

Mir sinn d'POST

The background of the page features three abstract, curved lines. A blue line starts from the bottom left and curves upwards towards the top right. A green line starts from the left edge, peaks in the middle, and then curves downwards towards the right. An orange line starts from the bottom right and curves upwards towards the top right.

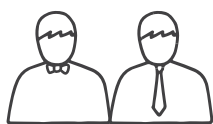
GROUPE
POST
LUXEMBOURG

**RAPPORT INTÉGRÉ
2019**



À travers ce rapport, nous partageons notre quotidien. Nous vous en donnons un aperçu. L'envie peut-être de nous rejoindre ? Dans tous les cas, des clés pour nous comprendre.

Bonne lecture !



p. 4

Grand entretien

Claude Strasser, directeur général et
Serge Allegrezza, président du Conseil
d'administration de POST Luxembourg

Le Groupe POST Luxembourg en 2019

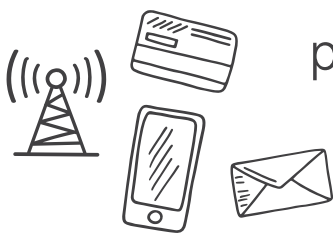
3 secteurs d'activités et une multitude
de savoir-faire



p. 10

Notre stratégie « Mir sinn d'POST »

Initiatives réalisées en 2019



p. 12

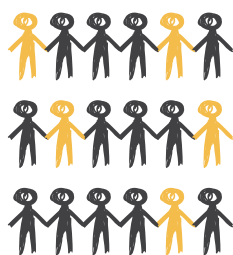
Tendances et réalisations de nos lignes métiers

Métier télécom & ICT	p. 12
Métier courrier & logistique	p. 28
Métier finance	p. 42

Nos réalisations RSE en 2019

p. 54

Rentabilité	p. 56
Employabilité	p. 58
Sécurité	p. 60
Produits	p. 62
Éthique	p. 64
Connaissances	p. 66
Terre	p. 68



p. 72

Notre gouvernance

- Le Conseil d'administration
- Le directeur général et le Comité exécutif

Notre gestion des risques p. 78

- Quels sont les principaux risques de l'entreprise ?
- Comment les gérons-nous ?



p. 80

Nos reconnaisances et certifications

11 awards décrochés en 2019 et
de nombreuses certifications professionnelles

Évaluation externe de ce rapport p. 82

POST soumet chaque année ses réalisations
extra-financières à l'avis d'experts RSE



p. 84

À propos de ce rapport

Annexes

- Principales participations de POST Luxembourg
- Nos engagements RSE : réalisations 2019 et objectifs à moyen / long terme
- Principales associations professionnelles où POST et ses filiales sont représentées
- Les chiffres-clés du métier télécom & ICT
- Les chiffres-clés du métier courrier & logistique
- Les chiffres-clés du métier finance
- Chiffres-clés de la RSE et tableau des performances extra-financières

+

Comptes annuels 2019 consolidés et rapport du réviseur d'entreprises agréé

Disponibles uniquement
au format digital sur
www.postgroup.lu
(rapport intégré 2019)



Sommaire

Pourquoi nous sommes là ...

Notre mission est de tisser, jour après jour, un lien entre des personnes, des organisations.

De leur permettre de communiquer, d'échanger des données, d'expédier des lettres, des colis ou de réaliser des transactions financières et, au final, de les rapprocher.
De partager de l'émotion aussi.

Cette place de choix au cœur de vos vies et de vos activités, nous l'occupons depuis plus de 175 ans, en l'assumant de manière responsable.

Responsable de protéger les données qui nous sont confiées et de simplifier la vie de nos clients.

Responsable de proposer des produits et services utiles et de développer des technologies de pointe qui permettront de répondre aux besoins de connectivité de demain.

Responsable de contribuer au développement économique du pays et d'être un employeur de choix dont le modèle social repose sur un emploi de qualité, la diversité et l'égalité des chances.

Responsable, enfin, de réduire l'empreinte que nous laissons, par nos activités, sur l'environnement.

AVIS AUX LECTEURS

La publication du présent rapport intégré est traditionnellement réservée aux résultats financiers et extra-financiers de l'année précédente. Il nous semble cependant important de mentionner que ce rapport 2019 a été rédigé avant, finalisé et distribué pendant, la crise sanitaire causée par le COVID-19.

Nous saisissons ici l'opportunité de rappeler que, malgré le confinement et les mesures de sécurité sans précédent, le travail assuré dans chaque ligne métier de POST Luxembourg pendant cette période a été exemplaire. C'est le résultat de l'engagement et du dévouement de chacun de nos collaborateurs avec un objectif commun, celui d'assurer, en toutes circonstances, les services essentiels à la population et aux entreprises.

Nous tenons à remercier chacun de nos collaborateurs personnellement.

Grand entretien

INVESTIR POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DES CITOYENS ET ASSURER LA PÉRENNITÉ ET LE SUCCÈS DU GROUPE

— Serge Allegrezza, président du Conseil d'administration, et Claude Strasser, directeur général du Groupe POST, reviennent sur les résultats de l'année 2019. Ensemble, ils évoquent les grandes tendances qui impactent les métiers de POST Luxembourg et expliquent les défis auxquels l'entreprise est confrontée.

« Si nous considérons la cybercriminalité comme un danger, la protection contre celle-ci représente pour le Groupe POST une véritable opportunité. Nous avons développé une expertise dans ce domaine depuis un certain temps. »

CLAUDE STRASSER, directeur général du Groupe POST



QUEL REGARD PORTEZ-VOUS SUR 2019 ?

Serge Allegrezza (SA) : Pour moi, deux tendances majeures se sont dégagées en 2019. Tout d'abord, la digitalisation de l'économie qui impacte les trois activités principales de POST et, ensuite, la transformation complète du monde financier, tributaire d'une conjoncture de taux d'intérêt négatifs.

Au niveau des infrastructures, pour un pays comme le Luxembourg qui connaît une forte croissance démographique, les investissements pour soutenir la digitalisation sont très importants. La contribution de POST est considérable en participant notamment au développement des infrastructures de télécommunications.

Claude Strasser (CS) : Ces tendances ne jouent pas vraiment en faveur du modèle d'affaires historique de POST. La digitalisation intensifie le déclin du volume de courrier.



SERGE ALLEGREZZA, président du Conseil d'administration, et CLAUDE STRASSER, directeur général du Groupe POST

Elle induit également le basculement des moyens de télécommunications classiques tels que la voix fixe vers de nouveaux modes de communication.

POST Finance est, quant à elle, particulièrement exposée à la conjoncture des taux d'intérêt négatifs.

Malgré ces tendances plutôt défavorables, le bilan financier 2019 de POST est plutôt positif, avec une nette progression par rapport à 2018.

QUELS FAITS MARQUANTS RETENEZ-VOUS DE L'EXERCICE PASSÉ ?

CS : En 2019, notre métier télécom a été très sollicité en coulisses, par exemple, avec la préparation du réseau 5G. Nous avons également réussi à développer de manière significative notre activité B2B avec des solutions de télécommunications et, au sens plus large, des solutions ICT pour nos clients professionnels. Côté POST Courrier, le service postal universel au Luxembourg nous a été

réattribué pour une période de 10 ans. Si c'est une bonne nouvelle pour POST Courrier, il faudra anticiper et bien gérer le déclin des volumes qui risque de s'accroître dans les années à venir. Pour POST Finance, la préparation de l'arrivée du nouvel ebanking « eboo » a été au centre des préoccupations. Après une phase de test réussie fin 2019 auprès de nos collaborateurs, tous nos clients CCP ont pu bénéficier de cette nouvelle application début 2020.

AVEZ-VOUS CONSTATÉ UNE ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT ? COMMENT L'AVOIR ANTICIPÉE ?

SA : La digitalisation crée de plus en plus de données qui peuvent être centralisées, traitées et analysées. Une fois anonymisées, ces données constituent un véritable trésor. Elles peuvent être utilisées pour identifier des tendances intéressantes et fournir des informations précieuses afin d'orienter notamment des prises de décisions au niveau des entreprises ou même du pays.

CS : Absolument ! Cela a conduit à la création d'un nouveau secteur d'activité regroupant des profils de mathématiciens, de statisticiens et d'informaticiens spécialisés dans l'analyse des données. Il y a peu d'entreprises au Luxembourg qui exploitent autant de données que nous. Cela implique une grande responsabilité, car nos clients exigent que nous garantissions une sécurité absolue dans le traitement de ces données. À cet égard, POST applique de manière stricte les règlements du RGPD¹. En 2019, le chargé de la protection des données de POST a été le tout premier à se voir décerner le prix de « DPO de l'année ». C'est un grand honneur pour le Groupe et cela souligne les efforts que nous faisons pour assurer le respect de la vie privée de nos clients.

SA : Si nous sommes un très petit opérateur mobile à l'échelle européenne, nous pouvons nous targuer d'être un

¹ Règlement général sur la protection des données

opérateur très polyvalent avec notamment un réseau fixe et mobile complet, converti de l'analogique vers le numérique, prêt pour aller vers le « all-IP »¹, sans oublier la cybersécurité, un domaine dans lequel nous nous sommes beaucoup développés.

CS : La cybersécurité est omniprésente. Nous avons développé une expertise dans ce domaine depuis un certain temps déjà, ne serait-ce que pour protéger nos propres systèmes et réseaux. Si nous considérons la cybercriminalité comme un danger, la protection contre celle-ci représente une véritable opportunité. Dès 2019, ces compétences ont été regroupées au sein du Groupe POST et nous proposons désormais notre expertise à d'autres entreprises au Luxembourg et à l'international. Également identifiée comme vecteur de croissance dans notre stratégie, la distribution des colis a sensiblement augmenté grâce à l'e-commerce. Pour répondre à une croissance de 20 % des colis distribués au Luxembourg, nous avons installé une nouvelle trieuse à Bettembourg et la centième station PackUp 24/24 en décembre dernier.

SA : On rencontre un phénomène paradoxal, car la digitalisation qui est à la fois notre plus grand défi constitue aussi notre plus grande opportunité. Les volumes de lettres chutent, comme partout dans le monde, mais en parallèle, les facteurs distribuent, grâce à cette baisse d'activité, une part grandissante de colis. Les deux tendances sont fortement liées et inversement proportionnelles.

QUELLES ONT ÉTÉ LES PRINCIPALES RÉALISATIONS AU SERVICE DE NOS CLIENTS ?

CS : L'amélioration du service à la clientèle et l'expérience client sont au cœur de notre stratégie. Ces dernières années, nous avons sensiblement amélioré la qualité de notre contact center (8002 8004) et nous proposons de plus en plus de services en ligne. La présence physique de POST Luxembourg évolue aussi et nous améliorons notre représentation sur le territoire grâce à la diversification de notre réseau de vente.

SA : Notre devoir est d'offrir le meilleur service possible à tous nos clients :

résidents, frontaliers, expatriés et visiteurs. Et alors que nous fermons certains bureaux de poste, nous avons développé davantage de présence dans des emplacements stratégiques. Il s'agit d'endroits où les gens passent régulièrement comme les magasins de journaux, les supermarchés, les centres commerciaux ou encore les stations-service. Preuve en est, par rapport à 2015, le nombre total des heures d'ouverture des points de vente POST a augmenté de plus de 60 %.

QUELLES INFLUENCES LES ASPECTS ESG (ENVIRONNEMENTAUX, SOCIAUX ET DE GOUVERNANCE) ONT-ILS SUR LA STRATÉGIE DU GROUPE ?

SA : Le changement climatique est un défi pour chaque entreprise et pour chaque citoyen. POST s'est investie dès le début pour être éco-responsable et socialement responsable. Et si on parle d'éco-responsabilité, on parle aussi de notre présence dans les différents quartiers de la Ville de Luxembourg. Ainsi, notre présence dans le quartier de la gare, avec le siège de POST, contribue indéniablement à animer ce quartier.

CS : Concernant la gestion de notre parc immobilier, tous les immeubles que nous avons construits récemment répondent aux plus hauts niveaux d'exigences ESG. Mais il y a encore une autre dimension. Celle de notre approche en termes de préservation du patrimoine culturel. Conscients de sa valeur historique et urbanistique, nous avons travaillé de manière intense à l'élaboration, en 2019, d'un projet ambitieux pour l'Hôtel des Postes. Nous avons également l'un des plus grands parcs automobiles du pays et nous parcourons beaucoup de kilomètres pour assurer les services de distribution et d'installation chez nos clients. Nous sommes conscients que nous avons encore un énorme potentiel d'amélioration même si nous disposons déjà d'un grand nombre de véhicules électriques. La transformation de la mobilité sera un grand enjeu pour nous.

SA : En tant que plus grand employeur du pays, nous avons également une grande responsabilité sociale. Nous sommes une entreprise participative où les collaborateurs sont bien représentés, même au Conseil d'administration.

Cependant, nous ne sommes pas à l'abri des changements liés à la digitalisation. Certains métiers n'existeront plus sous leur forme actuelle d'ici 5, 10 ou 15 ans. Nous assumons cette responsabilité et anticipons ce cas de figure en formant nos collaborateurs en continu afin de pouvoir leur offrir des perspectives dans le futur. Si la digitalisation met en cause certains postes, elle va aussi pouvoir en créer des nouveaux si nous y sommes préparés.

CS : Nous souhaitons offrir des conditions de travail intéressantes à nos collaborateurs parce que nous avons comme ambition d'être à la fois un employeur de choix tout en attirant de nouveaux talents pour, ensemble, faire avancer POST. Ce qui nous démarque de la plupart des autres entreprises, c'est que nous recherchons des collaborateurs de tous les niveaux quels que soient leurs backgrounds, avec ou sans diplôme. Chacun peut trouver un emploi et évoluer chez POST... à condition d'être motivé ! Ce qui nous importe, c'est que celui qui est prêt à s'investir, peut se construire une belle carrière chez POST.

SA : N'oublions pas qu'en tant qu'entreprise publique, nous contribuons au développement économique du pays. Les enjeux sont financiers, entre autres par la taille de nos investissements, mais aussi environnementaux et sociaux. En conséquence, et bien au-delà d'un bon bilan financier pour 2019, nous sommes fiers d'œuvrer pour le bien de la société dans son ensemble.

¹ Le protocole IP est la technologie la plus utilisée pour transmettre la voix et les données. Notre stratégie « all-IP » prévoit que tous nos produits et services soient exclusivement proposés en IP d'ici 2025.



« En conséquence, et bien au-delà d'un bon bilan financier pour 2019, nous sommes fiers d'œuvrer pour le bien de la société dans son ensemble. »

SERGE ALLEGREZZA, président du Conseil d'administration de POST

Le Groupe POST Luxembourg en 2019

CE SONT 3 PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉS
ET UNE MULTITUDE DE SAVOIR-FAIRE.

3 QUESTIONS À **PIERRE ZIMMER**

Directeur général adjoint et Chief Strategy Officer de POST Luxembourg

QUELS SONT LES ATOUTS DU GROUPE ?

Nous œuvrons à l'image d'un écosystème d'entreprises : la maison-mère POST (et ses trois lignes métiers) autour de laquelle gravitent une dizaine de filiales qui interagissent, parfois au quotidien, avec ce noyau central. Faire grandir et fédérer ces expertises nous permet de générer de la valeur, de bout en bout, au service du client, en nous appuyant sur la technologie et les possibilités qu'elle offre aujourd'hui. Notre volonté de cultiver la diversité de notre expertise et de la mettre au défi au quotidien permettra de faire la différence.

POUVEZ-VOUS CITER DES EXEMPLES ?

L'équipe Cyberforce créée en 2019 à partir des expertises de EBRC et de POST, a développé un produit innovateur

d'attaque-défense, auquel font appel des clients situés aux quatre coins du monde. Nous travaillons aussi avec Editus et nos data scientists internes, de manière à générer de l'information à valeur ajoutée et notamment dans le domaine de la mobilité de demain.

COMMENT STIMULEZ-VOUS CETTE INNOVATION ?

Une stratégie d'innovation ne se décide pas du jour au lendemain, elle nécessite un terreau fertile pour se développer. Ce terreau, ce sont de nouvelles méthodes de travail plus agiles et des pratiques managériales qui encouragent la prise de risque, la créativité et qui reposent sur la confiance. Mon rôle est de fédérer les forces en présence et de concrétiser cette innovation Groupe pour qu'elle corresponde aux besoins réels de nos clients.

Pierre
Zimmer



2019

Janvier

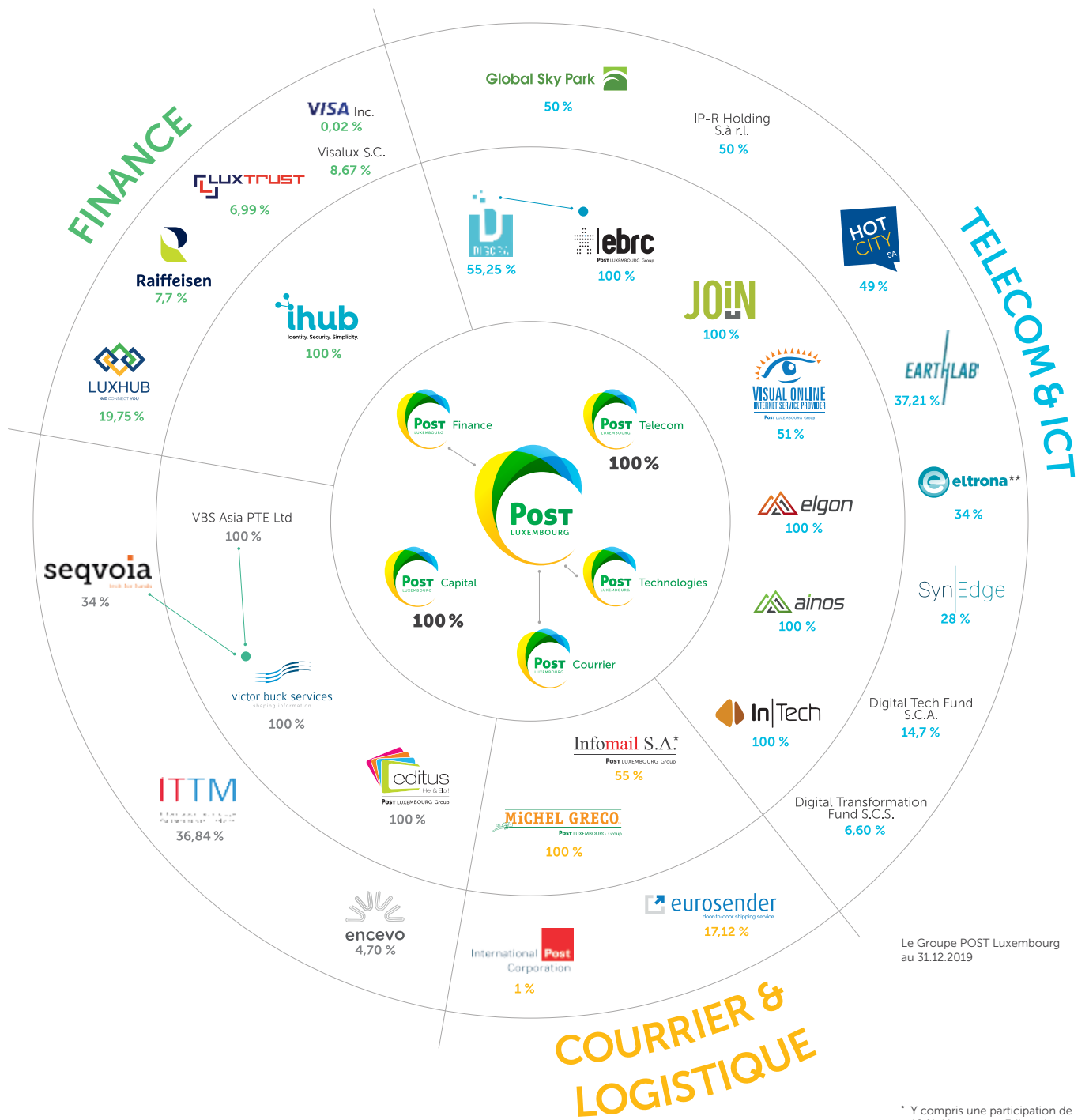
EBRC rejoint les entreprises signataires du Cybersecurity Tech Accord visant à renforcer la sécurité, la stabilité et la résilience du cyberspace.

Mars

- Installation des équipes JOIN dans nos bâtiments et reprise des services aux clients professionnels par POST
- Isidro Lopes devient le nouveau CEO de Michel Greco S.A.
- Editus lance Editus Insight, une offre de marketing intelligence reposant sur l'analyse de données.

Mai

Acquisition et intégration par Victor Buck Services de la start-up luxembourgeoise Docunify IP Company



* Y compris une participation de 10 % détenue par Editus dans Infomail
 ** La participation dans Eltrona a été vendue début 2020

Septembre

- Elgon & Ainos ouvrent une académie et lancent le programme ACT pour leurs futurs stagiaires.
- Création d'une équipe Cyberforce regroupant les expertises de POST de EBRC

Octobre

- 2^e hackathon Lux4Good (POST & InTech) mettant en lien des développeurs et des porteurs de projets à impact
- Acquisition de 100 % des parts dans les sociétés Elgon & Ainos

2020

« Mir sinn d'POST », notre stratégie 2018-2022

— Parce que l'engagement de nos collaborateurs est la clé de son succès, notre stratégie à l'horizon 2022 se nomme « Mir sinn d'POST », littéralement « POST, c'est nous ».



LES ACTIONS MENÉES EN 2019

1

EXPLIQUER ET DONNER DU SENS

Notre stratégie « Mir sinn d'POST » définie fin 2018 est certes ambitieuse mais surtout porteuse de sens, car elle vise avant tout à garantir notre avenir. L'expliquer était un prérequis à sa mise en place. Plus de 50 roadshows (des rencontres direction-collaborateurs) consacrés à la stratégie se sont déroulés entre février et juin 2019. Un effort sans précédent mené

par Claude Strasser, le directeur général, qui a tenu à aller en personne, avec ses collègues directeurs, à la rencontre de tous les collaborateurs de POST Luxembourg pour leur expliquer les pistes stratégiques retenues à l'horizon 2022. Ces rencontres ont suscité des discussions ouvertes qui alimentent les réflexions en lien avec la stratégie. « Pour nous,

directeurs, ces rencontres avec les collaborateurs sont très précieuses, explique Claude Strasser, directeur général. Les questions et les remarques formulées durant les roadshows nous donnent des renseignements très utiles pour nos futures décisions. »

2

DÉFINIR ENSEMBLE NOS PLANS D'ACTION

En 2019, nous avons invité quelque 300 collaborateurs à partager avec nous leur vision – à la fois de collaborateur mais aussi de client – sur nos thèmes stratégiques. Ces ateliers transversaux – impliquant tous les collaborateurs concernés par la thématique (y compris les fonctions de support) – ont servi de base à la définition de plans d'action spécifiques pour chacun des thèmes retenus.

« Les axes de développement qui permettront à nos trois métiers de poursuivre leur croissance sont le fruit d'analyses et de nombreuses discussions au sein de notre Conseil d'administration. Mais une fois cet exercice fait, qui mieux que nos managers et nos experts internes sur le terrain, peut nous guider pour organiser la mise en œuvre de notre stratégie ? », poursuit Claude Strasser. Cette démarche de consultation et de réflexion collective sur la mise en œuvre des pistes stratégiques à si grande échelle était une première dans l'histoire de POST Luxembourg. Elle a fait l'objet de nombreuses réactions enthousiastes des collaborateurs ayant été invités à s'exprimer. Elle confirme aussi l'engagement de nos collaborateurs à participer au projet de l'entreprise.

3

CONCRÉTISER LES 3 LEVIERS

Pour POST, **l'expérience de nos clients, l'engagement de nos collaborateurs et la rentabilité** sont les facteurs-clés pour concrétiser notre stratégie et assurer notre pérennité. Nous les appelons « nos leviers ».



L'expérience client

Elle est au cœur des actions menées par la direction « Expérience client » qui poursuit son travail autour de projets pilotes (cinq en 2019). Au-delà de ces projets, l'ambition est de généraliser cet état d'esprit à toute l'entreprise. Notre objectif est que nos clients soient satisfaits de nos services au point d'avoir envie de recommander POST.



L'engagement de tous nos collaborateurs

L'engagement de nos collaborateurs à s'informer, à s'approprier la stratégie et à comprendre comment y contribuer est le deuxième levier. Concrètement, l'engagement a été décliné en comportements, en lien avec nos cinq valeurs d'entreprise (Modernité, Ouverture, Simplicité, Engagement, Luxembourg),

qui servent de référence pour les évaluations, les promotions, les recrutements. Car c'est seulement en avançant ensemble dans la même direction que nous réussirons notre transformation.



La rentabilité

Faisant l'objet d'une attention particulière, la rentabilité est ce qui garantit à l'entreprise de pouvoir continuer à investir, à innover, à se moderniser, à être pérenne et à garantir l'emploi de nos 4.652 collaborateurs. Pour cela, nous travaillons, d'une part, à améliorer notre efficacité et nos marges bénéficiaires et, d'autre part, à stabiliser nos coûts.

LES GRANDES LIGNES DE NOTRE STRATÉGIE « MIR SINN D'POST »

Pour garantir notre avenir, POST doit capitaliser sur le fait d'être une entreprise à la fois :

HUMAINE ET DIGITALE

FIABLE ET PASSIONNÉE

TRADITIONNELLE ET INNOVANTE

Pour concrétiser notre stratégie, POST s'appuie sur trois leviers principaux décrits ci-dessus : l'expérience client, l'engagement de nos collaborateurs et la rentabilité.

Notre entreprise dispose pour y parvenir, d'une culture d'entreprise forte, façonnée

par nos valeurs MOSEL¹ et notre démarche RESPECT² de responsabilité sociale d'entreprise, qui intègre les enjeux de l'Agenda 2030 et des objectifs de développement durable.



voir page 54 →

¹ MOSEL : Modernité - Ouverture - Simplicité - Engagement - Luxembourg

² RESPECT : Rentabilité - Employabilité - Sécurité - Produits - Éthique - Connaissances - Terre

Mir sinn d'POST en 2019

18

chantiers prioritaires définis

6

ateliers stratégiques pour sa mise en œuvre ayant

rassemblé **300** participants

96 %

des collaborateurs ont participé à l'une

des **51**

sessions de présentation de la stratégie (roadshows)

86 % des appels à notre
contact center télécom
sont pris dans
les 20 secondes

Près de 85.000
téléchargements
de l'app MyPOST
(suivi des consommations,
commande d'options, etc.)

Souscription
en ligne
de forfaits
mobiles
(nouveau depuis 2019)

Plus de 13.000 clients
ont installé l'app
PostTV Go
sur leur smartphone en 2019

98 %
de la population
couverte par
la 4G de POST

Télécom & ICT

Télécom & ICT

NOS SAVOIR-FAIRE



Infrastructures
réseaux



Services
télécoms fixes
et mobiles



ICT
Cloud M2M¹



Cybersécurité



Connectivité
pour les
entreprises

LES ACTEURS

	PARTICIPATION POST	STAFF (headcount moyen)	CONTRIBUTION AU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE	CLIENTÈLE	PÉRIMÈTRE DE REPORTING
POST Luxembourg via la ligne métier « POST Technologies »² 	100 %	773	55,2 MEUR	Opérateurs	Rapport intégré Rapport financier
	100 %	607	408,7 MEUR	Entreprises Particuliers	Rapport intégré Rapport financier
	100 %	200	89,5 MEUR	Entreprises	Rapport intégré Rapport financier
	100 %	124	9,3 MEUR	Entreprises	Rapport intégré Rapport financier
	100 %	45	6,9 MEUR	Particuliers	Rapport financier
	100 %	92	10 MEUR	Entreprises	Rapport financier
	51 %	19	4,8 MEUR	Entreprises Particuliers	Rapport financier

¹ Le M2M (machine-to-machine) correspond aux solutions de télécommunications permettant à des objets de communiquer.

² POST Technologies est l'une des trois lignes métiers de POST Luxembourg, aux côtés de POST Courrier et de POST Finance. POST Technologies développe et exploite les réseaux fixes et mobiles, ainsi que les services de télédiffusion et est en charge de la vente des produits de gros dans son ensemble aux autres opérateurs.

³ POST Telecom S.A. (filiale à 100 % de POST Luxembourg) s'occupe de la vente des produits et services télécoms et ICT aux particuliers et aux professionnels.

⁴ Au sens Groupe (y compris les sociétés liées)

**Autres participations
de POST Luxembourg
dans le secteur ICT :
voir page 9 →**

A portrait of a woman with long, wavy brown hair, wearing a white turtleneck and a light-colored blazer. She has her arms crossed and a tattoo on her left forearm. The background is a blurred grid pattern.

