



---

# La Poste – De Post

- 2007 : bilan très satisfaisant, en ligne avec nos attentes
- 2002-2007 : progrès continus
- 2008 : continuer sur la voie du changement

Conférence de presse - Johnny Thijs, CEO – 01/02/2008





## ■ Le bilan de 2007 est très satisfaisant

- Résultats en progression
- Changements réalisés selon les plans
- Félicitations à tous les collaborateurs

## ■ Cinq ans de changement à La Poste : des résultats encourageants

- Progression continue
- Sur tous les plans
- Mais il faudra faire « plus et mieux » !

## ■ 2008 : continuer sur la voie du changement

- Plusieurs projets
- Miser sur une croissance



## ■ Le bilan de 2007 est très satisfaisant

- Résultats en progression
- Changements réalisés selon les plans
- Félicitations à tous les collaborateurs

## ■ Cinq ans de changement à La Poste : des résultats encourageants

- Progression continue
- Sur tous les plans
- Mais il faudra faire « plus et mieux » !

## ■ 2008 : continuer sur la voie du changement

- Plusieurs projets
- Miser sur une croissance

2007



## Bilan très satisfaisant, en ligne avec nos attentes

→ **Résultats financiers** en progression par rapport à 2006

↪ **Chiffre d'affaires** : plus de 3% ↗

↪ **Rentabilité normalisée** : plus de 10% ↗

→ **Poursuite des projets de changement selon les plans**

Chiffres et tendances provisoires ; les chiffres définitifs seront arrêtés par le Conseil d'Administration, le 1<sup>er</sup> avril 2008 et par l'Assemblée Générale le 16 avril 2008



## Chiffre d'Affaires

- + 1,9% par rapport à 2006 (en 2006: 2184,6M€)
- ... et ce malgré la vente de la filiale **Astérion** (France) en septembre 2007, entraînant une élimination de Chiffre d'Affaire de 24M€ (pour la période sept-dec. 2007)



**+ 3% par rapport à 2006 (excl. Asterion)**



## Croissance du chiffre d'affaires consolidé

+ (Revenus) -

→ **Perte de volumes** dans certains secteurs, compensée par des accroissements dans d'autres

→ **Volumes globaux** 2007 sont restés en ligne avec ceux de 2006 (-0,1%)

Réel succès de nos équipes de ventes

→ **Augmentation des revenus**

VAS (enlèvement à domicile, SERVIPOST,...): +11,8%	Daily& Registered Mail (courrier ordinaire et recommandé):- 3,6%
Press (journaux et périodiques): + 3,5%	Administrative Mail (factures, extraits de compte,...): -1,1%
Parcels & Express (colis): + 3,8%	
International (courrier international): + 8,3%	
Direct Mail (publicité adressée): + 4%	



Bénéfices consolidés **normalisés** en hausse

Millions d'€	2006	2007
Résultat d'exploitation (EBITDA)	229	- 17 %
Résultat d'exploitation normalisé (EBITDA)	234	+ > 10%

En M€



Baisse du résultat d'exploitation et du bénéfice due exclusivement à des **éléments non récurrents**



Comptabilisation de quelques provisions, notamment celle (+/- 67millions €) liée au système de prépension et de temps partiel dans le cadre de la Convention Collective de Travail conclue en janvier 2007 (pour la période 2007-2008)



**Progression positive et satisfaisante de la rentabilité et de la santé financière du Groupe**




## Positifs

- Gains de parts de marché de la **publicité adressée** dans le monde des médias publicitaires (+4% en revenus contre + 0% reste des médias)
- Gains de marchés importants en **courrier international** (Conseil de l'Europe, OCDE,...)
- Progression des **solutions hybrides** (Speos, Exbo) et purement **électroniques** (Certipost: près de 400.000 clients résidentiels, 28.000 entreprises)
- Croissance des **colis** en BtoC (+3,8% en revenus) et BtoB (+3,8% en revenus)

## Négatif

→ cessation de l'expérience **PubliPack** (envois non-adressés)

 démarrage commercial satisfaisant, mais pression excessive sur les marges



## Qualité

	2005	2006	2007
Prior	91,4	92	92,4
Non Prior	94,4	95,4	97,2
Parcels D+2	NA	94,6	97,2
Publicité adressée		J+4	J+2(*)

