variation des impôts différés		0	11
Total des autres éléments du résultat global		-19	150
Résultat global		891	878
Répartition du bénéfice consolidé			
Part de la Confédération suisse (propriétaire)		910	728
Part des participations ne donnant pas le contrôle		0	0
Répartition du résultat global			
Part de la Confédération suisse (propriétaire)		891	878
Part des participations ne donnant pas le contrôle		0	0

¹ Les valeurs 2009 ont été ajustées (voir note 2 de l'annexe, Adaptation de la présentation des comptes).

Bilan consolidé

Groupe | Bilan

En millions de CHF

	Note	31.12.2010	31.12.2009
Actifs			
Avoirs en caisse		1 685	1 976
Créances sur établissements financiers	15	13 185	16 293
Créances rémunérées sur clients	15	505	132
Créances résultant de livraisons et prestations	15	897	980
Autres créances	15	1 131	1 218
Stocks	16	75	83
Actifs non courants détenus en vue de la vente	35	3	5
Immobilisations financières	17-22	73 043	61 129
Participations dans des sociétés associées	23	50	39
Immobilisations corporelles	24	2 389	2 448
Immobilisations incorporelles	25	289	296
Impôts différés actifs	14	58	77
Total des actifs		93 310	84 676
Passifs			
Fonds des clients (PostFinance)	26	85 725	77 272
Autres engagements financiers	26	390	161
Engagements résultant de livraisons et prestations		618	715
Autres engagements		881	994
Provisions	27	425	438
Engagements de prévoyance en faveur du personnel	9	1 038	1 552
Dettes d'impôts courants		3	1
Impôts différés passifs	14	6	9
Total des fonds étrangers		89 086	81 142
Capital de dotation		1 300	1 300
Réserves issues du capital		2 131	1 881
Réserves issues de bénéfices		805	345
Bénéfices et pertes imputés directement sur les fonds propres		43	30
Réserves issues de la conversion de monnaies		-57	-25
Fonds propres revenant au propriétaire		4 222	3 531
Part des participations ne donnant pas le contrôle		2	3
Total des fonds propres		4 224	3 534
Total des passifs		93 310	84 676

Variation consolidée
des fonds propres

Groupe Mouvement 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	Part des partici- pations ne donnant pas le contrôle	Total
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 trans- férés dans l'état du résultat global	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 trans- férées dans l'état du résultat global						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 participations ne donnant pas le contrôle									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
Etat au 01.01.2010		1 300	1 881	345	-	30	-25	3 531	3	3 534
Bénéfice consolidé				910				910	0	910
Augmentation de plus-values latentes sur immobilisations financières disponibles à la vente						8		8		8
Bénéfices provenant de la vente d'immobilisations financières trans- férés dans l'état du résultat global	17					-3		-3		-3
Amortissement de plus-values latentes sur immob. financières reclassées dans la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance»	17					10		10		10
Variation de plus-values/moins- values non réalisées sur réserves de couverture du cash-flow (net)						75		75		75
Plus-values/moins-values provenant des couvertures du cash-flow et trans- férées dans l'état du résultat global						-77		-77		-77
Impôts différés						0		0		0
Variation des réserves issues de la conversion de monnaies							-32	-32	0	-32
Total des autres éléments du résultat global						13	-32	-19	0	-19
Résultat global				910		13	-32	891	0	891
Distribution du bénéfice				-450				-450	-1	-451
Apport en capital	9		250					250		250
Etat au 31.12.2010		1 300	2 131	805	-	43	-57	4 222	2	4 224

Tableau de financement consolidé

Groupe | Tableau de financement

En millions de CHF

	Note	2010	2009
Bénéfice avant impôts		937	738
Amortissements	24, 25	309	325
Bénéfices sur vente d'immobilisations corporelles, net	7, 11	-47	-90
Correctifs de valeur sur immobilisations financières, net	17	22	53
Correctifs de valeur sur sociétés associées, net		-	2
Variations d'évaluation d'immobilisations financières		529	115
(Diminution) des provisions, net		-262	-196
Autre résultat financier		-13	8
Autre résultat sans effet sur les flux de liquidités		-7	-8
Variation de l'actif circulant net:			
Diminution/(Augmentation) des créances		291	99
(Diminution)/Augmentation des engagements		-198	-33
(Augmentation)/Diminution des autres actifs circulants non rémunérés		0	-2
Variation de postes des services financiers:			
Diminution des créances sur établissements financiers (durée dès 3 mois)		381	74
(Augmentation) des immobilisations financières		-12 453	-14 153
Variation des fonds des clients (PostFinance)/des créances rémunérées sur clients		8 080	13 045
Variation d'autres créances/engagements résultant des services financiers		142	-325
Impôts sur le bénéfice payés		-8	-9
Flux de trésorerie des activités d'exploitation		-2 297	-357
Acquisition d'immobilisations corporelles	24	-321	-350
Acquisition d'immobilisations incorporelles (sans goodwill)	25	-18	-29
Acquisition de sociétés affiliées, nette de trésorerie reprise	34	-25	-47
Acquisition de participations ne donnant pas le contrôle	34	-	-5
Acquisition de sociétés associées	23	0	-
Vente d'immobilisations corporelles		94	190
Vente de sociétés affiliées, nette de trésorerie cédée	34	-3	-
Vente/(Acquisition) d'autres immobilisations financières (non opérationnelles), net		3	-7
Intérêts perçus (hors services financiers)		20	19
Flux de trésorerie des activités d'investissement		-250	-229
(Diminution)/Augmentation des autres engagements financiers		-16	-20
Intérêts payés		-3	-6
Apport à la Caisse de pensions Poste provenant du bénéfice	9	-250	-250
Distribution du bénéfice au propriétaire		-200	-200
Distribution du bénéfice aux participations ne donnant pas le contrôle		-1	-2
Flux de trésorerie des activités de financement		-470	-478
Variation des liquidités		-3 017	-1 064
Liquidités en début d'exercice		17 445	18 503
Pertes de change		-9	0
Liquidités en fin d'exercice		14 422	17 439
Les liquidités comprennent les:			
Avoirs en caisse		1 685	1 976
Créances sur établissements financiers d'une durée initiale inférieure à 3 mois	15	12 737	15 463
Total des liquidités en fin d'exercice		14 422	17 439

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 ayant son siège à Berne. La Poste Suisse et les sociétés du groupe (appelées ci-après conjointement la Poste) fournissent des prestations logistiques et financières en Suisse et à l'étranger (voir la note 5, Informations sectorielles).

Les comptes annuels consolidés comprennent les comptes annuels de La Poste Suisse et des sociétés du groupe. Ils 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. 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 donc portés au bilan à leur valeur de marché (juste valeur).

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 d'exploitation. Les charges et les produits financiers des autres unités du groupe figurent dans le résultat financier non opérationnel (sans les services financiers), les flux de liquidités associés étant présentés comme transactions d'investissement ou de financement.

Plusieurs normes et interprétations IFRS nouvelles ou révisées s'appliquent à compter de l'exercice 2010. Seules celles concernant le groupe Poste sont mentionnées ci-après. Elles n'ont pas d'incidences significatives sur ses comptes.

International Financial Reporting Standards (normes IFRS) révisés et nouveaux

Norme	Effets sur les comptes consolidés de La Poste Suisse
IAS 17 rév. Contrats de location (depuis le 01.01.2010)	Concerne les contrats de location de terrains. La règle selon laquelle la location de terrain est un contrat de location simple du fait que les terrains présentent la caractéristique d'avoir une durée d'utilité indéterminée est abrogée. Désormais, la classification des contrats de location de terrains est soumise aux mêmes dispositions que celle des contrats de location de constructions. Dans certaines circonstances, le contrat de location d'un terrain doit donc être classé comme contrat de location-financement.
IAS 27 rév. Etats financiers consolidés et individuels selon les IFRS (depuis le 01.07.2009)	Instaure de nouvelles prescriptions de présentation des comptes. Les profits ou pertes résultant de la perte de contrôle d'une filiale sont comptabilisés avec effet sur le résultat.
IFRS 3 rév. Regroupements d'entreprises (depuis le 01.07.2009)	Dispose principalement de l'autorisation d'appliquer ou non, au choix, la méthode du goodwill intégral, ainsi que de la comptabilisation des coûts d'acquisition dans l'état du résultat global.

Adaptation de la présentation des comptes

■ **Autres produits et charges d'exploitation**

Les directives de comptabilité en vigueur dans le segment Swiss Post International ont été adaptées avec effet au 1^{er} janvier 2010. Les nouvelles directives disposent de la compensation partielle des autres produits d'exploitation par les autres charges d'exploitation (présentation du résultat net des transactions d'encaissement de la taxe sur la valeur ajoutée et des droits de douanes). Les valeurs de l'exercice précédent ont été ajustées en conséquence, autrement dit diminuées de 151 millions de francs.

■ **Actifs et passifs transitoires**

Immobilier Poste a modifié la comptabilisation des frais accessoires avec effet au 1^{er} janvier 2010. Ce changement s'est traduit par une diminution d'environ 120 millions de francs des actifs/passifs transitoires.

3 | Principes de consolidation et de présentation des comptes

■ Informations sectorielles

Réseau postal et vente a repris la responsabilité des produits logistiques destinés à la clientèle privée de PostMail, PostLogistics et Swiss Post International avec effet au 1^{er} janvier 2010. Cependant, compte tenu du fait que le système n'est pas à même de fournir les données comparatives nécessaires à un retraitement et que l'acquisition de ces données ne pourrait se faire que moyennant des coûts disproportionnés, on a renoncé au retraitement des segments précités, conformément aux normes IFRS 8.29/8.30 et IAS 8.23 ss.

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 participations ne donnant pas le contrôle (intérêts minoritaires) aux fonds propres de sociétés consolidées sont présentées avec les fonds propres, sous un poste séparé. Les parts du résultat revenant aux participations ne donnant pas le contrôle sont indiquées dans l'état du résultat global 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 la cession de leur contrôle, qui correspond généralement à celle de la vente.

Une vue d'ensemble des sociétés du groupe et des sociétés associées est présentée dans l'annexe, note 33, 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. L'état du résultat global, 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 de l'état du résultat global des sociétés étrangères du groupe sont comptabilisés directement dans les fonds propres consolidés.

Conversion de monnaies étrangères

Comptabilisation des produits

Les produits sont comptabilisés lorsqu'il est établi que les avantages économiques découlant de la transaction reviennent à la Poste et que ceux-ci peuvent être calculés de façon fiable.

Les produits des services logistiques sont comptabilisés à la date de fourniture des services, après déduction des réductions sur recettes. Les revenus de la vente de produits sont comptabilisés dans l'état du résultat global lorsque les risques et les avantages liés à la propriété du produit ont été transférés à l'acheteur. La Poste reçoit des indemnités de la Confédération pour ses prestations relevant du transport public de voyageurs ainsi que pour les coûts non couverts du transport de journaux. Ces indemnités sont mises en compte avec effet sur le résultat par exercice.

Les produits des commissions et des services provenant des services financiers sont comptabilisés par exercice. Les produits d'intérêts résultant des immobilisations financières et les charges d'intérêts pour les fonds 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 leur coût d'acquisition ou de revient ou à la valeur de réalisation nette si celle-ci est moins élevée. 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 l'état du résultat global. 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 comptabilisées dans l'état du résultat global seulement au moment de la vente de l'immobilisation financière ou de l'apparition d'une dépréciation (impairment). Les écarts de conversion des monnaies étrangères se rapportant aux immobilisations financières disponibles à la vente sont mises en compte avec effet sur le 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 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 avec effet sur le 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 comptabilisée avec effet sur le 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 dans l'état du résultat global.

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.

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

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.

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'utilité estimées ci-après.

Durée d'utilité estimée des immobilisations corporelles

Immeubles	indéterminée
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 locaux loués inscrits à l'actif sont amortis sur la durée d'utilité estimée ou sur la durée du bail si elle est plus courte. Les composantes d'une immobilisation corporelle ayant des durées de vie différentes sont saisies et amorties séparément les unes des autres. La durée d'utilité 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'utilité 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. Au début du contrat de leasing, l'actif et les engagements résultant du leasing financier sont mis en compte à la juste valeur de l'objet du leasing ou, si elle est moins élevée, à la valeur actuelle des paiements minimaux effectués à titre de leasing. 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, dans lesquels La Poste Suisse est preneur ou donneur 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 l'état du résultat global.

Les terrains et les bâtiments loués à long terme sont comptabilisés séparément. Sous certaines conditions, les bâtiments figurent au bilan comme leasing financier.

Immobilisations incorporelles

Lors de regroupements d'entreprises, les actifs et les engagements identifiables ainsi que les éventuelles parts minoritaires sont comptabilisés et évalués à la juste valeur en appliquant la méthode de l'acquisition. L'éventuelle différence positive par rapport au prix d'achat est inscrite à l'actif au coût d'acquisition en tant que goodwill, sous déduction de la dépréciation (impairment).

Les entrées d'actifs incorporels non acquis par regroupement d'entreprises sont comptabilisées à la valeur d'acquisition et amorties linéairement sur leur durée d'utilité économique. La durée d'utilité économique estimée des actifs incorporels est régulièrement vérifiée. Elle est inférieure 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 (valeur la plus élevée entre, d'une part, la juste valeur moins les frais de vente et, d'autre part, la valeur d'utilité). Si la valeur comptable de l'actif dépasse sa valeur recouvrable, la moins-value correspondant à l'écart entre les deux valeurs 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 des clients 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 a conduit à une obligation actuelle et qu'une sortie de fonds dont le montant peut être calculé de manière fiable est probable.

Les provisions pour restructuration ne sont constituées qu'après présentation et communication d'un plan détaillé.

La Poste assume elle-même divers risques par une autoassurance. Les charges attendues pour des dommages pouvant survenir et non assurés auprès de tiers sont provisionnées.

Prévoyance en faveur
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 avec effet sur le résultat. Les autres coûts de prévoyance sont régulièrement enregistrés dans l'état du résultat global 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 entre le patrimoine et les engagements de prévoyance (obligation au titre des prestations projetées).