« Les zones reculées du nord du pays
sont un véritable défi pour nos antennes.
Le prochain réseau 5G améliorera-t-il la
couverture des régions rurales du pays ? »

— Conny Schuh

PRÉPOSÉE DU CENTRE DE DISTRIBUTION DE FISCHBACH

Investir dans notre infrastructure et fournir des services qui vont au-delà de la connectivité

— Nous vivons dans un monde hyperconnecté, où la frontière entre la vie privée et la vie publique est de plus en plus ténue, où l'exploitation des données prend de plus en plus de valeur. Dans ce contexte, notre objectif chez POST est d'être et de rester, pour nos clients, le partenaire préféré pour la sécurité et la fiabilité, en particulier dans les secteurs télécoms et ICT.

TENDANCES ET CONTEXTE GLOBAL

1

LA DIGITALISATION DE L'ÉCONOMIE

Chaque acteur économique est concerné par la digitalisation et peut profiter de ses nombreux bénéfices tant au niveau de la productivité que de l'expérience client. La digitalisation trouve d'ores et déjà de nombreuses applications dans le domaine des télécommunications, de la finance, de la santé, de l'industrie manufacturière, de la mobilité, de l'agriculture ou encore de la logistique. Sans aucun doute, les performances supplémentaires qu'offrira la prochaine génération des réseaux mobiles (5G) amplifieront encore cette réalité.

2

MOBILE FIRST

Les smartphones et les tablettes sont devenus les outils de la digitalisation de notre quotidien. Ils offrent une connectivité permanente, des partages avec nos proches ou encore un accès, à tout moment, à l'information. C'est pourquoi les applications et le contenu disponibles en ligne sont aujourd'hui conçus, en premier lieu, pour les appareils mobiles dont l'utilisation explose, tant au niveau professionnel que privé.

3

HAUSSE EXPONENTIELLE DU VOLUME DES DONNÉES

Le recours grandissant aux appareils et objets connectés ainsi que la digitalisation des services font en sorte que les volumes de données échangés au quotidien ne cessent de croître. Ainsi, le volume lié à l'Internet mobile au Luxembourg augmente chaque année de plus d'un tiers. Cette croissance exponentielle de données échangées, tant au niveau des particuliers que des professionnels, impose de pouvoir disposer de réseaux fixes et mobiles de plus en plus sûrs et performants.

3 QUESTIONS À

CLIFF KONSBRUCK ET GASTON BOHNENBERGER

Directeur POST Telecom

Directeur POST Technologies

COMMENT POST RÉPOND-ELLE AUX EXIGENCES LIÉES À LA CROISSANCE DES ÉCHANGES DE DONNÉES ?

Pour gérer cette hausse des données qui transitent, surtout au niveau du mobile, nous investissons en permanence dans nos infrastructures : la mise en place de notre réseau 4G est achevée et la couverture du pays est considérée comme quasiment complète. Le réseau mobile 5G permettra d'offrir plus de capacité et de fonctionnalités poussant encore plus loin la convergence du mobile et du fixe en ouvrant ainsi des nouvelles possibilités tant aux professionnels qu'aux particuliers.

En parallèle, POST poursuit le développement de l'accès fixe par la fibre optique, offrant des débits bien supérieurs et un temps de latence¹ fortement réduit.

Notre objectif est de proposer à chaque citoyen et entreprise la meilleure expérience client possible, indépendamment du lieu et de la technologie d'accès.

QUELLE EST LA CONTRIBUTION DE POST À LA DIGITALISATION DE L'ÉCONOMIE LUXEMBOURGEOISE ?

Le déploiement continu d'infrastructures mais aussi d'une connectivité nationale et internationale contribue directement au développement économique du pays et à son positionnement international comme pôle d'excellence au niveau ICT. Nous continuons à investir massivement – plus de 50 millions d'euros par an dans nos réseaux de télécommunications – pour répondre aux objectifs fixés par

le gouvernement luxembourgeois et l'Union européenne, notamment en ce qui concerne la stratégie nationale 5G et le passage du réseau fixe traditionnel vers la technologie « all-IP² ». En nous appuyant intégralement sur des ressources et des compétences internes, nous voulons garantir une disponibilité, une fiabilité et une sécurité optimales de nos réseaux pour nos clients. En tant que fournisseur de services ICT, POST contribue également au processus de digitalisation au sein des entreprises. De surcroît, POST dispose d'une expertise qui englobe l'ensemble des maillons de la digitalisation, à savoir la cybersécurité.

QUELS DÉFIS RESTE-T-IL À RELEVER AU NIVEAU TÉLÉCOMS & ICT ?

En plus d'un cadre réglementaire exigeant et d'une très forte pression concurrentielle, POST est confrontée à un marché qui évolue rapidement au niveau technologique. S'y ajoute une baisse du chiffre d'affaires dans les activités traditionnelles de la téléphonie fixe que POST doit compenser par d'autres revenus.

Tout en continuant à investir dans nos réseaux, nous sommes particulièrement attentifs, d'une part, à développer de nouveaux produits innovants en y intégrant les aspects liés à la cybersécurité, et d'autre part, à offrir la meilleure expérience à nos clients.



¹ La latence désigne le délai de transit d'une donnée entre le moment où elle est envoyée et celui où elle est reçue.

² Le protocole IP est la technologie la plus utilisée pour transmettre la voix et les données. Notre stratégie « all-IP » prévoit que tous nos produits et services soient exclusivement proposés en IP d'ici 2025.

Les réseaux fixe et mobile, investissements-clés pour une économie et une société digitales

— La digitalisation du quotidien a fait évoluer les usages de nos concitoyens. Désormais, chacun estime naturel d'accéder instantanément à ses contenus et services partout, tout le temps, et sur n'importe quel support, avec la même fluidité dans toutes ses interactions digitales.

CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT DE TOUT UN PAYS AU TRAVERS DE NOS INVESTISSEMENTS

L'avenir digital du Luxembourg, de ses habitants et de ses entreprises passe par une connectivité performante et évolutive. Pour répondre à cet accroissement des données et aux usages toujours plus digitaux, POST continue à investir dans ses réseaux en augmentant les capacités du réseau 4G, en préparant la 5G et en poursuivant le déploiement de la fibre optique.

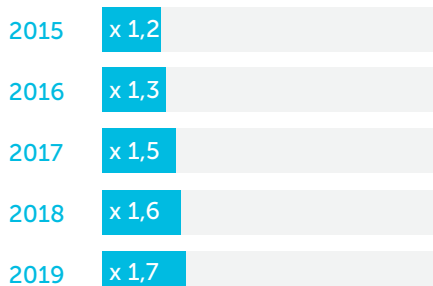
Avec plus de 250 millions investis dans les réseaux de télécommunications en cinq ans, POST est l'un des principaux acteurs de la digitalisation au Luxembourg et contribue à placer le pays dans le peloton de tête européen en matière de connectivité.

L'investissement continu dans nos infrastructures fixes et mobiles nous a permis de faire fortement évoluer, en l'espace de cinq ans, les débits proposés à nos concitoyens.

Évolution du débit maximal théorique depuis 2014 :

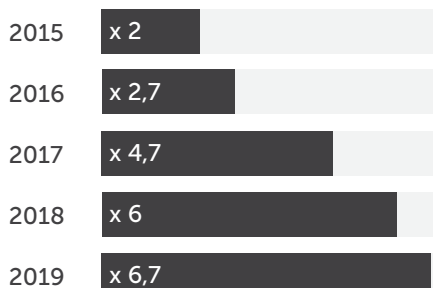
Réseaux fixes

2014 année de référence



Réseaux mobiles

2014 année de référence



AU LUXEMBOURG, LA COUVERTURE DES RÉSEAUX FIXE ET MOBILE EST PROCHE DE 100 %

En tant que premier opérateur télécoms du pays, nous avons l'ambition de connecter chaque citoyen à un réseau mobile de qualité, à tout instant, où qu'il soit.

4G TERRITOIRE

95,5 %

4G POPULATION

98 %

4G+ TERRITOIRE

83,3 %

4G+ POPULATION

93,5 %

95 % DE LA POPULATION PROFITE D'UN INTERNET FIXE D'UNE VITESSE D'AU MOINS 100 MBIT/S

Grâce aux efforts fournis depuis 1997 pour déployer la fibre optique dans le pays, en 2019, 69 % des ménages sont raccordables à un accès Internet jusqu'à 1 Gbit/s. Le Luxembourg se place parmi les meilleurs élèves en Europe au niveau de la connectivité très haut débit¹.

100 % population → accès Internet 20 Mbit/s

98 % population → accès Internet haut débit 30 Mbit/s

95 % population → accès Internet ultra haut débit 100 Mbit/s

69 % population → accès à la fibre 1 Gbit/s

RACCORDEMENT DES ZONES RURALES

Pour accélérer le déploiement de l'ultra haut débit dans les régions rurales, POST Technologies prévoit d'installer la fibre en ayant recours à différentes technologies. La technologie 5G complètera les déploiements dans les zones difficilement accessibles. Elle offrira ainsi un réseau de qualité en attendant l'arrivée de la fibre optique dans ces zones.

ALL-IP : UNE MIGRATION AUX NOMBREUX AVANTAGES

Une page de l'histoire des télécommunications se tourne avec la migration progressive de la téléphonie classique vers la voix sur IP (VoIP)². En effet, l'ancienne technologie de téléphonie sur laquelle sont basées les lignes téléphoniques analogiques³ et les lignes téléphoniques ISDN⁴ arrive en fin de vie.

La nouvelle technologie utilisée afin de garantir la téléphonie fixe est le protocole IP (Internet Protocol). Ce protocole est très répandu aujourd'hui dans nos réseaux fixe et mobile pour les accès Internet, PostTV et d'autres applications de streaming. La convergence des solutions sur ce protocole IP a permis de développer des services (de téléphonie et PostTV) disponibles aussi bien dans nos offres d'accès fixe (ex. BAMBOO, Connected Office) que mobiles (ex. SCUBIDO). Cette transformation de tous nos raccordements de téléphonie classique vers la voix sur IP devrait arriver à terme d'ici 2025.



¹ Digital Economy and Society Index Report 2019 (Connectivity)

² Technique qui permet de transmettre la voix sur des réseaux IP filaires (câble/ADSL/fibre optique) ou non (satellite, WiFi et réseaux mobiles), qu'il s'agisse de réseaux privés ou Internet.

³ Une ligne analogique désigne un type de ligne téléphonique analogique, incluant un numéro géographique national, qui

permet de transporter la voix ou des données de façon limitée (ex. fax) pour les conversations téléphoniques à travers le réseau de téléphonie public.

⁴ Une ligne ISDN (Integrated Services Digital Network) désigne un type de ligne téléphonique digitale, incluant un ou des multiples numéros géographiques nationaux, qui permet de

transporter la voix ou des données de façon limitée (ex. fax) pour les conversations téléphoniques à travers le réseau de téléphonie public.

Exploiter les données et les rendre « smart » : bienvenue dans l'ère de l'IoT et du big data ...

- Les technologies digitales nous permettent de développer des « smart solutions¹ » pour mieux gérer les bâtiments, les consommations d'énergie ou la mobilité. Intelligence artificielle, big data, Internet des objets sont autant d'innovations qui permettent de donner de la valeur aux données dont le Groupe POST Luxembourg dispose.

L'IoT, CES OBJETS QUI COMMUNIQUENT

Concrètement, l'Internet des objets (IoT) est un réseau créé à partir d'appareils dits « intelligents » (munis de capteurs ou de puces) qui collectent et échangent de l'information entre eux et avec nous, via Internet. L'accès en temps réel aux données collectées par les objets permet d'identifier des axes d'amélioration, de créer de la valeur et de réduire les coûts. En 2019, POST a mené pas moins de 12 projets IoT pour ses clients et a organisé un événement sur ce thème à Luxembourg qui a rassemblé plus de 200 personnes.

Les trois domaines d'application prioritaires de l'IoT sont :

FACILITY TOOLS

Outils autonomes de mesure et de supervision, pour une meilleure gestion des bâtiments : compteur d'eau, CO₂, humidité, localisation, etc.

ASSET TRACKING

Solutions avancées de tracking indoor et outdoor des biens pour améliorer la gestion de l'inventaire, augmenter l'efficacité opérationnelle et les protéger contre le vol.

SPACE MANAGEMENT

Optimisation de l'usage des espaces bureaux et parkings grâce à une analyse en temps réel de leur utilisation.

Eco-geste



LE +

Moins énergivore qu'un réseau cellulaire classique, le réseau Sigfox permet aux objets connectés de voir leur autonomie augmentée de 6 mois à 10 ans. Les capteurs utilisés sont, en effet, au repos la plupart du temps. Lorsqu'ils se rallument, la reconnexion au réseau basse fréquence SigFox demande beaucoup moins d'énergie à l'appareil qu'une reconnexion à un réseau cellulaire (3G ou 4G).



¹ Solutions créées à partir d'appareils dits « intelligents » qui collectent et échangent de l'information entre eux et avec nous, via Internet.

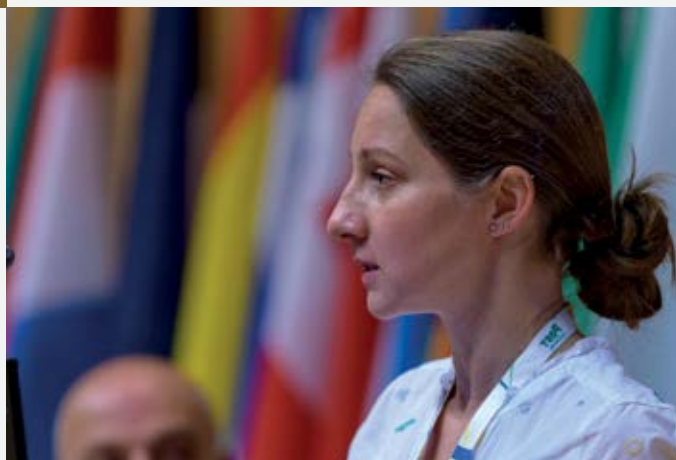
NOS CLIENTS TÉMOIGNENT²

« En équipant nos containers avec des capteurs, nous avons pu connaître le taux de remplissage de nos poubelles à distance sans intervention de nos clients, savoir quand il faut procéder à la vidange et ainsi réduire les kilomètres parcourus – jusqu'à 100.000 par an - et nos coûts de déplacement. »

OLIVIER MULOT, Polygone

« Des capteurs ont été installés en 2019 le long de l'Ernz Blanche, cours d'eau du canton de Diekirch. Ils mesurent le niveau de l'eau, la pluviométrie et le taux d'humidité dans le sol. Lors d'un épisode de fortes pluies, le réseau de capteurs réagit comme un cerveau et adapte sa cadence d'enregistrement, allant jusqu'à une minute. Les données suivent quasi en temps réel l'évolution des niveaux d'eau. Le but ultime du projet de recherche est de prévenir des crues subites dans un futur plus ou moins proche. »

CHRISTINE BASTIAN, Administration de la gestion de l'eau



« Il y a 20 ans, pour compter les véhicules, nous mettions des fils sur les chaussées, plus tard, des plaques magnétiques et du personnel de comptage, aujourd'hui, des radars et des caméras. En utilisant à l'avenir les données des antennes GSM, il sera possible de réaliser des études de trafic et des projets d'infrastructures sur base d'informations plus complètes : points de départ et de destination, disponibilité des données dans le temps, etc. »

JEAN-LUC WEIDERT, Schroeder & Associés

« En plaçant des capteurs dans les bureaux et salles de réunion, on obtient une vue très claire du niveau d'occupation de ces différents espaces. En monitorant de la sorte l'utilisation de ces espaces, on peut proactivement les reconfigurer et anticiper les besoins de nos utilisateurs. »

KANHA POU, Banque européenne d'investissement



² Événement IoT organisé par POST, 5 novembre 2019, Luxembourg

LE BIG DATA, CES DONNÉES QUI DEVIENNENT CONNAISSANCE

Le big data, c'est valoriser l'important gisement d'informations que nous collectons au sein du Groupe POST Luxembourg pour les enrichir et en ressortir de la connaissance.

En 2019, Editus a lancé Editus Insight¹, qui s'adresse tant au secteur public (villes, administrations, acteurs du tourisme et de la mobilité) qu'aux entreprises.

Editus utilise des données qualifiées et totalement anonymisées de géolocalisation, d'âge, de genre, de villes d'origine des abonnés télécoms luxembourgeois. Ces données sont croisées à d'autres données d'Editus, liées à l'économie des entreprises par zone géographique et aux usages anonymisés des utilisateurs Editus dans ces zones.

D'autres open data² liées aux transports ou issues d'acteurs publics comme le STATEC et le Géoportail, viennent s'ajouter aux données du Groupe POST.

Editus effectue ensuite des analyses de fréquentation de sites géographiques, heure par heure, en ressortant, de ces

analyses, des personae³ par tranche d'âges, temps passé sur place, ville de provenance et de destination, ainsi que leurs comportements de déplacement et leurs intentions.

Les données sont ensuite présentées sous forme d'insights ou plus communément, d'études de marché.

Quelques exemples d'usages concrets :

- Aider une enseigne à choisir son implantation géographique par l'analyse de sa zone de chalandise et des habitudes de consommation, par l'identification de la pression concurrentielle environnante et par la prévision d'un chiffre d'affaires potentiel ;
- Augmenter l'attractivité d'un lieu ou d'un événement par une meilleure compréhension de la provenance des visiteurs et de leurs intentions pour une mise en adéquation du géomarketing et de l'offre de services environnante ;
- Penser l'avenir de la mobilité et du territoire luxembourgeois en identifiant mieux

les difficultés actuelles de déplacement⁴ et en imaginant des solutions alternatives de transport ou d'aménagement de nouveaux territoires résidentiels/professionnels, dont on peut simuler et prédire les impacts pour la population.

Le Groupe POST veille à ce que les exigences en matière de protection des données personnelles soient parfaitement respectées. Nous anonymisons toutes les données de nos clients, ce qui rend impossible l'identification d'une personne, et ce, de manière irréversible. La finalité est purement statistique et non basée sur l'individu.

Une dizaine de collaborateurs, spécialistes de la data, travaillent au sein de POST Luxembourg et d'Editus. Ensemble, ils ont créé un « data lab » où sont assemblées des données, de manière à tester de nouveaux cas de figure qui, demain, serviront à créer de la valeur. Editus dispose d'un accès à une plateforme de données anonymisées commune au Groupe POST : cet accès est sécurisé et audité ; seulement des experts en data (de Editus et de POST) y ont accès sous NDA⁵ et dans le cadre d'un contrat intragroupe autorisant un périmètre strict d'analyse.



¹ Editus est une filiale 100 % POST Luxembourg. La société Editus est chargée par POST Luxembourg, en tant que partenaire marketing des entreprises luxembourgeoises, de répondre aux besoins en études de marché fondées sur l'analyse de données de géolocalisation anonymisées et croisées à d'autres datasets économiques, propres à

Editus. Cet échange de données est encadré par un contrat intragroupe spécifiant le périmètre strict des analyses.

² Les données ouvertes ou open data sont des données numériques dont l'accès et l'usage sont laissés libres aux usagers.

³ Personne fictive dotée d'attributs et de caractéristiques

sociales et psychologiques, représentant un groupe cible.

⁴ 200.000 frontaliers (français, allemands et belges) traversent quotidiennement la frontière luxembourgeoise.

⁵ Non disclosure agreement – accord de non-divulgaration

UN PROJET EUROPÉEN DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE POUR LE GROUPE POST

POST Luxembourg et InTech participent conjointement à un projet d'envergure européenne d'amélioration de la sécurité routière par le biais des données issues des véhicules connectés. L'objectif est ambitieux : réduire de moitié le nombre de morts sur les routes européennes. Pour cela, les données jouent un rôle crucial. Les tests, actuellement en cours, consistent à démontrer notre capacité à collecter les données provenant de véhicules équipés de « smart sensors » et de cartes SIM, toutes marques confondues. Ces données seront ensuite exploitées afin d'en extraire des informations fiables relatives à des incidents actuels ou futurs sur les routes, et à avertir les conducteurs, grâce aux GPS ou autres applications d'infos trafic.

« Couplées à des algorithmes d'intelligence artificielle, les données permettent notamment d'anticiper les tendances de demain. »

NICOLAS ANDRÉ, InTech

« Notre force dépend de notre capacité à comprendre la donnée et surtout à la croiser avec d'autres pour créer de la connaissance. »

NICOLAS VIVARELLI, POST Luxembourg

La cybersécurité est la condition *sine qua non* pour une transformation digitale responsable

— Pour élargir leurs perspectives et profiter de nouvelles opportunités, les entreprises, tous secteurs confondus, se sont engagées dans un processus de digitalisation de leurs métiers. Cette hyperconnectivité (intelligence artificielle, big data, cloud, etc.) les expose *de facto* aux cyberattaques. De plus en plus ingénieux pour déjouer les défenses des entreprises, les hackers ne se limitent plus aux piratages des données, ils peuvent être à l'origine d'intrusions susceptibles de paralyser l'entreprise tout entière. Face à une telle intensité des attaques (près de 200.000 attaques sont détectées par jour dans le monde), les solutions de sécurité classiques ne suffisent plus pour protéger les entreprises.

PAS DE TRANSFORMATION DIGITALE SANS CYBERSÉCURITÉ

Dans cet environnement complexe, la cybersécurité est la condition *sine qua non* pour une transformation digitale responsable. C'est pourquoi POST a adopté une stratégie ambitieuse en matière de cybersécurité et a regroupé en 2019 toutes les compétences du Groupe POST au sein d'une seule équipe, nommée « POST Cyberforce ».

Résultat de la convergence des compétences et des connaissances dans le domaine de la cybersécurité de POST et de EBRC, Cyberforce accompagne la stratégie de digitalisation de POST et celle de ses clients face aux cybermenaces en offrant une défense en profondeur des systèmes d'information¹.



« Nous sommes l'un des rares acteurs à posséder une maîtrise sur l'ensemble de la chaîne de valeur et à pouvoir apporter des garanties sur les diverses couches la constituant. Notre ambition est de devenir le leader en cybersécurité au Luxembourg et de nous développer à l'international dans quelques domaines niches. Il s'agit d'innover et de concevoir des solutions adaptées aux besoins du marché, de prendre en charge la gestion opérationnelle de notre sécurité et de celle de nos clients pour, *in fine*, leur assurer une protection optimale. »

MOHAMED OURDANE, responsable du département Cyberforce

¹ Services proposés par POST Cyberforce : Advisory Service, Forensics & Offensive Security Services, solutions de sécurité professionnelle et CyberDefense.

« ILS ONT CARTE BLANCHE POUR MENER LES ATTAQUES »

POST Cyberforce dispose d'architectes sécurité pour définir et implémenter des solutions de protection globale, de « data scientists » améliorant les algorithmes de détection ainsi que d'une « COS team² » composée de hackers éthiques. L'objectif de cette équipe est de tester en permanence les systèmes par tous les moyens possibles. POST dispose aujourd'hui d'une des plus importantes équipes de pentesters³ du Luxembourg. Son expertise apporte les réponses les plus avancées aux menaces auxquelles POST et ses clients sont confrontés.

Selon Mohamed Ourdane, responsable du département Cyberforce, « les tests d'intrusion peuvent être pratiqués depuis les locaux de POST avec ou sans accès préalable au réseau, mais également depuis l'extérieur avec une simple connexion Internet. Nos collaborateurs ont carte blanche pour être au plus près d'une situation réelle que ce soit au niveau IT ou télécoms car les attaques visent aussi bien les PC que les smartphones. Ils mettent ainsi à l'épreuve nos capacités techniques de détection par notre SOC (Security Operation Center) et de réaction permettant de continuellement nous améliorer. »

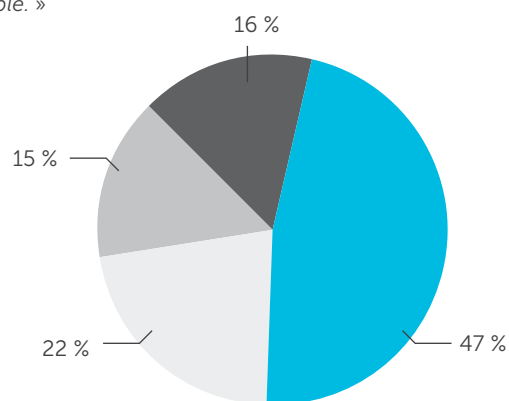
Nos équipes mènent aussi régulièrement des missions pour des clients issus de secteurs très variés (banque, assurance, santé, industrie, etc.) au Luxembourg et à l'étranger.

PARCE QUE RIEN NE SERAIT POSSIBLE SANS L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

L'engagement des collaborateurs est le facteur-clé du succès du département Cyberforce. Selon Pierre Zimmer, directeur général adjoint, « cette synergie entre les équipes a créé la motivation et surtout la montée en compétences des collaborateurs. Nous apprenons tous les uns des autres. La multiculturalité de nos experts et la pluralité de nos points de vue créent cette atmosphère de travail positive qui rend tout possible. »

TYPES D'ATTAQUES SUBIES PAR POST EN 2019

- Phishing par e-mail et SMS
- Contenu indésirable (SPAM)
- Fraude (e-mail et téléphonique)
- Autres



UN SEUL UTILISATEUR COMPROMIS EST SUFFISANT POUR QU'UN ATTAQUANT PUISSE MENER À BIEN SON OBJECTIF

POST a développé une expertise forte de lutte contre la fraude opérée à travers les réseaux mobiles, notamment contre les tentatives de phishing par SMS. Et ses tests, l'équipe Cyberforce les réalise également en interne.

Une campagne de sensibilisation a ciblé en 2019 les propres collaborateurs de POST. L'objectif de cette action était de tester les réflexes des collaborateurs face à des attaques d'ingénierie sociale (phishing).



Les experts en cybersécurité de POST (en bas de g. à d. : Abdeldjalil Bourouis, Cu Duy Nguyen, Roman Kryvchenko, Aurélie Da Silva, en haut de g. à d. : Khalid Essalmi, Sebastian Serwin, Sébastien Girard, Basile Mathieu)

² Cyberforensic and Offensive Security

³ Le/la pentester réalise des tests d'intrusion pour tester la sécurité informatique des entreprises et leur proposer des solutions pour réduire leur degré de vulnérabilité.

La 5G comme pilier de la digitalisation du Luxembourg

— C'est avec l'objectif de positionner le Luxembourg en tant que pays leader de la société numérique européenne que le gouvernement grand-ducal a lancé sa stratégie de digitalisation « Digital Luxembourg ». Cette stratégie définit le cadre général pour le déploiement de l'infrastructure 5G en veillant à ce qu'elle soit la plus bénéfique possible tant pour les citoyens que pour les entreprises. Un déploiement rapide de la 5G attirera les investisseurs, offrira de nouvelles opportunités et profitera à l'ensemble de l'économie nationale.

Outre cette perspective de développement économique, si POST investit massivement dans son réseau 5G, c'est également pour répondre à l'augmentation des échanges de données consommées qui suit une courbe exponentielle. Les nouveaux usages quotidiens tels que le streaming, la vidéo 4K, l'e-gaming, la multiplication des objets connectés, etc. exigent, en effet, un temps de latence réduit et des débits toujours plus élevés auxquels il faut répondre.

DES OPPORTUNITÉS TANT POUR LES CITOYENS QUE POUR LES ENTREPRISES

La 5G vient consolider l'économie luxembourgeoise en permettant au pays d'être un terrain attractif pour la création de nouvelles générations d'entreprises. Cette hyperconnectivité ouvrira les portes à de nouveaux marchés et créera des services innovants dans de nombreux domaines. La 5G permettra de nouveaux cas d'usages dans différents secteurs. Les voitures deviennent plus sûres par la conduite assistée avant de devenir autonomes,

le suivi médical pourra se faire à distance, les diagnostics automatiques alerteront le médecin si besoin (IoMT¹), et la productivité industrielle sera beaucoup plus précise et efficace.

Cette nouvelle phase de la digitalisation représente pour le Luxembourg une avancée socio-économique majeure, pour les particuliers comme pour les entreprises.

UNE RÉGLEMENTATION PARMI LES PLUS STRICTES D'EUROPE

Dans la phase initiale du déploiement du réseau 5G au Luxembourg, les bandes de fréquence utilisées seront proches de celles de la 2G, 3G ou 4G. Par la suite, de nouvelles bandes d'une fréquence plus élevée pourront être utilisées en fonction des besoins en performance et capacité. Le passage de la 4G à la 5G ne va pas s'effectuer à la manière d'un basculement. Les technologies 4G et 5G vont coexister pendant plusieurs années. Le réseau 5G fonctionnera grâce à un nouveau type d'antennes permettant de diriger le signal radio uniquement vers les utilisateurs quand ils en ont besoin au lieu d'être émis dans toutes les directions de manière constante.