(\*) >30.000 clients/entreprises ont bénéficié de ce passage du DM en J+2

# Poursuite des changements, selon les plans



## - GéoRoute II

→ achèvement du programme dans l'ensemble des bureaux

## - Retail



### Fin janvier 2008 :

988 bureaux de poste

364 Points Poste

---

Total de 1.352 Points de Services

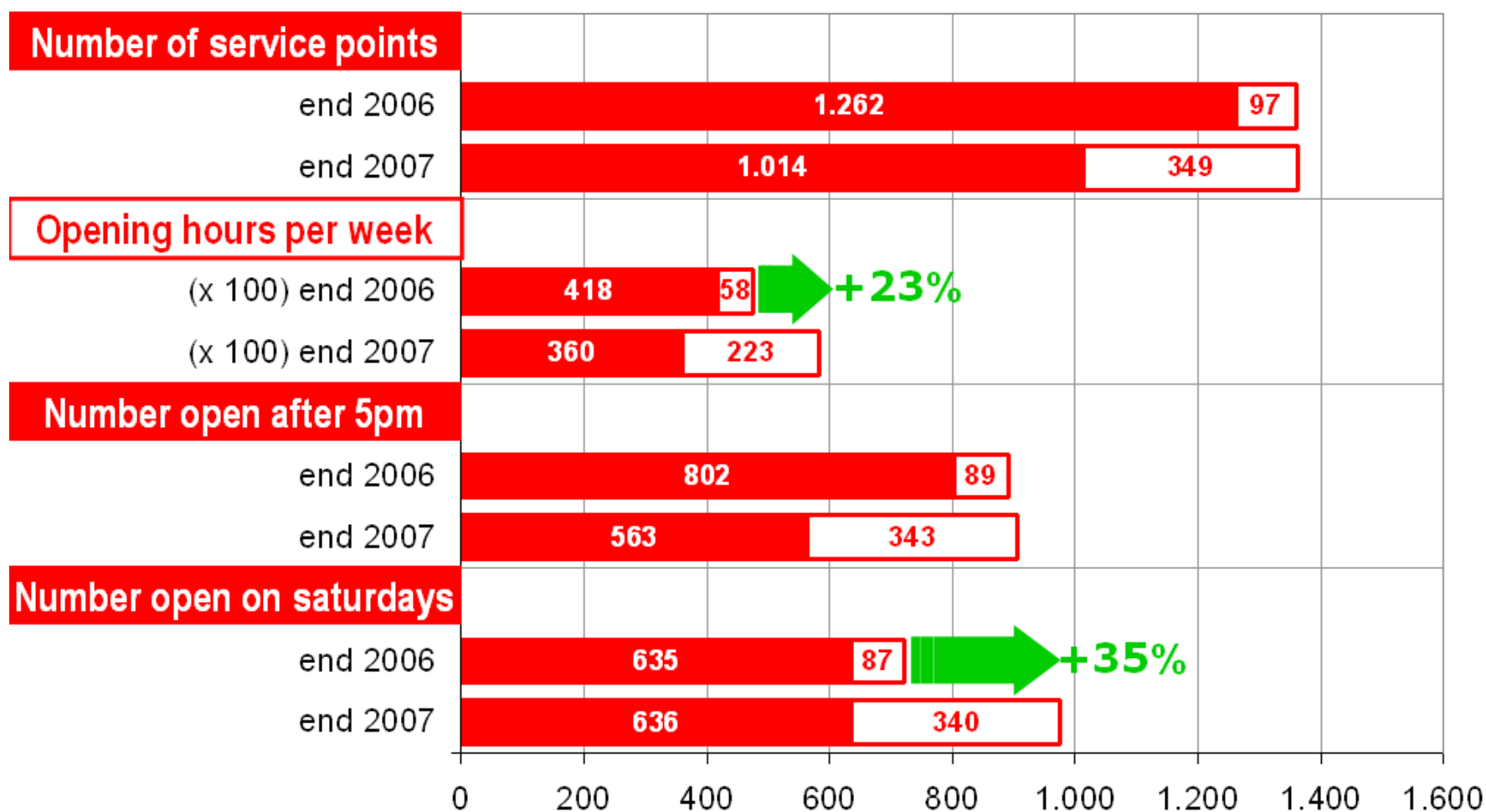
→ Timbres disponibles dans > 4.000 points de vente