Pour les autres plans de prévoyance, les contributions versées par l'employeur grèvent l'état du résultat global, 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 des services libres tels que définis à 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 (différences temporelles) entre la valeur comptable 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 entières 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 d'aliénation, déduction faite des frais de vente, et ne sont plus amortis.

4 | Incertitudes d'estimation et appréciation du management

Incertainitudes d'estimation quant à l'application des méthodes d'établissement du bilan et d'évaluation

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 significative sur les comptes annuels consolidés.

■ Durée d'utilité des immobilisations corporelles

La durée d'utilité des immobilisations corporelles est établie compte tenu de l'état de la technique et des enseignements tirés du passé. La durée d'utilité effective peut toutefois différer des estimations en raison des progrès technologiques et de l'évolution des conditions du marché. Le cas échéant, la durée d'utilité est ajustée 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 en faveur du personnel

Les charges et les engagements de prévoyance en faveur du personnel sont calculés annuellement selon la méthode des unités de crédit projetées. Les calculs se fondent sur différentes hypothèses actuarielles, notamment sur le rendement du patrimoine de prévoyance escompté à long terme, sur l'évolution attendue des salaires et des rentes et sur le taux d'actualisation des engagements de prévoyance.

■ Valeur de marché des instruments financiers

La valeur de marché des immobilisations financières non cotées en Bourse repose sur des méthodes d'estimation reconnues. Les hypothèses adoptées s'appuient en particulier sur des informations tirées du marché. Pour la détermination de la valeur de marché de quelques immobilisations financières non cotées en Bourse et disponibles à la vente, on a utilisé la méthode de l'actualisation du cash-flow. Le calcul de la valeur actualisée du cash-flow repose sur les courbes de taux d'intérêt de Bloomberg, compte tenu des paramètres pertinents (notation, durée, etc.).

■ Goodwill

La dépréciation des postes de goodwill est vérifiée annuellement, également au moyen de la méthode de l'actualisation du cash-flow. Les paramètres appliqués reposent sur des hypothèses spécifiques au pays et à l'unité génératrice de trésorerie concernés. Les flux financiers utilisés 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 dépréciation (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.

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

5 | Informations sectorielles

Principes

La délimitation des segments opérationnels se fonde sur les unités d'organisation pour lesquelles des comptes sont rendus au management du groupe. Il n'y a pas de regroupement de segments opérationnels. Les relations entre les segments reposent 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, PostMail et Swiss Post International 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 des produits logistiques pour la clientèle privée et celui des articles de marque non postaux 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 33, Périmètre de consolidation.

Segmentation

Segmentation	Description
Marché de la communication	
PostMail	Services dans les domaines du courrier adressé, des journaux et des envois non adressés
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	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
Marché de la logistique	
PostLogistics	Colis, envois express, messageries, transports et services logistiques
Marché des services financiers grand public	
PostFinance	Services dans les domaines du trafic des paiements, des placements, de la prévoyance et du financement
Marché des transports publics	
CarPostal	Transport de voyageurs par la route et 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

Les informations géographiques sont présentées comme suit: d'une part, en fonction de la localisation des sociétés du groupe générant le chiffre d'affaires (Europe, Amérique, Asie) et, d'autre part, selon que le chiffre d'affaires est réalisé dans les secteurs «Suisse» ou «Etranger et transfrontalier» (voir pp. 156 – 157). Le secteur «Etranger et transfrontalier» englobe la totalité du chiffre d'affaires de Swiss Post International et des 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).

La limite du monopole a été abaissée à 100 grammes le 1^{er} avril 2006, puis 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 pour les coûts non couverts du transport de journaux (2009: 30 millions).
- Segment CarPostal: 155 millions de francs pour le transport de voyageurs effectué au titre des transports publics (2009: 150 millions).

Composition de l'actif et du passif des segments

Les actifs et les passifs 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 en faveur 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 de provisions et leur dissolution sans effet sur les flux de liquidités.

Résultats par
segment
et par région

Résultats par segment											
2010											
En millions de CHF											
	Note	PostMail	Swiss Post International	Swiss Post Solutions	Réseau postal et vente	Post-Logistics	Post-Finance	CarPostal ¹	Autres ²	Consolidation	Groupe
Produits d'exploitation											
avec clients		2 107	690	609	1 092	1 052	2 379	685	122		8 736
avec autres segments		512	98	56	677	426	10	17	846	-2 642	-
Total des produits d'exploitation		2 619	788	665	1 769	1 478	2 389	702	968	-2 642	8 736
Résultat d'exploitation		199	49	7	-108	164	571	28	20		930
Résultat financier	12, 13										0
Résultat des sociétés associées	23	0	9	-6	-	-	4	0	0		7
Impôts sur le bénéfice	14										-27
Bénéfice consolidé											910
Actifs des segments		447	501	327	518	447	89 282	266	4 260	-3 607	92 441
Sociétés associées		3	16	8	-	-	17	2	4		50
Actifs non imputés ³											819
Total des actifs											93 310
Engagements des segments		297	471	182	626	318	88 191	340	1 675	-3 607	88 493
Passifs non imputés ³											593
Total des fonds étrangers											89 086
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles	24, 25	11	2	22	10	67	10	41	176		339
Amortissements	24, 25	39	10	27	5	59	12	31	113		296
Moins-values	17, 24, 25	-	4	2	-	1	23	6	-		36
Plus-values	24						3				3
Autres (charges)/produits sans incidence sur les liquidités		-21	-5	-1	-2	-7	0	-21	-194		-251
Effectif⁴		17 092	1 251	6 992	6 928	5 319	3 265	2 012	2 270		45 129

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 (OCEC). Les comptes établis selon l'OCEC 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.

3 Les actifs et les passifs non imputés comprennent des avoirs et des dettes contribuant surtout au résultat financier et non au résultat d'exploitation et ne sont donc pas comptabilisés avec les actifs et les passifs des segments.

4 Effectif moyen converti en postes à plein temps (sans apprentis).

Résultats par région											
2010											
En millions de CHF											
	Note	Europe	Amérique	Asie	Consolidation	Groupe	Suisse	Etranger et trans-frontalier	Consolidation	Groupe	
Produits d'exploitation réalisés avec des clients											
		8 624	88	24	-	8 736	7 518	1 218	-	8 736	
Résultat d'exploitation		926	4	0	-	930	906	24	-	930	
Actifs des segments		93 219	32	9	-819	92 441	92 667	593	-819	92 441	
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles	24, 25	339	0	0	-	339	313	26	-	339	

Résultats par segment

2009 En millions de CHF	Note	PostMail	Swiss Post Inter- national	Swiss Post Solutions	Réseau postal et vente	Post- Logistics	Post- Finance	CarPostal ¹	Autres ²	Consoli- dation	Groupe
Produits d'exploitation											
avec clients		2 504	873	595	464	1 122	2 149	639	212	–	8 558
avec autres segments		304	4	101	895	366	11	1	818	–2 500	–
Total des produits d'exploitation		2 808	877	696	1 359	1 488	2 160	640	1 030	–2 500	8 558
Résultat d'exploitation		198	53	–25³	–113	45	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	620	388	452	447	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	567	235	566	482	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	8	31	18	74	8	88	117		379
Amortissements	24, 25	43	7	32	2	56	14	26	123		303
Moins-values	17, 25	–	–	17	–	5	53	–	–		75
Plus-values	24										
Autres (charges)/produits sans incidence sur les liquidités		–3	–2	–32	–4	–18	0	–15	–196		–270
Effectif ⁵		16 996	1 272	6 878	6 973	5 489	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 (OCEC). Les comptes établis selon l'OCEC 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.

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	Consoli- dation	Groupe	Suisse	Etranger et trans- frontalier	Consoli- dation	Groupe
Produits d'exploitation réalisés avec des clients		8 454	86	18	–	8 558	7 167	1 391	–	8 558
Résultat d'exploitation		718	3	0	–	721	686	35	–	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

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	2010	2009
En millions de CHF		
Produits d'intérêts		
Produits d'intérêts de créances sur établissements financiers	4	4
Produits d'intérêts d'opérations de prêt de titres et de prise en pension	21	31
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	1 513	1 323
Charges d'intérêts		
Charges d'intérêts pour fonds des clients (PostFinance)	–480	–403
Charges d'intérêts pour engagements envers des établissements financiers	0	–1
Charges d'intérêts d'opérations de mise en pension	0	0
Résultat des opérations d'intérêts	1 067	963
Correctifs de valeur sur immobilisations financières	–23	–54
Pertes du trafic des paiements	–6	–6
Résultat des opérations d'intérêts après correctifs de valeur	1 038	903
Produits des commissions des opérations de crédit	82	75
Produits des commissions des opérations sur titres et placements	27	27
Produits des commissions d'autres prestations de services	37	28
Charges des commissions	–103	–78
Résultat des prestations de services	484	490
Résultat des opérations de commissions et de prestations de services	527	542
Résultat des opérations de négoce	129	107
Résultat selon l'option FVTPL ¹ : désignation	0	–1
Résultat de la vente d'immobilisations financières disponibles à la vente	3	3
Autre résultat financier	–8	–39
Résultat des services financiers	1 689	1 515
Présenté dans l'état du résultat global consolidé sous:		
Produits des services financiers	2 378	2 148
Charges des services financiers	–689	–633

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	2010	2009 ¹
En millions de CHF		
Revenu locatif	60	61
Bénéfices sur ventes d'immobilisations corporelles	49	94
Autres produits ¹	97	138
Total des autres produits d'exploitation	206	293

¹ Valeur de l'exercice précédent ajustée; voir la note 2, Normes de présentation des comptes, Adaptation de la présentation des comptes.

Les autres produits comprennent essentiellement les taxes sur la valeur ajoutée et les taxes douanières encaissées et transférées par le segment Swiss Post International.

8 | Charges de personnel

Composition

Composition des charges de personnel

En millions de CHF	Note	2010	2009
Salaires		3 407	3 339
Prestations sociales		369	372
Charges de prévoyance	9	201	219
Autres charges de personnel		99	102
Total des charges de personnel		4 076	4 032

Effectif

Effectif

Unités de personnel ¹	2010	2009
Effectif du groupe Poste (sans apprentis)	45 129	44 803
Effectif de La Poste Suisse (sans apprentis)	30 246	30 863
Apprentis du groupe	1 903	1 756

¹ Effectif moyen converti en équivalents plein temps.

9 | Prévoyance en faveur du personnel

Il existe différentes institutions de prévoyance en faveur du personnel en Suisse et à l'étranger, La majorité du personnel est assurée auprès de la Caisse de pensions Poste 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 compte également de plans de prévoyance significatifs en Suisse et de la solution de prévoyance du groupe SPS en Allemagne. Les autres plans de prévoyance sont insignifiants 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	2010	2009
Taux d'actualisation	3,25	3,50
Rendement du patrimoine de prévoyance attendu à long terme	4,25	4,50

Hypothèses actuarielles au 31 décembre

En pour-cent	2010	2009
Taux d'actualisation	2,75	3,25
Evolution attendue des salaires	2,00	2,00
Indexation des rentes	0,00	0,00
Fluctuation	3,90	3,97

Les prestations à long terme versées aux collaborateurs sont présentées et décrites à la note 27, Provisions.

Coûts annuels

Charges de prévoyance		
En millions de CHF	2010	2009
Droits de prévoyance acquis	460	417
Rémunération des engagements de prévoyance	479	498
Rendement attendu du patrimoine	-553	-527
Amortissement du coût des services passés	0	0
Cotisations des employés	-185	-182
Autres	-8	9
Charges de prévoyance de plans à primauté des prestations	193	215
Charges de prévoyance des entrepreneurs CarPostal, comptabilisées au poste Indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal	-7	-6
Charges de prévoyance d'autres plans de prévoyance	15	10
Charges de prévoyance du groupe	201	219
Revenu effectif du patrimoine de prévoyance	668	1 124

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 de plans à primauté des prestations significatifs. Il s'agit principalement de plans de la Fondation Caisse de pensions Poste et du groupe SPS:

Récapitulation de l'état de la couverture		
En millions de CHF	31.12.2010	31.12.2009
Valeur actuelle des engagements de prévoyance avec patrimoine distinct	16 272	15 155
Patrimoine de prévoyance à la valeur de marché	-13 717	-12 934
Découvert	2 555	2 221
Bénéfices actuariels non encore comptabilisés ¹	-1 558	-719
Coûts des changements de plan non encore amortis	34	34
Engagements de prévoyance sans patrimoine distinct	6	15
Total des engagements de prévoyance portés au bilan pour plans à primauté des prestations²	1 037	1 551

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		
En millions de CHF	2010	2009
Etat au 1^{er} janvier	1 551	1 991
Charges de prévoyance de plans à primauté des prestations	193	215
Contributions de l'employeur	-455 ¹	-408 ¹
Utilisation du bénéfice ²	-250	-250
Prestations payées directement par l'employeur	-1	-1
Différences de conversion	-2	0
Entrées dans le périmètre de consolidation	1	4
Etat au 31 décembre	1 037	1 551
dont:		
à court terme (paiements échéant dans les douze prochains mois)	193	215
à long terme	844	1 336

¹ En 2009 et en 2010, 150 millions de francs par année ont été affectés à la Caisse de pensions Poste en tant que réserve de contributions de l'employeur. De plus, en 2010, des contributions d'assainissement d'environ 40 millions de francs ont également été versées.