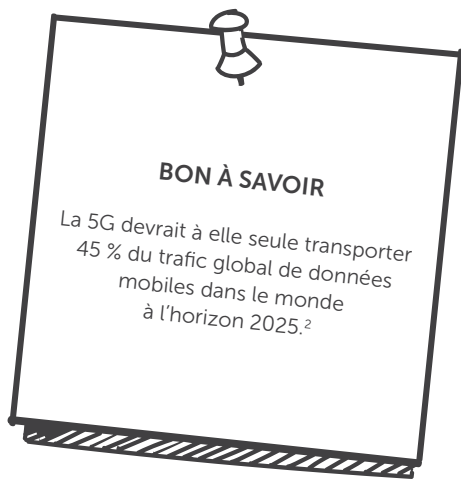
Cette caractéristique des antennes 5G a pour objectif de réduire l'exposition moyenne aux champs électromagnétiques. Ce nouveau fonctionnement nécessite une revue du cadre réglementaire qui fixe les seuils d'émission maxima des antennes 5G. POST, comme tous les opérateurs, a besoin de ce cadre pour planifier son réseau et pouvoir activer les services liés à la 5G. Pour les technologies 2G, 3G et 4G, la réglementation au Luxembourg est parmi les plus strictes d'Europe, et ce, dans l'intérêt des citoyens.

Pour POST, la 5G représente un double défi :

Un défi technique au niveau de l'infrastructure à déployer.

Un défi en termes de business par les nouveaux services que nous mettrons en place pour accompagner nos clients.

¹ Internet of Medical Things



« Le 5G fera naître des nouvelles applications et des cas d'usages inconnus jusqu'à présent. Un écosystème d'innovations se créera autour de la 5G avec des start-up qui développent des applications et qui aident les entreprises dans leur transformation digitale. »

CLIFF KONSBRUCK, directeur POST Telecom

POST, READY FOR 5G

POST suit la stratégie 5G du gouvernement luxembourgeois et le plan d'action 5G de la Commission européenne qui prévoient des projets pilotes 5G en 2020.

PREMIERS TESTS PROMETTEURS

POST a réalisé les premiers tests 5G sur son réseau en octobre 2019. Le réseau de POST a atteint des vitesses de pointe de 1,3 Gbit/s, avec des latences inférieures à 10 millisecondes. Ces performances placent POST dans le peloton de tête européen.

EXPERIENCE CENTER 5G

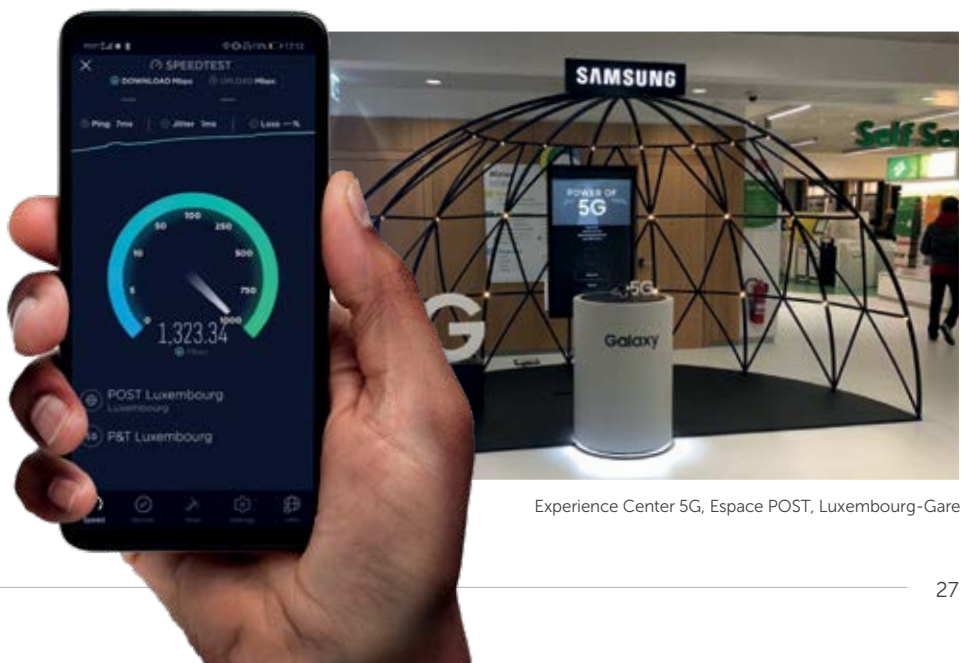
Afin de faire découvrir les avantages du réseau 5G, POST a mis en place un « Experience Center 5G » dans l'Espace POST situé à Luxembourg-Gare. Cet endroit immersif, installé jusqu'à la commercialisation de la 5G, permet à l'ensemble des personnes qui le souhaitent, de venir tester en avant-première la 5G au travers de différents cas d'usages. En effet, il est possible de tester la connectivité 5G

sur smartphone, mais également via une connexion depuis un routeur 5G (FWA – Fixed Wireless Access). Les utilisateurs peuvent ainsi se rendre compte par eux-mêmes des améliorations en termes de débit mais également de latence que cette nouvelle technologie apporte.

ORGANISER LA MOBILITÉ DE DEMAIN

Afin de soutenir de nouveaux développements dans ce domaine, POST a rejoint un consortium européen, 5GCroCo, composé

de 24 sociétés différentes (opérateurs de télécommunications, constructeurs automobiles, instituts de recherche) dont la mission est de tester la conduite autonome sur un territoire transfrontalier. Après une importante phase de planification du réseau ainsi que de coordination avec les autres membres du consortium en 2019, POST installera le réseau de la section luxembourgeoise du tronçon d'autoroute reliant Metz, Merzig et le Luxembourg. Les premiers tests seront effectués dès septembre 2020.



² Rapport d'Ericsson sur la mobilité, novembre 2019

Experience Center 5G, Espace POST, Luxembourg-Gare

$\frac{3}{4}$ du courrier envoyé
reste au Luxembourg

Jusqu'à 886.000 lettres
et 30.000 colis triés
en une journée en 2019,
sans compter les 50.000 colis
qui arrivent d'Asie chaque jour
en transit vers le reste
de l'Europe

Ready2Post en
papier 100 %
recyclé ou
en Tyvek®



126 millions
de lettres
distribuées en 2019

+ 1.100
boîtes jaunes
levées quotidiennement

+ 250.000 boîtes
aux lettres
desservies
dans le pays

Courrier & Logistique

Courrier & Logistique

NOS SAVOIR-FAIRE



Courrier



Colis



Journaux



Publicité
non adressée







Logistique



E-commerce
fulfillment¹

LES ACTEURS


	PARTICIPATION POST	STAFF (headcount moyen)	CONTRIBUTION AU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE	CLIENTÈLE	PÉRIMÈTRE DE REPORTING
POST Luxembourg via la ligne métier « POST Courrier »² 	100 %	1.329	180,1 MEUR	Entreprises Particuliers	Rapport intégré Rapport financier
	100 %	264	8,4 MEUR	Entreprises Particuliers	Rapport intégré Rapport financier
	55 %	0	3,9 MEUR	Entreprises Particuliers	Rapport financier
AUTRE PARTICIPATION DÉTENUE PAR POST DANS LE SECTEUR LOGISTIQUE :					
	17,12 %				

¹ Réception et stockage de marchandises, préparation et expédition de commandes

² POST Courrier est l'une des trois lignes métiers de POST Luxembourg, aux côtés de POST Technologies et de POST Finance.

³ Activité de publicité non adressée (toutes-boîtes)

⁴ Entreprise de logistique en ligne proposant un comparatif des prix demandés pour l'envoi de colis par les opérateurs disponibles



« On reçoit de moins en moins de lettres
dans nos boîtes et l'e-commerce
se développe de plus en plus.
À terme, comment va évoluer l'activité
postale ? »

— **Eric Guillaume**
DÉPARTEMENT OPÉRATIONS, POST FINANCE

Transformer les défis du marché en opportunités pour le métier

— Depuis plusieurs années, les habitudes de consommation et de communication ont profondément changé. D'un côté, les lettres sont remplacées par des e-mails et d'autres messages digitaux. D'un autre côté, les achats sur Internet ont la cote, ce qui se traduit par une hausse continue des volumes de colis à distribuer. Ces changements ont un impact profond sur notre métier postal et son fonctionnement.

TENDANCES ET CONTEXTE GLOBAL

1

LE DÉCLIN IRRÉMÉDIABLE DU COURRIER ET DES JOURNAUX

Les volumes de courrier baissent de quelque 4 % chaque année depuis 2015 au Luxembourg, avec une accélération depuis l'été 2019. En ce qui concerne les journaux, le nombre d'abonnés décline d'environ 4 % annuellement dans le pays.

2

LA DIGITALISATION

Elle est à l'origine, à la fois, de la substitution électronique du courrier et du boom des volumes de colis dopés par l'e-commerce. Les technologies de l'information sont aussi devenues le quotidien du métier postal : machines automatisées au centre de tri, scanner des facteurs, algorithmes d'intelligence artificielle pour mieux exploiter les données, etc.

3

LA CROISSANCE DÉMOGRAPHIQUE

Le Grand-Duché connaît la plus grande croissance démographique d'Europe. Entre 1981 et 2018, la population du pays a augmenté de 65 %. Une progression en partie due à un solde migratoire important. Le Luxembourg abritait ainsi 253.000 ménages en 2018. Le STATEC prévoit que, d'ici 2060, le pays comptera entre 462.000 et 539.000 ménages, dépendant notamment de l'évolution du PIB luxembourgeois.

4

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les émissions de carbone liées aux transports représentent environ 20 % des émissions mondiales. Les opérateurs postaux se sont engagés de longue date à réduire leur empreinte écologique et à se mobiliser pour une distribution la plus efficace possible des envois, c'est-à-dire la plus adaptée au nombre de clients à desservir et au nombre de kilomètres à parcourir.

126

millions d'unités



-4 %



par rapport à 2018

4

millions d'unités



+17 %



par rapport à 2018

3 QUESTIONS À HJOERDIS STAHL

Directrice générale adjointe et directrice POST Courrier

COMMENT L'ÉVOLUTION DES HABITUDES DE CONSOMMATION INFLUENCE-T-ELLE NOTRE RÉSEAU DE VENTE ?

Les habitudes de consommation de nos clients changent : leur attention se porte principalement sur les colis commandés sur Internet. Cela nous pousse à revoir notre stratégie « réseau de vente ». Nous essayons de diversifier les points de contact par rapport au traditionnel bureau de poste ouvert quelques heures en journée. Nous voulons proposer des points de vente facilement accessibles, avec des horaires d'ouverture étendus (jusqu'à 12 heures par jour) et disposant de parking, car c'est ce que nos clients nous demandent. Nous disposons du plus vaste réseau de vente au Luxembourg avec 111 points de contact (Espaces POST, bureaux de poste, commerces partenaires), sans compter la centaine de stations PackUp accessibles 24h/24. Les facteurs assurent aussi un service de proximité en proposant les services les plus courants, de l'achat de timbres au dépôt ou à la garde de courrier, à toutes les personnes qui sont isolées chez elles et ne peuvent se déplacer. La diversification de notre réseau de vente nous a déjà permis d'augmenter les heures d'ouverture de 62 % depuis 2015. Nous offrons plus de 6.000 heures d'accès hebdomadaire à nos points de vente (POST ou partenaires) y compris les week-ends. Notre objectif est de poursuivre dans cette voie et de renforcer l'accessibilité à nos services.

COMMENT POST COURRIER S'ADAPTE AU DÉFI DE LA CHUTE DES VOLUMES DE COURRIER ?

La substitution électronique va encore s'intensifier à l'avenir. Le déclin du courrier est irréversible. Actuellement, cette évolution à la baisse représente pour POST Courrier jusqu'à 6 millions de chiffre d'affaires annuel en moins, sur une activité qui compte pour 60 % de nos revenus. En outre, nos coûts fixes restent inchangés puisque nous assurons le service universel. Nous passons, du lundi au vendredi, chaque jour, devant chaque maison du Luxembourg, qui connaît, par ailleurs, une importante croissance démographique. D'où la nécessité pour POST, de gagner en efficacité afin de maîtriser ses coûts et de trouver de nouvelles sources de revenus. C'est ainsi que nous avons développé toute une gamme de services logistiques que nous offrons à nos clients de l'e-commerce.

QUELS IMPACTS CES TRANSFORMATIONS DU MÉTIER ONT-ELLES AU NIVEAU HUMAIN ?

Les conditions de travail ont changé, car les services postaux (délivrés par les facteurs ou nos bureaux de poste) ont évolué eux aussi. Les opérateurs postaux – historiquement d'anciennes administrations de service public – sont confrontés aux règles de la libéralisation depuis de nombreuses années. La pression sur la rentabilité et sur les coûts a été crescendo, nécessitant une adaptation de nos

méthodes de travail. Il n'y aura, à l'avenir, plus cette dualité entre, d'une part, les facteurs qui apportent le courrier et, d'autre part, les livreurs qui apportent le colis. Il y a déjà des tournées hybrides là où c'est le plus efficace, notamment en milieu rural. Cette flexibilité et cette adaptabilité à la fois de nos processus et des compétences de nos collaborateurs sont nécessaires pour assurer l'avenir du métier postal, pour préserver le travail de tous sur le long terme, pour gagner en efficacité et rendre chaque kilomètre utile.



Hjoerdis
Stahl

Demain, le facteur distribuera à nouveau des colis

— Le métier de facteur a évolué au fil des ans sans pour autant perdre son caractère vital au cœur des échanges qui sont davantage orientés vers les colis.

Les chiffres sont clairs : depuis 2015, les volumes de courrier baissent chaque année de quelque 4 %, poussés par la digitalisation des échanges (SMS, e-mails, messageries, etc.). Comment, dans ce contexte, assurer l'employabilité de nos facteurs et la rentabilité du service universel qui nous impose de passer, 5 jours sur 7, devant chaque maison ?

« Le métier de facteur n'est pas en danger et il ne va pas fondamentalement changer, mais il sera orienté autour du colis qui

devient le produit phare », explique Angelo Piras, responsable des opérations et de la distribution du courrier. À terme, des facteurs assureront des tournées spécialisées « courrier », d'autres, des tournées « colis » ou encore « hybrides », incluant à la fois du courrier et des colis. L'avenir des facteurs passera donc par les colis, dont la croissance a été de 27 % en 2018 et de 17 % en 2019. L'e-commerce a fortement progressé au cours des trois dernières années au Luxembourg et le potentiel reste encore énorme car

seulement 7 % du commerce de détail au Luxembourg se fait en ligne¹. Ainsi, depuis 2018, à Fischbach (centre de distribution en zone rurale au nord du pays), la majorité des colis a été réintégrée aux tournées des facteurs.

« À ce stade, le plus difficile est de prévoir exactement le nombre de colis injectés quotidiennement dans les tournées facteurs et le volume que cela représente, poursuit Angelo Piras. Cela nous oblige à être créatifs et flexibles chaque jour. » L'utilisation d'un scanner volumétrique et son paramétrage devront à terme permettre de gérer les flux de la manière la plus adaptée, jusqu'au mode de distribution : soit via un facteur, soit via un chauffeur de Michel Greco S.A.

POST Courrier veut également rendre les nombreuses données liées à la distribution « intelligentes » et créer de la valeur tant pour POST que pour ses clients.

De nouveaux métiers devraient aussi voir le jour aux côtés des facteurs : logisticiens, agents de tri ou de distribution.

« La stratégie que nous avons développée vise à préserver l'employabilité de chacun », explique Angelo Piras.

NOTRE OBJECTIF : METTRE L'HUMAIN AU CENTRE

Le recrutement et la formation continue des facteurs sont des enjeux cruciaux de la transformation du métier postal. Malgré les volumes en baisse, POST Luxembourg embauche. Le service universel prévoit, en effet, qu'un facteur passe chaque jour devant chaque maison, peu importe le volume de lettres à distribuer. En recrutant, POST prépare aussi l'avenir car, pour être à l'aise dans une tournée, plus d'une année est parfois nécessaire à un facteur débutant. D'où les efforts du management, pour remettre l'humain au centre, pour encadrer et former les nouveaux arrivants,

pour dialoguer avec les équipes lors de séances régulières d'information et d'échanges (appelées en interne « roadshows ») et pour apporter des améliorations, concertées en groupes de travail, au niveau des heures supplémentaires, de l'absentéisme ou de la mobilité interne. Ces efforts seront poursuivis car les enjeux de qualité sont importants. Dictés par les régulateurs européen et national, ou intégrés dans les contrats signés avec les grands acteurs de l'e-commerce, ces engagements de qualité nécessitent une attention constante de tous les acteurs de la chaîne de distribution.

¹ IPC Global Postal Industry Report 2018

Le métier en quelques chiffres

352
tournée facteurs
et **150**
tournée journaux
programmées chaque
jour.

25 %
des facteurs et des
porteurs de journaux
ont moins de 5 ans
d'ancienneté.



LES COLIS DANS LES TOURNÉES FACTEURS

Fier de son métier, Paul Bourkel l'est. Ancien militaire, formé au métier de facteur dans les années 1980 à la caserne à Diekirch, il a vu le nombre de lettres diminuer au fil des années dans sa tournée à Fischbach. Il a aussi été le premier facteur à réintégrer dans sa tournée les colis.

Jusque dans les années 2000, les facteurs assuraient la livraison du courrier et des colis. Mais avec l'essor de l'e-commerce, POST a fait le choix en 2001 de prendre une participation dans la société Michel Greco S.A. et de lui confier la logistique de cette nouvelle activité.

Le projet de tournée « mixte », testé en 2018, visait à rassembler la distribution des envois (courrier et colis) de manière à rendre chaque kilomètre utile dans cette région rurale du nord du pays.

Distribuer au premier passage, c'est tout l'enjeu : remettre son colis en mains propres, éviter ainsi les avisés, le mécontentement des clients et les déplacements inutiles. « *Nos clients attendent leurs colis, beaucoup moins leur courrier. Ils m'interpellent, veulent savoir si je leur amène leur colis* », explique Paul.

Paul connaît bien ses clients, il sait où habitent les parents ou grands-parents, s'il peut déposer le colis chez le voisin (service PackUp Home). Paul rend aussi toute une série de services à ses clients (particuliers et PME) : prise de courrier, vente de timbres, transactions financières, sans compter la levée des boîtes jaunes. « *Oui, il ne faut pas traîner pour assurer la distribution*, explique Paul. *Mais mon métier, c'est d'offrir le meilleur service à chacun de mes clients et je prends le temps nécessaire pour le faire.* »



MARVIN VERBAARSCHOT, facteur

« Mon métier, c'est d'offrir le meilleur service à chacun de mes clients et je prends le temps nécessaire pour le faire. »

PAUL BOURKEL, facteur

Le cap des 100 stations PackUp 24/24 franchi en 2019

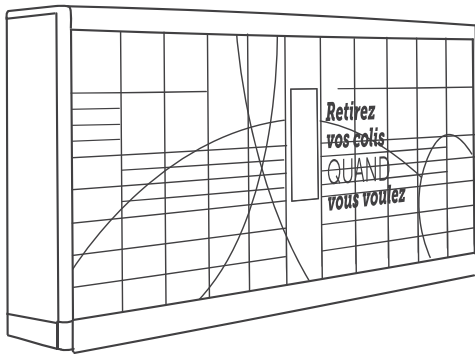
Avec les nouvelles habitudes de consommation, en particulier la hausse des achats en ligne et la flexibilité souhaitée par nos clients pour récupérer leurs colis, l'engouement pour les stations PackUp ne faiblit pas. Les clients qui travaillent et sont absents au moment du passage du facteur ne sont plus contraints de se rendre, par après, au bureau de poste. Ils peuvent décider de retirer leur colis dans un point POST (station-service, commerce de proximité), dans une station PackUp accessible 24h/24 ou encore d'utiliser PackUp Home et de se faire livrer à l'endroit de leur choix (devant la porte, sur la terrasse, chez leur voisin, etc.).

Les stations PackUp 24/24 nous permettent de livrer les colis au premier passage, d'améliorer la satisfaction client et de réduire notre impact sur l'environnement.

BON À SAVOIR

Pour choisir ou changer votre station, il suffit de retenir le code postal inscrit en grand sur la station et de l'indiquer dans l'adresse de livraison de votre prochaine commande en plus de votre numéro d'identification personnel. Un SMS vous confirmera l'arrivée de votre colis directement là-bas !



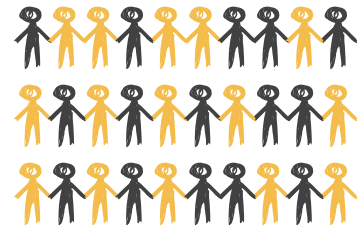


100^e

station PackUp mise en service en 2019

x3

Le nombre de stations a plus que triplé en 4 ans (entre 2015 et 2019).



+ 1000

nouveaux clients PackUp chaque mois



Le Luxembourg dans le

Top 3

des pays disposant du plus important nombre de stations PackUp 24/24 par habitant dans l'Union européenne¹



La plus grande

Luxembourg-Gare avec 268 casiers



La plus petite

Marnach avec 41 casiers

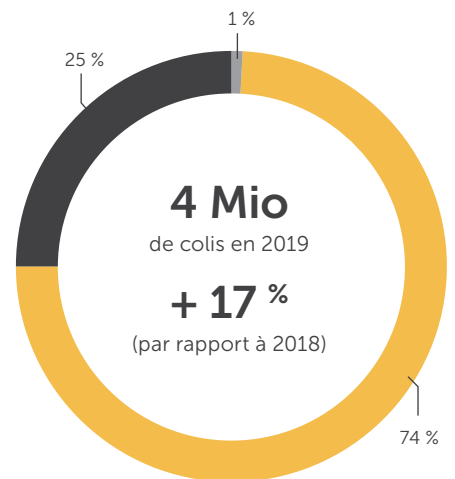


La plus fréquentée

POST Mersch avec plus de 30.000 colis distribués en 2019

CANAUX DE DISTRIBUTION DE NOS COLIS

Actuellement, 25 % de nos colis sont remis via l'intégralité du réseau PackUp (stations et partenaires). POST Courier vise 38 % de remise via le réseau PackUp d'ici 2025.



- Livraison à domicile
- PackUp
- Autres (boîtes postales, etc.)



+ 1 million

de colis remis via le réseau PackUp (stations et partenaires), soit près d'un quart des volumes de colis distribués en 2019



22 heures

le temps moyen de transit d'un colis en station PackUp



7 jours

le temps maximum de disponibilité en station PackUp (avant transfert dans un point de vente POST)

PackUp, c'est aussi :

PACKUP IMPORT

Importation de colis via deux adresses de livraison en France et en Allemagne pour un tarif unique par colis livré, certains sites d'e-commerce n'assurant pas la livraison au Luxembourg. En 2019, un colis sur cinq en PackUp était un colis PackUp Import.

RETOURS GRATUITS

Les retours concernent 4 % des colis. Il est possible de retourner son colis via les stations PackUp sans être inscrit mais simplement en scannant l'étiquette de retour pré-payée.

PACKUP HOME

Option de livraison de son colis dans un endroit sûr (porte d'entrée, terrasse, voisin, etc.). Plus de 10.000 clients déjà inscrits !

Eco-geste

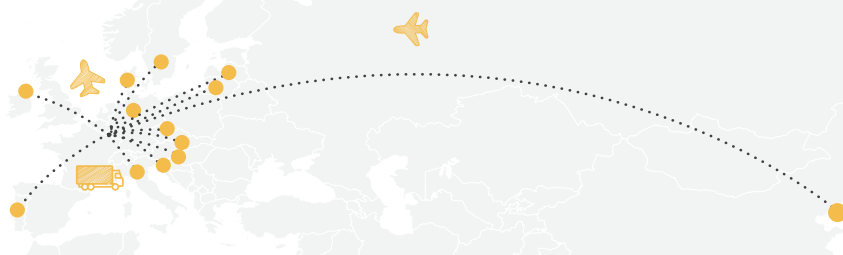
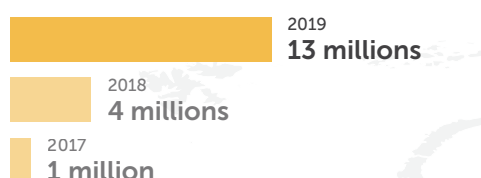


Nous avertissons nos clients par SMS ou e-mail de la livraison de leur paquet en lieu sûr. Depuis juillet 2019, le papier est supprimé.

¹ IPC Global Postal Industry Report 2018

Les succès 2019

Volume annuel de colis en provenance d'Asie



1

L'ACTIVITÉ LOGISTIQUE EN PLEIN ESSOR

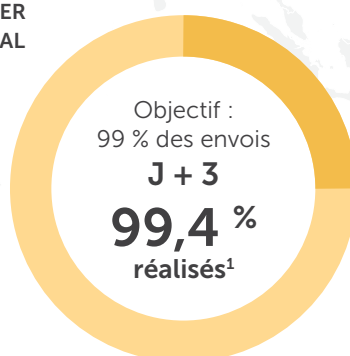
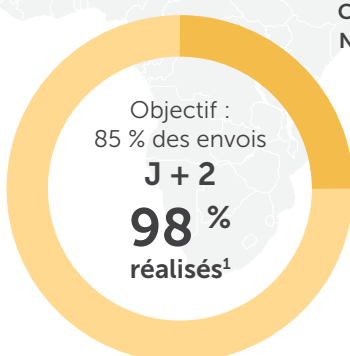
Encouragée par l'essor de l'e-commerce et à la recherche de diversification pour ses activités, POST Luxembourg s'est lancée avec succès, en 2017, dans la logistique des petits colis en provenance d'Asie. Cette activité, hébergée à proximité de l'aéroport national du Findel, consiste à réceptionner ces colis, à les dédouaner sur le sol luxembourgeois puis à les acheminer partout en Europe. Quelque 50.000 colis y transitent chaque jour.

2

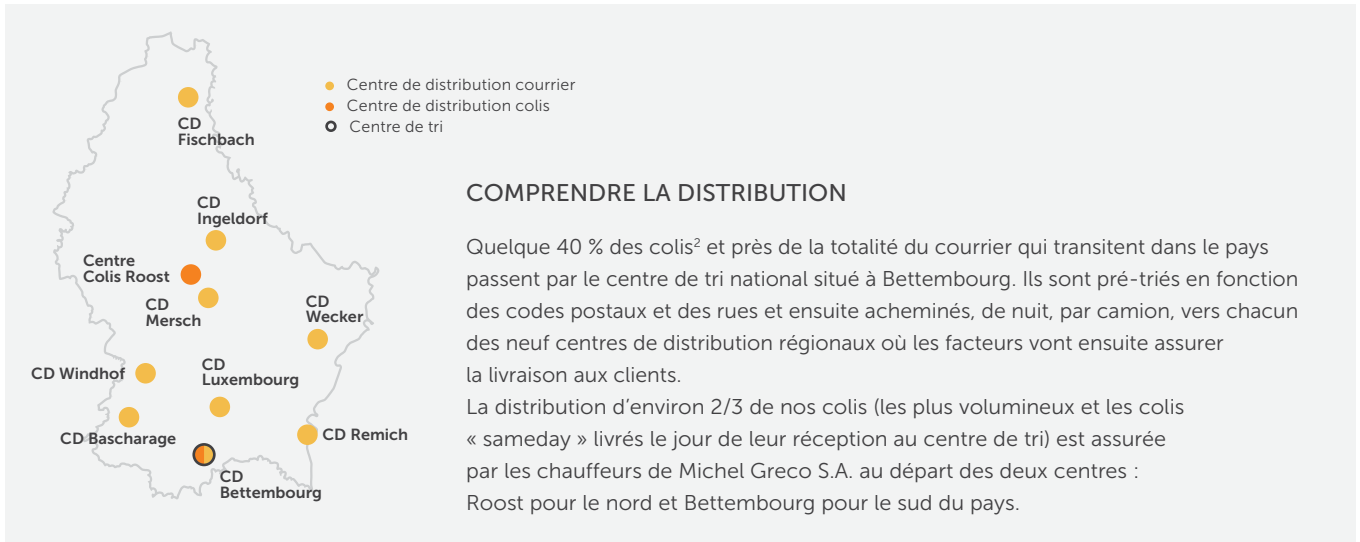
PLUS DE QUALITÉ

98 % du courrier envoyé depuis le Luxembourg vers un destinataire au Luxembourg est distribué le surlendemain de son expédition (J+2) et 99,4 % dans les trois jours (J+3). Ce qui est supérieur aux obligations réglementaires fixées par l'Institut luxembourgeois de régulation et en amélioration par rapport à 2018.