→ e-Shop : succès toujours croissant

	Chiffre d'affaires (€)	Commandes (#)	Moyenne/ commande (€)
2005	930.000	11.400	96
2006	4.700.000	35.500	133
2007	6.750.000	46.000	147
% 2007/2006	+44	+30	+11




■ Post Offices □ Post Points





## - Modernisation et adaptation de la Culture d'Entreprise

- **Classification des fonctions**
  - les mêmes chances à toutes les catégories de travailleurs
  - organisation basée sur les compétences, plutôt que sur les rangs et grades

- **STAR**  → **modernisation de la culture d'entreprise**
  - motivation des collaborateurs
  - travailler en équipe
  - souci du client et de la qualité

- **Réduction de l'absentéisme:** des progrès restent à faire

2006: 8,57%  
2007: 8,49%



Objectif: 7%



	<b>2006</b>	<b>2007</b>
<b>La Poste SA</b>	33 391	31 985
<b>Filiales (hors Asterion)</b>	670	641
<b>Groupe (hors Asterion)</b>	34 061	32 626

(nombre d'ETP, situation au 31/12/2007)

 **Poursuite de la réduction des effectifs, conformément aux prévisions, sans licenciements secs**

# Filiales



## Evolution dynamique et globalement positive

### Taxipost

- augmentation des ventes, mais break-even non encore atteint
- annonce de la fusion des activités Kilopost et Taxipost, et intégration dans La Poste

### Europrinters

- rentabilité positive (et élevée pour le secteur)
- augmentation des ventes de 4%

### Deltamedia

- journaux
- restructuration achevée, suite à l'arrêt du projet PubliPack

### exBo

- augmentation des revenus de 12%, principalement dans l'outsourcing des flux de documents
- EBIT record

### Speos

- croissance des revenus de 20%; rentabilité renforcée
- continue à pousser son offre unique de backup de printing de documents

### Asterion (FR)

- vendu à Pitney Bowes
- sorti du périmètre de La Poste à partir du 01/09/2007

### Certipost

- base installée BtoC de près de 400.000 clients
- augmentation du nombre de sociétés en BtoB de 11500 à 28000
- EBITDA positif à partir de Q4 2007



## ■ Le bilan de 2007 est très satisfaisant

- Résultats en progression
- Changements réalisés selon les plans
- Félicitations à tous les collaborateurs

## ■ Cinq ans de changement à La Poste : des résultats encourageants

- Progression continue
- Sur tous les plans
- Mais il faudra faire « plus et mieux » !

## ■ 2008 : continuer sur la voie du changement

- Plusieurs projets
- Miser sur une croissance



## Des progrès constants, et réjouissants

- des succès réalisés en équipe
- et grâce aux efforts de l'ensemble des collaborateurs

**➔ La Poste reste sur la bonne voie pour réaliser son objectif**



**Rejoindre le groupe de tête des opérateurs postaux les plus performants en Europe, à partir de 2010**

# Situation d'urgence en 2001-2002

---



- **Volumes en baisse** : - 3 % en 2002-2003
- **Qualité insuffisante** : courrier Prior distribué le jour suivant = 79 % en 2002
- **Satisfaction de la clientèle**: très basse
- **Satisfaction des collaborateurs** = à peine 56 % en 2003
- **Absentéisme** = 9,8 % en 2002
- **Toutes les activités 'nouvelle chaîne de valeur' déficitaires** (excl. Speos)
- **Lourdes pertes**



	2003	2004	2005	2006	2007 (estimation)	2007 Vs 2003
<b>Marge EBITDA normalisée</b>	1,1 %	7,7 %	8,7 %	10,5 %	+/- 12%	+ 10,9%
<b>Absentéisme</b>	9,7 %	8,8 %	8,6 %	8,6 %	8,5 %	-1,2%
<b>Qualité J+1</b>	85 %	88 %	91 %	92 %	92,4 %	+7,3%
<b>Revenus par ETP</b>	48,7	53,9	59,0	63,6	67,5	+39%
<b>Satisfaction clients (*)</b>	78%	78%	81%	82%	82%	↗

