

2008 – 2012 : « performance et confiance »

Par ce plan stratégique, La Poste a l'ambition de se transformer en un groupe de services. Avec 290 000 collaborateurs répartis dans quarante pays sur quatre continents et 250 filiales, le Groupe La Poste est déjà le second opérateur européen. La notion de groupe, réaffirmée, fait la force de l'entreprise et doit être à la base de la performance, précédemment associée à la convergence, désormais socle de la confiance.

Le nouveau plan, orienté « 100% service », décline des actions-clés par métier :

- Courrier

Achever la modernisation de l'outil industriel, rénover l'offre courrier et développer le multicanal

De nouveaux services rendus par le facteur

- Transverse

Améliorer le traitement des réclamations

Un développement responsable

- Colis

GeoPost confirme son cap à l'international

Des colis, service compris

- La Banque Postale

Développer les activités à partir de la clientèle existante

Une banque multicanal, une gamme complète

- L'Enseigne

Se rapprocher davantage des clients

S'adapter aux besoins des pros

Le développement et la rentabilité sont posés comme clés de la performance, elle-même impossible sans confiance. La Poste veut rejoindre le niveau de marge d'exploitation des meilleurs groupes postaux européens en 2012 : son chiffre d'affaire doit progresser de 2% chaque année et elle doit réduire ses charges.

Source : *Forum*, hors-série, avril 2008.