COURRIER NATIONAL



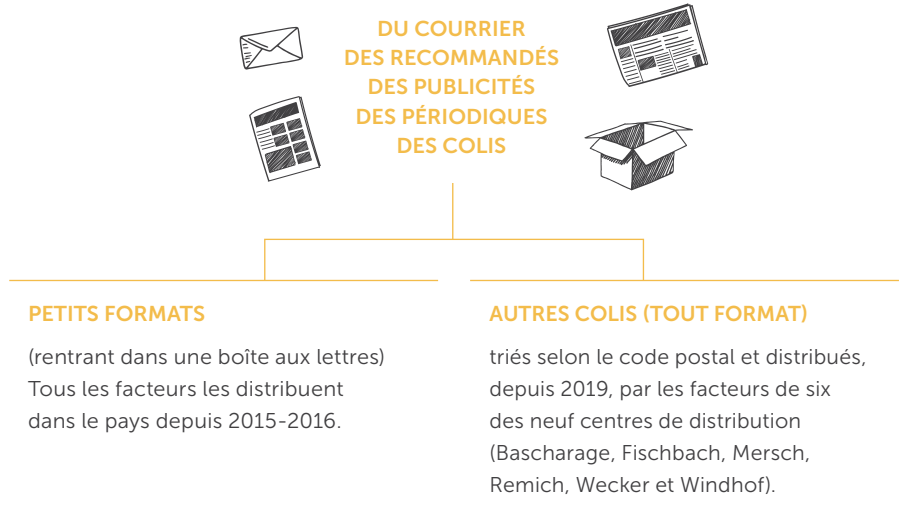
¹ La mesure nationale a été effectuée par Spectos GmbH.



3

LE DÉPLOIEMENT DES TOURNÉES MIXTES (COLIS-COURRIER)

Depuis 2018, les colis ont été réintégrés aux tournées des facteurs.
À l'heure actuelle, les facteurs distribuent :



4

POST CONFIRMÉE POUR 10 ANS

POST Luxembourg a été choisie par l'Institut luxembourgeois de régulation pour assurer la mission du service postal universel pour une nouvelle durée de 10 ans. C'est une fierté pour POST et la confirmation que notre travail en tant qu'opérateur historique assumant le service universel depuis 2012 est un travail de qualité.

Comme par le passé, POST Luxembourg assurera donc la distribution du courrier 5j/7 dans toutes les localités du pays, tout en respectant les normes de qualité imposées par le régulateur. Plus précisément, la mission de service universel comprend la levée, le tri, l'acheminement et la distribution des envois postaux jusqu'à 2 kg et des colis jusqu'à 10 kg. Il s'agit également de distribuer les colis provenant d'un autre pays européen jusqu'à 20 kg et d'offrir des services relatifs aux envois recommandés et aux envois à valeur déclarée.

Les volumes historiques diminuant de façon structurelle et irrévocable rendent plus complexe la prise en charge du service postal universel. La problématique de la maîtrise des coûts liés à ce service reste un défi pour un opérateur efficient. Pourtant, POST Luxembourg a toujours veillé à assurer un service universel de qualité et économiquement viable sans appel au fonds de compensation prévu par l'art. 22 de la loi du 26 décembre 2012. La confirmation de cette mission pour 10 ans renforce notre engagement social à assumer un service essentiel à la population et créateur de liens.

² Parts de marché POST

Quand la technologie s'invite chez les facteurs

— Les nouvelles technologies font partie intégrante de la transformation du métier postal.

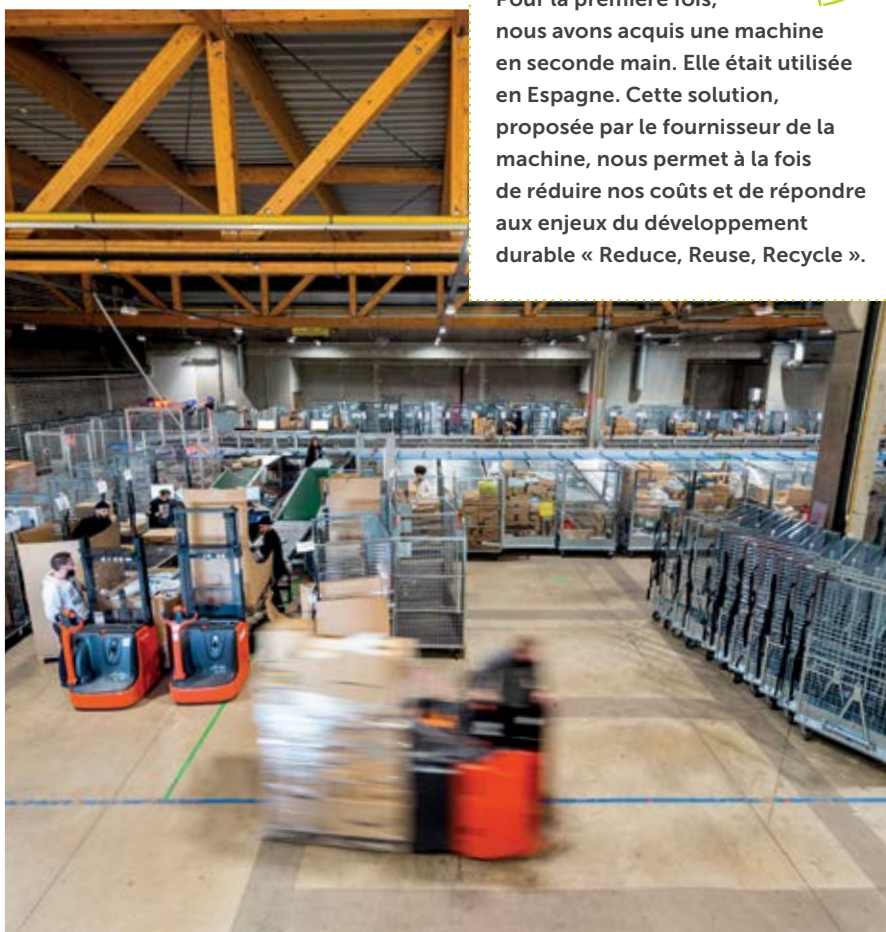
Demain, la distribution de colis par drone ou la présence de robots de tri dans les halls logistiques seront sans doute des réalités. Mais déjà aujourd'hui, des algorithmes d'intelligence artificielle aident à l'optimisation des 352 tournées des facteurs de POST Courrier. À l'avenir, ces algorithmes prendront en compte les souhaits d'horaires de livraison des clients et intégreront en temps réel les conditions de trafic.

L'AUTOMATISATION AU SERVICE DU TRI

Nouveau cap franchi en 2019 avec plus de quatre millions de colis traités. Ces volumes en constante hausse imposent à nos équipes d'être toujours en quête de solutions pour adapter nos équipements et permettre à nos collaborateurs de travailler dans de bonnes conditions. La solution : l'automatisation.

En 2019, POST a investi dans une trieuse, qui permet de traiter jusqu'à 4.000 pièces par heure, tout en améliorant le travail manuel qui reste indispensable, à l'entrée et sortie de la machine.

« Sans l'automatisation et la digitalisation, nous ne pourrions pas être aussi rapides », explique Michael Billert, responsable colis, qui évoque aussi l'échange de données constant via des interfaces informatiques avec certains grands acteurs de l'e-commerce qui permettent aux clients de suivre leur colis presque en temps réel (track & trace). POST Courrier, qui prévoit de traiter neuf millions de colis en 2022, prépare déjà l'agrandissement de ses installations à Bettembourg.



Nouvelle machine de tri

Eco-geste



Pour la première fois, nous avons acquis une machine en seconde main. Elle était utilisée en Espagne. Cette solution, proposée par le fournisseur de la machine, nous permet à la fois de réduire nos coûts et de répondre aux enjeux du développement durable « Reduce, Reuse, Recycle ».

DES BOÎTES AUX LETTRES CONNECTÉES

Le Luxembourg compte 1.130 boîtes aux lettres jaunes et rouges (pour les levées tardives), un réseau parmi les plus denses au niveau européen. Le Luxembourg se positionne, en effet, 6^e en termes de nombre de boîtes par habitant¹. Pour évaluer si du courrier se trouve dans la boîte et attester de l'heure de la levée (engagement de qualité), les premières boîtes ont été équipées de capteurs détectant l'ouverture du clapet et l'ouverture de la porte. C'est le fruit d'une collaboration entre POST Telecom et POST Courrier. À terme, les capteurs devraient aussi permettre de signaler au facteur si une boîte doit être levée ou non, ou si une boîte pleine doit être levée avant l'heure. Une analyse de la répartition des boîtes aux lettres publiques a démarré en 2019 afin de redimensionner notre réseau de boîtes jaunes, en prenant en compte un certain nombre de critères : l'analyse des volumes, la répartition géographique, la synergie avec d'autres points de contact POST, la facilité d'accès et les points d'intérêt à proximité (maison de retraite, camping, etc.).

Découvrez nos autres projets IoT
en page 20 →



¹ Données postales, Union européenne, 2018

ALESSANDRO DALLA TORRE et JÉRÔME MARTIN, équipe IoT, POST Telecom



112
distributeurs
automatiques

Près de
12 millions
de transactions
électroniques (2019)

47 % des clients
POST Finance
utilisent l'e banking

85.000 appels
pris en charge
par les collaborateurs
du contact center (2019)



Près de
24 % de dépôts
supplémentaires
(2019)

eboo,
l'e banking
disponible
en 4 langues

Finance

Finance

NOS SAVOIR-FAIRE



Comptes
courants



Moyens
de paiement





ebanking



KYC¹

LES ACTEURS


	PARTICIPATION POST	STAFF (headcount moyen)	CONTRIBUTION AU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE	CLIENTÈLE	PÉRIMÈTRE DE REPORTING
POST Luxembourg via la ligne métier « POST Finance » ² 	100 %	87	27,6 MEUR	Entreprises Particuliers	Rapport intégré Rapport financier
	100 %	19	0,2 MEUR	Institutions financières Particuliers	Rapport financier

AUTRES PARTICIPATIONS DÉTENUES PAR POST LUXEMBOURG DANS LE SECTEUR FINANCIER :

	19,75 %
	7,7 %
	6,99 %
Visalux S.C.	8,67 %
	0,02 %

¹ KYC pour « know your customer », processus de vérification approfondie de l'identité d'un client et sa mise à jour en continu

² POST Finance est l'une des trois lignes métiers de POST Luxembourg, aux côtés de POST Courrier et de POST Technologies.



« De nouveaux acteurs, tels que
les banques en ligne, arriveront un jour
sur le marché luxembourgeois.
Comment POST Finance pourra-t-elle rivaliser ? »

— Shenglan Hu

DÉPARTEMENT CYBERFORCE, POST LUXEMBOURG

Profiter de l'évolution des habitudes de consommation pour nous concentrer sur la simplification de l'expérience client

— L'arrivée de nouvelles technologies, telles que le big data et l'intelligence artificielle, et le poids de la réglementation contribuent, depuis plusieurs années, à transformer les services bancaires. Ces facteurs font aussi profondément évoluer le rapport que les clients entretiennent avec leur(s) banque(s).

TENDANCES ET CONTEXTE GLOBAL

1

VERS UN MODÈLE PLUS DIRECT ET AUTONOME

L'adoption des technologies dans notre vie de tous les jours a entraîné un changement dans les attentes des clients. Désormais, les clients ne se contentent plus seulement de produits bancaires classiques. Ils attendent de leurs banquiers davantage d'innovations qui permettront de leur proposer des services mieux adaptés à leur mode de vie. Le véritable enjeu des banques traditionnelles est de délivrer un niveau d'excellence sur l'ensemble du parcours client, quel que soit le canal préféré par ce dernier.

2

L'INFLUENCE DES NOUVEAUX ENTRANTS

Suite à l'entrée en vigueur de la réglementation PSD2¹, l'ère de l'open banking² s'installe progressivement. De nouveaux acteurs non bancaires profitent de cette ouverture pour se différencier des banques traditionnelles grâce à des parcours clients performants. Ces nouveaux entrants³ ont modifié l'expérience que le client s'attend à trouver, et ce, même dans le secteur bancaire.

3

ÉVOLUTION DU CADRE RÉGLEMENTAIRE

La réglementation vise à protéger le client et l'établissement bancaire lui-même. Force est de constater que la collecte des informations et l'augmentation de la sécurité des transactions peuvent pénaliser l'expérience client. Pour les acteurs traditionnels du secteur, assurer le bon niveau d'implication pour garantir cette mise en conformité permanente doit parfois se faire prioritairement à l'investissement en innovation.

4

BAISSE DES TAUX D'INTÉRÊT

Depuis 2008, la conjoncture baissière des taux est une tendance lourde. L'industrie dans son ensemble en subit les dommages. Les banques peuvent rencontrer des difficultés pour distribuer leurs produits et services de façon soutenable. Pour faire face à cette situation, les acteurs du secteur doivent redoubler d'agilité dans la gestion des liquidités.

¹ Directive sur les services de paiement

² Ouverture des systèmes d'information des banques et le partage de leurs données

³ Nouveaux entrants tels que les GAFAM : Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft

3 QUESTIONS À VALÉRIE BALLOUHEY-DAUPHIN

Directrice POST Finance et RSE

EN QUOI L'ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS ET ATTENTES DES CLIENTS VISANT À PLUS D'AUTONOMIE CONSTITUE-T-ELLE UNE OPPORTUNITÉ POUR POST FINANCE ?

Ce principe d'autonomie des clients est un des axes majeurs de la transformation de notre ligne métier. Notre modèle évolue, car le passage à un guichet ne correspond plus nécessairement au mode de vie de nos clients. La transition vers une banque plus directe nous permet de proposer des services à valeur ajoutée, au sein desquels l'autonomie des utilisateurs est centrale. Le client choisit le canal qu'il préfère, il n'a plus de contraintes. En nous adaptant à leurs besoins et à l'évolution de leurs usages, nous restons proches de nos clients. Notre nouvelle application bancaire eboo permet aux clients d'anticiper divers types de situations en gérant leurs comptes quand et où ils le souhaitent. Nous restons à leur disposition grâce à une messagerie sécurisée ou par téléphone directement depuis l'application, et ceci, dans la langue (luxembourgeois, français, allemand, anglais) qui leur convient le mieux.

EN QUOI POST FINANCE EST-ELLE BIEN POSITIONNÉE POUR RÉPONDRE À L'ÉVOLUTION DES RÉGLEMENTATIONS ?

Nous profitons de l'évolution permanente du cadre réglementaire pour mettre le client au cœur de nos réflexions. Nous analysons comment transformer ces contraintes en opportunités avec

un objectif final : simplifier la vie des clients tout en assurant un très haut niveau de sécurité. Au cours de ces deux dernières années, POST a investi dans deux start-up⁴ qui visent à aider l'ensemble de l'écosystème bancaire à tirer parti de l'évolution des directives. La réglementation devient une opportunité à partir du moment où elle permet de créer de la mutualisation entre les professionnels du secteur financier et d'optimiser l'expérience de nos clients.

EN QUOI LA CONJONCTURE DES TAUX IMPACTE-T-ELLE POST FINANCE ?

La conjoncture des taux affecte directement notre rentabilité. Elle est, de surcroît, un défi vu notre modèle d'affaires qui se limite aux comptes courants et aux moyens de paiement. Face à cette situation et dans un souci permanent de garantir un modèle soutenable, nous redoublons de vigilance en matière de politique de placements, de gestion des coûts et de politique tarifaire.

Valérie
Ballouhey-Dauphin



⁴ POST est propriétaire à 100 % de i-Hub et possède une participation à hauteur de 19,75 % dans LUXHUB.



Simplifier la vie de nos clients

— L'adoption des nouvelles technologies a changé les habitudes de consommation. Dorénavant, les clients veulent utiliser les services bancaires aussi facilement que des applications de type Amazon, Uber ou Spotify. Plus qu'un changement générationnel, il s'agit d'une modification globale des comportements qui induit un plus grand besoin d'autonomie de la part des clients et donc davantage de simplicité. Pour faire face à ces nouveaux comportements, POST Finance a mis le client au cœur de sa stratégie. Rester à la fois humainement proche de la clientèle, tout en offrant une expérience digitale simplifiée dans un contexte réglementaire complexe, c'est le défi que POST Finance doit relever.

RESTER PROCHE ET ACCESSIBLE POUR RÉPONDRE À LA DIVERSITÉ DE NOS CLIENTS

Dans la concrétisation de la stratégie de POST Finance, nous ne devons pas perdre de vue l'importante diversité de clients qui fait appel à nos services (notamment en matière d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de style de vie et de langue). Il s'agit là du reflet de la diversité de la population résidant et/ou travaillant au Luxembourg. Faire vivre le réseau traditionnel (Espaces POST, bureaux de poste, agences Banque Raiffeisen, etc.)

parallèlement à nos services digitaux nous permet de répondre aux besoins de l'ensemble de nos clients. Ceux souhaitant plus d'autonomie se dirigent vers la nouvelle version de notre ebanking, eboo, tandis que ceux désirant privilégier le contact humain disposent d'un véritable réseau physique de proximité. C'est ainsi que POST Finance favorise le dialogue et les interactions avec ses clients.



« Même si l'application digitale est aujourd'hui devenue incontournable dans le secteur bancaire, nous croyons fermement qu'il ne faut pas délaisser l'interaction humaine. Nous devons tenir compte de la diversité de nos clients. Certains ressentent le besoin de s'adresser à un collaborateur en chair et en os pour poser leurs questions. »

VALÉRIE BALLOUHEY-DAUPHIN,
directrice POST Finance et RSE

Les points de contact physique de POST Finance avec ses clients :



Quelque **85.000**
appels au contact center
de POST Finance en 2019



3.200 heures
d'ouverture par semaine (POST
et Banque Raiffeisen)



57
points de vente POST
permettant des transactions
financières



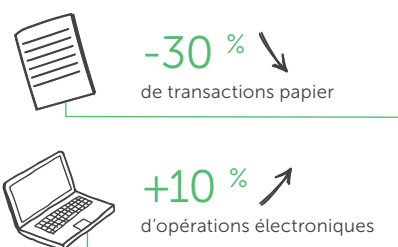
112
distributeurs automatiques
d'argent
(POST et Banque Raiffeisen)

Offrir un quotidien bancaire simple et intuitif

L'EXPÉRIENCE CLIENT COMME DÉFI N°1

Dans un contexte concurrentiel et réglementaire complexe, POST optimise l'expérience digitale pour s'adapter davantage aux styles de vie et aux nouveaux standards de l'expérience client. Avec le constat qu'aujourd'hui la majorité des clients favorise le digital pour entrer en contact avec POST Finance, fournir un service d'ebanking performant et fluide est crucial. En 2019, 47 % des clients particuliers de POST Finance avaient souscrit au service d'ebanking.

Entre 2017 et 2019



UNE SOLUTION DIGITALE À L'ÉCOUTE DE SES CLIENTS

Bien que les technologies actuelles permettent d'automatiser une grande partie des opérations courantes et d'accroître ainsi l'autonomie des clients, le besoin de conseil et d'accompagnement ne doit pas être minimisé. Même les clients les plus à l'aise avec le digital veulent, dans certains

cas, avoir la possibilité d'échanger de vive voix avec un conseiller ou un expert. Ces interactions humaines doivent être valorisées. C'est pourquoi dans notre nouvelle solution ebanking eboo, nous offrons la possibilité à chaque client de dialoguer avec l'un de nos collaborateurs, à travers une messagerie sécurisée ou en lançant un appel à partir de l'application mobile. Offrir une telle disponibilité et une réactivité participe à accroître la confiance du client envers sa banque.



LA SÉCURITÉ, NOTRE PRIORITÉ !

L'authentification forte du client est une exigence renforcée à l'échelle européenne (PSD2) en matière de régulation visant à réduire la fraude et à rendre les paiements en ligne plus sûrs. Pour être en accord avec la directive, une étape supplémentaire d'authentification a été ajoutée aux flux de paiement.

Depuis 2019, l'authentification du client doit utiliser au minimum deux des trois éléments suivants :



Un élément connu du client (mot de passe)



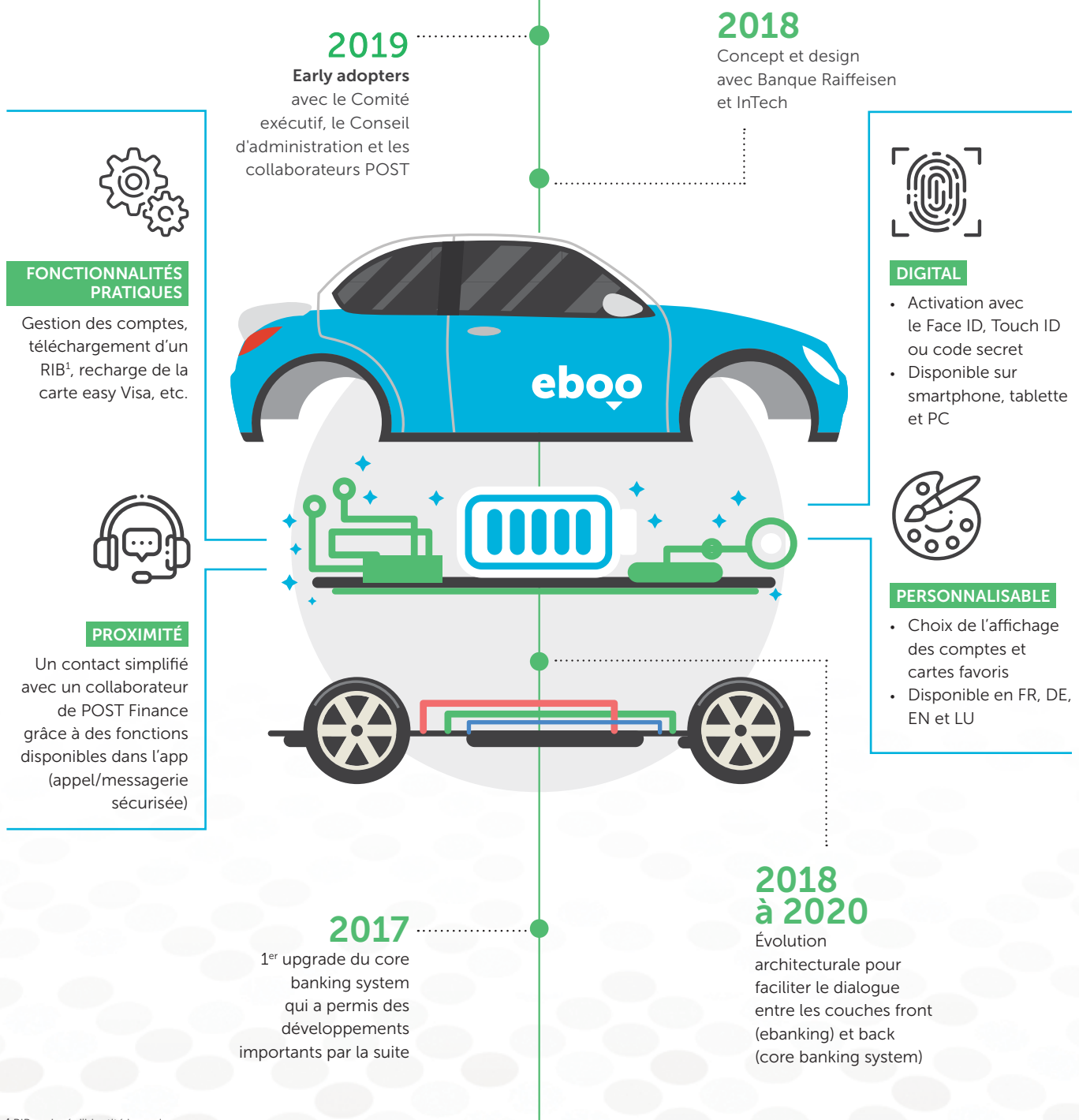
Un élément détenu par le client (token)



Un élément définissant le client (empreinte digitale ou reconnaissance faciale)

eboo, LE NOUVEAU SOUFFLE DE POST FINANCE QUI SIMPLIFIE LA VIE DE SES CLIENTS

Pour se réinventer dans un environnement en mouvement perpétuel, POST Finance a investi dans l'expérience client. Un levier qui nécessite une prise en compte globale de nombreux facteurs, tant humains que techniques et organisationnels.



¹ RIB : relevé d'identité bancaire

i-Hub, une start-up made in POST Luxembourg

i-Hub offre plus de transparence, puisque chaque client dispose d'une vue précise des informations que chaque établissement du secteur financier possède le concernant, en toute sécurité.

PROFITER DE L'ÉVOLUTION DU CADRE RÉGLEMENTAIRE POUR CRÉER DE LA VALEUR, C'EST L'HISTOIRE DE LA START-UP I-HUB.

En réponse aux exigences réglementaires, imposées par le régulateur européen, en matière d'identification des personnes dans le cadre de la lutte contre le blanchiment d'argent et contre le financement du terrorisme, i-Hub offre à ses clients professionnels du secteur financier la capacité de sous-traiter la mise à jour permanente des données et documents d'identification de leurs clients. Au plan pratique, i-Hub met à leur disposition un accès permanent à un dossier personnel numérique sécurisé permettant le stockage des informations de chaque client et leur partage auprès de professionnels régulés (PSF¹). Grâce à une surveillance proactive de l'environnement réglementaire, i-Hub vise à aider l'ensemble de l'écosystème bancaire à tirer parti de l'évolution des directives et à assurer leur conformité.

SIMPLIFIER LA VIE DES CLIENTS

Grâce à i-Hub, le client final (particulier et/ou entreprise) qui le désire peut dorénavant regrouper l'ensemble de ses données et documents KYC² (carte d'identité,

certificat de résidence, extrait du registre de commerce, statuts coordonnés, etc.) en un seul endroit, sur la plateforme digitale de i-Hub. Une fois vérifiés, ceux-ci sont directement disponibles pour les professionnels du secteur financier, qui auront été autorisés au préalable par le client (banques, sociétés de gestion, assureurs, etc.). Grâce à cette plateforme, le client final ne doit télécharger qu'une seule fois ses documents d'identification, qui lui sont normalement demandés lors de chaque ouverture de compte ainsi que pour certaines autres procédures. Il est également libre de modifier les documents dès que cela est nécessaire.

Pour les professionnels du secteur financier, cette plateforme leur offre la perspective à terme de baisser les coûts de traitement liés au KYC. En outre, cette centralisation unique des données améliore la qualité des documents et des données partagés.

92 %

des banques se disent prêtes à mutualiser leurs données et

71 %

des banques pensent que les données de type KYC/AML^{2/3} constituent un avantage compétitif⁴.

I-HUB, NÉE DE L'EXPERTISE DU GROUPE POST LUXEMBOURG



Logiciel de chiffrement des documents
Tests de pénétration de la solution (cybersécurité)
PC et logiciels pour les collaborateurs
Téléphone et accès Internet
Service juridique, audit et comptabilité Groupe



Hébergement de la solution informatique (logiciel + base de données)



Développement informatique de la solution



Dématérialisation des documents papier et envoi de courrier




Source de données sur les sociétés

¹ Professionnel du secteur financier : ce statut permet de prêter des services pour les acteurs du secteur financier.

² KYC pour « know your customer », processus de vérification approfondie de l'identité d'un client et sa mise à jour en continu

³ AML pour « anti-money laundering », lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme

⁴ Enquête ABBL, novembre 2019



« Nous avons utilisé les compétences du Groupe pour construire la solution i-Hub. Aujourd'hui, i-Hub est reconnue comme étant d'un intérêt opérationnel évident par la plupart des grandes banques au Luxembourg. POST Finance est d'ores et déjà en production, certaines sont encore en réflexion, d'autres vont entrer en production dans les prochains mois. C'est un vrai changement d'approche pour ces banques et leurs clients. »

PASCAL MOROSINI, CEO de i-Hub

RESPECT

NOTRE DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE

— Nous visons une croissance responsable du Groupe qui n'est pas seulement financière, mais aussi sociale et environnementale. Nous agissons en tant que Groupe en évaluant l'impact que nous avons sur l'environnement, la société et le développement économique du pays et de nos parties prenantes. Notre démarche, initiée en 2012, s'ancre, au fil des années, dans nos processus opérationnels, notre manière de servir nos clients ou d'interagir avec nos fournisseurs et via l'implication de nos collaborateurs.

AGIR AVEC RESPECT

Notre démarche RSE couvre sept domaines d'action. Elle porte l'acronyme « RESPECT ».