(\*) Les résultats 5-6-7 sur l'échelle 1 à 7

# Mais il faut continuer !



Chiffres de 2006 (exc. La Poste)	La Poste – De Post (2007)	PDK	Austria Post	TNT Mail	DP Mail
Marge EBITDA normalisée	+/-12 %	14,2 %	13,2 %	22,0 %	17,8 %
Revenus par ETP	67,5	72,7	71,0	95,2	102,3

La marge EBITDA pour tout TNT et tout Deutsche Post est respectivement de 15,8 % et 9,3 %



## ■ Le bilan de 2007 est très satisfaisant

- Résultats en progression
- Changements réalisés selon les plans
- Félicitations à tous les collaborateurs

## ■ Cinq ans de changement à La Poste : des résultats encourageants

- Progression continue
- Sur tous les plans
- Mais il faudra faire « plus et mieux » !

## ■ 2008 : continuer sur la voie du changement

- Plusieurs projets
- Miser sur une croissance



## Projets prioritaires en chantier

### A. Mieux servir les clients, en leur offrant des produits tout à fait adaptés à leurs besoins

- **“Go to market”** de la nouvelle offre **Colis et Express**
  - Plusieurs innovations et améliorations:
    - “Track and Trace” pour **tous** les clients
    - J+1, au lieu de J+2
    - Réseau “Pick-up Drop-off”
  - Projet stratégique dans marché de croissance
  - Une offre cohérente, sous le label “Taxipost” (qui sera annoncée dans les prochaines semaines)
  - Intégration de Kilopost+Taxipost au sein de La Poste à partir du 1/05/2008



---

## - Relance de **Banque de La Poste**

### ⇒ Huit nouvelles initiatives en 2008

- Nouveau compte à vue gratuit : Compte@BPO
- Refonte de l'internet banking
- Objectif fixé à 400 distributeurs de billets dans les bureaux de poste (maintenant 150)
- Imprimantes d'extraits de compte dans tous les bureaux (de 0 à 650 pour mi-2009)
- Nouvelle offre de crédits à la consommation via Shop in the Shop
- Carte de crédit moderne facilitant le crédit permanent
- Formation intensive à la vente et aux conseils pour les collaborateurs des bureaux de poste
- Bureaux de poste rénovés (150 pour fin 2008)



## - Adaptation du réseau de vente

- Prévisions fin 2008 :
  - 710 bureaux de poste
  - 620 Points Poste
- Mi-2009 :
  - 650 bureaux de poste
  - 660 Points Poste

**La proximité et l'accessibilité des Points de Service Postal ne seront pas diminuées**

Nombre de communes	Habitants par bureau de poste /2006	Habitants par point de service postal /2009
<b>589</b>	<b>8240</b>	<b>7926</b>
	Heures d'ouverture/semaine	Heures d'ouverture/semaine/2007
	<b>47.369</b>	<b>58.235 ↗ +23 %</b>



## - Distribution

→ Georoute III sera progressivement achevé en 2008

 tri par tournée, suite aux nouvelles technologies dans nos 5 centres de tri

→ Lancement de projets-pilote en 2008, pour introduire le tri en "sequencing" (tri sur rues et numéros des maisons)

→ A partir de 2009, et dans les 5 ans qui suivent, on procèdera progressivement à la réorganisation annoncée en octobre 2007:



- de 500 à 150 plateformes de distribution
- distribution par "livreurs de courrier" (2008-2012)

# Comment ?



## Tous les changements seront mis en œuvre

- dans la concertation
- sur la base de départs naturels
- sans licenciements secs
- rythme de réduction de l'emploi = années précédentes (1.000 à 1.500/an)

## Grande campagne d'information interne, concernant le Plan Stratégique adapté et les projets de modernisation

- janvier – avril
- > 100 sessions locales à travers la Belgique (dont 40 retransmises en multiplex)
- tous les collaborateurs pourront y participer et poser leurs questions
- sessions animées par le CEO ou/et les membres du Comité de Direction



## Couper court aux rumeurs...

### Ce que ne prévoit pas le plan

- Cessation massive des activités (bien au contraire)
- Fermeture de centres de tri
- Sous-traitance de certaines activités
- Recours à des indépendants pour la distribution
- Obligation de travail à temps partiel
- ...