² Dans le cadre de l'utilisation du bénéfice 2009, 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

	2010	2009
Etat au 1^{er} janvier	15 170	15 205
Droits de prévoyance acquis	460	417
Prestations payées provenant du patrimoine de prévoyance	-774	-768
Prestations payées directement par l'employeur	-1	-1
Rémunération des engagements de prévoyance	479	498
Acquisitions d'entreprises	1	35
(Bénéfices)/Pertes actuarielles	954	-283
Différences de conversion	-2	0
Autres	-9	67
Etat au 31 décembre	16 278	15 170
Engagements de prévoyance avec patrimoine distinct	16 272	15 155
Engagements de prévoyance sans patrimoine distinct	6	15
Total des engagements de prévoyance	16 278	15 170

Evolution du patrimoine de prévoyance

Evolution du patrimoine de prévoyance (valeur de marché)

En millions de CHF

	2010	2009
Etat au 1^{er} janvier	12 934	11 651
Cotisations des employés	185	182
Contributions de l'employeur	455 ¹	408 ¹
Prestations payées	-774	-768
Revenu attendu du patrimoine	553	527
Bénéfices/(Pertes) du patrimoine de prévoyance	115	597
Entrées dans le périmètre de consolidation	0	31
Utilisation du bénéfice ²	250	250
Différences de conversion	0	0
Autres	-1	56
Etat au 31 décembre	13 717	12 934

¹ En 2009 et en 2010, 150 millions de francs par année ont été affectés à la Caisse de pensions Poste en tant que réserve de contributions de l'employeur. De plus, en 2010, des contributions d'assainissement d'environ 40 millions de francs ont également été versées.

² Dans le cadre de l'utilisation du bénéfice 2009, 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	
		31.12.2010	31.12.2009
Obligations	2,42	51	53
Actions	6,42	28	23
Immeubles	4,42	7	7
Autres	5,42	14	17
Total	4,05	100	100

Le patrimoine de la Caisse de pensions Poste ne contient aucune immobilisation de La Poste Suisse, ni aucun immeuble pris à bail par la Poste.

Evolution du découvert

Evolution du découvert					
En millions de CHF	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006
Engagements de prévoyance	16 278	15 170	15 205	15 213	15 671
Patrimoine de prévoyance	-13 717	-12 934	-11 651	-13 548	-13 627
Découvert	2 561	2 236	3 554	1 665	2 044
Ajustements des engagements de prévoyance planifiés					
Montant	143	63	131	9	-31
En pour-cent	0,4	0,4	0,9	0,1	-0,2
Ajustements du patrimoine de prévoyance planifié					
Montant	115	597	-2 445	-480	369
En pour-cent	0,8	4,6	-21,0	-3,5	2,7

Les ajustements empiriques 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 de l'employeur attendues en 2011 s'élèvent à 455 millions de francs (2010: 455 millions).

10 | Charges des biens commercialisés et prestations de services

Charges des biens commercialisés et prestations de services		
En millions de CHF	2010	2009
Charges de matériaux et de produits finis et semi-finis	89	88
Charges des biens commercialisés	532	524
Indemnités versées aux entrepreneurs CarPostal	294	282
Indemnités versées aux entreprises de transport	368	406
Indemnités versées au service postal international	170	242
Collaborateurs temporaires	105	130
Total des charges des biens commercialisés et prestations de services	1 558	1 672

Le recul des charges pour indemnités versées aux entreprises de transport s'explique pour l'essentiel par les mesures d'optimisation mises en œuvre dans le segment PostLogistics et celui des indemnités versées au service postal international par les effets des variations de cours des monnaies étrangères. Les entrepreneurs CarPostal sont des entrepreneurs indépendants, mandatés pour exploiter des lignes de CarPostal pour le compte de La Poste Suisse.

11 | Autres charges d'exploitation

Autres charges d'exploitation		
En millions de CHF	2010	2009 ¹
Frais de locaux	229	217
Entretien et réparation d'immobilisations corporelles	208	240
Energie et carburants	65	58
Matériel d'exploitation	54	60
Frais de bureau et d'administration	199	158
Marketing et communication	113	104
Pertes sur vente d'immobilisations corporelles	2	4
Autres charges ¹	304	334
Total des autres charges d'exploitation	1 174	1 175

¹ Valeur de l'exercice précédent ajustée; voir la note 2, Normes de présentation des comptes, Adaptation de la présentation des comptes.

La diminution des charges d'entretien et de réparation d'immobilisations corporelles ainsi que des autres charges par rapport à 2009 est due principalement à la nouvelle imputation des charges de conseils en informatique sur les frais de bureau et d'administration (valeurs de l'exercice précédent non ajustées). Le recul des autres charges s'explique aussi par le fait que contrairement à 2009, il n'y a pas eu de charges de restructuration de sociétés en Allemagne.

12 | Produits financiers

Produits financiers

En millions de CHF	2010	2009
Produits d'intérêts d'autres prêts	11	11
Bénéfices sur vente d'immobilisations financières, net	2	8
Gains de change	5	4
Autres produits financiers	2	2
Total des produits financiers	20	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	2010	2009
Charges d'intérêts d'autres engagements financiers		3	5
Ajustements de la valeur actuelle de provisions	27	0	0
Charges d'intérêts des leasings financiers	26	0	1
Pertes de change		15	5
Autres charges financières		2	3
Total des charges financières		20	14

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	2010	2009
Charges d'impôts courants	12	9
Charges d'impôts différés	15	1
Total des impôts sur le bénéfice	27	10

La majeure partie des opérations de la Poste en tant qu'établissement autonome de droit public ne sont pas imposables, hormis les bénéfices tirés des services libres. En décembre 2010, le Parlement a adopté, suite à leur révision, les nouvelles loi sur l'organisation de la Poste et loi sur la poste. En l'absence de référendum lancé dans le délai prévu à cet effet, La Poste Suisse sera entièrement imposable à partir du 1^{er} janvier 2012. La nouvelle législation en alourdira donc sensiblement la charge fiscale dès cette date.

Impôts différés sur
postes du bilan

Impôts différés sur postes du bilan En millions de CHF	31 décembre 2010			31 décembre 2009		
	Impôts différés actifs	Impôts différés passifs	Avoirs/ (Engagements), net	Impôts différés actifs	Impôts différés passifs	Avoirs/ (Engagements), net
Immobilisations corporelles	1	-1	0	0	-2	-2
Immobilisations incorporelles	15	-1	14	15	-3	12
Autres engagements financiers	0	0	0	5	0	5
Autres engagements	0	0	0	1	-1	0
Provisions	1	-2	-1	3	-1	2
Prévoyance en faveur du personnel	23	0	23	25	0	25
Autres postes du bilan	1	-2	-1	1	-2	-1
Impôts différés résultant de différences temporelles	41	-6	35	50	-9	41
Actifs d'impôts résultant de reports de pertes	17		17	27		27
Impôts différés actifs / passifs, brut	58	-6	52	77	-9	68
Impôts différés actifs / passifs de l'exercice précédent	-77	9	-68	-70	11	-59
Modification du périmètre de consolidation	0	0	0	0	1	1
Impôts différés compensés par fonds propres	0	0	0	-11	0	-11
Influence du cours des monnaies	2	-1	1	0	0	0
Impôts différés inscrits dans l'état du résultat global	-17	2	-15	-4	3	-1

Les impôts différés actifs de 58 millions de francs (2009: 77 millions) comprennent essentiellement des reports de pertes fiscales, des écarts temporaires (différences temporelles) 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 de différences temporelles déductibles et des reports de pertes fiscales ne sont comptabilisés que si la réalisation des produits d'impôts concernés est vraisemblable.

Les impôts différés passifs de 6 millions de francs (2009: 9 millions) sont dus principalement à des écarts temporaires entre la valeur comptable et la valeur fiscale d'immobilisations corporelles et incorporelles ainsi qu'à des écarts temporaires sur des provisions.

 Reports de pertes
déductibles fiscalement

Reports de pertes déductibles fiscalement En millions de CHF	31 décembre 2010			31 décembre 2009		
	Activés	Non activés	Total	Activés	Non activés	Total
1 an	5	7	12	9	2	11
2 à 6 ans	57	255	312	87	275	362
Plus de 6 ans	12	56	68	20	58	78
Total des reports de pertes déductibles fiscalement	74	318	392	116	335	451

Les reports de pertes fiscales de 318 millions de francs (2009: 335 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 applicable s'élève à 23,2% (2009: 20,5%). L'augmentation de 2,7% du taux d'imposition du groupe s'explique par des changements intervenus dans la liste des sociétés du groupe prises en considération pour le déterminer.

Réconciliation du bénéfice imposable et des charges d'impôts comptabilisées

En millions de CHF	2010	2009
Bénéfice avant impôts	937	738
Bénéfice de La Poste Suisse exonéré de l'impôt	829	738 ¹
Bénéfice imposable	108	0
Taux d'imposition moyen pondéré	23,2%	20,5%
Charges d'impôts selon le taux d'imposition moyen pondéré	25	0
Causes d'augmentation/de diminution:		
Utilisation de reports de pertes non activés	-15	0
Non-activation d'impôts différés sur la perte de la période sous revue	-2	-1
Amortissements de goodwill non déductibles	0	1
Autres charges non déductibles	0	-1
Compléments et remboursements d'impôts des exercices précédents	0	0
Bénéfices/pertes imposés à un taux différent	0	0
Variation des correctifs d'impôts différés actifs	3	2
Modification du taux d'imposition	0	0
Autres effets	16 ²	9
Charges d'impôts comptabilisées	27	10

¹ Sur les 747 millions de francs du bénéfice IFRS de La Poste Suisse, 738 millions au maximum peuvent être comptabilisés à titre de bénéfice exonéré de l'impôt.

² Principalement activation de reports de pertes et variations de différences temporelles.

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 2010			31 décembre 2009		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Créances sur établissements financiers ¹	13 282	97	13 185	16 390	97 ²	16 293
Créances rémunérées sur clients	508	3	505	134	2	132
Créances résultant de livraisons et prestations	909	12	897	994	14	980
Autres créances	1 133	2	1 131	1 220	2	1 218
Total des créances	15 832	114	15 718	18 738	115	18 623
¹ dont créances résultant d'opérations de prise en pension			10 100			15 619
et couvertes par des titres dont la valeur de marché est de			10 100			15 619

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 2010			31 décembre 2009		
	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	13 185	12 737	448	16 293	15 463	830
Créances rémunérées sur clients	505	505	–	132	132	–
Créances résultant de livraisons et prestations	897	600	297	980	566	414
Autres créances	1 131	107	1 024	1 218	78	1 140
Total des créances	15 718	13 949	1 769	18 623	16 239	2 384

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 consistent en des découverts techniques de titulaires de comptes postaux ainsi qu'en des créances sur des assurances résultant d'opérations de prise en pension.

En 2010, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 4 millions de francs (2009: 4 millions) pour les créances sur établissements financiers et à 9 millions de francs (2009: 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 2010				31 décembre 2009			
	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	73	58	4	3	74	3	3	52
Créances résultant de livraisons et prestations	46	4	4	7	63	5	4	5
Autres créances	1	0	0	1	2	0	1	2
Total des créances	120	62	8	11	139	8	8	59

Créances avec correctif de valeur

En 2010, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucune créance échue significative n'a dû être renégociée.

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 2010			31 décembre 2009		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Correctifs de valeur individuels						
Créances sur établissements financiers	108	-97	11	107	-97	10
Créances rémunérées sur clients	0	0	-	0	0	-
Créances résultant de livraisons et prestations	8	-7	1	16	-9	7
Autres créances	3	-2	1	4	-2	2
Total des créances avec correctif de valeur individuel	119	-106	13	127	-108	19
Correctifs de valeur forfaitaires						
Créances rémunérées sur clients	138	-3	135	132	-2	130
Créances résultant de livraisons et prestations	743	-5	738	796	-5	791
Autres créances	0	0	0	0	0	0
Total des créances avec correctif de valeur forfaitaire	881	-8	873	928	-7	921

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 01.01.2010	97	-	0	2	9	5	2	0
Moins-values	0	-	0	1	2	2	0	0
Plus-values	-	-	-	-	-2	-1	0	-
Reclassements	-	-	-	-	0	0	-	-
Sorties	-	-	-	-	-1	-1	0	-
Différences de conversion	-	-	-	-	-1	-	0	-
Etat au 31.12.2010	97	-	0	3	7	5	2	0
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

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	31.12.2010	31.12.2009
Biens commercialisés	42	44
Carburants et matériel d'exploitation	17	18
Matériaux et matériel de production	14	17
Produits finis et semis-finis	2	4
Correctifs de valeur pour stocks non courants	0	0
Total des stocks	75	83

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 01.01.2010	17	49 435	1 913	113	9 651	61 129
Entrées	–	21 501	351	78	3 985	25 915
Variation de valeur avec effet sur le résultat	0	–391	–125	–	–5	–521
Variation de valeur sans effet sur le résultat	–	–	5	–	–	5
Moins-values	–	–13	–9	–	0	–22
Sorties	–17	–10 428	–659	–	–2 359	–13 463
Etat au 31.12.2010	–	60 104	1 476	191	11 272	73 043
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

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.

En 2010 également, on a enregistré un fort afflux de fonds de la clientèle, qui s'est traduit par une nouvelle augmentation des immobilisations financières. Les valeurs comptabilisées dans la catégorie «disponible à la vente» ainsi que celles des instruments financiers dérivés correspondent aux valeurs de marché, dans la mesure où 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.

La progression des instruments financiers dérivés (valeur de remplacement positive) s'explique principalement par l'évolution des taux de change. Les valeurs de remplacement positives sont comptabilisées selon les prescriptions de la comptabilité de couverture à hauteur de 185 millions de francs (2009: 112 millions) (voir la note 21, Instruments financiers dérivés).

La valeur des obligations est systématiquement vérifiée quant à son maintien. 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 dépréciation (impairment).

Ces examens ont eu lieu lors du bouclement des comptes annuels.

En 2010, les diminutions de valeur d'immobilisations financières ont atteint 22 millions de francs au total, dont 1 million résulte 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 individuels sur des obligations disponibles à la vente à hauteur de 9 millions de francs et de correctifs de valeur forfaitaires sur des obligations détenues jusqu'à l'échéance pour un montant de 13 millions. Enfin, s'agissant des prêts, la variation des correctifs de valeur est inférieure à 1 million de francs.

Les immobilisations financières comprennent des montants prêtés pour des opérations de prêt de titres pour un montant de 10,345 milliards de francs (2009: 12,609 milliards).

Au 31 décembre 2010, aucune immobilisation financière évaluée à la juste valeur par le biais du résultat, désignation, n'était comptabilisée (2009: 17 millions de francs).