R ENTABILITÉ

Rentabilité et croissance durable
Contribution au tissu économique et social du pays
Marchés, concurrence et régulation
Gestion des risques

E MPLOYABILITÉ

Développement des compétences
Qualité de vie au travail
Diversité
Recrutement et mobilité interne

S ÉCURITÉ

Sécurité de l'information et des données
Sécurité des équipements et des infrastructures
Sécurité au travail

P RODUITS

Accessibilité
Qualité
Utilité sociale et éco-responsabilité

É THIQUE

Gouvernance
Compliance
Éthique des affaires
Politique d'achats responsables

C ONNAISSANCES

Partage de savoirs et bonnes pratiques
Support à l'éducation et à l'apprentissage
Engagement RSE local et international
Patrimoine immobilier

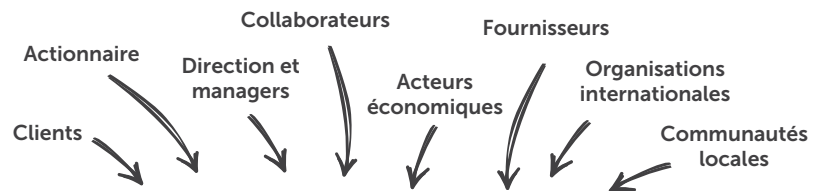
T ERRE

Constructions durables
Émissions de CO₂
Déchets
Biodiversité

LES ENJEUX PRIORITAIRES DÉFINIS PAR NOS PARTIES PRENANTES EN 2019

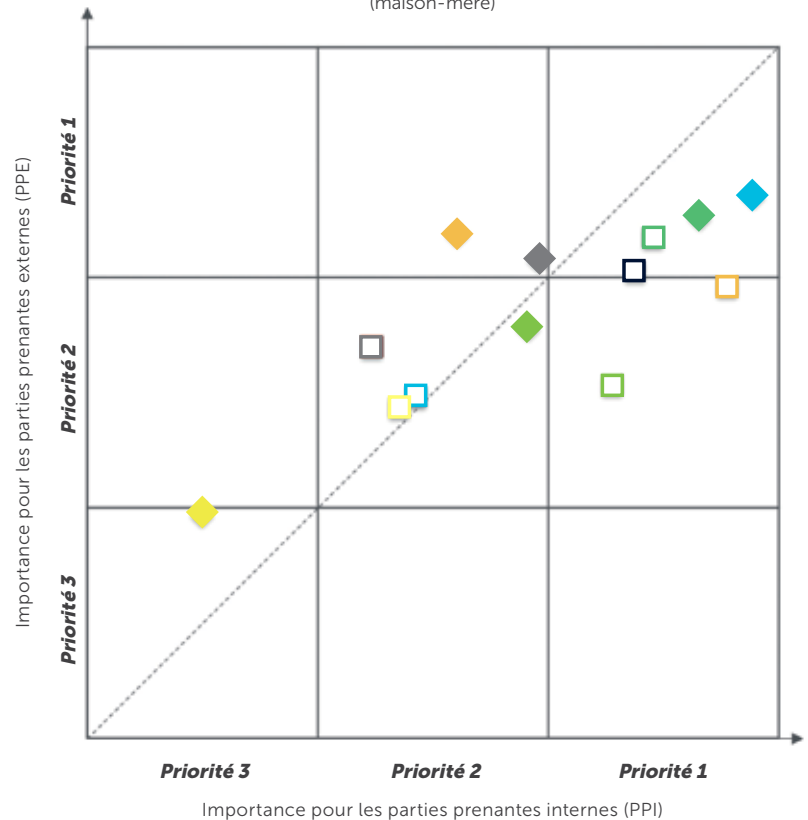
L'enquête de matérialité réalisée début 2019 nous a permis d'identifier les enjeux prioritaires suivants pour l'ensemble de nos parties prenantes :

- Rentabilité**
 - Développement et rentabilité de POST
 - ◆ Mission de service public
- Employabilité**
 - Promouvoir et faciliter la diversité
 - ◆ Développement des compétences de nos collaborateurs
- Sécurité**
 - Prévention des risques sur nos infrastructures (pannes, etc.)
 - ◆ Sécurisation des données personnelles
- Produits**
 - Commercialisation de produits et services responsables / durables
 - ◆ Innovation constante des infrastructures
- Éthique**
 - Éthique dans la conduite des activités
- Connaissances**
 - Partage de savoirs et des bonnes pratiques
 - ◆ Gestion du patrimoine immobilier et culturel
- Terre**
 - Optimisation de notre impact en faveur de l'environnement
 - ◆ Contribution aux efforts d'adaptation aux changements climatiques



MATRICE DE MATÉRIALITÉ DE POST LUXEMBOURG

(maison-mère)



NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Nous avons choisi d'aligner notre démarche RESPECT sur les objectifs de développement durable des Nations unies, dans un souci de cohérence avec le projet de plan national de développement durable et les engagements pris par les organisations professionnelles internationales dont POST Luxembourg est membre¹.

Nos domaines d'action	Les objectifs de développement durable concernés	Les cinq enjeux prioritaires de nos parties prenantes
Rentabilité		Développement et rentabilité de POST □
Employabilité		Développement des compétences de nos collaborateurs ◆
Sécurité		<ul style="list-style-type: none"> • Sécurisation des données personnelles ◆ • Prévention des risques sur nos infrastructures (pannes, etc.) □
Produits		
Éthique		Éthique dans la conduite des activités □
Connaissances		
Terre		

¹ PostEurop, International Post Corporation, European Telecommunications Network Operators' Association

Rentabilité

— Parce que nous voulons assurer la pérennité de notre Groupe et nos emplois.

Enjeux prioritaires¹ :



Développement
et rentabilité
de POST

Objectifs de développement durable :



« Nos résultats sont en constante progression depuis cinq ans. Cependant, notre marge bénéficiaire demeure faible. C'est sur ce ratio que nous devons travailler à l'avenir en augmentant la productivité de nos ressources et en diminuant nos dépenses. »

LUCA TAGLIABUE,
directeur financier



LES RÉSULTATS FINANCIERS 2019

L'analyse de Luca Tagliabue, directeur financier

Le Groupe POST Luxembourg a réalisé en 2019 des ventes de 861,9 millions d'euros (MEUR). Portée par les métiers télécom et courrier & logistique qui connaissent une progression soutenue malgré un contexte difficile, la croissance organique des ventes est de 5,2 %. Le résultat opérationnel (EBITDA) augmente de 6,1 % à 183 MEUR par rapport au résultat déjà en hausse en 2018. Le bénéfice net s'élève à 37,8 MEUR, en hausse de 13,2 %.

CROISSANCE SOUTENUE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Le Groupe POST Luxembourg a atteint ses objectifs de vente et clôturé l'exercice 2019 sur un chiffre d'affaires de 861,9 MEUR en constante augmentation depuis plusieurs années, principalement grâce au métier postal dont l'activité logistique remporte un vif succès et au métier télécom qui renforce son positionnement dans l'activité ICT. Dans des conditions

de marché difficiles qui se traduisent par l'érosion durable de la marge d'intérêts, le métier finance parvient à stabiliser son chiffre d'affaires. Outre les trois métiers historiques, le Groupe compte un réseau d'une vingtaine de filiales acquises dans le cadre du développement de sa stratégie dont le chiffre d'affaires réalisé en 2019 est en baisse par rapport à l'exercice précédent.

Chiffre d'affaires (en MEUR)

2015	706
2016	728
2017	770
2018	827
2019	862

Sur un marché des télécommunications caractérisé par une mutation durable, notamment le déclin structurel du téléphone fixe historique et l'introduction de la 5G, une saturation croissante et une

concurrence intense, le **métier télécom** enregistre en 2019 des résultats en hausse pour la deuxième année consécutive. Soutenu par l'augmentation du nombre de lignes mobiles, par la croissance de l'activité ICT au-delà des objectifs de l'année ainsi que par l'augmentation des clients BAMBOO, le chiffre d'affaires au détail s'élève à 408,7 MEUR, en hausse de 2,7 %, et ce, malgré la baisse de la voix fixe de 7,2 MEUR. Dans le cadre de la stratégie nationale ultra haut débit, le métier télécom déploie depuis plusieurs années un réseau fibre optique. En 2019, le volume d'investissements dans la fibre demeure important avec 19 MEUR. Le taux de couverture fin 2019 est de 69 %, en ligne avec les objectifs. Porté par la substitution des lignes cuivre par la technologie IP et la hausse des commandes pour la fibre dégroupée, le taux d'adoption de la fibre continue d'augmenter. En vue de la commercialisation de la nouvelle norme de communication mobile 5G annoncée pour 2020, le métier télécom a adapté son réseau de transport et s'est doté d'un environnement de data centres.

¹ Matrice de matérialité de POST Luxembourg, page 55

Grâce au développement de l'activité logistique, le **métier courrier** réussit à surcompenser la baisse du volume des lettres adressées de 4 %. En 2019, son chiffre d'affaires s'élève à 198,9 MEUR, en hausse de 17,1 %, respectivement de 12,9 % hors prise en compte de l'augmentation tarifaire depuis mai 2019. Le volume de colis importés d'Asie ne cesse de croître. Par rapport à l'exercice précédent, le nombre de ces envois a triplé pour atteindre 12,8 millions traités en 2019. En complément des bureaux de poste au nombre de 57 en fin d'année, le réseau de vente alternatif compte 45 partenaires respectivement 103 stations PackUp ainsi que 54 autres structures de vente. Ce réseau alternatif constitue la réponse aux besoins des clients qui recourent de plus en plus souvent aux services postaux en dehors des horaires d'ouverture des guichets.

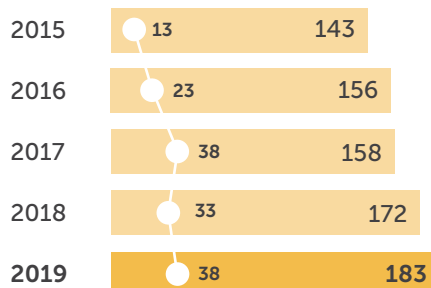
Les opérations d'intérêts et de commissions sont les deux principales sources de revenus du **métier finance**. Alors que les premières enregistrent une baisse en conséquence de la faiblesse persistante des taux d'intérêt, les secondes augmentent suite aux adaptations de prix depuis mai 2019.

PROGRESSION DES RÉSULTATS

Le résultat opérationnel du Groupe progresse de 6,1 % et s'élève à 183 MEUR contre 172,7 MEUR en 2018. La rentabilité opérationnelle atteint 21,2 % contre 20,9 % en 2018 alors même que les frais de personnel augmentent structurellement et que la marge de l'activité logistique en pleine expansion est intrinsèquement faible. Le résultat net du

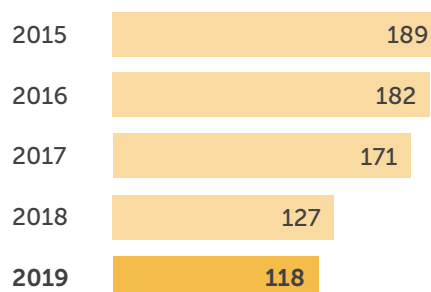
Groupe s'établit à 37,8 MEUR contre 33,4 MEUR en 2018, soit une hausse de 13,2 %.

EBITDA et bénéfice net de l'exercice (en MEUR)



Les investissements opérationnels se maintiennent à un niveau élevé de 118,4 MEUR contre 126,5 MEUR en 2018. Ils sont consacrés, pour l'essentiel, à l'extension des infrastructures et à la modernisation des architectures informatiques des télécommunications et, dans une moindre mesure, à la valorisation du parc immobilier avec la construction du futur siège social de POST Luxembourg.

Investissements corporels et incorporels (en MEUR)



PERSPECTIVES

Conformément à sa stratégie, le Groupe entend défendre à moyen / long terme ses parts de marché dans les segments de la téléphonie fixe et mobile et saisir les opportunités de croissance de l'activité ICT. Dans cette dynamique de développement, le principal enjeu du métier télécom sera d'optimiser ses coûts pour atteindre un niveau de rentabilité satisfaisant.

La baisse accélérée du volume de lettres adressées et le coût du réseau de vente représentent les défis majeurs du métier postal. Le redimensionnement des guichets en faveur de canaux de vente alternatifs, le développement de l'activité logistique et la reconversion du métier de facteur face au défi de la baisse du courrier représentent les leviers d'action pour pérenniser les résultats du métier au niveau postal.

Enfin, l'ambition du métier finance est d'optimiser les produits d'intérêts dans un contexte de faiblesse persistante des taux.

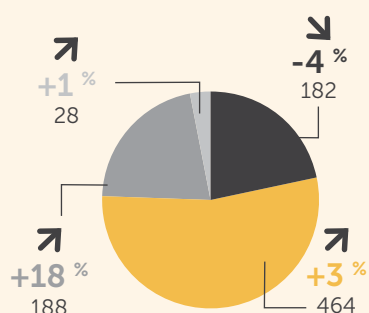
NOS PRINCIPALES RÉALISATIONS 2019 :

- Augmentation soutenue de notre chiffre d'affaires organique
- Vive croissance de nos activités ICT et logistiques
- Maîtrise de l'état des effectifs
- Amélioration de l'EBITDA et du bénéfice net

En savoir +
postgroup.lu/
(Rapport intégré 2019, Annexes p. III)
(Comptes annuels 2019 consolidés)



Contribution au chiffre d'affaires total des trois métiers historiques de POST Luxembourg (MEUR)



- POST Technologies / POST Telecom S.A.
- POST Courrier / Michel Greco S.A.
- POST Finance
- Autres filiales



La baisse accélérée du volume de lettres adressées et le coût du réseau de vente représentent les défis majeurs du métier postal. L'activité logistique est un des leviers d'action pour pérenniser les résultats au niveau postal.

Employabilité

— Parce que dans un monde qui évolue rapidement, il est important de développer les compétences de chacun et la diversité.

Enjeux prioritaires¹ :



Développement
des compétences
de nos collaborateurs

Objectifs de développement durable :



L'AVIS DE NOTRE DIRECTEUR DES RESSOURCES HUMAINES

Claude Olinger revient sur quatre initiatives RH initiées en 2019.



1 NOUVEAU MODÈLE DE COMPORTEMENTS ET DE COMPÉTENCES

« Parce que POST est une entreprise en pleine transformation, le modèle de comportements et de compétences, réalisé en 2019, sert de socle de référence à tous les collaborateurs pour savoir comment faire pour aller ensemble dans la direction prévue par la stratégie « Mir sinn d'POST ». Les comportements attendus découlent du bon sens et sont déjà adoptés, pour la plupart, par nos collaborateurs. Mais parfois, quelques ajustements seront nécessaires et faciliteront la conduite du convoi à bon port. »

2 POSTALENTS

« POSTalents est un projet pilote de longue durée. C'est la première fois que nous mettons en place un programme d'accompagnement de carrière ouvert

à tous. Rien n'est préconçu. Nous allons construire les modules en fonction des participants et de leurs besoins. Je suis heureux de l'engouement qu'a suscité l'inscription au programme POSTalents. Nous nous attendions à 150 participants, nous en avons finalement près de 300, de toutes les entités et de tous les horizons. »

3 NOUVEAUX FORMATS DE FORMATION

« La formation est fondamentale : nos métiers évoluent et il nous faut garantir l'employabilité de nos collaborateurs. Les formats de formation s'adaptent au contexte professionnel de chacun. Nous avons lancé des formules en e-learning ayant enregistré plus de 3.000 participations en 2019 et un nouveau concept de formation de courte durée pendant la pause déjeuner qui rencontre un vif succès. Au final, le nombre d'heures de formation par collaborateur est certes en baisse mais avec ces nouveaux formats, plus de

collaborateurs ont accès à nos formations : 78 % (+ 7 % en un an) ont eu accès à au moins une formation en 2019. »

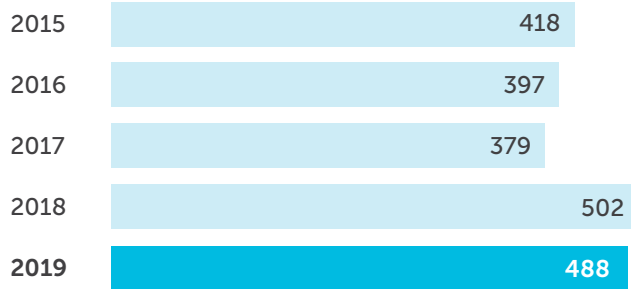
4 PROGRAMME D'OPTIMISATION DE LA PRÉSENCE AU TRAVAIL

« Il ne s'agit en aucun cas de culpabiliser le collaborateur malade, mais d'identifier ensemble des solutions afin d'améliorer la présence au travail. L'objectif est de travailler sur l'engagement des collaborateurs et de réduire les coûts importants liés à l'absentéisme. Pour cela, nous travaillons, à la fois, en préventif sur l'environnement de travail et, à la fois, en développant des outils pour permettre aux managers de proximité d'avoir un meilleur suivi des absences dans leurs équipes. »

¹ Matrice de matérialité de POST Luxembourg, page 55



Recrutements



488

recrutements

418

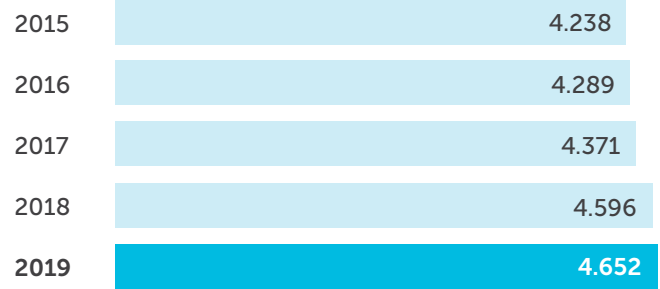
départs

59 %

des nouveaux collaborateurs embauchés en 2019 avaient moins de 30 ans.



14 heures
de formation
en moyenne
en 2019 par
collaborateur

Emploi²

97 %

CDI

3 %

CDD

72 %

statut privé

28 %

statut public

79 %

temps plein

21 %

temps partiel

Niveaux de qualification

Fonctions dirigeantes

6 %

Qualifié

75 %

Non qualifié

19 %

Répartition par âge

FEMMES



HOMMES

5 %

< 30 ans

13 %

17 %

30 - 50

44 %

7 %

> 50 ans

14 %

Diversité de genre

FEMMES



HOMMES

Dirigeants

24 %

76 %

Cadres

19 %

81 %

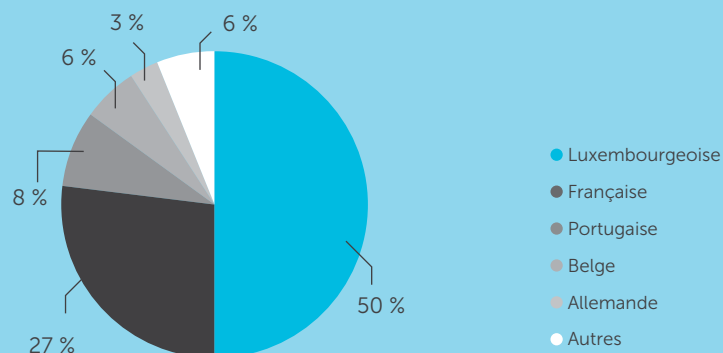
Collaborateurs

30 %

70 %

Nationalités

50
nationalités



² Le chiffre de l'emploi est considéré dans la totalité du périmètre de consolidation financière du Groupe POST Luxembourg. Nombre moyen de collaborateurs. Les autres données RH de cette page sont les données du périmètre de reporting extra-financier, à savoir POST Luxembourg, POST Telecom, EBRC, Editus, InTech, Victor Buck Services et Michel Greco S.A.

Sécurité

— Parce que nous tenons à garantir un niveau optimum de sécurité à travers l'ensemble de nos lignes métiers pour tous nos clients et nos collaborateurs.

Enjeux prioritaires¹ :



Prévention des risques sur nos infrastructures (pannes, etc.)



Sécurisation des données personnelles

Objectifs de développement durable :



PROTÉGER LES DONNÉES PERSONNELLES DE NOS CLIENTS ET DE NOS COLLABORATEURS

En savoir +
postgroup.lu/
(Rapport intégré 2019, Annexes p. VII)



La réputation d'une organisation ne repose pas seulement sur la qualité de ses produits et services, mais également sur le respect des normes et obligations qui s'imposent à elle. La protection des données personnelles de nos clients est au cœur de nos préoccupations depuis de nombreuses années.

Applicable depuis le 25 mai 2018, le RGPD (Règlement général sur la protection des données) vise à mieux encadrer l'utilisation des données à caractère personnel par les entreprises et à donner plus de droits aux citoyens pour en garder le contrôle. POST Luxembourg traite, depuis toujours, un nombre très important de données à caractère personnel. Les enjeux du RGPD ne sont pas neufs pour POST même s'ils

ont nécessité un travail de conformité supplémentaire, notamment pour rendre nos pratiques plus transparentes vis-à-vis de nos clients, collaborateurs et partenaires.

En ce qui concerne la protection des données personnelles, POST Luxembourg a d'ores et déjà mis en œuvre sa conformité vis-à-vis des exigences suivantes :

- Définition d'une politique de protection des données à caractères personnel et mise en place de la gouvernance associée ;
- Implémentation d'une plateforme dédiée à la documentation de la conformité au RGPD ;
- Adaptation et renforcement des mesures de sécurité portant sur les données personnelles ;
- Désignation d'un data protection officer (DPO) auprès de l'autorité de contrôle, la Commission nationale pour la protection des données (CNPD) ;
- Formation et sensibilisation des collaborateurs ;
- Adaptation de nos conditions générales de vente et publication d'une charte de protection de la vie privée sur nos sites ;
- Mise en conformité contractuelle de nos sous-traitants ;
- Déploiement d'un système de management de la protection des données complet, incluant un programme de contrôle interne.

¹ Matrice de matérialité de POST Luxembourg, page 55



3 awards reçus en termes de sécurité :

Mohamed Ourdane « IS Personality of the Year »,
Stéphane Omnes « DPO of the Year »
et EBRC « Data Center CyberSecurity Award »

voir page 80 →



Sensibilisation continue en 2019 à la protection des données à caractère personnel,

à la sécurisation des mots de passe
et à la « clean desk policy »

² Campagne de sensibilisation auprès des collaborateurs POST pour promouvoir l'attitude « clean desk »

Regroupement des compétences en termes de cybersécurité (POST & EBRC)

et création de la marque Cyberforce



Taux d'accidents de travail et de trajet en baisse à 3,8 %

4 plaintes enregistrées auprès de la CNPD par des personnes physiques pour manquements en relation avec le RGPD³

et 36 demandes d'exercice de droits traitées avec une réponse dans les 18 jours en moyenne

³ CNPD : Commission nationale pour la protection des données / RGPD : Règlement général sur la protection des données



Nomination d'un data legal advisor chez Editus

et
d'un data protection officer chez Victor Buck Services

Produits

— Parce que nous voulons améliorer l'expérience de nos clients et proposer des produits et services utiles et responsables.

Objectifs de développement durable :

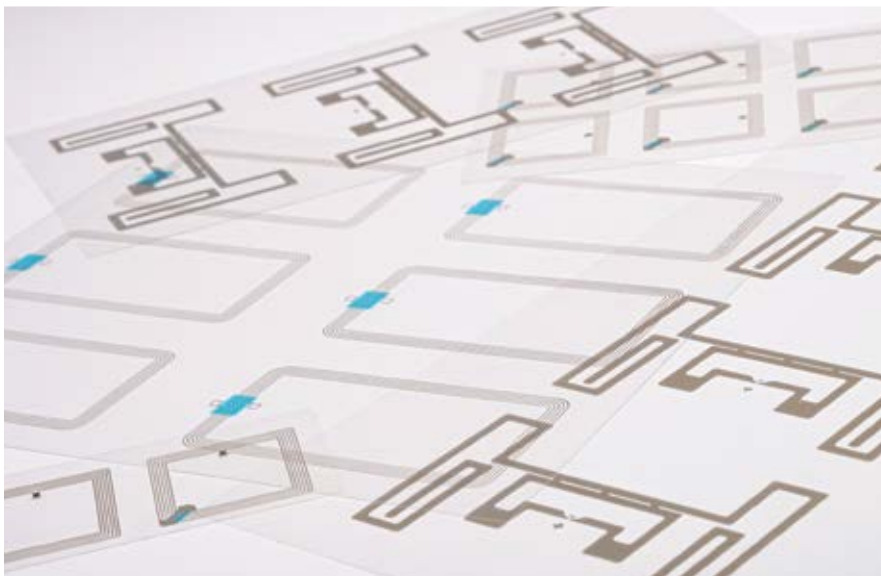


ÉCOCONCEPTION

Victor Buck Services lie innovation et écoresponsabilité en initiant, en 2019, un projet d'électronique imprimée.

Victor Buck Services, notre filiale spécialisée dans la gestion multicanale et sécurisée d'informations et de documents, a lancé un projet d'impression industrielle d'antennes RFID / BLE¹ sur papier. Destinées à diverses applications telles que la traçabilité des produits ou encore leur authentification, ces antennes seront produites de A à Z au Luxembourg. Toute la chaîne de valeur de cette nouvelle activité est aussi étudiée pour en limiter au maximum l'impact environnemental.

¹ radio frequency identification / bluetooth low energy



En savoir +
postgroup.lu/
(Rapport intégré 2019, Annexes p. IX)



Pour suivre l'augmentation continue du volume des colis (4 millions en 2019), POST Courrier a installé, en 2019,

12 stations PackUp 24/24 supplémentaires

Pour connecter le pays tout entier à la fibre, POST Technologies dispose de

127 points de présence (PoP)

dédiés à la fibre optique au Luxembourg. Depuis 2019, **50 localités sont fibrées à 100 %** et **69,3 % des ménages** sont raccordables à l'ultra haut débit (1 Gbit/s).

UN CONTACT HUMAIN PRIMORDIAL

Nos clients profitent de plus de

6.400 heures d'accès à nos points de vente

(Espaces POST, bureaux de poste et commerces partenaires) dont le nombre reste stable.



FILIPA COSTA, contact center, POST Telecom

86 % des appels

au 8002 8004 sont pris dans les 20 secondes au contact center télécom qui reçoit en moyenne quelque 1.300 appels quotidiens et est disponible 7j/7 et 24h/24.

PLUS D'AUTONOMIE POUR NOS CLIENTS

Lancement de eboo

la nouvelle application ebanking auprès des collaborateurs de POST Luxembourg (2019). 47 % de nos clients CCP utilisent eboo.



6.000 heures

de vidéos consommées en moyenne par jour sur l'application PostTV Go

PLUS D'INNOVATIONS

+ 76.000 cartes SIM

supplémentaires dédiées à l'Internet des objets (IoT) en 2019 et 12 projets clients menés pour mieux gérer les bâtiments, les consommations d'énergie ou la mobilité.



Plus de 100.000 lignes utilisent déjà la

technologie IP

(Internet Protocol).

Notre objectif : 100 % d'ici 2025.

Premiers tests 5G

au Luxembourg et participation au projet transfrontalier de conduite autonome dans le cadre du consortium européen 5GCroCo.



85.000 clients

ont téléchargé l'app MyPOST (+ 142 % en un an) pour suivre leur consommation mobile et commander des options.



Possibilité offerte depuis 2019

de commander un forfait de téléphonie mobile SCOUBIDO / carte SIM en ligne avec livraison à domicile ou dans une station PackUp

3.400 installations BAMBOO

(Internet haut débit/télévision/téléphonie fixe) réalisées par nos clients eux-mêmes (Do it yourself) en 2019

Éthique

— Parce que nous nous engageons à respecter le cadre légal, les règles de conduite individuelle et à appliquer des critères responsables d'achats.

Enjeux prioritaires¹ :



Éthique dans la conduite des activités

Objectifs de développement durable :



VEILLER AU TRAITEMENT IDENTIQUE DE TOUS LES OPÉRATEURS TÉLÉCOMS

En savoir +
postgroup.lu/
(Rapport intégré 2019, Annexes p. XI)



En tant que fournisseur d'infrastructures réseau, la ligne métier POST Technologies offre de nombreux services à notre filiale POST Telecom ainsi qu'aux autres opérateurs. Depuis 2015, la fourniture de certains produits de gros² est soumise à une obligation de non-discrimination entre notre filiale POST Telecom et les autres opérateurs. Ce dispositif réglementaire, aussi dénommé « Equivalence of Input » (Eoi), garantit à tous les opérateurs des conditions et un traitement identiques dans l'accès aux produits de gros large bande.

• Une charte garante de la non-discrimination

Afin de garantir que la ligne métier POST Technologies traite les opérateurs alternatifs

(« other alternative operators » ou OAO) de la même manière que notre filiale POST Telecom, une charte de compliance a été rédigée. Selon le principe de « l'Equivalence of Input », la ligne métier POST Technologies est en effet obligée de fournir aux opérateurs alternatifs et à POST Telecom un même niveau de service. En contre-partie, le dispositif accorde à POST une certaine flexibilité dans la détermination du prix de gros d'accès à la fibre optique. Le non-respect de l'Eoi exposerait POST à l'intervention de l'ILR (Institut luxembourgeois de régulation). Celle-ci pourrait se matérialiser par l'imposition de mesures réglementaires contraignantes.

