

## Tendances d'avenir : LA POSTE



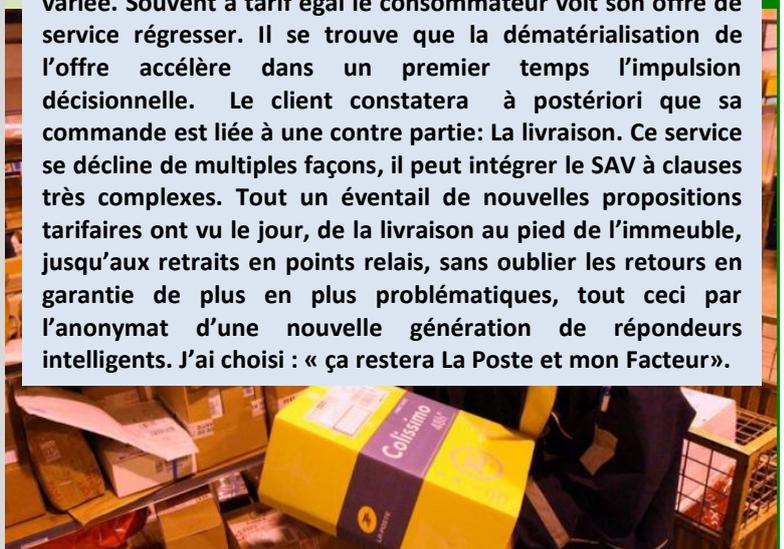
Comment La Poste, qui s'inscrit dans notre patrimoine national, va-t-elle rebondir face à cette nouvelle génération des échanges dématérialisés ? Comment s'adapter à ces changements qui s'attaquent insidieusement à l'organisation physique des communications dans nos sociétés ? Ce qui change dans l'histoire de La Poste, c'est que la première révolution qu'elle connut dans son passé, la positionnait comme garante des télécommunications, ce qui n'est plus le cas aujourd'hui car elle doit faire face à un marché concurrentiel exacerbé. Ce qui ne change pas c'est que La Poste et ses « facteurs en tournée » symboliseront toujours la vie des territoires.

Partant de là, l'image que La Poste véhicule lui confèrera toujours le prestige de tout un savoir faire et l'indulgence de tous pour son nouvel apprentissage. Il est vrai que dans les grands centres urbanisés, la solidarité reste souvent un vil mot puisque le progrès semble privilégier l'individualisme. Mais dans nos campagnes qui, sinon le facteur, s'aperçoit que la boîte aux lettres de cette personne vivant seule ne s'est pas vidée ? Qui, sinon le facteur, passe à la pharmacie ou ailleurs pour rendre service ? Qui apportera donc de préférence le petit colis commandé sur internet, ce livreur inconnu et anonyme ou bien cet agent de La Poste qui connaît mieux que quiconque sa clientèle devenue bien souvent amie ? Qui mieux que la poste déjà installée sur tout le territoire pourra héberger les outils mutualisés du télétravail et de la communication jusqu'à la visioconférence ? Cette démonstration valide que La Poste, dans ce monde dématérialisé qui nous est déjà proposé, sera plébiscitée chaque fois qu'elle va se positionner sur l'e-business et l'e-commerce comme facilitateur naturel. La poste déjà implantée sur tous les territoires est symbole d'équité. A l'évidence, La Poste, dans les années à venir, conservera, grâce à son savoir faire et sa connaissance du terrain, sa vocation du service rendu jusqu'au domicile contrairement à beaucoup de ses concurrents. Beaucoup de prestataires rivaux, modifient déjà leurs clauses commerciales pour identifier de nouvelles gammes de prestation mieux adaptées à une tarification plus variée. Souvent à tarif égal le consommateur voit son offre de service régresser. Il se trouve que la dématérialisation de l'offre accélère dans un premier temps l'impulsion décisionnelle. Le client constatera à posteriori que sa commande est liée à une contre partie: La livraison. Ce service se décline de multiples façons, il peut intégrer le SAV à clauses très complexes. Tout un éventail de nouvelles propositions tarifaires ont vu le jour, de la livraison au pied de l'immeuble, jusqu'aux retraits en points relais, sans oublier les retours en garantie de plus en plus problématiques, tout ceci par l'anonymat d'une nouvelle génération de répondeurs intelligents. J'ai choisi : « ça restera La Poste et mon Facteur ».

### Baisse du courrier structurelle liée à sa dématérialisation :

La chute des volumes du courrier aura un impact de 2,8 milliards d'euros sur le chiffre d'affaires du groupe, selon le projet de plan stratégique de La Poste présenté ce jeudi 4 juillet. Cette baisse devrait se poursuivre. Le résultat d'exploitation de La Poste sera plus faible en 2018 qu'en 2012. Victime de la concurrence d'Internet, le courrier postal va fondre comme neige au soleil ces prochaines années, entraînant dans sa chute le chiffre d'affaires de La Poste. C'est ce que révèle le projet de plan stratégique du groupe pour la période 2013-2018 présenté lors du conseil d'administration, ce jeudi 4 juillet. Un conseil qui a également officialisé le départ du patron actuel de La Poste, Jean-Paul Bailly.

La baisse du courrier pèsera pour 2,8 milliards d'euros dans le chiffre d'affaires du groupe d'ici à 2018, la Poste prévoyant une baisse moyenne de 6% du volume de courrier distribué chaque année, "soit une division par deux en 13 ans" du nombre de plis distribués. Les hausses de tarifs ne pourront à l'évidence compenser la chute des volumes. La Poste a anticipé le résultat de sa branche courrier et table sur un résultat d'exploitation de 700 millions d'euros en 2018 alors que ce solde comptable s'élevait à 800 millions... en 2012. Le groupe doit compenser cet effondrement qui sera couplé à la libéralisation de ce marché encore protégé. Le courrier ne représenterait plus que 8% de son chiffre, contre 63% pour la Banque Postale. Le groupe toujours présent dans les techniques de transport de l'information pourrait trouver un relai dans le développement d'outils favorisant le télétravail ou la vidéo conférence qui seront les supports d'échanges dans les années à venir. Présent également dans la distribution de petits colis. Ce marché colle au commerce électronique en plein essor. Ce pan de compétences est déjà tombé dans le secteur concurrentiel. Les implantations et l'organisation de La Poste lui donnent un avantage certain car la base des transactions restera la confiance. La Poste véhicule toujours cette image sécuritaire, tant pour la sûreté des transactions que pour le service associé à l'acte d'achat à distance : la livraison.



Quiz confiance : Qui détient la clé de toutes les adresses ?  
Réponse : Le facteur pour toutes les boîtes aux lettres.