La valeur de marché des actions détenues l'exercice précédent 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 2010, 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».

18 | Evalué à la valeur de marché avec effet sur le 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 2010				
Obligations	60 104	8 090	24 274	27 740
Total détenu jusqu'à l'échéance	60 104	8 090	24 274	27 740
Evaluées à la valeur de marché	61 329			
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
Evaluées à la valeur de marché	50 422			

Sur les 61,329 milliards de francs (2009: 50,422 milliards) correspondant à la valeur de marché des immobilisations, 44,747 milliards, soit 73%, (2009: 34,296 milliards, 68%) représentent des effets cotés en Bourse. Le solde de 16,582 milliards de francs, soit 27% (2009: 16,126 milliards, 32%), 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 2010, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 1,224 milliard de francs (2009: 1,033 milliard).

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance sans correctif de valeur individuel et échues

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur

Au 31 décembre 2010, pas plus qu'au 31 décembre 2009, aucune immobilisation financière détenue jusqu'à l'échéance sans correctif de valeur individuel et échue n'était comptabilisée.

En 2010, pas plus que lors de l'exercice précédent, aucune immobilisation financière de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance» et échue n'a dû être renégociée.

Les indicateurs d'une diminution de valeur sont notamment l'évolution des valeurs de marché et la rétrogradation de la notation des immobilisations. Il est procédé à des correctifs de valeur individuels lorsque l'émetteur est notoirement en proie à des difficultés financières importantes ou que les intérêts et l'amortissement ne sont plus payés comme stipulé dans le contrat.

En l'absence d'indications objectives quant à la diminution de valeur d'instruments financiers particuliers, la Poste procède à une appréciation groupée. Les instruments financiers présentant des risques de défaillance comparables sont regroupés et soumis en sus à un correctif de valeur forfaitaire déterminé sur la base de relevés statistiques.

Immobilisations financières détenues jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur En millions de CHF	31 décembre 2010			31 décembre 2009		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Correctifs de valeur individuels						
Obligations	-	-	-	-	-	-
Total détenu jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur individuel	-	-	-	-	-	-
Correctifs de valeur forfaitaires						
Obligations	60 189	-85	60 104	49 507	-72	49 435
Total détenu jusqu'à l'échéance avec correctif de valeur forfaitaire	60 189	-85	60 104	49 507	-72	49 435

Il n'y a pas de biens patrimoniaux gagés (sûretés) en relation avec des immobilisations financières de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance».

Variation des correctifs de valeur des immobilisations financières de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance»

Variation des correctifs de valeur des immobilisations financières de la catégorie «détenu jusqu'à l'échéance» En millions de CHF	Correctifs de valeur individuels	Correctifs de valeur forfaitaires	Total
Etat au 01.01.2010	-	72	72
Moins-values	-	13	13
Sorties	-	-	-
Reclassements	-	-	-
Etat au 31.12.2010	-	85	85
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

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.

20 | Immobilisations financières disponibles à la vente

Immobilisations financières disponibles à la vente

En millions de CHF	Total	Echéance			
		Moins de 1 an	1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Sans
31 décembre 2010					
Obligations	1 199	196	585	418	–
Actions	276	–	–	–	276
Autres	1	1	0	–	0
Total disponible à la vente	1 476	197	585	418	276
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

La valeur de marché 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	31 décembre 2010				31 décembre 2009			
	Total	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3	Total	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Obligations	1 199	206	993	–	1 679	89	1 590	–
Actions	276	275	0	1	233	231	1	1
Autres	1	1	0	–	1	–	0	1
Total disponible à la vente	1 476	482	993	1	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.

Le portefeuille relevant du niveau 3 est resté pratiquement inchangé par rapport à l'exercice précédent et s'élevait, fin 2010, à environ 1 million de francs.

En 2010, pas plus que lors de l'exercice précédent, il n'y a pas eu de transferts entre les niveaux 1 et 2.

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 de ces immobilisations. En 2010, ces opérations se sont soldées par un bénéfice de 3 millions de francs (2009: 3 millions). Voir aussi la note 6, Résultat des services financiers.

En 2010, les produits des intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 42 millions de francs (2009: 67 millions).

Au 31 décembre 2010, pas plus qu'au 31 décembre 2009, aucune immobilisation financière disponible à la vente sans correctif de valeur individuel et échue n'était comptabilisée.

En 2010, 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 sans correctif de valeur individuel et échues

Immobilisations financières disponibles à la vente avec correctif de valeur

Les indicateurs d'une diminution de valeur des placements financiers à taux fixe sont notamment l'évolution des valeurs de marché et la rétrogradation de la notation des 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.

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 effet sur le résultat, au poste des plus-values latentes, sont inscrites dans l'état du résultat global dès que la dépréciation (impairment) intervient.

Les diminutions de valeur comptabilisées en 2010 sur les portefeuilles d'actions se sont élevées à 1 million de francs et celles sur les obligations à 8 millions.

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 2010				31 décembre 2009			
	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	180	715	–	–	104	1 084	–	–
Intérêts	5	429	1	30	6	613	0	82
Couvertures de la juste valeur								
Monnaie	–	–	–	–	2	30	–	–
Intérêts	–	–	3	50	–	–	4	50
Autres								
Monnaie	6	196	1	55	1	170	4	182
Intérêts	–	–	0	5	0	12	1	10
Total des instruments financiers dérivés	191	1 340	5	140	113	1 909	9	324

La valeur de marché des instruments financiers dérivés a été déterminée comme suit:

Valeur de marché des instruments financiers dérivés En millions de CHF	31 décembre 2010				31 décembre 2009			
	Total	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3	Total	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Valeur de remplacement positive	191	–	191	–	113	–	113	–
Valeur de remplacement négative	5	–	5	–	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.

Echéances des dérivés

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 2010, le solde de ces bénéfices et de ces pertes est resté inférieur à 1 million de francs (2009: moins de 1 million).

Echéances des instruments financiers dérivés En millions de CHF	31 décembre 2010				31 décembre 2009			
	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	68	577	1	30	28	677	0	82
1 à 5 ans	117	567	–	–	82	1 020	–	–
Plus de 5 ans	–	–	–	–	–	–	–	–
Couvertures de la juste valeur								
Moins de 1 an	–	–	–	–	2	30	–	–
1 à 5 ans	–	–	3	50	–	–	4	50
Autres								
Moins de 1 an	6	196	1	55	1	182	5	187
1 à 5 ans	–	–	0	5	–	–	0	5
Plus de 5 ans	–	–	–	–	–	–	–	–
Total des instruments financiers dérivés	191	1 340	5	140	113	1 909	9	324

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. La valeur de remplacement positive est exposée au risque de crédit et représente la perte comptable maximale que la banque subirait à la date du bilan en cas de défaillance de la contrepartie. La valeur de remplacement négative apparaît 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 inscrites dans l'état du résultat global au moment où la transaction sous-jacente se réalise.

Le 31 décembre 2010, les réserves de couverture s'élevaient à 18 millions de francs (2009: 20 millions). Durant l'exercice sous revue, les transferts des réserves de couverture (fonds propres) dans l'état du résultat global se sont chiffrés à –77 millions de francs (2009: 17 millions). Toutes les variations de valeur de marché des instruments de couverture sont comptabilisées dans les réserves de couverture sans effet sur le résultat. Les intérêts nets échus et ceux payés/perçus (1,8 million de francs; 2009: –0,2 million) ainsi que la part en devises étrangères (–79 millions; 2009: 16 millions) sont ensuite transférés dans l'état du résultat global (recycling). Ainsi, seule la variation de valeur de marché résiduelle des instruments de couverture reste imputée dans les réserves de couverture du cash-flow.

Couverture de la juste valeur

Les fluctuations de valeur de marché résultant de variations des taux du marché (LIBOR) sont partiellement couvertes par des swaps de taux d'intérêt, tandis que le risque de change découlant des placements en obligations en devises étrangères est couvert contre les fluctuations de cours par des swaps de devises. En 2010, tout comme lors de l'exercice précédent, la valeur avec effet sur le résultat était inférieure à 0,5 million de francs.

Voir aussi la note 32, Gestion des risques, au sujet de la stratégie de gestion des risques financiers.

22 | Prêts

Prêts En millions de CHF	Echéance				
	Total	Moins de 1 an	1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Sans
31 décembre 2010					
Cantons, villes et communes ¹	5 525	826	2 977	1 722	–
Etablissements financiers	3 711	632	1 705	1 374	–
Entrepreneurs CarPostal	224	34	111	79	–
Autres ²	1 812	374	804	633	1
Total des prêts	11 272	1 866	5 597	3 808	1
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

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; 2009: 4 millions) accordées à l'origine par la Caisse de pensions Poste et reprises par PostFinance.

En 2010, les produits d'intérêts déterminés selon la méthode des taux d'intérêt effectifs se sont élevés à 247 millions de francs (2009: 223 millions).

Prêts échus sans correctif de valeur individuel

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 2010, pas plus qu'au 31 décembre 2009, aucun prêt sans correctif de valeur et échu n'était comptabilisé.

En 2010, 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 2010			31 décembre 2009		
	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net	Montant brut	Correctifs de valeur	Montant net
Correctifs de valeur individuels						
Prêts	1	0	1	–	–	–
Total des prêts avec correctif de valeur individuel	1	0	1	–	–	–
Correctifs de valeur forfaitaires						
Prêts	9 256	–20	9 236	9 434	–21	9 413
Total des prêts avec correctif de valeur forfaitaire	9 256	–20	9 236	9 434	–21	9 413

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 01.01.2010	0	21	21
Moins-values	0	-	0
Plus-values	-	-1	-1
Etat au 31.12.2010	0	20	20
Etat au 01.01.2009	0	16	16
Moins-values	-	5	5
Etat au 31.12.2009	0	21	21

23 | Participations dans des sociétés associées

Les sociétés associées sont répertoriées à la note 33, Périmètre de consolidation.

Participations dans des sociétés associées En millions de CHF	2010	2009
Etat au 1^{er} janvier	39	42
Entrées de sociétés associées	14	1
Sorties de sociétés associées	-	-3
Dividendes perçus	-9	-8
Part au résultat net (après impôts)	7	8
Dépréciation de goodwill	-	-1
Différences de conversion de monnaies étrangères	-1	0
Etat au 31 décembre	50	39
dont goodwill	10	10

Résultat des sociétés associées

Résultat des sociétés associées En millions de CHF	2010	2009
Part au résultat net (après impôts)	7	8
Perte sur sortie (net)	-	-1
Dépréciation de goodwill	-	-1
Total du résultat des sociétés associées	7	6

Mutations enregistrées
dans les sociétés associées

■ 2010

Le 12 juillet 2010, le capital de search.ch SA (anc. Räber Information Management GmbH) a été augmenté de 80 000 francs pour atteindre 100 000 francs (parts de la Poste: 25%).

Le 21 décembre 2010, La Poste Suisse et la Poste autrichienne ont créé une coentreprise regroupant leurs activités internationales dans le domaine des envois publicitaires adressés. A cette occasion, le secteur d'activité Direct Mail de Swiss Post Solutions GmbH, à Bamberg (D), a été réuni avec la société meiller direct GmbH, à Schwandorf (D), propriété de la Poste autrichienne, pour former la société meiller GHP GmbH. Cette nouvelle entreprise, qui a des filiales en République tchèque, en Pologne, en Russie, en France, au Royaume-Uni et en Suède, a pour vocation stratégique de fournir des prestations de conseil, de conception et de fabrication d'envois publicitaires adressés personnalisés, y compris la production de publipostages et d'enveloppes ainsi que l'ensemble des travaux de secrétariat associés. La Poste Suisse détient 35% et la Poste autrichienne 65% des parts de meiller GHP GmbH.

■ 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.

Fin octobre 2009, Räber Information Management GmbH a vendu les parts qu'elle détenait dans Scooba GmbH.

Avec le rachat de ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation AG et sa fusion au sein de Presto Presse-Vertriebs AG en novembre 2009, Presto Presse-Vertriebs AG a acquis les trois sociétés suivantes à titre de sociétés associées: AZ Vertriebs AG (25%), SCHAZO AG (50%) et SÜDOSTSCHWEIZ PRESSEVERTRIEB AG (35%).

En novembre 2009, 75% des parts de Räber Information Management GmbH ont été vendues, de sorte que cette société est gérée depuis lors en tant que société associée (25%).

24 | Immobilisations corporelles

A la clôture de l'exercice, les engagements d'investissements en immobilisations corporelles s'élevaient à 154 millions de francs (2009: 27 millions). Cette augmentation s'explique principalement par la construction de la tour PostFinance et la transformation de Genève 2.

Au 31 décembre 2010, les immobilisations corporelles gagées en relation avec des hypothèques s'élevaient à 4 millions de francs (31 décembre 2009: 6 millions).

Les coûts d'emprunt portés à l'actif en 2010 se sont élevés à environ 1 million de francs.

Immobilisations corporelles 2010 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 01.01.2010	5 195	98	1 159	663	24	7 139
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	5	–	1	0	–	6
Sorties résultant de la vente de sociétés du groupe	–37	–	–84	–3	0	–124
Entrées	–3 ¹	166	46	86	26	321
Sorties	–116	–5	–132	–28	–3	–284
Reclassements	160	–160	32	1	–33	–
Sorties résultant de reclassements selon IFRS 5	–12	–	–	–41	–	–53
Diff. de conversion de monnaies étrangères	–10	0	–18	–11	0	–39
Etat au 31.12.2010	5 182	99	1 004	667	14	6 966
Amortissements cumulés						
Etat au 01.01.2010	3 775	–	612	304	0	4 691
Amortissements	94	–	105	75	–	274
Moins-values	2	–	–	6	–	8
Sorties résultant de la vente de sociétés du groupe	–12	–	–70	–3	–	–85
Sorties	–102	–	–127	–23	–	–252
Reclassements	0	–	0	0	–	–
Sorties résultant de reclassements selon IFRS 5	–7	–	–	–34	–	–41
Diff. de conversion de monnaies étrangères	–4	–	–12	–2	–	–18
Etat au 31.12.2010	3 746	–	508	323	0	4 577
Valeur comptable au 31.12.2010	1 436	99	496	344	14	2 389
dont installations en leasing	0	0	0	10	0	10

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

1 Y compris, en 2010, environ 6 millions de francs de subventions pour installations ferroviaires et, en 2009, environ 17 millions de francs provenant de remboursements à titre de dégrèvement ultérieur de l'impôt préalable.