• La transparence par un rapport annuel de conformité Eoi

POST apporte à l'ILR et aux autres opérateurs la preuve du respect de l'Eoi par le biais d'un rapport de conformité annuel et par la fourniture de cinq indicateurs (de

gouvernance, de performance, financier, liés aux processus et relatifs aux contrats / offres de référence). Le contrôle du respect de cette non-discrimination s'effectue principalement au niveau opérationnel, c'est-à-dire au niveau des collaborateurs et du management. C'est en effet à eux qu'appartient en premier lieu d'appliquer les processus de contrôle de l'Eoi. Leur engagement quotidien est déterminant pour assurer un haut niveau de conformité et prévenir les comportements illégaux. **Grâce à l'engagement au jour le jour de toutes les équipes métiers concernées et à l'appui d'un contrôle interne efficace par la fonction de conformité Eoi, la conformité a pu être atteinte et reconnue par l'ILR.** Depuis l'entrée en vigueur de l'Eoi au 30 septembre 2015, l'ILR n'a reçu aucune plainte officielle des opérateurs alternatifs portant sur un non-respect de l'Eoi au sein de POST.

¹ Matrice de matérialité de POST Luxembourg, page 55

² L'accès au large bande permet aux autres opérateurs télécoms d'avoir accès à nos infrastructures en vue d'offrir directement à leurs clients finaux (clients résidentiels et clients professionnels) des services à large bande (par exemple l'accès à l'Internet à haut débit ou le téléphone).

Aucune sanction

pour non-respect de la réglementation



Une formation sur "l'Equivalence of Input"

(lire ci-contre) et une formation sur la réglementation télécom développées au format e-learning et rendues obligatoires pour tous les collaborateurs du métier télécom et ICT.

Au niveau national, 4 organes de supervision pour POST Luxembourg et POST Telecom :

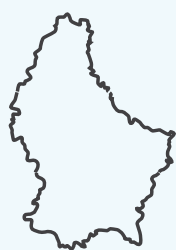
Pour le secteur financier
CSSF

Pour le secteur postal et télécom
ILR

Pour la protection des données à caractère personnel
CNPD³

Le Conseil de la concurrence³

³La supervision exercée par la Commission nationale pour la protection des données et le Conseil de la concurrence se fait a posteriori.



64 % d'achats locaux

du volume d'achat global (+3 %)

6 dossiers soumis au Comité éthique en 2019



Code de conduite
pour les collaborateurs/trices
de POST Luxembourg

Version mars 2018



Un Comité éthique veille au respect du cadre légal et réglementaire et aux règles de conduite individuelle. En signant son contrat de travail, chaque nouveau collaborateur s'engage à respecter le code de conduite de l'entreprise qui contient des éléments en lien avec le respect, la confidentialité, la santé, la sécurité et la propriété intellectuelle.

Traitement identique de tous les opérateurs



Mêmes processus

Mêmes informations

Mêmes prix de gros

Mêmes produits de gros

Une facturation identique

Des fournitures identiques



Autres opérateurs

Connaissances

Parce que partager notre savoir aide chacun à mieux comprendre les enjeux de POST et du monde qui nous entoure.

Objectifs de développement durable :



DUOday

4 personnes en situation de handicap ont passé une journée en binôme avec un collaborateur de POST.

AKIM ZIADI, POST Technologies, (à d.) a accueilli YANNICK VEILLARD (à g.)

Lëtzböx

Premier PostPack confié à un artiste luxembourgeois, Alain Welter, et édité à 5.000 exemplaires



**En 2019,
la philatélie,
c'est :**

- Le prix du **design award** pour le bloc timbre de **John Grün**
- La publication d'un nouveau livre « **Dat ass Lëtzebuerg!** » n°7
- **2 timbres Europa** avec la fonction réalité virtuelle
- Plus de **22.000 euros** remis à la Fondation Grande-Duchesse Charlotte suite à la vente des timbres et cartes de Noël

HACKATHON LUX4GOOD

2^e hackathon « Lux4Good » organisé par InTech

pour mettre les nouvelles technologies au service de projets à impact social ou environnemental

Action solidarité

Prise en charge des frais télécoms pendant un mois pour les clients touchés par la tornade qui a frappé le sud du pays en août 2019



POST a mené une grande action de solidarité qui a permis de collecter et d'assembler 472 mètres de tricot,

transformés ensuite en couvertures à destination du centre d'accueil Norbert Ensich de la Croix-Rouge. Dix euros étaient versés par POST pour chaque mètre tricoté et de nombreux collaborateurs ont cédé leurs chèques-cadeaux de fin d'année en faveur de l'association.



POST et InTech ont soutenu le Forum *Stand, Speak, Rise Up* qui s'est tenu à Luxembourg.

InTech, en collaborant avec l'ONG *We are NOT Weapons of War* de l'avocate française, Céline Bardet, et en développant une application permettant aux victimes de se signaler, contribue à améliorer la réponse aux violences sexuelles dans les zones sensibles.

Via l'application Phil27 développée par InTech, POST offre la possibilité à tous les jeunes jusqu'à 27 ans, d'acheter des tickets à prix réduit pour la Philharmonie.

En 2019, 332 jeunes en ont bénéficié.



125.000 colis de l'e-commerce non réclamés ou non retournés

par les destinataires ont été remis à la Spëndchen, le centre national de collecte et de tri pour les dons vestimentaires.



588 

stagiaires et étudiants accueillis en 2019



769 jours

consacrés par les collaborateurs à des partages de compétences externes (par ex. cours donnés dans les écoles)

En savoir +
postgroup.lu/

(Rapport intégré 2019, Annexes p. XIII)



En 2019, 31 cabines téléphoniques ont été données aux communes

et ont trouvé une nouvelle vie pour collecter des dons ou des livres.



— Parce que nous nous préoccupons de l'impact de nos activités sur l'environnement.

Objectifs de développement durable :



POSE DE LA PREMIÈRE PIERRE DU NOUVEAU SIÈGE DE POST LUXEMBOURG

D'ici 2022, près de 1.000 collaborateurs intégreront le nouveau siège de POST Luxembourg. Le bâtiment, d'une surface d'environ 28.000 m² (hors sol), comportera 9 étages et 4 sous-sols. Il accueillera des bureaux et un Espace POST au rez-de-chaussée.

POST LUXEMBOURG INVESTIT DANS LE DURABLE

Le nouveau bâtiment de POST s'inscrit parfaitement dans la stratégie RSE (responsabilité sociale d'entreprise) du Groupe, en respectant des critères de construction écologique très stricts

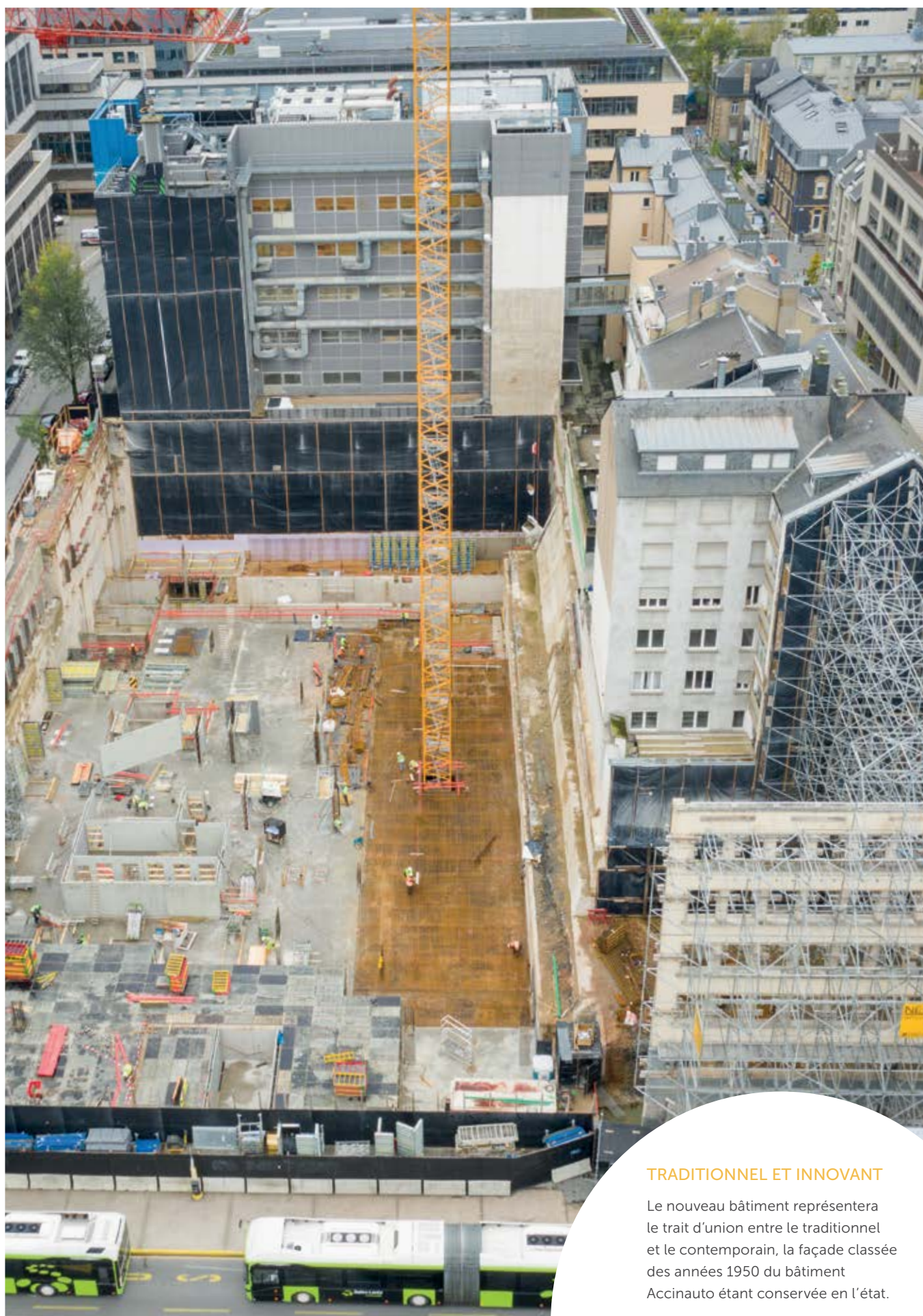
comme l'intégration d'une climatisation via des dalles actives, la récupération des eaux de pluie, la gestion automatisée des éclairages, l'utilisation de matériaux naturels et un soin apporté à l'acoustique. Grâce à une solution d'avant-garde utilisant un bac à glace de 2.110 m³ ainsi que la récupération de chaleur du data centre voisin, le nouveau siège de POST Luxembourg sera, avec le bâtiment Weierbaach à la Cloche d'Or, le deuxième immeuble du Groupe sans émissions carbone directes. POST Luxembourg vise avec cet immeuble pour la troisième fois, après les bâtiments Mercier et Editus, une certification de la DGNB¹.

NOS PRINCIPAUX INVESTISSEMENTS IMMOBILIERS :

- Luxembourg-Cloche d'Or (bâtiment Weierbaach)
- Luxembourg-Gare
 - bâtiment Mercier
 - futur siège en construction
- Centre logistique (Roost)

¹ Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen, organisation allemande pour la construction durable





TRADITIONNEL ET INNOVANT

Le nouveau bâtiment représentera le trait d'union entre le traditionnel et le contemporain, la façade classée des années 1950 du bâtiment Accinauto étant conservée en l'état.



En 2019, lors du premier

Green Postal Day,

POST Luxembourg et d'autres postes ont annoncé avoir atteint leur objectif de réduction de leurs émissions de CO₂ cumulées de 20 % (par rapport à 2008). Les efforts dans ce sens seront poursuivis.



2.114 anciens GSM et smartphones collectés en 2019

dans nos points de vente pour leur donner une seconde vie ou être recyclés (campagne eReUse menée avec Caritas)

Un nouveau procédé pour le traitement des eaux

du système de refroidissement de nos data centres, plus économe en eau et en produits d'entretien

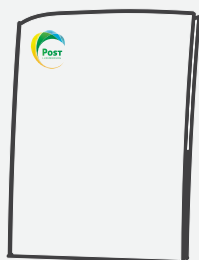


JOSIANE PROBST, POST Courrier

10 nouveaux Paxster électriques

commandés en 2019 vont nous aider à réduire nos émissions de CO₂.

30 % de nos tournées facteurs se font à pied ou avec un véhicule électrique.



Plus de la moitié de nos clients

(téléphonie mobile) ont opté pour une facture électronique.

Les extraits de compte papier sont de moins en moins sollicités

par les détenteurs d'un compte chèque postal (-42% en un an).



Remplacement de nos anciens éclairages par du LED

En 2019 : bâtiment Bian (Luxembourg-Cloche d'Or) - centre de tri - data centre Betzdorf



Des vélos électriques

permettent à nos collaborateurs de se déplacer entre nos sites de Luxembourg-Gare et Cloche d'Or.



+ de 1 tonne de marc de café

a été collectée en 2019 dans nos bureaux et sert d'engrais à Co-Labor.

Signataire du manifeste

« Zéro plastique à usage unique »

Victor Buck Services



Nos PostPack, nos enveloppes et les sacs de nos shops sont produits avec du papier certifié d'origine durable ou recyclé.



Les fontaines à eau

dans nos bureaux sont alimentées par l'eau de distribution.

63 sites de POST Luxembourg engagés dans

le tri sélectif des déchets.



Le toit de notre centre de tri a été équipé d'un champ de panneaux photovoltaïques d'une puissance de 740 kWp,

ce qui correspond à la consommation annuelle de plus de 170 ménages.

¹ kWp : kilowatt-peak ou kilowatt-crête est la puissance maximale d'un dispositif

Notre gouvernance

POST Luxembourg est un établissement public qui est régi par la loi du 10 août 1992 portant création de l'entreprise des postes et télécommunications telle qu'elle a été modifiée par la suite. Cet établissement public a une vocation commerciale et financière, ce qui le distingue de tous les autres établissements publics au Luxembourg.

POST a la particularité d'être une entité multi-métiers, dont chacun est régulé et évolue dans des secteurs hautement concurrentiels.

Ceci augmente sensiblement la complexité de la gouvernance, en comparaison à une entreprise d'une taille comparable, ayant des structures plus monolithiques. Il s'agit, en effet, d'instaurer une excellente coordination entre les différentes entités de l'organisation et ses partenaires, le tout en respectant les règlements officiels, normes et statuts très variés des différents métiers.

Alors que pour les métiers postal et télécom, POST est considérée comme étant l'opérateur prépondérant sur le marché national, elle occupe plutôt une

niche dans son métier finance. Ceci ne la dispense cependant pas de mettre en place et d'assurer le contrôle et la conformité réglementaire requise pour pouvoir opérer sur un marché très bancarisé.

La présence simultanée sur plusieurs marchés concurrentiels, aux tendances d'évolution très différentes, pose un défi particulier à la gouvernance pour assurer la profitabilité à géométrie variable de toutes les entités de l'entreprise.

Le Conseil d'administration

16 membres

8

Représentants de l'État (actionnaire unique)

6

Représentants du personnel

2

Administrateurs indépendants

3 comités spécialisés émanant du Conseil d'administration : Comité d'audit, Comité de gestion des risques, Comité de nomination et de rémunération

Ses missions :

- définir les grandes orientations de POST Luxembourg et la stratégie du Groupe POST Luxembourg
- contrôler la gestion du directeur général et de son Comité exécutif

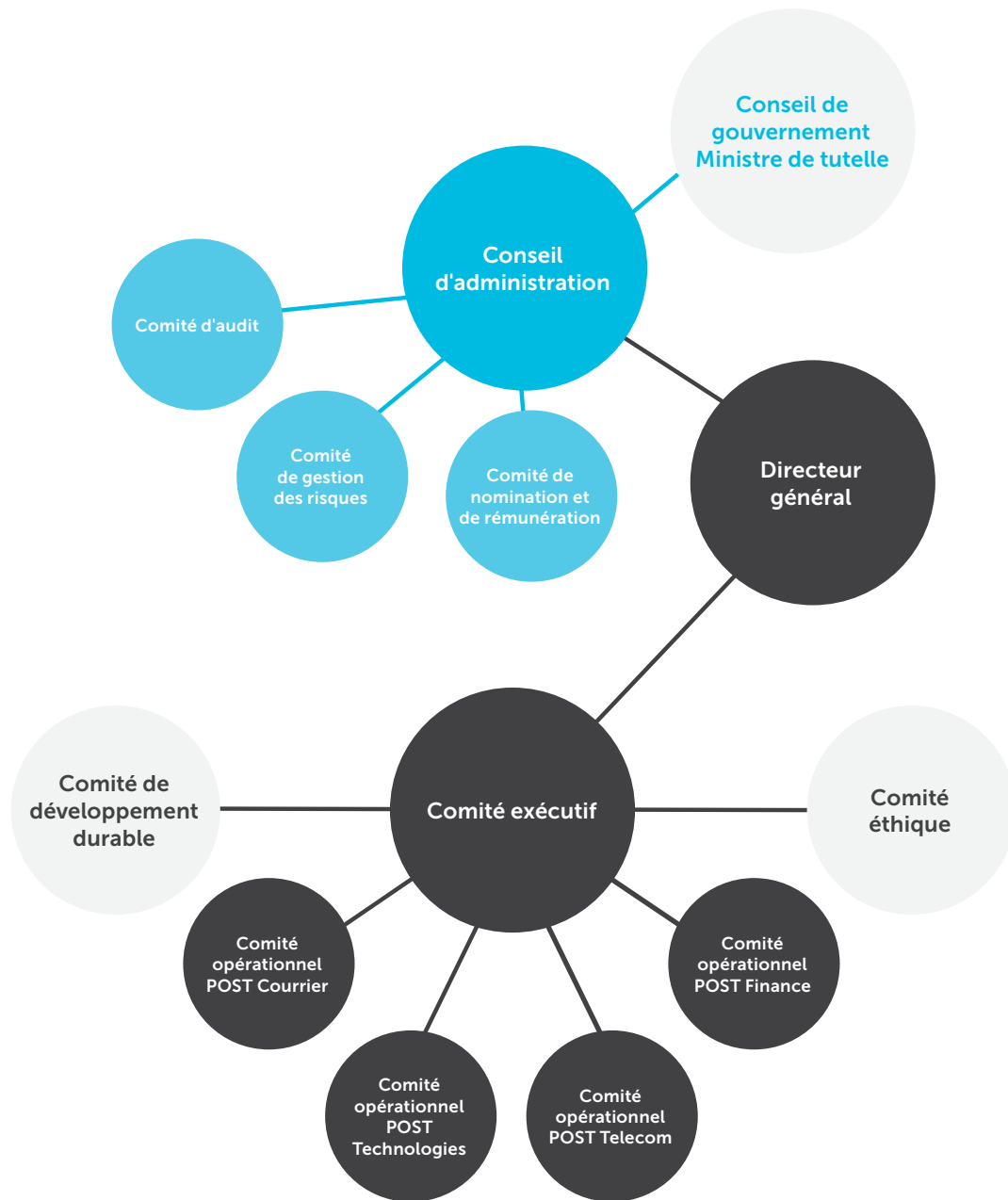
Nombre de réunions en 2019

10	Conseils d'administration dont 2 réunions consacrées au suivi de la mise en œuvre de la stratégie 2018-2022
7	Comités d'audit
3	Comités de gestion des risques
3	Comités de nomination et de rémunération

Taux d'assiduité

96,87 % au Conseil d'administration

87 % aux Comités spécialisés



Les organes de gouvernance sont le Conseil d'administration et le directeur général. Le Comité exécutif est chargé d'assister le directeur général dans l'exercice de son mandat. Le directeur général délègue aux membres du Comité exécutif la responsabilité d'exercer certaines de ses attributions, dont la direction des différents métiers. Des comités opérationnels (dont font partie les directeurs responsables) assurent la gestion journalière de chaque métier et se réunissent, à l'instar du Comité exécutif, de manière hebdomadaire.

Les sociétés filiales de POST Luxembourg sont gérées, chacune, par un Conseil d'administration et une direction.

Notre structure interne de gouvernance de la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) s'articule autour de quatre fonctions et entités-clés :

- Une directrice RSE, membre du Comité exécutif, qui rend régulièrement compte de nos actions RSE à la direction et au Conseil d'administration ;
- Une responsable RSE, entrée en fonction en juin 2019, qui a notamment coordonné la réalisation des rapports intégrés 2018 et 2019 ;
- Un Comité de développement durable au sein duquel chacune de nos lignes métiers (Courrier, Finance, Technologies,

Telecom) et certaines activités transversales sont représentées (RH, Achats, Garage, Bâtiments, etc.) ;

- Chaque société filiale intégrée à ce rapport a un délégué RSE.

Le Comité de développement durable et les délégués RSE de nos filiales ont tout particulièrement contribué à la réalisation de ce rapport intégré.

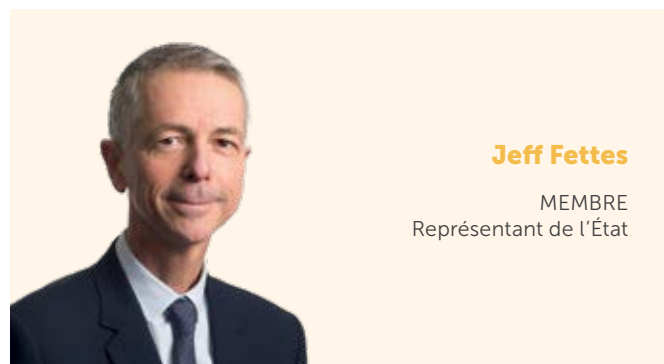
LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'administration de POST Luxembourg définit la politique générale de l'entreprise. Il privilégie une gestion responsable et orientée sur le long terme pour développer les activités de l'entreprise dans le souci d'en assurer la rentabilité. Ses décisions tiennent compte des intérêts légitimes de l'Etat (actionnaire unique), des clients et des collaborateurs de POST Luxembourg.

Membres du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration est constitué de 16 membres, dont huit représentent l'actionnaire unique, six sont des représentants du personnel élus parmi les collaborateurs de l'entreprise et deux sont des administrateurs indépendants issus de la société civile.

Le Conseil d'administration est composé des membres suivants, nommés par le gouvernement :





Sandra Denis
MEMBRE
Représentante de l'État



Anne-Catherine Ries
MEMBRE
Représentante de l'État



Ricky Wohl
MEMBRE
Représentant de l'État



Hans-Ulrich Hügli
MEMBRE
Administrateur indépendant



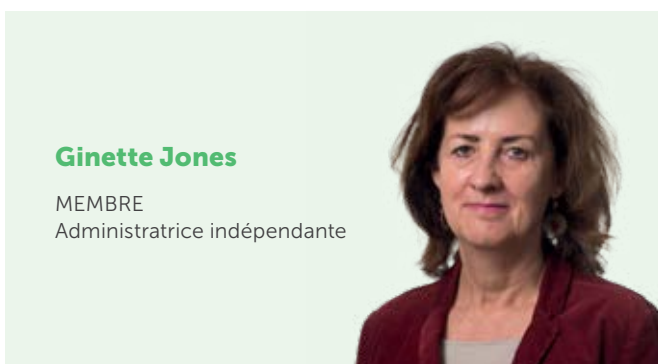
Pierre Da Silva
MEMBRE
Représentant du personnel



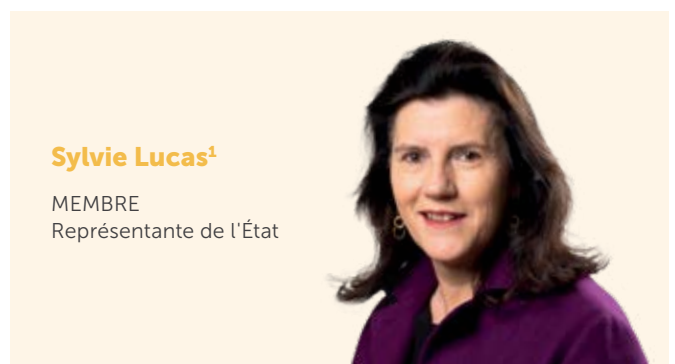
Gilbert Goergen¹
MEMBRE
Représentant du personnel



Raymond Juchem
MEMBRE
Représentant du personnel



Ginette Jones
MEMBRE
Administratrice indépendante



Sylvie Lucas¹
MEMBRE
Représentante de l'État

¹ Gilbert Goergen et Sylvie Lucas ont remplacé, respectivement, Claude Ruckert et Gaston Stronck, au sein du Conseil d'administration de POST Luxembourg le 01/10/2019.

Au-delà de sa grande et nécessaire diversité au plan des secteurs d'activités représentés, le Conseil d'administration de POST se caractérise par une représentativité de femmes à hauteur de 31 % pour 69 % d'hommes.

Activités du Conseil d'administration en 2019

Le Conseil d'administration a, au cours de l'année 2018, élaboré, avec le Comité exécutif, un plan d'action pour la mise en œuvre et le suivi de la nouvelle stratégie de POST Luxembourg.

Le Conseil d'administration a discuté et pris des résolutions en relation avec tous les sujets pertinents, en particulier avec ceux concernant les comptes annuels statutaires et consolidés 2018 de POST et du Groupe POST Luxembourg.

Le Conseil d'administration a analysé les différents rapports et recommandations qui lui ont été soumis par ses comités spécialisés et par le Comité exécutif et a pris des décisions en relation avec notamment les acquisitions, respectivement les cessions de participations financières et les développements stratégiques.

Comités spécialisés

Afin d'assurer que le Conseil d'administration puisse prendre de façon optimale des décisions dans l'intérêt de POST Luxembourg, plusieurs comités spécialisés qui préparent les décisions du Conseil d'administration ont été mis en place. Ces comités spécialisés sont composés de membres du Conseil d'administration.

Comité d'audit

Président : Hans-Ulrich Hügli

Vice-président : Serge Allegrezza,
Jean-Luc Kamphaus,
Anne-Catherine Ries,
Marie-Josée Ries

Le Comité d'audit analyse et avise les comptes annuels du Groupe POST Luxembourg, de POST Luxembourg et de POST Telecom. Il avise les budgets et fait le suivi de son exécution au niveau du Groupe.

En 2019, le Comité d'audit a suivi l'activité de la fonction « compliance » de POST Finance, le respect des consignes liées à l'Equivalence of Input (garantie par POST d'un traitement identique de l'ensemble des opérateurs au niveau des produits de gros d'accès large bande) et la mise en place de la réglementation sur la protection des données à caractère personnel.

Il a accompagné la mise en place des recommandations de l'Audit interne et de la lettre des recommandations du réviseur d'entreprises.

Comité de gestion des risques

Président : Hans-Ulrich Hügli

Vice-président : Serge Allegrezza,
Jean-Marie Heyder,
Jean-Luc Kamphaus,
Anne-Catherine Ries,
Marie-Josée Ries

Le Comité de gestion des risques a suivi les risques majeurs de POST Luxembourg et, en particulier, les risques liés à la sécurité de l'information.

Comité de nomination et de rémunération

Président : Serge Allegrezza

Vice-président : Jean-Luc Kamphaus,
Ginette Jones,
Sylvie Lucas,
Jeff Fettes

Le Comité de nomination et de rémunération a validé les modifications au système de rémunération des membres du Comité exécutif. Il a évalué la performance du directeur général et avisé celle des autres membres du Comité exécutif.

RÉMUNÉRATION

Rémunération des membres du Conseil d'administration

La structure de rémunération des membres du Conseil d'administration pour l'exercice de leurs mandats au sein de POST Luxembourg est caractérisée par l'allocation d'une indemnité fixe et de jetons de présence, dont les montants sont fixés par le gouvernement en conseil, sur base d'une proposition du Comité de nomination et de rémunération, transmise par le Conseil d'administration au gouvernement.

Les membres du Conseil d'administration siégeant dans des comités spécialisés bénéficient également de jetons de présence.

Rémunération des membres du Comité exécutif

La rémunération des membres du Comité exécutif est déterminée par le Conseil d'administration, sur proposition du Comité de nomination et de rémunération.

Elle se compose d'une rémunération fixe et d'une partie variable, dont le montant est fixé sur base d'une évaluation réalisée annuellement par le Comité de nomination et de rémunération et par le Conseil d'administration.

Aucune personne ne peut être impliquée dans les travaux du Comité de nomination et de rémunération concernant sa propre rémunération.

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL ET LE COMITÉ EXÉCUTIF

Le directeur général a le pouvoir de prendre toutes les décisions nécessaires ou utiles concernant l'objet¹ de POST Luxembourg, sous réserve des approbations requises par la loi, dont celles du Conseil d'administration. Le Comité exécutif est chargé d'assister le directeur général dans l'exercice de son mandat. Le Comité exécutif est constitué du directeur général, qui en est également le président, de deux directeurs généraux adjoints et d'au moins deux directeurs. Le directeur général délègue aux membres du Comité exécutif la responsabilité d'exercer certaines de ses attributions, par exemple, la direction des différents métiers ou encore de différentes fonctions de support.