### Ce que prévoit effectivement le plan

- Nouveau souffle pour l'activité « Parcels »
- Maintien et développement des 5 centres de tri
- Consolidation des activités de base de La Poste : courrier et paquets
- Recours à des contractuels pour les petites tournées
- Possibilité de travail à temps partiel (limiter la mobilité géographique)
- Management adapté dans les futures plateformes
- Nouveaux produits




## Notre avenir sera fonction

→ de la maîtrise et la **réduction de nos coûts**, mais aussi

→ de la **loyauté de nos clients**

 Clients satisfaits

 Qualité = fiabilité

 Rapport qualité-prix

 Professionalisme



## Qualité de la distribution, traitement des plaintes, image, ...

- **J+1 : continuer le progrès**
- **Favoriser qualité de distribution** : action « boîte aux lettres » (mesures, hauteur, distance de la voie publique)
- **Paquets et recommandés** : généralisation des systèmes de scannage améliorés
- **Plaintes** : augmentation de la capacité, des processus et des outils du Service Center et du Contact Center
- **Information** : nouvelle version de Postinfo
- **Satisfaction** : nouvelles enquêtes pour mieux cerner les attentes des clients

# Amélioration de la qualité dans les points de vente



## Temps d'attente

Au moins 80 % des clients servis en moins de 5 minutes en 2009

Maximum 10 % des clients attendant plus de 10 minutes

## Call center

Accessibilité : > 90 % (objectif 2009)

Temps écoulé avant traitement de l'appel < 30" : > 70 %

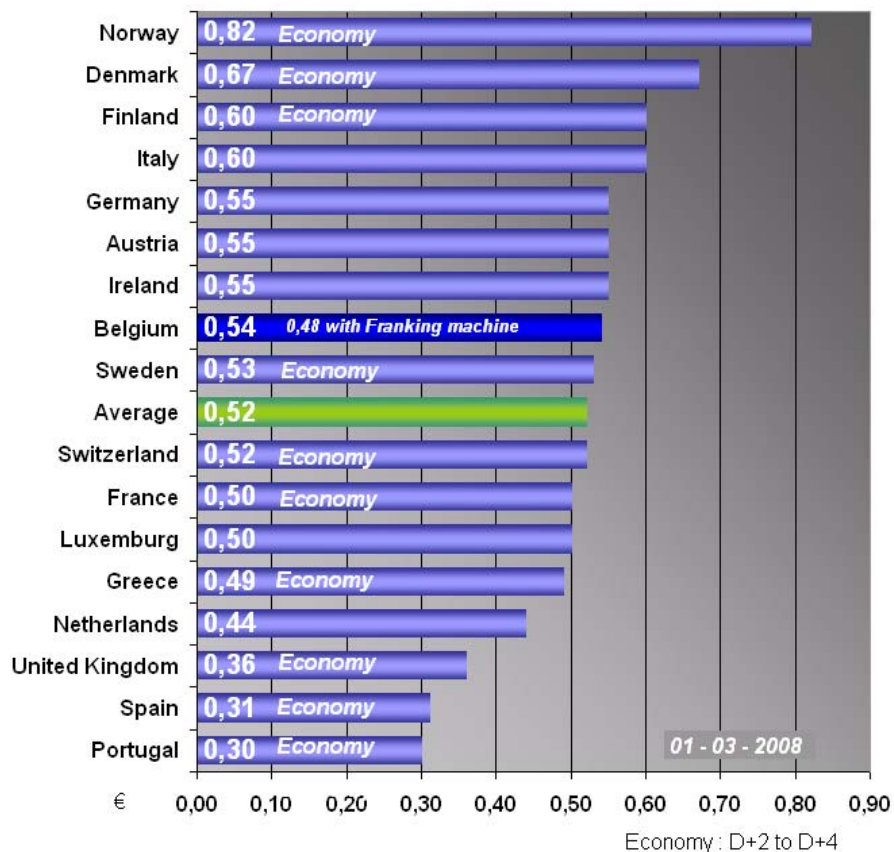
Pourcentage de cas résolus directement : > 70 %