25 | Immobilisations incorporelles et goodwill

Immobilisations incorporelles et goodwill En millions de CHF	31 décembre 2010			31 décembre 2009		
	Goodwill ¹	Autres immobilisations incorporelles	Total	Goodwill ¹	Autres immobilisations incorporelles	Total
Coûts d'acquisition						
Etat au 1^{er} janvier	259	140	399	210	140	350
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	20	4	24	–	8	8
Entrées	–	18	18	51 ²	29	80
Sorties	–1	–17	–18	–	–38	–38
Adaptation ultérieure des coûts d'acquisition	0	1	1	–1 ³	–	–1
Diff. de conversion de monnaies étrangères	–18	–9	–27	–1	1	0
Etat au 31 décembre	260	137	397	259	140	399
Amortissements cumulés						
Etat au 1^{er} janvier	25	78	103	22	67	89
Amortissements	0	22	22	–	30	30
Moins-values	3 ⁴	2	5	3 ⁴	15 ⁵	18
Sorties	–	–15	–15	–	–34	–34
Diff. de conversion de monnaies étrangères	–1	–6	–7	0	0	0
Etat au 31 décembre	27	81	108	25	78	103
Valeur comptable au 31 décembre	233	56	289	234	62	296

- 1 Goodwill de sociétés entièrement consolidées. Le goodwill résultant de l'acquisition de participations dans des sociétés associées est compris dans la valeur de la participation mise en compte (voir la note 23, Participations dans des sociétés associées).
- 2 Résulte de l'acquisition de IT ServiceHouse AG, Dispodrom SA, Swiss Post Solutions (UK) Ltd, ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation AG, Espace Media Vertriebs AG et Pressevertriebs GmbH, ainsi que du rachat des parts minoritaires de Bevo AG, Cards United GmbH, 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.

Vérification de la valeur du goodwill

Les autres immobilisations incorporelles concernent principalement des logiciels standard achetés. Il n'y a pas d'engagements d'investissements.

Lors de nouvelles acquisitions, le goodwill est réparti sur différentes unités identifiables, dites unités génératrices de trésorerie (UGT), et soumis annuellement à un test de dépréciation. En règle générale, une société correspond à une UGT.

La valeur recouvrable nette d'une UGT est déterminée sur la base d'un calcul de valeur d'utilité intégrant les données de la planification financière stratégique du groupe. La valeur d'utilité tient compte des flux de liquidités des trois prochaines années, avec actualisation du taux pondéré de coût du capital, ainsi que d'une valeur résiduelle estimée, qui ne contient aucune composante de croissance.

Le goodwill se rapporte aux segments ou sociétés du groupe ci-après.

Goodwill par segment En millions de CHF	31 décembre 2010					31 décembre 2009				
	Goodwill total	PostMail	Post-Logistics	Swiss Post International	Swiss Post Solutions	Goodwill total	PostMail	Post-Logistics	Swiss Post International	Swiss Post Solutions
Groupe SPS ⁴	28	-	-	-	28	33	-	-	-	33
Swiss Post Solutions SA	9	-	-	-	9	9	-	-	-	9
Swiss Post Solutions Inc. ⁴	33	-	-	-	33	36	-	-	-	36
Swiss Post Solutions Ltd ^{1,4}	25	-	-	-	25	21	-	-	-	21
Swiss Post Solutions (UK) Ltd ²	-	-	-	-	-	8	-	-	-	8
Swiss Post Solutions GmbH, Oberhausen	5	-	-	-	5	-	-	-	-	-
Groupe Global Business Services Plus ⁴	2	-	-	-	2	3	-	-	-	3
Presto Presse-Vertriebs AG	41	41	-	-	-	41	41	-	-	-
MDS Media Data Services AG	4	-	-	4	-	4	-	-	4	-
Swiss Post International Logistics SA	2	-	-	2	-	2	-	-	2	-
Swiss Post International Netherlands B.V. ⁴	2	-	-	2	-	3	-	-	3	-
Swiss Post Porta a Porta S.p.A. ^{3,4}	17	-	-	17	-	23	-	-	23	-
Swiss Post SAT Holding SA	9	-	-	9	-	9	-	-	9	-
Swiss Post International Singapore Pte Ltd	4	-	-	4	-	4	-	-	4	-
Swiss Post International Scandinavia AB	3	-	-	3	-	3	-	-	3	-
Groupe SPI Spain	4	-	-	4	-	-	-	-	-	-
MCM Direct Limited	2	-	-	2	-	-	-	-	-	-
Groupe Edigroup	8	-	-	8	-	-	-	-	-	-
PostLogistics SA	27	-	27	-	-	27	-	27	-	-
IT ServiceHouse AG	5	-	5	-	-	5	-	5	-	-
Autres	3	-	1	2	-	3	-	1	2	-
Total	233	41	33	57	102	234	41	33	50	110

- 1 Reprise du goodwill résultant de la fusion de Swiss Post Solutions (UK) Ltd.
 2 Sortie du goodwill à la suite de la fusion de Swiss Post Solutions (UK) Ltd au sein de Swiss Post Solutions Ltd.
 3 Le goodwill de trois millions de francs a fait l'objet d'un correctif de valeur.
 4 Diminution du goodwill en raison de différences de conversion de monnaies étrangères.

Pour déterminer la valeur du goodwill des sociétés du groupe au 31 décembre 2010 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% ainsi que 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	1,4	21	4,8-7,6
Italie	3,9	31	9,6
Royaume-Uni	3,0	28	7,0-7,7
Pays-Bas	2,5	26	7,4
Allemagne	2,3	29	6,6-7,5
Etats-Unis	2,5	40	8,0
Singapour	2,0	17	7,0
France	2,7	33	8,2
Suède	2,6	26	8,2
Espagne	4,1	30	9,6

- 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).

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 2010						
Comptes postaux	56 405	–	–	–	–	56 405
Comptes Deposito et comptes de placement	–	28 839	–	–	–	28 839
Obligations de caisse pour clients	–	–	162	162	34	358
Placements sur le marché monétaire pour clients	–	0	123	–	–	123
Total des fonds des clients (PostFinance)	56 405	28 839	285	162	34	85 725
Engagements envers des établissements financiers	2	0	7	1	–	10
Instruments financiers dérivés	–	–	1	4	–	5
Autres engagements financiers						
Leasing financier	–	–	3	6	3	12
Opérations de mise en pension	–	–	300	–	–	300
Autres	26	0	36	1	–	63
Total des autres engagements financiers	28	0	347	12	3	390
Total des engagements financiers	56 433	28 839	632	174	37	86 115
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

¹ Fonds sans échéance 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 (2009: 4 millions) est comptabilisé dans les instruments financiers dérivés (valeur de remplacement négative), conformément aux prescriptions de la comptabilité de couverture.

En 2010, les charges d'intérêts pour les fonds des clients se sont élevées à 480 millions de francs (2009: 403 millions).

Valeur actuelle des engagements de leasing financier

Valeur actuelle des engagements de leasing financier En millions de CHF	31 décembre 2010			31 décembre 2009		
	Valeur nominale	Actualisation	Valeur actuelle	Valeur nominale	Actualisation	Valeur actuelle
Echéance de moins de 1 an	4	-1	3	7	-2	5
Echéance de 1 à 5 ans	7	-1	6	9	-1	8
Echéance de plus de 5 ans	3	0	3	3	0	3
Total	14	-2	12	19	-3	16

27 | Provisions

Provisions En millions de CHF	Autres prestations à long terme pour collaborateurs	Restructuration	Sinistres survenus	Risques de procès	Autres	Total
Etat au 01.01.2010	331	37	37	17	16	438
Entrées résultant de l'acquisition de sociétés du groupe	-	-	-	-	1	1
Constitution	26	9	13	3	18	69
Ajustement à la valeur actuelle	-	0	-	-	-	0
Utilisation	-28	-16	-9	-1	-5	-59
Dissolution	-1	-10	-3	-2	-3	-19
Adaptation ultérieure des coûts d'acquisition	-	-	-	-	0	0
Transferts	-	-2	-	-	2	-
Diff. de conversion de monnaies étrangères	0	-2	0	0	-3	-5
Etat au 31.12.2010	328	16	38	17	26	425
dont à court terme	29	14	10	1	17	71
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

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 les 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	
	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009
Taux d'intérêt technique	2,75 %	3,00 %	2,75 %	3,25 %
Evolution annuelle des salaires	2,00 %	2,00 %	-	-
Taux d'utilisation des bons pour le personnel	-	-	95,00 %	95,00 %
Part de vacances	55,80 %	55,80 %	-	-
Fluctuation volontaire	7,82 %	6,80 %	3,94 %	4,00 %
Durée de service restante moyenne, en années	9,9	10,1	11,3	11,4

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	
	2010	2009	2010	2009
Etat au 1^{er} janvier	218	209	113	107
Droits de prévoyance acquis	13	13	2	3
Prestations payées	-23	-19	-5	-5
Rémunération des engagements de prévoyance	6	7	3	4
(Produits)/Charges des changements de plan	0	4	-8	2
Entrées dans le périmètre de consolidation	1	4	-	-
(Bénéfices)/Pertes résultant de l'adaptation des hypothèses	3	3	7	4
(Bénéfices)/Pertes de l'exercice	-1	-3	-1	-2
Etat au 31 décembre	217	218	111	113

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	
	2010	2009	2010	2009
Droits de prévoyance acquis	13	13	2	3
Coûts de rémunération	6	7	3	4
Comptabilisation des coûts des changements de plan	0	4	-8	2
Comptabilisation des (bénéfices)/pertes	2	0	6	2
Total des charges des autres prestations à long terme pour collaborateurs	21	24	3	11

28 | Fonds propres

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.

En 2009, à la suite du transfert de l'autoassurance de la Poste dans la société Swiss Post Insurance AG, 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 2009, une somme de 450 millions de francs au total a été distribuée, conformément à la décision du Conseil fédéral, dont 250 millions affectés à la Caisse de pensions Poste en tant que réserve de contributions de l'employeur et 200 millions 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 dans l'état du résultat global.

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 résultat.

29 | 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	31.12.2010	31.12.2009
Engagements futurs de leasing d'exploitation		
Moins de 1 an	122	126
De 1 à 5 ans	291	306
Plus de 5 ans	100	110
Obligations de paiement futures pour leasing d'exploitation	513	542
Paiements de leasing minimaux	148	144
Paiements de leasing conditionnels	8	8
Charges de leasing de la période sous revue	156	152
Produits de sous-location durant l'exercice écoulé	18	16
Produits de sous-location futurs	47	49

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 Immobilier. 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

En 2010, les produits provenant de la location de parties de propres immeubles à des tiers se sont élevés à 39 millions de francs (2009: 27 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	31.12.2010	31.12.2009
Futurs paiements contractuels minimaux de leasing		
Moins de 1 an	70	51
De 1 à 5 ans	199	149
Plus de 5 ans	57	46
Total	326	246

30 | Engagements conditionnels

Cautionnements

Au 31 décembre 2010, les engagements conditionnels étaient les suivants:

Le montant total des cautionnements et des engagements de garantie s'élevait à 27 millions de francs (2009: 37 millions).

Litiges en cours

La Direction du groupe part du principe que les prétentions ou litiges pour lesquels aucune provision n'a été constituée sont soit sans fondement, soit sans influence significative sur la situation financière ou sur le résultat d'exploitation du groupe. En 2010, les engagements conditionnels résultant de litiges s'élevaient à 5 millions de francs (2009: 1 million).

31 | 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 2010, en tant que propriétaire de la Poste, la Confédération suisse a versé des indemnités d'un montant de 30 millions de francs (2009: 30 millions) pour le transport de journaux et de 155 millions pour le transport de voyageurs (2009: 150 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	
	2010	2009	2010	2009	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009
Entreprises gérées en commun ou soumises à une influence prépondérante	418	413	168	170	744	303	610	960
Confédération suisse	219	217	61	58	0	6	302	336
Swisscom	130	145	41	42	708	258	8	8
Chemins de fer fédéraux (CFF)	68	50	66	70	36	39	300	616
RUAG	1	1	0	0	0	0	0	0
Skyguide	0	0	0	0	0	0	0	0
Transactions avec des actionnaires minoritaires de sociétés du groupe	15	17	1	1	2	1	0	0
Sociétés associées	10	8	28	13	1	2	3	2
Autres parties liées et personnes clés	0	0	3	19	0	0	202¹	300¹

¹ Pour l'essentiel, fonds de la Caisse de pensions Poste déposés auprès de PostFinance. Valeur de l'exercice précédent ajustée.

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 5,75 millions de francs (2009: 5,9 millions). Les prestations de prévoyance en faveur de ces personnes ont atteint quant à elles environ 0,78 millions de francs (2009: environ 0,8 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 2009, le bonus de prestation versé aux membres de la Direction du groupe en 2010 s'est élevé à environ 1,15 million de francs au total (2009: environ 1,04 million). Il n'y a pas de contrats de prêt en cours avec des personnes clés.

32 | 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 du groupe 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 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 du Conseil d'administration ainsi qu'à ce dernier. Le Conseil d'administration évalue les risques en dernière instance.

■ Etat des risques

En 2010, La Poste Suisse a identifié et analysé dix risques principaux au niveau du groupe, 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), trois sont des risques de marché et quatre sont de nature endogène. Treize 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 728a, alinéa 1, chiffre 3, du Code suisse des obligations (CO), l'organe de révision externe vérifie s'il existe un SCI lors de la révision ordinaire des comptes.