De g. à d. : Cliff Konsbruck, Valérie Ballouhey-Dauphin, Gaston Bohnenberger, Claude Strasser, Pierre Zimmer et Hjoerdis Stahl.

Le Comité exécutif

En charge de la gestion journalière de POST Luxembourg
6 membres

Claude Strasser
Directeur général

Hjoerdis Stahl
Directrice générale adjointe
Directrice POST Courrier & Bâtiments et Facility Management

Pierre Zimmer
Directeur général adjoint
Chief Strategy Officer

Valérie Ballouhey-Dauphin
Directrice POST Finance & RSE

Gaston Bohnenberger
Directeur POST Technologies
(infrastructures télécoms)

Cliff Konsbruck
Directeur POST Telecom (commercialisation
de nos produits et services télécoms) & IT

Le Comité exécutif est entouré de directeurs en charge d'activités transversales :

Claude Olinger	Directeur des Ressources Humaines
Gabriel de La Bourdonnaye	Directeur Juridique et Compliance
Isabelle Faber	Directrice Brand et Communication ²
Luc Welter	Directeur Expérience client
Luca Tagliabue	Directeur financier

¹ Selon l'article 3 de la loi du 10 août 1992 (telle que modifiée par la suite), l'objet de POST Luxembourg prévoit la prestation des services postaux, de télécommunications et des services financiers postaux.

² Depuis le 1^{er} avril 2020

Notre gestion des risques

— POST, en tant qu'entreprise fournissant des activités essentielles pour le maintien des intérêts vitaux de la population et du pays, est inévitablement exposée à une multitude de risques qui peuvent affecter la réalisation de ses objectifs, sa capacité à fournir les produits et services auprès de ses clients, voire porter atteinte à sa réputation.

Pour identifier et répondre proactivement à ces risques, POST s'est dotée d'un système de gestion des risques dont l'objectif est double :

Se prémunir contre les événements indésirables ayant une incidence sur notre stratégie, nos processus opérationnels ainsi que sur notre conformité aux lois et règlements en vigueur

Identifier et se saisir des opportunités pour générer de la valeur à la fois pour l'entreprise, mais aussi pour ses clients et partenaires

LE DISPOSITIF DE GESTION DES RISQUES

POST a défini et déployé un système de gestion des risques inspiré des lignes directrices de la norme internationale ISO 31000:2018 (management des risques), qui permet d'évaluer et de traiter de manière systématique et efficace l'ensemble des risques de l'entreprise, qu'ils soient stratégiques, opérationnels, financiers, légaux ou liés à la sécurité de l'information. Ce dispositif a été revu et mis à jour en 2019 afin de l'aligner sur les meilleures pratiques du marché.

Le chief risk officer (CRO), directement rattaché au directeur général, est chargé de la coordination de la gestion des risques dans l'entreprise. Il est notamment

responsable d'encadrer le déploiement du dispositif de gestion des risques (définition du cadre, sensibilisation, etc.) et de superviser la bonne exécution du processus d'identification, d'évaluation et de reporting des risques à tous les niveaux de l'entreprise. Pour cela, il s'appuie sur un réseau d'« operational risk managers » dont le rôle consiste à coordonner les analyses au niveau de leur métier respectif. Cette organisation décentralisée permet une approche à la fois transversale et spécifique à chaque métier.

Les risques significatifs sont identifiés et priorisés en termes d'impacts et de probabilité. Le processus d'identification, de priorisation et de traitement est réalisé lors de sessions d'examen régulières avec les responsables opérationnels de

chaque métier concernant les risques d'entreprise et avec les gestionnaires de projets concernant les risques liés aux projets stratégiques. Ces registres de risques sont discutés au sein des comités opérationnels de chaque métier et au sein des comités de pilotage des grands projets.

La liste agrégée des risques significatifs qui en résulte est ensuite revue par le directeur général et soumise au Comité exécutif. Les principales conclusions sont communiquées et discutées avec le Comité de gestion des risques du Conseil d'administration. Ces étapes du processus assurent un lien solide entre les structures opérationnelles et les organes de gouvernance de l'entreprise.

LES RISQUES DE L'ENTREPRISE

La gestion des risques est étroitement liée aux piliers stratégiques définis par la direction :

Expérience client	L'évolution rapide des attentes des clients, des modes de consommation, des technologies ainsi que la demande de produits et services personnalisés augmentent la difficulté à offrir une qualité de service suffisante dans un contexte de pression concurrentielle et d'optimisation des ressources.
Engagement	Nos collaborateurs sont notre principale ressource. Disposer des savoir-faire et des compétences nécessaires pour garantir l'efficacité de nos processus et satisfaire nos clients est clé. Une pénurie de ressources, un défaut d'attractivité/de rétention et/ou un manque d'engagement des collaborateurs peut avoir une incidence majeure sur nos activités.
Rentabilité	Outre son statut d'opérateur historique, POST évolue dans un environnement particulièrement concurrentiel et opère des services en pleine croissance, matures ou en déclin. Cette situation génère autant de risques que d'opportunités qu'il est essentiel de mesurer afin de garantir la croissance du chiffre d'affaires et la préservation des marges.

Du point de vue opérationnel, POST fait face à certains risques majeurs inhérents à ses activités :

Continuité d'activités	Défaillances techniques, erreurs opérationnelles, cyberattaques, épidémies, dommages aux infrastructures ou perte de ressources critiques ne sont que quelques scénarios pouvant conduire à une perte de qualité ou à une interruption des services et / ou produits et, par ce biais, avoir un impact sérieux sur nos revenus et notre réputation. La survenance de tels événements n'est pas toujours sous le contrôle de POST. C'est pourquoi il est essentiel de déployer des mesures de continuité sur les processus critiques. En ce sens, un système de gestion de la continuité des activités (BCMS) performant est primordial.
Cybersécurité	De par sa propre transformation digitale et la nature des services de POST, les cyberattaques constituent une menace croissante pour la sécurité de POST et l'ensemble de ses clients. Consciente de ces enjeux, POST déploie et améliore constamment les mesures de détection, de protection et de réaction afin de prévenir les risques et de limiter l'impact d'atteinte malveillante visant à voler ou détruire des données, altérer le fonctionnement normal des systèmes ou réaliser des opérations illégitimes.
Chaîne d'approvisionnement	Le succès opérationnel de POST dépend en grande partie de ses fournisseurs et partenaires-clés. Les chaînes d'approvisionnement deviennent de plus en plus complexes et globales, les événements indésirables le long de ces chaînes d'approvisionnement peuvent avoir un impact sur la livraison en temps opportun des produits et services fournis et sur leur qualité et / ou quantité. Un système de gestion des risques de la chaîne d'approvisionnement permet de mieux se prémunir d'un défaut de ses fournisseurs.
Protection des données	Assurer la protection des données à caractère personnel et un traitement de ces données dans le respect strict des droits des personnes concernées est une priorité absolue pour POST. Le risque de manquements ponctuels à la réglementation RGPD ¹ pourrait avoir des conséquences importantes sur la crédibilité et sur l'image de marque de l'entreprise.

¹ Règlement général sur la protection des données

Nos reconnaissances et certifications

NOUVEAU EN 2019

CISCO Partner Awards 2019 :

« **Partner of the Year Belux** »

POST Telecom S.A.

« **Meraki Partner of the Year** »

POST Telecom S.A.

ICT Luxembourg Awards 2019 :

« **Inspirational ICT Personality of the Year** » (Special Jury Awards)

Pierre Zimmer,

POST Luxembourg

« **Cloud Innovation Provider of the Year** »

EBRC S.A.

« **ICT Business Partner of the Year** »

POST Telecom S.A.

Information Security Day Luxembourg :

« **IS Personality of the Year** »

Mohamed Ourdane,

POST Luxembourg

DataCloud Global Awards 2019 :

« **Data Center CyberSecurity Award** »

EBRC S.A.

Cybersecurity Week Luxembourg :

« **DPO of the Year** »

Stéphane Omnes,

POST Luxembourg

Leaders League, Trophées du Droit 2019
(Suisse/Luxembourg) :

« **Meilleure Direction Juridique** »

direction Juridique & Compliance

POST Luxembourg

Media Awards 2019 (TV/Cinéma) :

« **GOLD** », campagne PackUp

POST Luxembourg

Best Workplaces 2019 :

2^e dans la catégorie

« **Grandes Entreprises** »

InTech S.A.



Digital Communication Award :
« **Best CR¹ & Annual Report** »
Rapport intégré 2018
POST Luxembourg

¹ Corporate Responsibility

Sécurité

- DataCloud Global Awards 2019 : « Data Center CyberSecurity Award », EBRC S.A. **NEW**
- ISO 27001 : Information Security Management, POST Telecom S.A. + Victor Buck Services S.A. + EBRC S.A.
- ISO 22301 : Business Continuity Management, EBRC S.A.
- ISO 27018 : Cloud Privacy, EBRC S.A.
- Hébergeur de Données de Santé (HDS) : EBRC S.A.
- 3 data centres certifiés Tiers IV Design (Uptime Institute/ USA) : EBRC S.A.

Employabilité

- Best Workplaces 2019, 2e dans la catégorie Grandes Entreprises (Great Place to Work/L) : InTech S.A. **NEW**
- Actions Positives – Agir pour l'égalité des femmes et des hommes au travail (Gouvernement du Grand-Duché du Luxembourg – Ministère de l'Égalité/L) : Victor Buck Services S.A.
- Charte de la Diversité (Institut pour le mouvement sociétal/L) : POST Luxembourg + POST Telecom S.A. + EBRC S.A.



Nos autres certifications :

- Entreprise Socialement Responsable (Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité d'Entreprise, L) : POST Luxembourg + EBRC S.A.
- UN Global Compact (ONU) : Victor Buck Services S.A.

Éthique

- Agrément PSF (CSSF/L) : Victor Buck Services S.A. + POST Telecom S.A. + Michel Greco S.A. + POST Finance + EBRC S.A.
- Fairtrade Zone (Fairtrade Lëtzebuerg/L) : POST Luxembourg

Produits

- CISCO Partner Awards 2019 : « Partner of the Year Belux », POST Telecom S.A. **NEW**
- CISCO Partner Awards 2019 : « Meraki Partner of the Year », POST Telecom S.A. **NEW**
- ICT Luxembourg Awards 2019 : « ICT Business Partner of the Year », POST Telecom S.A. **NEW**
- ICT Luxembourg Awards 2019 : « Cloud Innovation Provider of the Year », EBRC S.A. **NEW**
- ISO 9001 : Quality Management System, EBRC S.A.
- ISO 20000 : Information Technology Service Management, EBRC S.A.
- Microsoft Gold Partner – Application Development, Editus S.A.
- Microsoft Silver Partner – Data Analytics option Data Analytics, Editus S.A.
- Kentico Gold Partner, Editus S.A.
- Google Partner Premier, Editus S.A.
- PSDC (Prestataire de Services de Dématérialisation ou de Conservation) (ILNAS, Institut luxembourgeois de la normalisation, de l'accréditation, de la sécurité et qualité des produits et services/L) : Victor Buck Services S.A.
- Made In Luxembourg (Chambre de Commerce/L) : Victor Buck Services S.A. + Editus S.A.
- Datacore Partner (USA) : POST Luxembourg

Terre

- ISO 50001 (système de management de l'énergie), EBRC S.A. **NEW**
- ISO 14001 (système de management environnemental), EBRC S.A.
- DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen, D) : bâtiments Mercier + Kayl, pré-certification du nouveau siège social à Luxembourg-Gare : POST Luxembourg
- SuperDrecksKëscht (Ministère du Développement durable et des Infrastructures/L) : POST Luxembourg + EBRC S.A. + Editus S.A. + Victor Buck Services S.A. + POST Telecom S.A.
- FSC (Forest Stewardship Council) : POST Luxembourg + EBRC S.A. + Victor Buck Services S.A. + Editus S.A.
- Lean&Green (Cluster for Logistics/L) : POST Luxembourg

* En vigueur au 31.12.2019

Évaluation externe de ce rapport

LETTRÉ DU COMITÉ D'ÉVALUATION PAR LES PARTIES PRENANTES EXTERNES (CEPPE)

Le Comité d'évaluation par les parties prenantes externes, ci-après dénommé « CEPPE », a le plaisir de partager ses conclusions d'analyse du rapport intégré 2019 du Groupe POST Luxembourg. Cette lettre présente l'opinion des membres, en tant qu'experts. Le comité s'est réuni le 22 avril 2020 avec la directrice RSE, le directeur financier, la chargée de communication liée au projet et la responsable RSE de POST Luxembourg, afin de rendre compte de ses observations et recommandations sur le rapport intégré 2019 du Groupe POST Luxembourg.

Pour information, l'édition 2019 du rapport intégré du Groupe POST Luxembourg a été élaborée pour répondre à trois enjeux :

- **Augmenter la transparence et la visibilité** sur nos enjeux métiers et sur notre stratégie 2018-2022 « Mir sinn d'POST » ;
- **Proposer une vue plus concrète sur la création de valeur** à nos différentes parties prenantes et montrer le caractère d'intérêt vital et unique de nos métiers, qui sont tous confrontés à des environnements très concurrentiels et au défi de maintenir la rentabilité de leurs activités ;
- **Garantir l'accessibilité du support** (démarche initiée en 2018) auprès de

nos parties prenantes – collaborateurs, particuliers, clients professionnels et tous ceux qui sont intéressés par les activités du Groupe POST Luxembourg.

À propos du processus d'évaluation

Convaincue de l'approche d'évaluation par les parties prenantes initiée en 2013 pour son premier rapport RSE, POST Luxembourg a soumis, à nouveau, son rapport intégré 2019 à la consultation de ses parties prenantes externes.

Cette évaluation n'inclut pas la vérification des données chiffrées.

Le Comité d'évaluation était composé, en 2020, des experts suivants :



M. Erny Huberty,
responsable Corporate Marketing,
Enovos Luxembourg S.A. ;



M. Jean-François Rodriguez,
directeur du pilotage et de la
performance RSE, Groupe La
Poste, France ;



M. Norman Fisch,
secrétaire général de l'Institut
national pour le développement
durable et la responsabilité
sociale des entreprises (INDR),
Luxembourg.

Pour cette édition comme pour les

précédentes, le processus d'évaluation du rapport par un échantillon de parties prenantes externes a porté son attention sur les trois questions prioritaires suivantes :

1. Qualité du contenu :

Le rapport intégré 2019 du Groupe POST Luxembourg respecte-t-il les principes de définition de contenu et de pertinence des thématiques présentées ?

2. Qualité du rapport :

Le rapport intégré 2019 du Groupe POST Luxembourg respecte-t-il les principes de qualité ?

3. Recommandations :

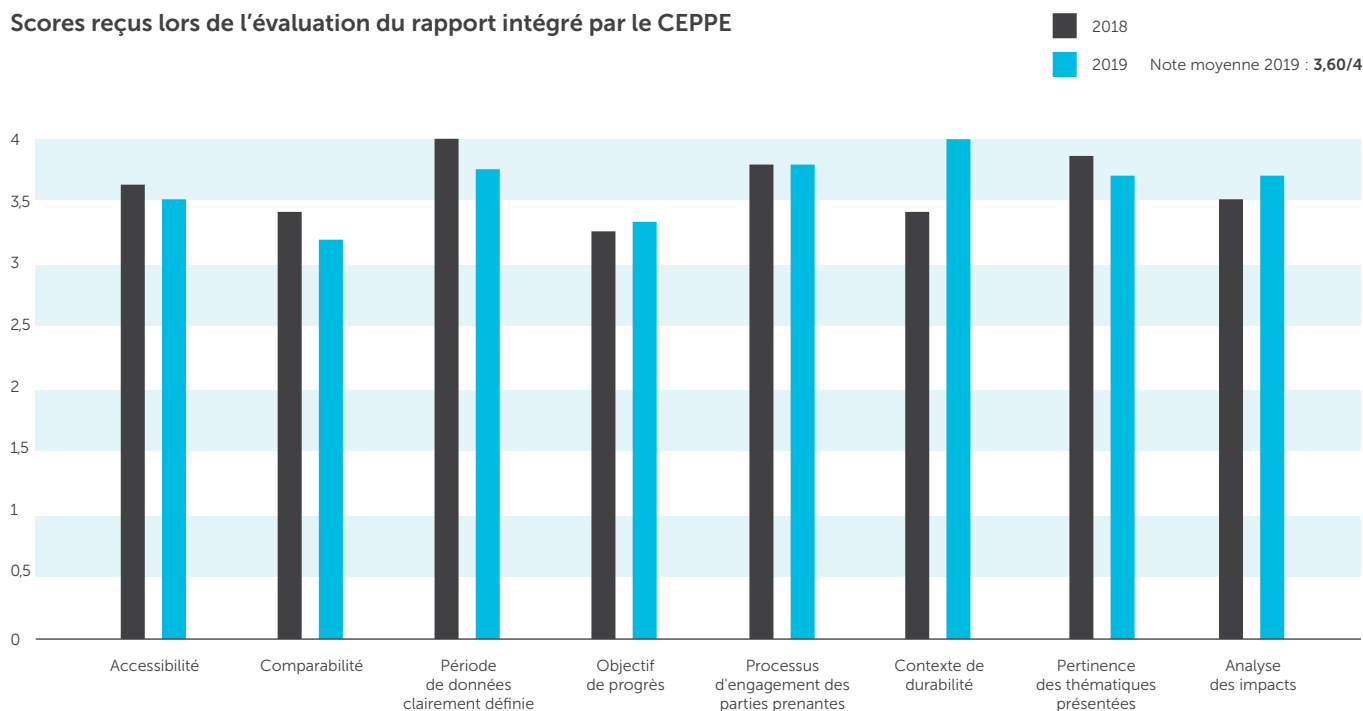
Les recommandations énoncées lors du comité d'évaluation pour le rapport intégré 2018 par le CEPPE ont-elles été prises en compte dans le rapport intégré 2019 ? Quels sont les principaux points de satisfaction et de développement pour les prochaines publications ?

Synthèse des observations et recommandations du CEPPE

Les membres du CEPPE s'accordent pour relever les points d'attention suivants quant au rapport intégré :

1. La qualité du support est soulignée :
 - a. les témoignages apportent une authenticité au contenu ;
 - b. le style journalistique avec des interviews facilite la lecture (même si la

Scores reçus lors de l'évaluation du rapport intégré par le CEPPE



compréhension nécessite un certain niveau de connaissance) ;

- c. la structuration du rapport, fondamentale pour une entreprise multi-métiers donne, ici, une vision d'entreprise intégrée malgré des secteurs d'activités différents ;

- 2. Le contexte de durabilité est établi dans l'interview de Claude Strasser et de Serge Allegrezza, attestant que la RSE est portée au plus haut niveau de la hiérarchie ;

- 3. La volonté d'établir des liens entre les évolutions des marchés et les stratégies métiers, jusqu'aux objectifs et réalisations RSE en intégrant les ODD est réussie. Les enjeux métiers ont été décrits, notamment suite aux remarques du CEPPE sur le rapport intégré 2018 ;

- 4. Ce rapport intégré présente une « transparence financière raisonnable » ;

- 5. L'ajout d'une double page sur la gestion des risques est considéré comme une valeur ajoutée, de même que l'implication très claire qui y est décrite des lignes métiers dans la prise en compte de ces risques au plan des offres mises à disposition (ex. cybersécurité).

RECOMMANDATIONS

Les recommandations émises en 2019 s'adressaient à la revue du rapport intégré 2018 du Groupe POST Luxembourg. Leur

prise en considération dans le présent rapport intégré est en progression mais nécessite de poursuivre nos efforts, plusieurs recommandations étant déjà présentes dans le rapport 2018, voire dans les rapports précédents.

Les critères de qualité et de contenu du rapport ont été évalués sur une échelle de 1 à 4 (de 1-pas du tout d'accord à 4-tout à fait d'accord) avec une moyenne de satisfaction de **3,60 sur 4** quant à la qualité du contenu et à la qualité de l'information, soit une note équivalente par rapport à la note moyenne obtenue pour le rapport intégré 2018 (3,59/4).

Malgré le niveau de maturité élevé mentionné par les experts, chacun a pris soin d'identifier pour le prochain rapport intégré du Groupe POST Luxembourg des recommandations visant à améliorer le rapport tel que présenté et la démarche RESPECT de manière plus générale :

- Approfondir encore les liens entre la démarche RESPECT, les objectifs de développement durable et les stratégies métiers et présenter le business model de création de valeur pour nos parties prenantes ;
- Gagner en pédagogie au niveau des acronymes internes et de leur imbrication (la démarche RSE RESPECT, les valeurs MOSEL, la stratégie « Mir sinn d'POST »), le lecteur ne percevant pas nécessairement leur portée respective ;

- Comparer nos résultats à des benchmarks équivalents (par exemple, au niveau employabilité en utilisant des indicateurs nationaux) ou, à défaut de trouver des benchmarks adaptés à POST au niveau comparabilité, définir et communiquer – a minima pour les indicateurs-clés de POST – des objectifs clairs et chiffrés, à moyen et long terme, dont l'évolution sera présentée d'une année à l'autre ;

- Affirmer plus distinctement, dans la dimension Terre en particulier, comment nous fixons nos cibles à atteindre et comment nous évaluons notre performance environnementale pour les deux dimensions-clés que sont, pour POST, les bâtiments et la mobilité. S'inspirer pour cela des bonnes pratiques (système de management environnemental, ISO 14001. etc.) pour tout ou une partie de nos activités.

Une nouvelle fois, POST tient à remercier les parties prenantes externes pour ces échanges constructifs qui nous permettent à la fois d'améliorer notre reporting extra-financier d'année en année mais également notre feuille de route RSE. Ces échanges nourrissent nos réflexions sur les principaux enjeux du Groupe POST. L'avis et les recommandations du CEPPE sont partagés avec le Comité exécutif ainsi qu'avec le Comité de développement durable qui pilote la feuille de route RSE.

Nous remercions nos clients et nos collaborateurs qui ont contribué à la réalisation de ce document.

À PROPOS DE CE RAPPORT :

Il s'agit du troisième rapport intégré de POST Luxembourg qui s'attache à présenter notre vision à long terme et notre stratégie. Copiloté par l'équipe RSE et l'équipe communication, ce rapport rend compte des performances et réalisations du Groupe pour l'exercice 2019. **Il vise à renforcer le dialogue avec l'ensemble de nos parties prenantes, dans une démarche volontaire de transparence et de sensibilisation à nos enjeux de responsabilité sociale d'entreprise.**

Les informations présentées sont arrêtées au 31 décembre 2019.

Le périmètre du reporting extra-financier est identique à celui de l'exercice 2018, à savoir :

POST Luxembourg¹, en tant que maison-mère, et ses filiales :

EBRC S.A.²

Editus S.A.³

InTech S.A.⁴

Michel Greco S.A.⁵

POST Telecom S.A.¹

Victor Buck Services S.A.⁶

Les résultats des autres filiales figurent au titre du reporting financier uniquement. Afin de nous améliorer en continu, nous avons également, comme chaque année, soumis ce rapport aux vérifications et validations internes du Comité exécutif et du Comité de développement durable de POST Luxembourg et à nos filiales faisant partie du périmètre de reporting extra-financier. Il a également fait l'objet d'une revue externe par un « Comité d'évaluation par les parties prenantes externes » (CEPPE) composé d'experts RSE nationaux et internationaux,

dont l'opinion et les remarques pertinentes nous invitent à nous améliorer chaque année (lire en p. 82).

Le présent rapport intégré est à disposition de nos parties prenantes sur notre intranet et sur notre site Internet (www.postgroup.lu).

Conception et rédaction

POST Luxembourg

Réalisation artistique et graphique

Vanksen

Crédits photo

Anthony Dehez (DB Création), pages 8, 15, 17, 19, 22, 23, 25, 28, 31, 33, 35, 36, 40, 41, 42, 45, 47, 48, 53, 74, 75, 77

Dominique Gaul, page 21

FreeLens, pages 5 et 7

Ministère de l'Environnement, du Climat et du Développement durable
Administration de la gestion de l'eau,
page 63 (capteur IoT)

Luxemburger Wort – Pierre Matgé, page 69

Maison Moderne, page 57

Wili, page 12

Relecture

Talk2u

¹ www.post.lu / www.postgroup.lu

² www.ebrc.com

³ www.editus.lu

⁴ www.intech.lu

⁵ www.greco.lu

⁶ www.victorbuckservices.com

À PROPOS DE L'IMPRESSION DE CE RAPPORT :

Le rapport intégré 2019 a été imprimé à 400 exemplaires par l'imprimerie REKA, qui s'est engagée à compenser son impact environnemental.

Toutes les copies papier ont été transmises à des partenaires et clients de POST Luxembourg. Le choix a été fait cette année de ne pas imprimer les annexes et les comptes annuels consolidés qui sont uniquement disponibles en version digitale.

**Retrouvez sur
www.postgroup.lu**



**Rapport intégré 2019
du Groupe POST Luxembourg
et ses annexes**

+

**Comptes annuels 2019
consolidés**





Annexes



Principales participations
de POST Luxembourg II

Nos engagements RSE :
réalisations 2019 et objectifs
à moyen / long terme III

Principales associations
professionnelles où POST et ses
filiales sont représentées XVII

Les chiffres-clés du métier
télécom & ICT XVIII

Les chiffres-clés du métier
courrier & logistique XIX

Les chiffres-clés du métier finance XX

Chiffres-clés de la RSE et tableau
des performances extra-financières XXI

PRINCIPALES PARTICIPATIONS DE POST LUXEMBOURG

**REPRÉSENTANTS DE POST
LUXEMBOURG DANS LES CONSEILS
D'ADMINISTRATION**

POST Telecom S.A.	100 %	Composition du Conseil de surveillance de POST Telecom identique au Conseil d'administration de POST Luxembourg
POST Capital S.A.	100 %	Le Conseil d'administration de POST Capital est composé de 8 administrateurs, tous membres du Conseil d'administration de POST Luxembourg.
EBRC S.A.	100 %	Claude Strasser (président) Pierre Zimmer Cliff Konsbruck Gaston Bohnenberger
Editus Luxembourg S.A.	100 %	Claude Strasser (président) Hjoerdis Stahl Pierre Zimmer Luc Welter
InTech S.A.	100 %	Claude Strasser Pierre Zimmer (président) Cliff Konsbruck Marco Van Maris
Victor Buck Services S.A.	100 %	Claude Strasser (président) Hjoerdis Stahl Pierre Zimmer Valérie Ballouhey-Dauphin
i-Hub S.A.	100 %	Claude Strasser (président) Pierre Zimmer Valérie Ballouhey-Dauphin Gabriel de La Bourdonnaye
Michel Greco S.A.	100 %	Hjoerdis Stahl (présidente) Achim Taylor Angelo Piras Isidro Marques
Ainos S.A.	100 %	Pierre Zimmer (président) Cliff Konsbruck
Elgon S.A.	100 %	Pierre Zimmer (président) Cliff Konsbruck
Visual Online S.A.	51 %	Gaston Bohnenberger (président) Gabriel de La Bourdonnaye
JOIN Experience S.A.	100 %	Claude Strasser Pierre Zimmer Cliff Konsbruck Gabriel de La Bourdonnaye (président) Romain Lanners
Digora S.A.S.	32,6 %	Pierre Zimmer



Rentabilité

SOUS-THÈMES

OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

OBJECTIFS PRIORITAIRES

CRITÈRES DE PERFORMANCE

Rentabilité et croissance durable



- Assurer une profitabilité durable
- Diversifier les activités
- Relier performance financière et extra-financière
- Résultats financiers acceptables
- Croissance organique et externe
- Cohérence entre performance financière et extra-financière

Contribution au tissu économique et social du pays



- Investir dans l'économie
- Soutenir l'entrepreneuriat et l'innovation
- Investissements réalisés
- Initiatives réalisées

Marchés, concurrence et régulation



- Être leader sur nos marchés en respectant le cadre légal et réglementaire
- Nombre de sanctions
- Parts de marché

Gestion des risques



- Renforcer la culture du risque dans l'entreprise
- Déployer une stratégie de gestion des risques efficace
- Nombre d'heures de formation, sensibilisation à la gestion des risques
- Mesure de la variation des risques rapportés

En quoi la rentabilité du Groupe POST Luxembourg est-elle impérative ?