## Mystery Shopping

Pour les bureaux de poste et les Points Poste

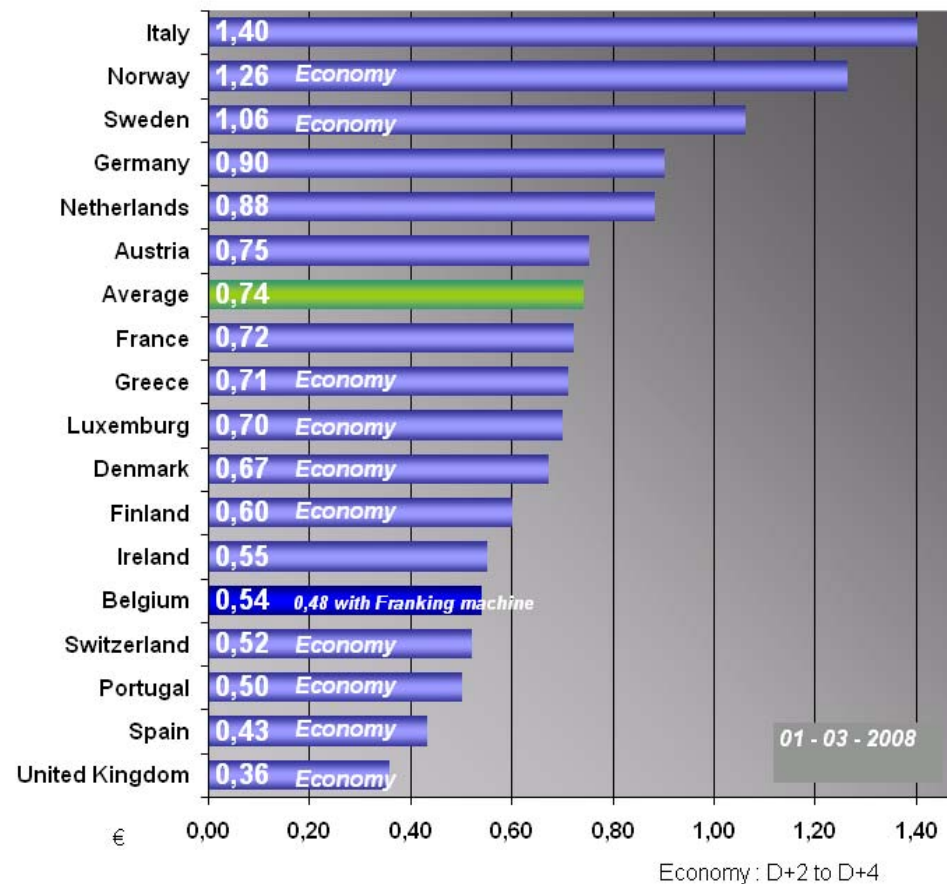
# Des prix raisonnables

## Best Price (0-20g)



TVA de 22 % incl. pour la Finlande

## Best Price (21-50g)



Tarifs belges, français et du R-U déjà adaptés pour 2008



Ce 6 février nous **relançons** le service

### SVP facteur

- Ré-iterer le rôle social du facteur
- Nouvelle affiche, devant fenêtre; autocollants sur boîte aux lettres (appartements)
- Tous les bourgmestres seront invités à informer les personnes concernées, plus particulièrement:
  - ▶ personnes âgées
  - ▶ personnes handicapées ou peu mobiles
  - ▶ personnes isolées
- Quels services?
  - ▶ vente de timbres (max.10)
  - ▶ réception d'envois
  - ▶ réception de recommandés
  - ▶ réception de virements (max 300€), avec communication structurée





## Prudence et vigilance !

- Incertitude quant à la conjoncture économique et l'évolution de l'inflation
- Pressions toujours présentes sur les volumes



Nous misons néanmoins sur **une légère croissance**



La Poste est parvenue à se mettre en **bonne position** pour

- assurer son développement futur
- au-delà de la libéralisation postale en 2011...

A condition que ...

- le rythme de **changement** soit maintenu



**notre responsabilité !**

- un vrai « **level playing field** » soit garanti sur le marché libéralisé (en termes de couverture géographique, fréquence de distribution, conditions sociales)



**mission du gouvernement dans les mois à venir**



Merci