



Transformation et diversification

Pour la dixième année consécutive, le volume du courrier diminue et ça va continuer. En revanche, il y a les colis qui sont en plein développement avec Internet. Comme tant d'autres secteurs, celui du courrier doit faire sa mue pour répondre aux défis de la dématérialisation.



La Poste représente la plus importante flotte mondiale de véhicules électriques

Selon l'Observatoire des activités postales, 12,8 milliards d'objets adressés ont été distribués en 2016 (plis, colis hors express, presse par circuit postal, domestique et à l'international), pour un revenu de 10,3 milliards d'euros hors taxes. Par rapport à 2015, le volume total diminue de 4,7 % et le revenu de 1,6 %.

Le courrier a poursuivi son déclin (avec un recul des volumes de 5,2 %). On s'écrit de moins en moins, le courrier entre particuliers ne représente plus que 3 % des lettres en France. Même les factures et les relevés de compte passent désormais par Internet.

Malgré tout, le chiffre d'affaires du Groupe La Poste est en effet resté stable (+ 1 %), à 23,3 milliards d'euros. Un résultat obtenu grâce à l'augmentation des tarifs du courrier, mais aussi et

surtout grâce au dynamisme de l'activité colis, portée par l'e-commerce.

L'activité colis poursuit sa croissance

Les Colissimo et Chronopost génèrent aujourd'hui 1,65 milliard de chiffre d'affaires (+3,6 %), et la branche GeoPost, qui opère sous la marque DPDgroup (à l'origine Deutscher Paketdienst, une entreprise allemande rachetée en 2001), sur le marché du colis rapide et express BtoB et BtoC en France et à l'international, a poursuivi sa forte croissance avec un chiffre d'affaires en hausse de 8,6 % (+9,3 % à périmètre et change constants) s'élevant à 6,166 milliards d'euros.

Cette performance résulte de la progression des volumes (+11,2 % avec 1.119 millions de colis livrés en 2016),

soutenue par le renforcement des offres et services à domicile, hors domicile, et sur de nouveaux segments de marché tels que le transport de produits à température dirigée, dans les domaines de la santé/pharmacie et des produits alimentaires.

« Mais le marché reste fondamentalement marqué par la croissance du BtoC, qui représente 95 % » de l'augmentation, souligne Paul-Marie Chavanne, le président de Geopost. Par « BtoC », il désigne les livraisons du (e-)commerçant au consommateur. En Europe, remarque-t-il, ce créneau représentait 2 milliards de colis en 2010, 5 milliards en 2016, et on en attend de 12 à 14 milliards en 2026. Les Britanniques, précurseurs en la matière, font déjà 20 % de leurs courses en ligne... Comme leurs voisins du continent, ils veulent être livrés



de plus en plus vite, le lendemain ou le jour même.

Par ailleurs, une politique active de croissance externe, axée sur l'extension du réseau multi-domestique de GeoPost a également contribué à l'augmentation globale et s'est poursuivie cette année avec l'acquisition d'Armadillo holding GmbH (expressiste opérant en Russie, au Kazakhstan et en Biélorussie), de DPD Zeitfracht, permettant ainsi de détenir 100 % des franchisés allemands et de JadLog (numéro 2 du marché du colis-express au Brésil).

GeoPost, numéro deux en Europe, derrière DHL, propriété de la Poste allemande, s'appuie sur son réseau de filiales qui sont encouragées à tester de nouveaux produits, devenant autant de petits laboratoires pour le groupe. « *La tendance, dans tous les pays, au niveau européen, est de déployer des micro-dépôts pour s'adapter aux contraintes de circulation qui sont de plus importantes* » en ville, relève Yves Delmas, le directeur général de Geopost pour l'Europe. De même, l'application permettant de suivre les paquets a été mise au point en Angleterre et perfectionnée en Allemagne. Elle doit être généralisée à toute l'Europe dans les prochains mois.

Diversification et nouvelles activités

Dans ce contexte difficile, que vont devenir les 73.000 facteurs qui continuent de passer chez nous, tous les jours, avec de moins en moins de courrier. En douze ans, la France a perdu 15.000 facteurs, passant de 90.000 en 2005 à 73.000 aujourd'hui. On a vu que la Poste essaye de diversifier les missions des facteurs sur le marché des services à la personne. Faute de livrer du courrier, La Poste se propose maintenant de livrer des médicaments, de relever les compteurs ou de prendre des nouvelles de personnes âgées avec le service « Veiller sur mes Parents ». Autant de services qui sont facturés.