Gestion des risques financiers chez PostFinance

Le Conseil d'administration de La Poste Suisse et son comité PostFinance 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 aux risques de marché au niveau des portefeuilles sont des indicateurs dits de valeur à risque (VàR). La VàR est une estimation statistique de la perte que peut subir un portefeuille d'actifs financiers à la suite de mouvements défavorables du marché. Concrètement, elle décrit la perte maximale prévisible sur un horizon temporel donné (durée de détention) et avec un degré de vraisemblance déterminé

(niveau de confiance), dans des conditions de marché normales. Elle condense les divers effets que peut avoir le risque de prix du marché en une seule grandeur de mesure.

Tous les instruments financiers sont réévalués compte tenu des variations historiques des facteurs de risque (mouvements de taux d'intérêt, variation des marges de crédit en fonction de la notation et cours de change). Le calcul de la 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 l'état du résultat global.

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'intérêts, les risques de taux présentent une grande importance. Le comité Asset & Liability Management surveille ces risques et les gère en permanence.

La majeure partie des fonds des clients de PostFinance n'est pas rémunérée à taux fixe. Pour en avoir un reflet adéquat aux fins de la gestion des actifs et des passifs, des tranches renouvelables à échéances différentes sont constituées conformément au modèle du portefeuille de réplication, afin de mesurer et de gérer la variabilité des marges.

Le placement des fonds des clients 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, alors que l'essentiel des fonds des clients sont eux-mêmes 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 2010 et 2009 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. Par rapport à l'exercice précédent, les valeurs VaR par facteur de risque sont présentées compte non tenu des effets de diversification. Les valeurs comparatives de 2009 sont indiquées entre parenthèses. Au 31 décembre 2010, la VaR de taux d'intérêt du portefeuille bancaire de PostFinance s'élevait à 20,8 millions de francs (2009: 0,8 million), abstraction faite des effets de diversification d'autres facteurs de risque. Quant au portefeuille de négoce, avec une VaR de taux d'intérêt de 0,03 million de francs au jour de clôture du bilan (2009: 0,02 million), il n'est que très faiblement exposé au risque de taux.

– Risque de change

Le risque de change découle de la possible variation de la valeur d'un instrument financier en raison de fluctuations 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. Au 31 décembre 2010, la VaR de devises du portefeuille de négoce de PostFinance s'élevait à 11,3 millions de francs (2009: 3,1 millions), abstraction faite des effets de diversification d'autres facteurs de risque. La VaR de devises du portefeuille bancaire se chiffrait quant à elle à 4,9 millions de francs (2009: 18,8 millions).

Instruments financiers par monnaie

En millions de CHF

31 décembre 2010	CHF	EUR	USD	GBP	Autres	Total
Actifs						
Avoirs en caisse	1 566	119	0	0	0	1 685
Créances sur établissements financiers	11 467	518	1 140	33	27	13 185
Créances rémunérées sur clients	505	–	–	–	–	505
Créances résultant de livraisons et prestations	552	259	10	25	51	897
Autres créances	979	120	4	7	21	1 131
Immobilisations financières	70 285	2 204	461	79	14	73 043
Portefeuille de négoce et dérivés	5	99	60	27	0	191
Détenu jusqu'à l'échéance	58 302	1 717	85	–	–	60 104
Disponible à la vente	711	383	316	52	14	1 476
Prêts	11 267	5	–	–	–	11 272
Fonds étrangers						
Fonds des clients (PostFinance)	82 180	2 291	1 205	25	24	85 725
Autres engagements financiers	342	36	10	0	2	390
Engagements résultant de livraisons et prestations	348	214	2	5	49	618
Autres engagements	745	99	4	13	20	881
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	0	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

– 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 2010, la VaR d'actions du portefeuille bancaire de PostFinance s'élevait à 19,2 millions de francs (2009: 27,5 millions). En 2010, pas plus qu'en 2009, PostFinance ne détenait pas de portefeuille de négoce en actions. A la fin de l'exercice précédent, un poste en actions désignées à la juste valeur par le biais du résultat (FVTPL, désignation) de 17 millions de francs était comptabilisé.

Au 31 décembre 2010, compte tenu des effets de diversification entre facteurs de risque, le portefeuille bancaire dans son ensemble présentait une VaR de 29,7 millions de francs (2009: 25,8 millions). Quant à la VaR du portefeuille de négoce, elle se chiffrait, pour tous les facteurs de risque, à 11,3 millions de francs (2009: 3,1 millions). Il en résulte, pour l'ensemble des risques de marché pesant sur les portefeuilles bancaire et de négoce au 31 décembre 2010, une VaR de 41 millions de francs (2009: 29 millions).

– 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 aux niveaux des contreparties, de la structure des portefeuilles et des notations et des risques pays. C'est ainsi que les fonds ne peuvent être placés qu'auprès de débiteurs bénéficiant d'une notation et dont la solvabilité est irréprochable.

La mesure du risque de crédit repose sur 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	31.12.2010	31.12.2009
AAA	73	70
AA	19	19
A	7	10
< 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	31.12.2010	31.12.2009
Banque de lettres de gage d'établissements suisses de crédit hypothécaire, Zurich	8 263	3 571
Confédération suisse, Berne	5 578	3 041
Centrale des lettres de gage des banques cantonales suisses, Zurich	3 219	1 586

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 affaires hypothécaires proposées depuis juin 2008 en coopération avec la Münchener Hypothekenbank eG (MHB). Ce risque est entièrement supporté par la banque partenaire. Depuis l'automne 2009, PostFinance collabore en outre avec la banque Valiant dans le domaine du financement des PME. Grâce à cette coopération, elle a pu étoffer son offre sur le marché de détail. En automne 2010, PostFinance a étendu cette collaboration avec la banque Valiant aux affaires hypothécaires conclues avec la clientèle privée. Le risque de crédit résultant de ces deux domaines de coopération est supporté par la banque.

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 réplification. Le passif du bilan de PostFinance est constitué à hauteur d'environ 92% (2009: 89%) de produits sans échéance. Or, contrairement aux banques, PostFinance n'a pas le droit, pour des raisons légales, d'utiliser les fonds des clients pour accorder des crédits traditionnels, comme des prêts hypothécaires ou des crédits d'entreprise. En revanche, elle peut les placer sur le marché monétaire et sur celui des capitaux. Elle place donc les fonds disponibles à long terme (niveau plancher) sur ce dernier et ceux disponibles à court terme sur le marché repo et dans le négoce interbancaire. L'actif du bilan est donc très liquide. De plus, du fait que les placements jouissent d'une excellente notation de crédit (BBB ou supérieure), les titres peuvent à tout moment être utilisés pour se procurer des liquidités. Voir aussi la note 26, Engagements financiers.

Gestion du risque opérationnel chez PostFinance

■ 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 (2010: sept 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.

Gestion du capital

■ 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 de son comité PostFinance.

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 4,224 milliards de francs (2009: 3,534 milliards).

33 | Périmètre de consolidation

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En milliers	Au 31.12.2010	Au 31.12.2009
Suisse							
C	1-8	La Poste Suisse	Berne	CHF	1 300 000		
C	1	Presto Presse-Vertriebs AG (anc. Bevo AG)	Berne	CHF	100	100*	100*
C	1	Epsilon SA	Lancy	CHF	100	66*	66*
C	1	PostMail SA	Berne	CHF	100	100*	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	Dispodrom SA	Schlieren	CHF	2 000	100*	100*
C	2	IT ServiceHouse AG	Köniz	CHF	100	100*	100*
C	3	EDS Export & Distribution Services AG	Meilen	CHF	150	100	100
C	3	MDS Media Data Services AG	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	3	Edigroup SA ¹	Chêne-Bourg	CHF	200	100	-
C	3	R & M Routage & Mailing SA ²	Chêne-Bourg	CHF	100	100	-
C	4	Swiss Post Solutions SA	Zurich	CHF	1 000	100*	100*
C	4	SwissSign AG ³	Opfikon	CHF	450	100*	100*
C	6	PostFinance SA	Berne	CHF	100	100*	100*
C	6	Débiteurs Services SA	Berne	CHF	1 000	100*	-
C	7	CarPostal Suisse SA	Berne	CHF	25 000	100*	100*
C	8	InfraPost SA	Berne	CHF	1 000	100*	100*
E	1	Direct Mail Company AG	Bâle	CHF	420	50*	50*
E	1	Direct Mail Logistik AG	Bâle	CHF	100	50*	50*
E	1	AZ Vertriebs AG	Aarau	CHF	100	25	25
E	1	search.ch SA (anc. Râber Information Management GmbH) ⁵	Küssnacht (SZ)	CHF	100	25*	25*
E	1	SCHAZO AG	Schaffhouse	CHF	300	50	50
E	1	SÜDOSTSCHWEIZ PRESSEVERTRIEB AG	Coire	CHF	100	35	35
E	3	TNT Swiss Post AG	Buchs (AG)	CHF	1 000	50	50
E	6	SIX Interbank Clearing SA	Zurich	CHF	2 100	25*	25*
E	7	Sensetalbahn AG	Laupen	CHF	2 890	34*	34*
E	7	Société des Auto-transports du Pied du Jura Vaudois S.A.P.J.V.	L'Isle	CHF	1 200	35*	35*
Belgique							
C	3	Swiss Post International Belgium BVBA	Bruxelles	EUR	20	100	100
C	3	Edigroup Belgique SPRL ⁶	Bruxelles	EUR	19	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
 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 Achat de parts (100%) au 1^{er} juillet 2010.

2 Achat de parts (100%) au 1^{er} juillet 2010.

3 Nouveau siège (anc. Zurich).

4 Création le 3 novembre 2010.

5 Augmentation de capital de 80 000 francs (part de la Poste 20 000.-) le 12 juillet 2010; nouveau capital: 100 000 francs.

6 Achat de parts (100%) au 1^{er} juillet 2010.

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En milliers	Au 31.12.2010	Au 31.12.2009
Allemagne							
C	3	Swiss Post International Germany GmbH (anc. Swiss Post Deutschland Holding GmbH)	Troisdorf	EUR	100	100	100
C	3	Swiss Post International Operations GmbH & Co. KG (anc. Swiss Post International Germany GmbH & Co. KG) ¹	Dietzenbach	EUR	1 176	100	100
C	3	Swiss Post International Operations Verwaltungs-GmbH (anc. Swiss Post International Germany Verwaltungs GmbH) ²	Dietzenbach	EUR	25	100	100
C	3	Trans-Euro GmbH	Weil am Rhein	EUR	25	100	100
C	3	PrimeMail GmbH ²	Hambourg	EUR	1 000	50	50
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	Swiss Post Solutions GmbH ³	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	Swiss Post Solutions GmbH (anc. LS Dialogmarketing Verwaltungs GmbH)	Dettingen	EUR	1 500	100	100
C	4	Swiss Post Solutions 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	GBS + Temps GmbH	Waltershausen	EUR	25	100	100
C	4	Swiss Post Solutions GmbH	Pulsnitz	EUR	100	100*	100*
C	4	Swiss Post Solutions GmbH (anc. Billing & Loyalty Systems GmbH) ⁴	Oberhausen	EUR	26	100	-
E	4	eSourceOne GmbH	Hallstadt	EUR	25	50	50
E	4	meiller GHP GmbH ⁵	Schwandorf	EUR	280	35	-
E	6	Swiss Euro Clearing Bank GmbH	Francfort-sur-le-Main	EUR	10 000	25*	25*
France							
C	3	Société d'Affrètement et de Transit S.A.T. SAS	Huningue	EUR	200	100	100
C	3	Société de Transports Internationaux S.T.I. SARL	Huningue	EUR	8	100	100
C	3	Swiss Post International (France) SAS	Chassieu	EUR	300	100	100
C	3	G.P.A. Gestion & Promotion d'Abonnements SARL ⁶	Gaillard	EUR	20	100	-
C	3	SCI S.A.T. ⁷	Huningue	EUR	1	100	-
C	4	GHP Direct France SARL ⁸	Le Chesnay	EUR	30	-	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
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

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 Nouveau siège (anc. Troisdorf). Diminution de capital à 1,176 million d'euros au 1^{er} juillet 2010.

2 Nouveau siège (anc. Troisdorf).

3 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.

4 Achat de parts (100%) au 12 mars 2010.

5 Achat de parts (35%) au 21 décembre 2010.

 6 Achat de parts (100%) au 1^{er} juillet 2010.

 7 Achat de parts (100%) au 1^{er} octobre 2010.

8 Intégration à meiller GHP GmbH au 21 décembre 2010.

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En milliers	Au 31.12.2010	Au 31.12.2009
France (suite)							
C	7	CarPostal Obernai SAS	Obernai	EUR	50	100	100
C	7	CarPostal Interurbain SAS ¹	Narbonne	EUR	250	100	100
C	7	CarPostal Mâcon SAS	Mâcon	EUR	300	100	100
C	7	CarPostal Dole SAS	Dole	EUR	300	100	100
C	7	CarPostal Foncière SCI	Bourg-en-Bresse	EUR	50	100	100
C	7	CarPostal Villefranche-sur-Saône SAS	Gleize	EUR	150	100	100
C	7	CarPostal Agde SAS ²	Agde	EUR	250	100	–
C	7	CarPostal Bourgogne Franche-Comté SAS ³	Mâcon	EUR	300	100	–
C	7	CarPostal Méditerranée SAS ⁴	Agde	EUR	420	100	–
C	7	CarPostal Pyrénées SAS ⁵	Narbonne	EUR	250	100	–
Royaume-Uni							
C	3	Swiss Post International (UK) Ltd	Colnbrook	GBP	500	100	100
C	3	MCM Direct Limited ⁶	Southampton	GBP	0	100	–
C	4	Graphic Data (UK) Ltd ⁷	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) ⁸	Richmond	GBP	6	–	100
Italie							
C	3	Swiss Post Porta a Porta S.p.A.	Milan	EUR	2 000	80	80
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.	Tribiano	EUR	400	20	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 B.V.	Eindhoven	EUR	20	100	100
Autriche							
C	3	Swiss Post International Austria GmbH	Biedermannsdorf	EUR	51	100	100
C	4	Swiss Post Solutions GmbH	Biedermannsdorf	EUR	35	100*	100*
Pologne							
C	4	Swiss Post Solutions SP z.o.o. (anc. Client Vela SP z.o.o.) ⁹	Cracovie	PLN	1 000	–	100
Russie							
C	4	GHP Direct Russ O.O.O. ¹⁰	Moscou	RBL	5 467	–	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 Augmentation de capital de 1 561 090 euros, suivie d'une diminution à 250 000 euros au 30 septembre 2010.