Ces nouvelles activités ont généré 46 millions de chiffres d'affaires en 2016, ce qui reste très insuffisant pour compenser la baisse du courrier. Philippe Wahl, Président de La Poste l'admet volontiers, et demande du temps pour achever la transformation de l'entreprise. Une stratégie dont le fil rouge

est la prise en compte du vieillissement de la population. 1,2 million de personnes auront plus de 90 ans en 2030 contre 660.000 à ce jour. Certaines activités connaissent cependant un succès inattendu. C'est le cas du permis de conduire où La Poste sert de centre d'examen pour passer son code. En un peu plus d'un an, les Postiers ont ainsi accueilli 650.000 personnes qui ont passé le code à la Poste soit un candidat sur deux.

Transformation numérique et dématérialisation

Consciente de l'importance de la dématérialisation, la branche numérique de La Poste continue son développement avec un chiffre d'affaires de 609 millions d'euros, en hausse de 8,7 % (+5,8 % hors effet périmètre). Le pôle Docapost, spécialisé sur la transformation numérique des entreprises, a progressé de 6 % (+1,8 % à périmètre constant) avec le développement des activités de dématérialisation (contratuel, plateforme de services RH...). Le pôle Mediapost Communication est en progression de 2 % (+3,2 % à périmètre constant). Les ventes en ligne (www.laposte.fr), quant à elles, progressent de 6 %.

Elle a également consacré ses acquisitions au renforcement de son expertise notamment en matière de gestion des données et d'applications numériques au service des collectivités locales. Avec l'acquisition de 100 % de CDC Fast (solutions de confiance numérique aux collectivités locales et aux entreprises, 5 millions d'euros de chiffre d'affaires et d'Applicam (spécialiste de la e-administration telle que la gestion des aides et subventions et de la monétique privative, 15 millions d'euros de chiffre d'affaires).

Importance de la gestion électronique du courrier (Gec)

Même si les échanges électroniques remplacent de plus en plus le courrier postal, la fonction courrier demeure un point névralgique au cœur de l'activité économique pour 82 % des entreprises, selon une étude récente réalisée par l'éditeur Iteisoft. C'est sur le courrier que repose une large part de l'activité des entreprises privées ou publiques : réception/envoi de bons de commande, factures, réclamation... Le courrier reste le lien privilégié entre l'entreprise et ses clients. Il a du s'adapter pour

répondre aux défis de la dématérialisation.

Aujourd'hui la qualité et l'efficacité dans les relations avec les usagers les administrés les clients et les prestataires sont largement dépendantes d'une Gestion électronique du courrier (Gec). De nouveaux outils et applications sont apparus sur le marché. Ils permettent notamment de fluidifier le traitement des trois segments traditionnels du courrier : gestion du courrier entrant, gestion du courrier sortant et gestion du courrier interne. En option, elle prendra aussi en charge les factures (ce qui revient souvent à la direction des services financiers). Avec pour résultat des gains importants dans le délai de traitement et dans le circuit de distribution du courrier dématérialisé. Mais aussi avec un « plus » documentaire avec des fonctions d'indexation, de traçabilité et d'archivage.

Ainsi une Gec peut conditionner la gouvernance globale de l'information dans l'entreprise, il ne faut pas la voir comme un projet indépendant des autres. Différents choix dépendront d'elle : classement de l'information, arborescence documentaire, indexation, conditions d'accès, cycle de vie, durée de conservation, archivage. Sa mise en place nécessite la création d'un comité de pilotage et projet qui s'appuiera sur les directions concernées et un accompagnement en maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre est fortement conseillé.

D'après l'étude SerdaLab sur le management de l'information, le marché de la dématérialisation du courrier a généré en 2014 un chiffre d'affaires de près de 637 millions d'euros, soit une hausse de 4,4 % par rapport à l'année précédente. En termes d'emploi, il représentait 4.282 personnes en 2014. À l'horizon 2018, cette croissance se poursuit mais à un rythme modeste. En effet sur la totalité du secteur de la dématérialisation, le marché de la Gec ne représente que 5,34 % et arrive loin derrière les logiciels de gestion de contenu (46,85 %) et les scanners d'entreprise (18,34 %).