2 Création le 8 janvier 2010.

3 Création le 22 juillet 2010.

4 Création le 9 septembre 2010.

5 Création le 16 septembre 2010.

6 Achat de parts (100%) au 8 avril 2010.

7 En liquidation.

8 Nouveau siège à Richmond (anc. Hertfordshire). Fusion au sein de Swiss Post Solutions Ltd au 1^{er} juillet 2010.

9 Augmentation de capital de 950 000 PLN au 12 février 2010; nouveau capital: 1 million de PLN. Intégration à meiller GHP GmbH au 21 décembre 2010.

10 Intégration à meiller GHP GmbH au 21 décembre 2010.

Saisie	Segment	Société	Siège	Capital-actions ou de dotation		Participation en pour-cent	Participation en pour-cent
				Monnaie	En milliers	Au 31.12.2010	Au 31.12.2009
Suède							
C	3	Swiss Post International Scandinavia AB (anc. Swiss Post International Sweden AB)	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
Espagne							
C	3	Allied Business Company of Mail Servicios Postales Internacionales España S.L. ¹	Coslada	EUR	3	100	–
C	3	Mail Partners Spain S.L. ²	Coslada	EUR	3	100	–
République tchèque							
C	4	Swiss Post Solutions a.s. anc. GHP Direct Mail s.r.o.) ³	Pilzen	CZK	3 000	–	100
C	4	Mailstep Holding a.s. ⁴	Prague	CZK	1 000	–	100
C	4	Mailstep s.r.o. ⁵	Prague	CZK	120	–	100
Hongrie							
C	4	DMS Dialogmarketing Kft. ⁶	Budapest	HUF	35 000	–	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 Achat de parts (100%) au 1^{er} février 2010.

 2 Achat de parts (100%) au 1^{er} février 2010.

3 Transformation en Swiss Post Solutions a.s. le 19 août 2010. Nouveau siège (anc. Kozojedy). Intégration à meiller GHP GmbH au 21 décembre 2010

4 Intégration à meiller GHP GmbH au 21 décembre 2010.

5 Intégration à meiller GHP GmbH au 21 décembre 2010.

6 Vente de la société (100%) le 28 février 2010.

34 | Modifications du périmètre de consolidation

En 2010

Le 1^{er} février 2010, Swiss Post International Holding SA a racheté la totalité des parts des sociétés espagnoles Allied Business Company of Mail Servicios Postales Internacionales España S.L. (ABC Mail S.L.) et Mail Partners Spain S.L., toutes deux avec siège à Madrid. Comptant environ 30 collaborateurs, ces deux sociétés opèrent principalement dans le domaine du courrier transfrontalier de et vers l'Espagne.

Le capital de Swiss Post Solutions SP z.o.o. (anc. Client Vela SP z.o.o.) a été augmenté de 950 000 PLN pour atteindre 1 million de PLN en date du 12 février 2010.

Le 28 février 2010, Swiss Post Solutions GmbH, Dettingen, a vendu DMS Dialogmarketing Kft., avec siège à Budapest.

Fin mars 2010, Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, a acquis la totalité des parts de Swiss Post Solutions GmbH (anc. Billing & Loyalty Systems GmbH), avec siège à Oberhausen, en Allemagne. Cette société 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. Elle emploie 53 collaborateurs.

Début avril 2010, Swiss Post International Holding SA a également racheté toutes les parts de MCM Direct Limited, avec siège à Southampton, dans le sud de l'Angleterre. MCM Direct Limited compte 32 collaborateurs et opère dans la région de Southampton, où elle fournit divers services postaux, tels que la préparation, l'expédition et la distribution de publipostages, de catalogues et de petites marchandises pour des clients commerciaux locaux.

Le 1^{er} juillet 2010, Swiss Post International Holding SA a racheté la société Edigroup SA, avec siège à Chêne-Bourg (GE), active dans le domaine de la vente et de la gestion d'abonnements. Le groupe est spécialisé dans la promotion, la diffusion et l'expédition de publications en langue française. Edigroup SA contrôle les filiales R&M Routage & Mailing SA (emballage et expédition) à Chêne-Bourg, Edigroup Belgique SPRL (vente d'abonnements en Belgique) à Bruxelles, et GPA Gestion & Promotion d'Abonnements SARL (gestion d'abonnements en France) à Gaillard (F). Edigroup (groupe) occupe actuellement 22 collaborateurs.

Swiss Post Solutions (UK) Ltd. a fusionné au sein de Swiss Post Solutions Ltd. le 1^{er} juillet 2010.

Swiss Post International Operations GmbH & Co. KG (anc. Swiss Post International Germany GmbH & Co. KG), avec siège à Dietzenbach, a réduit son capital-actions à 1,176 million d'euros en date du 1^{er} juillet 2010.

Fin septembre 2010, CarPostal Interurbain SAS, avec siège à Narbonne, a également réduit son capital-actions, qui se chiffre désormais à 250 000 euros.

La société SCI S.A.T., avec siège à Huningue (F), a été reprise le 1^{er} octobre 2010. Elle est détenue par la Société d'Affrètement et de Transit S.A.T. SAS à hauteur de 99% et par Swiss Post SAT Holding SA pour le reste (1%). SCI S.A.T. est une société immobilière dont les immeubles sont utilisés par La Poste Suisse pour les besoins internes du groupe. Elle n'occupe actuellement aucun collaborateur.

Le 21 décembre 2010, à la faveur de la création d'une coentreprise avec la Poste autrichienne, le secteur d'activité Direct Mail de Swiss Post Solutions GmbH, à Bamberg (D), a été réuni avec la société meiller direct GmbH, à Schwandorf (D), propriété de la Poste autrichienne, pour former la société meiller GHP GmbH. La Poste Suisse détient 35% des parts de meiller GHP GmbH. Le secteur d'activité Direct Mail comprenait les sociétés suivantes, qui ont été intégrées à meiller GHP GmbH: GHP Direct France SARL, avec siège à Le Chesnay, Swiss Post Solutions Sp. z.o.o. (anc. Client Vela Sp. z.o.o.), avec siège à Cracovie, GHP Direct Russ O.O.O., avec siège à Moscou, Swiss Post Solutions a.s. (anc. Direct Mail s.r.o.), avec siège à Pilzen, Mailstep Holding a.s. et Mailstep s.r.o., toutes deux avec siège à Prague, et une partie d'entreprise de Swiss Post Solutions GmbH, avec siège à Bamberg.

La société Graphic Data (UK) Ltd est en liquidation.

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 GmbH 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 sur les 30% restants une option d'achat 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 de IT ServiceHouse AG, à Köniz 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, Mailsources 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 GmbH 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 AG (anc. Bevo AG). De plus, PostMail a acquis ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation AG à Zurich, Espace Media Vertriebs AG à Berne et Pressevertriebs-GmbH à Lucerne, qu'elle a regroupées par fusion au sein de Presto Presse-Vertriebs AG. Toujours en novembre 2009, Prevag Presse-Vertriebs AG, à Bâle, a fusionné au sein de Presto Presse-Vertriebs AG.

En décembre 2009, Swiss Post Solutions Ltd (anc. Mailsources 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 au Royaume-Uni.

En décembre 2009 également, la participation détenue dans Swiss Post Porta a Porta S.p.A. a été augmentée de 10% pour atteindre 80%.

La société Graphic Data (UK) Ltd est en liquidation.

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 2010	31 décembre 2009
	Total juste valeur ¹	Total juste valeur ²
Créances	10	40
Stocks	0	0
Immobilisations corporelles et incorporelles et participations	11	10
Autres engagements financiers	-5	-1
Engagements résultant de livraisons et prestations	-3	-6
Provisions et autres engagements	-5	-25
Juste valeur des actifs nets	8	18
Goodwill	20	44 ³
Prix d'acquisition	28	62
Liquidités acquises ⁴	-5	-11
Paiements additionnels échéant ultérieurement (earnouts)	-1	-3
Paiements d'engagements résultant d'acquisitions des exercices précédents	3	-1
Sortie nette de capitaux résultant des acquisitions	25	47

1 Composition: Mail Partners Spain S.L., Allied Business Company of Mail Servicios Postales Int. España S.L., Swiss Post Solutions GmbH, Oberhausen (anc. Billing & Loyalty Systems GmbH), MCM Direct Limited, Edigroup SA, G.P.A. Gestion & Promotion d'Abonnements SARL, Edigroup Belgique SPRL, R & M Routage & Mailing SA, SCI S.A.T.

2 Composition: consolidation intégrale de PrimeMail GmbH, Dispodrom SA, IT ServiceHouse AG, Swiss Post Solutions (UK) Ltd, Presto Presse-Vertriebs AG (ZUVO Zustell- und Vertriebsorganisation AG à Zurich, Espace Media Vertriebs AG à Berne, Pressevertriebs GmbH à Lucerne).

3 Sans le rachat des parts minoritaires de 7 millions de francs.

4 Composition: avoirs en caisse et créances à court terme sur les banques.

Actifs et engagements
résultant des ventes

Les coûts d'acquisition des sociétés achetées au cours de l'exercice 2010 se sont élevés à 28 millions de francs au total, dont 27 millions réglés en liquidités. Le solde, soit 1 million de francs, consiste en des paiements additionnels échéant ultérieurement (earnouts).

Le goodwill résultant de ces transactions se compose d'actifs non identifiables séparément ou ne pouvant pas être déterminés avec fiabilité. Il s'agit principalement de savoir-faire acquis et de synergies escomptées au sein du groupe.

La juste valeur des créances acquises n'inclut pas de créances irrécouvrables significatives.

Les frais d'acquisition directement attribuables aux transactions s'élèvent à 0,7 million de francs et sont comptabilisés dans l'état du résultat global, au poste «Autres charges d'exploitation».

Depuis leur acquisition, les sociétés achetées ont contribué aux produits d'exploitation à hauteur de 23 millions de francs et au résultat d'exploitation à hauteur de moins 1 million.

La vente de sociétés du groupe s'est traduite par la déconsolidation des actifs et passifs suivants:

Actifs et engagements résultant des ventes En millions de CHF	31 décembre 2010
	Valeur comptable totale ¹
Liquidités	3
Créances	22
Stocks	5
Immobilisations corporelles et incorporelles, participations et immobilisations financières	42
Autres engagements financiers	-13
Engagements résultant de livraisons et prestations	-11
Provisions et autres engagements	-23
Valeur comptable des actifs nets vendus	25
Produit de la vente	27
dont règlement en liquidités	-
Paiements additionnels échéant ultérieurement (earnouts)	-
Bénéfice résultant des ventes ²	2

1 Composition: DMS Dialogmarketing Kft., GHP Direct France SARL, Swiss Post Solutions Sp. z.o.o., GHP Direct Russ O.O.O., Swiss Post Solutions a.s., Mailstep Holding a.s., Mailstep s.r.o., partie d'entreprise de Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg.

2 Le bénéfice résultant des ventes durant la période sous revue a été comptabilisé comme produits financiers dans l'état du résultat global.

Les ventes ont entraîné une sortie nette de liquidités de 3 millions de francs, du fait que les sociétés du groupe cédées ont été échangées contre la participation dans meiller GHP GmbH et contre une créance détenue sur cette société associée.

En 2010 comme en 2009, les parts des sociétés du groupe et de la partie d'entreprise cédées dans les différents postes de l'état du résultat global et du tableau de financement sont insignifiantes en termes de consolidation.

Lors de l'exercice précédent, il n'y a pas eu de ventes significatives de sociétés du groupe.

■ En 2010

Le 8 janvier 2010, CarPostal France SARL a créé la société CarPostal Agde SAS, avec siège à Agde (F).

Le 25 juin 2010, Billing & Loyalty Systems GmbH a été renommée Swiss Post Solutions GmbH, Oberhausen.

Le 12 juillet 2010, la société associée Räber Information Management GmbH a été transformée en société anonyme et renommée search.ch SA.

Swiss Post Deutschland Holding GmbH a été renommée Swiss Post International Germany GmbH en date du 7 juillet 2010. De plus, Swiss Post International Germany Verwaltungs GmbH a été renommée Swiss Post International Operations Verwaltungs-GmbH le 4 août 2010, tandis que Swiss Post International Germany GmbH & Co. KG est devenue Swiss Post International Operations GmbH & Co. KG le 24 août 2010. Ces deux sociétés ont déplacé leur siège à Dietzenbach.

Plusieurs sociétés ont été créées au troisième trimestre 2010: CarPostal Bourgogne Franche-Comté SAS avec siège à Mâcon (F) le 22 juillet, CarPostal Méditerranée SAS avec siège à Agde (F) le 9 septembre et CarPostal Pyrénées SAS avec siège à Narbonne (F) le 16 septembre.

Le 19 août 2010, GHP Direct Mail s.r.o. a été transformée en société anonyme et renommée Swiss Post Solutions a.s. Son siège a été déplacé à Pilzen (CZ).

Enfin, Débiteurs Services SA, avec siège à Berne, a été créée le 3 novembre 2010.

■ 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 AG, avec siège à Berne, est devenue Presto Presse-Vertriebs AG;
- 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).

35 | 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 01.01.2010	4	1	5
Entrées résultant de reclassements selon IFRS 5	5	7	12
Ventes	-7	-7	-14
Etat au 31.12.2010	2	1	3
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

36 | 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	
		31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009
1 euro	EUR	1,25	1,49	1,38	1,51
1 dollar des Etats-Unis	USD	0,94	1,03	1,04	1,09
1 livre anglaise	GBP	1,46	1,66	1,61	1,70

37 | Evénements postérieurs à la date de clôture

Ajustement des résultats

Jusqu'à l'approbation du présent rapport annuel 2010 par le Conseil d'administration de La Poste Suisse, le 29 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.

Acquisitions de sociétés du groupe entre le 1^{er} janvier et le 29 mars 2011

Le 3 janvier 2011, Swiss Post International Holding SA a acquis toutes les parts des sociétés Zollagentur Imlig AG, avec siège à Ingenbohl, et Zollagentur Imlig GmbH, avec siège à Rheinfelden (D). Ces deux sociétés sont des agences en douane présentes à plusieurs postes frontière entre la Suisse et l'Allemagne. Elles occupent 22 collaborateurs au total.

Les prix d'achat des deux sociétés acquises après la clôture du bilan et leurs effets sur les comptes consolidés 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 142 à 200 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 2010.

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 2010 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

Orlando Lanfranchi
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable

Stefan Andres
Expert-réviseur agréé

Gümligen-Berne, 29 mars 2011

La Poste Suisse

Compte de
résultat

Compte de résultat En millions de CHF	2010	2009
Chiffre d'affaires net des services logistiques	3 996	4 107
Chiffre d'affaires net des biens commercialisés	618	627
Produits des services financiers	2 402	2 237
Autres produits d'exploitation	258	276
Total des produits d'exploitation	7 274	7 247
Charges de personnel	-3 160	-3 252
Charges des biens commercialisés et prestations de services	-1 335	-1 505
Charges des services financiers	-864	-633
Autres charges d'exploitation	-1 087	-1 109
Amortissements d'immobilisations corporelles et incorporelles	-218	-231
Total des charges d'exploitation	-6 664	-6 730
Résultat d'exploitation	610	517
Produits financiers	28	315
Charges financières	-35	-121
Bénéfice avant impôts	603	711
Impôts sur le bénéfice	-	0
Bénéfice de l'exercice	603	711

Bilan

Bilan En millions de CHF	31.12.2010	31.12.2009
Actifs		
Avoirs en caisse	1 645	1 951
Créances sur établissements financiers	13 106	16 208
Créances rémunérées sur clients	505	132
Créances résultant de livraisons et prestations	810	892
Autres créances	1 033	1 118
Stocks	64	67
Actifs non courants détenus en vue de la vente	3	4
Immobilisations financières	72 942	61 165
Participations	281	259
Immobilisations corporelles	2 024	2 025
Immobilisations incorporelles	78	88
Total des actifs	92 491	83 909
Passifs		
Fonds des clients (PostFinance)	85 749	77 297
Autres engagements financiers	423	174
Engagements résultant de livraisons et prestations	543	612
Autres engagements	649	748
Provisions	183	287
Total des fonds étrangers	87 547	79 118
Capital de dotation	1 300	1 300
Réserves ¹	3 041	2 780
Bénéfice de l'exercice	603	711
Total des fonds propres	4 944	4 791
Total des passifs	92 491	83 909

1 Dont 14 millions de francs (2009: 6 millions) affectés, conformément à l'art. 36 de la loi sur le transport de voyageurs (LTV).

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 art. 11 et 12).

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, Services et management (Achats du groupe, Technologies de l'information, Service linguistique et 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 à échéance 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. Depuis le 1^{er} janvier 2010, les dérivés (valeur de remplacement positive) sont évalués à la valeur la plus basse (2009: évaluation à la valeur de marché)

■ 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 en faveur du personnel

Les charges de prévoyance en faveur 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	2010	2009
En millions de CHF		
Bénéfice annuel de La Poste Suisse selon CO/LOP	603	711
Pertes de change sur prêts à caractère de fonds propres	18	1
Apport à la réserve de contributions de l'employeur ¹	150	150
Contributions d'assainissement des employés et de l'employeur (Caisse de pensions Poste)	–	68
Dissolution de provisions pour engagements de prévoyance devenues superflues	–114	–
Evaluation des dérivés (valeur de remplacement positive) à la valeur la plus basse	173	–
Dissolution de provisions pour autoassurance ²	–	–215
Dissolution de correctifs de valeur sur des obligations disponibles à la vente (produits des services financiers), avec effet sur le résultat	–23	–89
Non-application de la norme IAS 19 à La Poste Suisse selon CO/LOP	92	41
Amortissements sur d'autres immobilisations incorporelles	10	–
Différences d'évaluation d'autres immobilisations incorporelles	–	–36
Dissolution de correctifs de valeur sur les prêts et participations dans les sociétés du groupe	–54	–74
Correctifs de valeur sur les créances, prêts et participations dans les sociétés du groupe	40	190
Bénéfice de La Poste Suisse selon les normes IFRS	895	747

1 Premier apport de La Poste Suisse à la Caisse de pensions Poste en tant que réserve de contributions de l'employeur.

2 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.

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 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 du groupe 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 attiré.

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 du Conseil d'administration ainsi qu'à ce dernier. Le Conseil d'administration apprécie les risques en dernière instance.

Etat des risques

En 2010, La Poste Suisse a identifié et analysé dix risques principaux au niveau du groupe, 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), trois sont des risques de marché et quatre sont de nature endogène. Treize 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 2010, le montant total des cautionnements et des engagements de garantie s'élevait à 37 millions de francs (2009: 46 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 2010, les actifs (obligations en relation avec les prêts de titres chez PostFinance) gagés pour garantir les propres engagements présentaient une valeur comptable d'environ 10,345 milliards de francs (2009: 12,609 milliards).

Engagements de leasing

Au 31 décembre 2010, les engagements de leasing d'exploitation non inscrits au bilan s'élevaient à 496 millions de francs (2009: 509 millions).

Valeur d'assurance incendie des immobilisations corporelles

Au 31 décembre 2010, la valeur d'assurance incendie des immobilisations corporelles s'élevait à 5,467 milliards de francs (2009: 5,514 milliards).

Participations

Voir à ce sujet la note 33, 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 2010, les engagements envers la Caisse de pensions Poste s'élevaient à 7 millions de francs (2009: 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 51 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 Suisse propose au Conseil fédéral que le bénéfice de La Poste Suisse, d'un montant de 603 millions de francs, soit utilisé comme suit:

- versement de 100 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 303 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 202 à 206 du rapport financier, comprenant le bilan, le compte de profits et pertes et l'annexe pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2010.

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 2010 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 SA

Orlando Lanfranchi
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable

Stefan Andres
Expert-réviseur agréé

Gümligen-Berne, 29 mars 2011

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	2010	2009
Produits d'intérêts		
Produits d'intérêts de créances sur établissements financiers	4	4
Produits d'intérêts d'opérations de prêt de titres et de prise en pension	21	31
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	1 513	1 323
Charges d'intérêts		
Charges d'intérêts pour fonds des clients	–473	–401
Charges d'intérêts pour engagements envers des établissements financiers	–1	–1
Charges d'intérêts d'opérations de mise en pension	0	0
Résultat des opérations d'intérêts	1 073	965
Variation des correctifs de valeur sur immobilisations financières	–22	–53
Pertes du trafic des paiements	–7	–6
Résultat des opérations d'intérêts après correctifs de valeur	1 044	906
Produit des commissions des opérations de crédit, de titres et de placements	112	105
Produits des commissions d'autres prestations de services	37	28
Produit des prestations de services	555	569
Charges des commissions et des prestations de services	–437	–401
Résultat des opérations de commissions et de prestations de services	267	301
Résultat du négoce	129	106
Plus-values et moins-values résultant des immobilisations financières	3	–21
Autre résultat d'exploitation	–3	–11
Total du résultat commercial	1 440	1 281
Charges de personnel	–419	–395
Autres charges d'exploitation	–438	–431
Amortissements	–12	–14
Total des charges d'exploitation	–869	–840
Résultat d'exploitation²	571	441
Rendement des participations dans les sociétés associées	2	2
Résultat du financement interne au groupe	0	4
Bénéfice de l'exercice	573	447

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	31.12.2010	31.12.2009
Actifs		
Liquidités	1 645	1 950
Créances sur établissements financiers	13 103	16 207
Créances rémunérées sur clients	505	132
Instruments financiers dérivés	191	113
Immobilisations financières	72 621	60 780
Participations	15	14
Immobilisations corporelles	26	28
Comptes de régularisation	878	767
Autres actifs	313	347
Total des actifs	89 297	80 338
Passifs		
Engagements envers des établissements financiers	312	78
Engagements envers les clients sous la forme de comptes Deposito et comptes de placement	29 320	23 897
Autres engagements (envers les clients)	58 331	55 174
Instruments financiers dérivés	4	9
Comptes de régularisation	88	70
Provisions	4	4
Autres passifs	133	141
Total des fonds étrangers	88 192	79 373
Fonds propres attribués ¹	500	500
Plus-values latentes	14	-2
Réserves de couverture	18	20
Bénéfice de l'exercice	573	447
Total des fonds propres	1 105	965
Total des passifs	89 297	80 338

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/rg2010links permet d'y accéder. Depuis cette page Internet, 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). 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 sur 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 58 338 11 11
Contact médias: + 41 58 338 13 07
www.poste.ch

Conception

Andreas Sturm, phorbis
Communications SA, Bâle
Corinne Santschi et Sarah Brunner,
Communication Poste, Berne

Texte

Marcel Suter et Sandra Schindler,
Klarkom GmbH, Berne
Finances Poste, Berne

Diagrammes

Finances Poste, Berne
Andreas Sturm, phorbis
Communications SA, Bâle
Diagrammes fondés sur le concept du
prof. Rolf Hichert
Graphique page 22 geodata
© CFF/swisstopo

Photos

Pages 1, 4–12, 16, 30 Michel Jaussi, Linn
Pages 20–29, 31–33 Simon Opladen,
Berne

Maquette et composition

Walter Stähli et Franck Schirmer,
phorbis Communications SA, Bâle

Relecture, terminologie et traduction

Service linguistique Poste, Berne
BMP Translations AG, Bâle

Impression

Swissprinters AG, Zürich, Schweiz

Numéro ISSN 1661-9501



No. 01-11-198550 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership

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 cinq ans

		2010	2009	2008	2007	2006
Résultat						
Produits d'exploitation	millions de CHF	8 736	8 558	8 980	8 712	7 895
générés sur le marché libre	% des produits d'exploitation	83,2	80,8	79,6	78,3	74,3
générés à l'étranger *	% des produits d'exploitation	13,9	16,3	17,9	20,0	17,6
Résultat d'exploitation	millions de CHF	930	721	812	866	823
généré à l'étranger *	% des produits d'exploitation	2,6	4,9	4,0	7,0	6,6
Bénéfice consolidé	millions de CHF	910	728	825	909	837
Fonds propres	millions de CHF	4 224	3 534	2 857	2 470	1 605
Création de valeur						
Valeur de l'entreprise	millions de CHF	452	272	416	559	532
Valeur ajoutée *	millions de CHF	5 268	4 983	4 875	4 925	4 735
distribuée au personnel	millions de CHF	4 076	4 032	3 873	3 851	3 711
distribuée aux bailleurs de fonds externes	millions de CHF	20	14	22	20	11
distribuée aux pouvoirs publics	millions de CHF	12	9	10	13	9
distribuée au propriétaire *	millions de CHF	200	200	170	300	0
distribuée à l'entreprise	millions de CHF	960	728	800	741	1 004
Emplois						
Effectif (sans apprentis)	unités de personnel	45 129	44 803	44 178	43 447	42 178
à l'étranger	%	16,1	15,6	14,2	12,7	8,0
Apprentis	personnes	1 824	1 690	1 571	1 473	1 429
Emplois Suisse	personnel Poste sur 100 employés	1,34	1,33	1,30	1,29	1,34
Emplois régions périphériques *	personnes	20 603	20 776	21 319	21 069	21 420
Taux de fluctuation (départs volontaires)	% de l'effectif moyen	3,5	3,1	5,3	4,7	3,6
Licenciements pour raisons économiques	personnes	116	99	97	110	86
Conditions d'engagement, salaires et indemnités						
Engagement selon CCT Poste	% des unités de personnel	65,4	66,5	71,2	74,1	80,6
Salaires minimal selon CCT Poste *	CHF par année	44 379	44 071	42 746	41 826	41 006
Salaires moyen du personnel *	CHF par année	81 082	80 361	78 141	77 160	75 127
Indemnités moyennes versées aux membres de la Direction du groupe *	CHF par année	495 590	491 200	492 781	487 611	444 187
Ecart salarial *	facteur	6,1	6,1	6,3	6,3	5,9
Gestion de la santé						
Accidents professionnels	nombre pour 100 unités de personnel	7,5	6,5	6,3	5,5	5,9
Absences par suite de maladie ou d'accident	jours par collaborateur	10,5	10,4	10,7	11,0	11,4
Diversité						
Hommes	%	52,1	51,5	51,5	51,1	51,3
Femmes	%	47,9	48,5	48,5	48,9	48,7
Nationalités représentées	nombre	133	117	121	119	115
Femmes au Conseil d'administration	%	22,2	25,0	20,0	22,2	20,0
Femmes à la Direction du groupe	%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Femmes parmi les cadres supérieurs	%	8,2	8,7	7,7	9,3	9,8
Démographie						
Age moyen du personnel	années	44,2	43,4	43,2	42,9	42,7
		2009	2008	2007	2006	2005
Utilisation des ressources						
Consommation totale d'énergie	GJ énergie primaire *	3 390 424	3 634 035	4 848 712	4 751 409	4 716 832
Consommation d'eau	m ³	403 616	397 985	391 400	456 178	468 968
Papier	millions de feuilles A4	153	160	158	157	108
Impact sur le climat						
Impact global sur le climat	équivalent t CO ₂ *	253 209	255 199	277 801	276 201	281 249
Energies renouvelables						
Chaleur de sources renouvelables	% de la consommation de chaleur	11,5	12,8	12,8	13,2	17,1
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	100,0	0,9	1,0	1,0

* Des explications sur les chiffres clés et un panorama complet de ces derniers sont présentés dans le document «Données chiffrées sur le rapport de gestion 2010», disponible en ligne à l'adresse www.poste.ch/rg2010links (☞ 99).

La Poste Suisse
Viktoriastrasse 21
Case postale
3030 Berne
Suisse

www.poste.ch

LA POSTE 



071.44 FR (228 711) 4.2011 K