Acteur de référence de l'économie nationale, le Groupe POST Luxembourg a la responsabilité d'offrir des services et produits utiles, fiables et performants tout en relevant un défi de taille du fait de la très grande diversité de nos clients (ménages, entreprises, institutions nationales et internationales, tous secteurs d'activité confondus). Assurer une croissance raisonnable de nos métiers et entités dans des secteurs hautement concurrentiels implique la poursuite de nos stratégies de diversification et d'innovation au sein de chacune de nos activités. Tout en considérant que nos investissements dans les infrastructures servent l'avenir du pays et que notre position en tant que premier employeur du pays nous rend responsable de l'employabilité de nos collaborateurs, notre Groupe se doit de rester attentif à préserver sa rentabilité dans une perspective à moyen / long terme.

PRINCIPALES RÉALISATIONS 2019

POST Luxembourg :

- Augmentation soutenue de notre chiffre d'affaires organique
- Vive croissance de nos activités ICT et logistique
- Maîtrise de l'état des effectifs
- Acquisition de 100 % des parts de Elgon et Ainos
- Amélioration de l'EBITDA et du bénéfice net

Dans nos filiales :

- Intégration de la gestion documentaire collaborative (AdminTech) à l'offre de services de Victor Buck Services avec le produit Docunify
- Go live de i-Hub, filiale spécialisée en KYC (vérification forte de l'identité d'un client) avec, comme premier client, POST Finance
- Concrétisation de projets en lien avec une nouvelle activité : le spatial (InTech)

Le Groupe (POST Luxembourg & filiales du périmètre RSE) :

- 119 millions d'euros d'investissements en 2019

POST Luxembourg :

- Déploiement de la fibre optique (voir dans réalisations PRODUITS p.X)
- Prestation du service universel au niveau postal

- Aucune sanction en 2019

- Opérateur prépondérant au niveau télécom : 48 % de parts de marché au niveau du mobile et 62,3 % au niveau de l'accès Internet fixe¹
- POST Finance figure parmi les établissements/banques de détail au Luxembourg qui traitent le plus grand volume de transactions

POST Luxembourg :

- Processus de gestion des risques déployé sur l'ensemble des métiers
- Formation des operational risk managers et sensibilisation des chefs de département au nouveau système de gestion des risques
- Réalisation d'analyses de risques, incluant des reportings au Comité exécutif et au Comité de gestion des risques

OBJECTIFS À MOYEN / LONG TERME

POST Luxembourg :

- Continuer les efforts d'amélioration de la performance financière

Dans nos filiales :

- Poursuivre le développement commercial de notre filiale i-Hub, des produits d'électroniques imprimés et commercialisation de Docunify (Victor Buck Services)

POST Luxembourg :

- Améliorer le processus d'appréciation des risques : exécuter une double approche (top-down et bottom-up) pour définir les risques principaux ; renforcer la pertinence des analyses par l'intervention d'experts thématiques le cas échéant ; élargir le périmètre des analyses à l'ensemble des fonctions et projets majeurs de l'entreprise ; améliorer la qualité et la fréquence du reporting et du suivi des indicateurs / actions de mitigation.
- Mettre à jour la procédure de gestion de crise existante (tenant compte des procédures existantes de gestion des incidents critiques)
- Renforcer la collaboration avec les fonctions de la 2^e et 3^e ligne de défense (audit interne, information security et compliance)

¹ ILR, 31/12/2019



Employabilité

SOUS-THÈMES

OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

OBJECTIFS PRIORITAIRES

CRITÈRES DE PERFORMANCE

Développement des compétences



- Contribuer au développement personnel des collaborateurs

- Nombre moyen d'heures de formation

Qualité de vie au travail



- Assurer un bon environnement de travail

- Investissement dans l'environnement de travail

- Garantir la santé au travail

- Taux d'absentéisme

Diversité



- Encourager l'égalité des genres et des chances
- Encourager la diversité générationnelle
- Encourager la diversité ethnoculturelle
- Favoriser l'inclusion des collaborateurs en situation de handicap

- Équité de rémunération hommes / femmes
- Répartition de l'effectif par nationalité
- Favoriser l'inclusion des collaborateurs en situation de handicap

Recrutement & mobilité interne



- Recruter les profils requis
- Faciliter la mobilité interne des collaborateurs

- Nombre de recrutements
- Nombre de collaborateurs ayant bénéficié de la mobilité interne

Pourquoi l'employabilité de nos collaborateurs est-elle une priorité ?

Parce que dans un monde qui évolue rapidement, nous sommes convaincus qu'il est essentiel de développer les compétences de chacun. Nous offrons des opportunités de développement professionnel et personnel via des formations internes ou externes et grâce à la mobilité interne. Nous investissons dans la qualité de vie au travail en promouvant un environnement sain, performant et convivial.

PRINCIPALES RÉALISATIONS 2019

OBJECTIFS À MOYEN / LONG TERME

Le Groupe :

- 14 heures de formation en moyenne en 2019 et par collaborateur

POST Luxembourg :

- Près de 300 collaborateurs candidats à « POSTalents », un cycle de formation permettant aux collaborateurs d'acquérir de nouvelles compétences
- Formalisation d'un modèle de compétences et de comportements internes pour tous les collaborateurs afin de soutenir la stratégie 2018-2022 « Mir sinn d'POST »
- Publication d'un livre blanc sur le « change management » à l'attention des chefs d'équipe (incluant des recommandations très pratiques) et échanges réguliers entre le réseau d'ambassadeurs du changement (Change Net) et les directions des lignes métiers
- Lancement des « Midis de la formation » avec plus de 350 participants aux 7 séances organisées sur des thèmes aussi variés que le « mindful working », la cybersécurité ou la prise de parole en public
- 29 cours en e-learning proposés en 2019 (+ 11), ayant enregistré, au total près de 3.250 participations (nouveaux produits, sécurité de l'information, obligations réglementaires, etc.)
- Programme de formation de 6 semaines systématique pour les nouveaux facteurs, nomination de 11 facteurs formateurs (facteurs expérimentés) dans les centres de distribution et nouvelle formation commerciale développée en 2019 pour les conseillers de POST Courrier
- 5 jeunes inscrits, en 2019, à la formation modulaire proposée aux futurs techniciens télécoms (Léierbud)

POST Luxembourg :

- Mise en place d'actions découlant des résultats de l'enquête de climat interne réalisée en 2018 (café-discussions, réunions de concertation transversale des différents niveaux de management, vis-ma-vie, etc.)
- Investissements dans de nouvelles machines qui améliorent les conditions de travail des collaborateurs du centre de tri et réduction des heures supplémentaires au niveau postal suite à des réorganisations internes

Dans nos filiales :

- Mise en place d'un environnement de travail à distance favorisant le télétravail et la mobilité des commerciaux (Editus)
- Fourniture d'équipements de protection individuels et adaptés : protections auditives et chaussures de sécurité (Victor Buck Services)
- InTech récompensé à nouveau par un award Best Workplaces 2019 (Great Place to Work)

Le Groupe :

- Taux d'absentéisme : 5,4 % (+ 0,4 points par rapport à 2018)

POST Luxembourg :

- Programme lancé en 2019 d'optimisation de la présence au travail incluant des mesures de prévention (aménagement de l'environnement de travail) et un suivi en continu d'indicateurs d'absence maladie par les managers de proximité
- Nos actions santé 2019 : 200 vaccins antigrippe, 112 dossiers traités par l'équipe d'assistance psychosociale interne, 40 check-up santé gratuits pour les 50+, 70 séances individuelles d'ergonomie au poste de travail
- 66 personnes sont bénéficiaires en 2019 d'un reclassement interne, car présentant une incapacité d'exercer les tâches liées à leur dernier poste de travail

Le Groupe :

- 83 % de salariés sont couverts par une convention collective qui prône l'équité de traitement
- 87 % du personnel a bénéficié d'entretiens annuels d'évaluation et d'évolution de carrière
- 18 % des collaborateurs ont moins de 30 ans, 61 % ont entre 30 et 50 ans et 21 % ont plus de 50 ans
- 50 nationalités représentées
- 30 collaborateurs en situation de handicap

POST Luxembourg :

- Participation active au groupe de travail interentreprises de l'IMS sur le handicap et au contenu du guide (*Handi*)Cap' Emploi, donnant aux entreprises des informations sur l'inclusion de personnes en situation de handicap
- Extension des petits déjeuners annuels de la diversité sur d'autres sites (centre de tri à Bettembourg et centre logistique à Roost)

Dans nos filiales :

- Mise en place d'un nouvel outil d'évaluation continue, évolutif, rythmé mensuellement, trimestriellement et annuellement pour les quelque 200 employés de Victor Buck Services

Le Groupe :

- 4.652 collaborateurs¹
- 488 embauches / 418 départs / taux de rotation de 9,4 %
- Encouragement de la mobilité intragroupe (avec filiales) et entre les métiers tant au niveau des équipes (ex. Cyberforce) qu'au niveau des dirigeants

POST Luxembourg :

- Déploiement des Job days, permettant en une journée – via des tests – de mieux cibler les futures recrues et en plus grand nombre : 7 Job days réalisés en 2019, plus de 1.000 CV reçus, une centaine de candidats accueillis et 49 embauches
- Redéfinition de notre stratégie d'employer branding
- Plus de la moitié des postes vacants en 2019 ont été comblés par des mobilités internes (127 au total sur l'année)

Le Groupe :

- Développer les compétences des collaborateurs via de la formation, du mentoring ou de l'e-learning pour renforcer les compétences métiers, développer les soft skills ou rappeler les exigences de sécurité et réglementaires

POST Luxembourg :

- Réussir, avec les lignes métiers, le défi de l'engagement de tous nos collaborateurs et promouvoir nos comportements au quotidien dans les recrutements, les évaluations et les promotions
- Finaliser la standardisation des descriptions de poste des fonctions existantes au sein de POST (2019 : 70 %)
- Intégrer systématiquement la dimension « change management » dans les grands projets

POST Luxembourg :

- Préparer la mise en place des conditions pour le télétravail
- Élaborer une charte en matière de conciliation vie privée / vie professionnelle
- Renégocier la convention collective pour les collaborateurs sous convention POST Luxembourg

Dans nos filiales :

- Trouver des solutions et alternatives de mobilité et de stationnement à Kayl (Editus, InTech, i-Hub)

POST Luxembourg :

- Poursuivre le plan de prévention et de réduction de l'absentéisme
- Formaliser une politique en matière de prévention et de gestion de la consommation de substances psychoactives

¹ Périmètre de consolidation financière



Sécurité

SOUS-THÈMES

OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

OBJECTIFS PRIORITAIRES

CRITÈRES DE PERFORMANCE

Sécurité de l'information et des données



- Assurer une sécurité optimale de l'information et des données

- Nombre de plaintes adressées à la CNPD pour manquements en relation avec le RGPD³

Sécurité des équipements et infrastructures



- Assurer la sécurité des équipements et infrastructures

- Nombre d'incidents graves (nombre de ruptures de continuité de service)

Sécurité au travail



- Garantir la sécurité sur les lieux de travail

- Nombre d'accidents de travail / trajets / maladies professionnelles

Pourquoi la sécurité est-elle un élément-clé de la réussite du Groupe POST Luxembourg ?

Parce que la nature des risques liés à nos activités évolue et que la criminalité informatique représente une menace croissante. Parce qu'il est tout aussi capital d'assurer la sécurité sur les lieux de travail, la sécurité de nos équipements et de nos infrastructures que de sécuriser l'information et les données de nos clients. Nous adaptions continuellement nos équipements et procédures internes pour renforcer cette sécurité et voulons rester pour nos clients un partenaire de confiance.

PRINCIPALES RÉALISATIONS 2019

Le Groupe :

- Regroupement des compétences en termes de cybersécurité au sein du Groupe (Cyberforce) et création d'un service de Cyberdéfense, entité transversale composée d'experts de POST et de EBRC, qui réalise un monitoring sécurité des clients afin de prévenir les attaques en assurant une réaction rapide
- Sensibilisation continue en 2019 sur la protection des données à caractère personnel, sur la sécurisation des mots de passe et sur la « clean desk policy »¹

POST Luxembourg :

- Awards 2019 : « Data Protection Officer of the Year » pour Stéphane Omnes et « IS Personality of the Year 2019 » pour Mohamed Ourdane (POST Luxembourg)²
- Alignement des méthodologies d'analyse de risques et des critères d'impacts entre le chief risk officer et le chief information security officer et développement d'un outil interne pour le suivi de ces risques et des plans d'action associés

PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES :

- 4 plaintes enregistrées auprès de la CNPD par des personnes physiques pour manquements en relation avec le RGPD³ et 36 demandes d'exercice de droits RGPD traitées
- Lancement du système de management de la protection des données et des contrôles de premier (ligne métier) et deuxième niveau (data protection officer)
- Audit CNPD sur la fonction de data protection officer (DPO) : sur 11 points de contrôle, seuls 2 ont fait l'objet d'une remarque de l'autorité de contrôle
- Formation RGPD suivie par 225 collaborateurs pour un total de 740 heures de formation dispensées

Dans les filiales :

- Nomination d'un data legal advisor chez Editus et d'un data protection officer chez Victor Buck Services
- Extension de la certification ISO 27001 (sécurité des systèmes d'information) aux solutions « customer communication services » et « content services » (Victor Buck Services)
- Mise en place d'addenda contractuels RGPD avec les fournisseurs et/ou clients critiques (Victor Buck Services)

POST Luxembourg :

- Aucun incident signalé à l'Institut luxembourgeois de régulation (ILR) dans le domaine des infrastructures mobiles / aucun incident majeur au niveau des data centres
- Sensibilisation récurrente des collaborateurs aux fondamentaux de la sécurité : port du badge et gestion des accès
- Audit sur la sécurité physique liée aux distributeurs automatiques de billets (POST Finance)

Le Groupe :

- Taux global d'accidents de travail et de trajet en baisse à 3,8 %

POST Luxembourg :

- État des lieux et recommandations au niveau des accès physiques aux bâtiments par zones

Dans nos filiales :

- Formation de 5 % des employés - soit 19 personnes - aux interventions de premiers secours et d'évacuation (Editus)

OBJECTIFS À MOYEN / LONG TERME

Le Groupe :

- Renforcer la résilience et le monitoring sécurité de nos systèmes critiques (IT et Telecom) par le SOC (Security Operation Center) et renforcer notre capacité à réagir aux incidents de sécurité en favorisant l'automatisation de la réaction
- Mettre en place un groupe de travail avec d'autres CISO (chief information security officer) au Luxembourg afin d'échanger sur les bonnes pratiques et les thématiques communes
- Poursuivre la sensibilisation des collaborateurs aux thématiques liées à la sécurité et à la protection des données (e-learning)

POST Luxembourg :

- Protection des données personnelles : à moyen terme, promouvoir des pratiques quotidiennes transparentes et exemplaires en termes d'éthique et de respect de la vie privée. Sur le plus long terme, obtenir la reconnaissance formelle de notre éthique par une certification (par des organismes accrédités)
- Étendre les aspects liés au RGPD dans les flux d'achats : insertion systématique d'un addendum contractuel RGPD, prise en compte et mesure du niveau de conformité au RGPD de nos fournisseurs, réalisations d'audits, etc.
- Garantir la conformité avec la directive « Network and Information System Security » (NIS) afin d'assurer un niveau de sécurité élevé et commun pour les réseaux et systèmes dans l'Union européenne

¹Politique en matière de rangement au bureau consistant à laisser son espace de travail sans papiers et rangé à la fin de la journée

²Cybersecurity Week Luxembourg 2019 / Information Security Day Luxembourg 2019

³RGPD est le Règlement général sur la protection des données

personnelles entré en application le 25 mai 2018 / la CNPD est la Commission nationale pour la protection des données

⁴La sûreté se réfère aux actes de malveillance et la sécurité aux événements accidentels.



Produits

SOUS-THÈMES

OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

OBJECTIFS PRIORITAIRES

CRITÈRES DE PERFORMANCE

Accessibilité



- Développer l'accessibilité à nos produits et services

- Diversité des accès (physiques / en ligne / mobiles)

- Degré de couverture géographique de services-clés et du réseau d'interfaces / points de contact clients

- Compréhension / utilisation aisée des produits et services

Qualité



- Maintenir une haute qualité de nos services et produits

- Évolution des indicateurs de qualité

Utilité sociale et écoresponsabilité de nos services et produits



- Inventorier les services et produits socialement utiles et écoresponsables
- Élaborer des critères ESG à intégrer dans la conception et le développement des produits et services

- Évolution du nombre de services et produits intégrant des critères ESG dans leur conception, développement et diffusion

Le Groupe POST Luxembourg est prestataire de services publics et universels qui s'adressent à toute la population et soutiennent le développement économique. Face à l'évolution des habitudes et des modes de consommation, nous voulons améliorer l'expérience client en mettant l'accent sur l'accessibilité et la qualité de nos services et produits. Nous voulons aussi nous différencier de la concurrence en innovant et en intégrant les notions d'utilité sociale et d'écoresponsabilité.

PRINCIPALES RÉALISATIONS 2019

POST Luxembourg :

- Lancement de eboo, la nouvelle application bancaire de POST Luxembourg, en 2019, auprès des collaborateurs de POST Luxembourg.
- 100^e station PackUp inaugurée en 2019 et accessible 7j/7 et 24h/24
- 6.446 heures hebdomadaires d'ouverture cumulées d'accès à nos points de vente (Espaces POST, bureaux de poste et commerces partenaires)
- 85.000 clients ont téléchargé l'app MyPOST (+ 142 % en un an) pour le suivi des consommations et la gestion d'options.
- Possibilité offerte depuis 2019 de commander un forfait de téléphonie mobile SCOUBIDO / carte SIM en ligne avec ou sans appareil et livraison à domicile ou dans une station PackUp

POST Luxembourg :

- Plus vaste réseau de vente du pays avec 111 points de contact (Espaces POST, bureaux de poste et points POST dans des commerces partenaires). 77 % de nos sites disposent d'aménagements pour les personnes à mobilité réduite.
- 98,4 % de la population est couverte par la 4G de POST (en hausse)
- 69,3 % des ménages sont raccordables à la fibre optique (avec accès Internet allant jusqu'à 1 Gbit/s) et 98,4 % peuvent profiter de vitesses allant jusqu'à 100 Mbit/s (en hausse)
- 50 localités sont fibrées à 100 %
- Premiers tests de connexion 5G qui permettra d'offrir une meilleure connectivité dans les zones difficilement accessibles

POST Luxembourg :

- 3.400 installations BAMBOO (Internet haut débit / télévision / téléphonie fixe) réalisées par nos clients eux-mêmes (Do it yourself) en 2019

POST Luxembourg :

- Réduction des temps d'attente lors de l'ouverture d'un compte bancaire
- Indicateurs de qualité au niveau de la distribution du courrier en national en hausse : 98 % du courrier est livré en J+2 (surlendemain du jour de dépôt) et 99,4 en J+3
- 86 % des appels au 8002 8004 sont pris dans les 20 secondes au contact center télécom qui reçoit en moyenne quelque 1.300 appels quotidiens et est disponible 7j/7 et 24h/24
- Plus de 100.000 lignes utilisent déjà la technologie IP (Internet Protocol)

POST Luxembourg :

- Poursuite de la convention avec l'Office National de l'Accueil (ONA, ex-OLAI) pour la fourniture par POST Finance de compte courant/carte à destination des demandeurs de protection internationale
- Poursuite de la convention avec la Caisse Nationale de Santé (CNS) pour la prise en charge des encaissements aux guichets postaux des chèques au porteur émis pour leurs bénéficiaires
- 12 projets IoT (Internet of things) réalisés pour mieux gérer les bâtiments, les consommations d'énergie ou la mobilité

Dans nos filiales :

- Projet d'impression industrielle d'antennes électroniques écoconçues destinées à diverses applications RFID / BLE³ (Victor Buck Services)

OBJECTIFS À MOYEN / LONG TERME

POST Luxembourg :

- Proposer une expérience client omnicanale¹ et des interactions digitales et / ou humaines fluides avec nos clients
- Proposer la possibilité de demander une ouverture de compte courant en ligne
- Intégrer des services fixes et mobiles sur une plateforme de gestion et de facturation unique

POST Luxembourg :

- Poursuivre les transformations du dispositif opérationnel de POST Finance contribuant à faciliter l'autonomie du client : 8002 8004, eboo, i-Hub, cartes, ATM²
- Multiplier les points de vente ayant des heures d'ouverture élargies
- Mettre en place le réseau 5G (réseau mobile) et optimiser le déploiement de la fibre (réseau fixe), dont l'augmentation du nombre de localités fibrées à 100 %

POST Luxembourg :

- Généraliser le principe de « Do it yourself » à l'ensemble des produits télécoms self-install

POST Luxembourg :

- Implémenter une gestion proactive et structurée de la qualité au niveau des services financiers postaux
- Réduire le nombre d'avisés en proposant des points de récupération de nos colis dans les centres de distribution
- Proposer tous nos produits et services télécoms en all-IP d'ici 2025

POST Luxembourg :

- Poursuivre les échanges avec les acteurs de la microfinance au Luxembourg
- Commercialiser l'eSIM, qui en dématérialisant les cartes SIM classiques, permettra de réduire l'utilisation de plastique
- Développer un programme pour un usage responsable de son smartphone (notamment à destination des jeunes)
- Participer au premier test transfrontalier de conduite autonome dans le cadre du consortium européen 5GCroCo (www.5gcroco.eu)

Dans nos filiales :

- Décliner de l'acronyme RESPECT lors de nouveaux projets ou du développement de nouveaux produits (InTech / Victor Buck Services)

¹ La stratégie omnicanale repose sur une optimisation de l'ensemble des canaux de communication et de distribution avec nos clients afin d'améliorer leur expérience.

² ATM : automated teller machine / distributeurs automatiques d'argent

³ RFID / BLE : radio frequency identification / bluetooth low energy

Éthique

SOUS-THÈMES

OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

OBJECTIFS PRIORITAIRES

CRITÈRES DE PERFORMANCE

Gouvernance



- Avoir une gouvernance efficace

- Taux décisionnel et d'information des réunions du Conseil d'administration
- Diversité dans la composition du Conseil d'administration et du Comité exécutif (genre, âge, nationalités, secteurs représentés)

Compliance



- Respecter le cadre légal et réglementaire

- Nombre de sanctions pour non-respect du cadre légal / réglementaire

Éthique des affaires



- Parer aux conflits d'intérêt et à la corruption
- Faire respecter les règles / chartes et codes de conduite

- Nombre de cas de non-respect des dispositions législatives et règles internes
- Nombre d'affaires

Politique d'achats responsables



- Acheter local si possible
- Développer les pratiques d'achats responsables

- Pourcentage d'achats locaux

Pourquoi l'éthique est-elle importante pour le Groupe POST Luxembourg ?

Parce que nous sommes attentifs à ce que la conduite de nos affaires soit conforme au cadre légal et réglementaire, comme aux règles de conduite définies au sein de l'entreprise. L'éthique, ce sont aussi des critères responsables qui guident nos achats et le choix de nos fournisseurs. Enfin, l'éthique pour nous, c'est améliorer continuellement l'efficacité et la transparence de notre gouvernance.

PRINCIPALES RÉALISATIONS 2019

OBJECTIFS À MOYEN / LONG TERME

POST Luxembourg :

- Taux décisionnel et d'information des réunions du Conseil d'administration (100 % en 2019) ¹
- Représentativité au Comité exécutif de POST Luxembourg : 6 membres, dont 4 hommes et 2 femmes, 3 nationalités et 3 secteurs d'activités représentés
- Représentativité au sein du Conseil d'administration de POST Luxembourg : 16 membres, dont 11 hommes et 5 femmes, 8 représentants de l'État, 6 représentants du personnel et 2 administrateurs indépendants, 4 nationalités et 7 secteurs d'activité
- POST Finance : création d'un Comité opérationnel élargi et d'une plateforme d'échanges entre chefs de service / section

Dans nos filiales :

- InTech : évolution vers une gouvernance décentralisée et participative

POST Luxembourg :

- Continuer à respecter les bonnes pratiques en matière de gouvernance d'entreprise découlant notamment de la réglementation du secteur financier

Le Groupe :

- Aucune sanction pour non-respect de la réglementation

POST Luxembourg :

- 169 dossiers traités avec la Cellule de renseignement financier du Parquet
- Création d'un premier compliance risk assessment (POST Finance)
- Gap analysis AML4 et AML5² (POST Finance) et lancement d'un plan d'action de mise en conformité
- Création d'une formation e-learning sur la compliance télécom
- Mise en application de la circulaire cloud computing (sous-traitance information) de la CSSF⁴ et adaptation des procédures de PSF de support⁵ (POST Telecom)
- Mise en conformité avec le nouveau cadre réglementaire sur « l'Equivalence of input » ou équité de traitement entre les opérateurs alternatifs et POST Telecom (POST Technologies)

Dans nos filiales :

- Identification précise des clients dans le cadre de la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme (Michel Greco S.A.)

POST Luxembourg :

- Préparer l'entrée en vigueur en 2021 de la directive dite « whistleblowing » sur la protection des personnes qui signalent des violations du droit de l'Union européenne
- Suivre les travaux parlementaires européens sur la future nouvelle directive postale (POST Courrier)
- Veiller à la finalisation de la mise en conformité réglementaire : AML4, AML5² et PSD2³ (POST Finance)
- Préparer l'entrée en vigueur de la loi transposant le nouveau code européen sur les communications électroniques (POST Telecom)

Dans nos filiales :

- Sensibiliser les collaborateurs aux thématiques liées à la compliance (e-learning) (Victor Buck Services)

POST Luxembourg :

- 6 demandes soumises au Comité éthique, en charge de veiller à l'application du code de conduite interne
- Mise à jour permanente de la liste des personnes politiquement exposées dans sa clientèle avec gestion des risques et mesures de vigilance adaptées (POST Finance)
- Refonte de la charte, de la politique et des principes de compliance (POST Finance)

POST Luxembourg :

- Revoir les politiques AML² (POST Finance)

POST Luxembourg :

- 64 % (+ 3 points) d'achats locaux du volume d'achat global ⁶

POST Luxembourg :

- Introduire des critères « fairtrade » au niveau de l'habillement professionnel

¹ Taux décisionnel : pourcentage de décisions prises par rapport aux propositions de décisions soumises (efficacité) / Taux d'information : pourcentage de réunions ayant donné lieu à une information aux collaborateurs (transparence)

² AML pour anti-money laundering / 4 et 5 pour 4^e et 5^e directive européenne contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme

³ La PSD2 (Payment Services Directive 2, en français « Directive sur les Services de Paiement ») prévoit un cadre légal commun pour le développement de services de paiement pour la zone euro et prévoit l'ouverture de ce marché à d'autres acteurs que les institutions financières.

⁴ La CSSF désigne la Commission de Surveillance du Secteur Financier qui est l'autorité de surveillance luxembourgeoise du secteur financier.

⁵ L'agrément de « Professionnel du secteur financier (PSF) de support » permet de prêter des services pour les acteurs du secteur financier.

⁶ Ce pourcentage est calculé en divisant le total des dépenses avec les fournisseurs locaux par le montant total des dépenses. Uniquement POST Luxembourg et POST Telecom.



Connaissances

SOUS-THÈMES

OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

OBJECTIFS PRIORITAIRES

CRITÈRES DE PERFORMANCE

Partage de savoirs et bonnes pratiques



- Développer le partage de savoirs et bonnes pratiques en interne et en externe

- Nombre d'heures consacrées aux initiatives de partage

Support à l'éducation et à l'apprentissage



- Proposer des stages

- Nombre de stages proposés

Engagement RSE local et international



- Soutenir les communautés locales et les sensibiliser aux enjeux du développement durable
- Développer nos relations avec les ONG et des plateformes métiers responsables

- Investissements au profit des associations et communautés locales

- Participation à des échanges de bonnes pratiques responsables

Patrimoine immobilier

- Préserver notre patrimoine immobilier

- Nombre de bâtiments classés monument / patrimoine national

Quel est le lien entre connaissances et responsabilité sociale ?

Partager notre savoir en interne et avec le monde extérieur aide chacun à mieux comprendre les enjeux de l'entreprise et du monde qui nous entoure. Le Groupe POST s'y emploie en encourageant le dialogue en interne, en partageant ses bonnes pratiques dans les écoles, en accueillant des étudiants en stage et en développant des partenariats avec le monde éducatif. Nous sensibilisons aussi les communautés locales au développement durable.

PRINCIPALES RÉALISATIONS 2019

OBJECTIFS À MOYEN / LONG TERME

Le Groupe :

- Relation continue avec plus de 10 écoles et l'Université du Luxembourg

POST Luxembourg :

- 769 jours consacrés par les collaborateurs à des partages de compétences externes (cours dans les écoles, foires de recrutement, etc.)
- Participation à 4 roadshows Hello Future (Fedil¹) pour promouvoir les métiers de l'ICT dans les lycées
- Organisation de conférences : IoT (Internet of things) et 5G

Dans nos filiales :

- Mécénat de compétences auprès d'ONG (InTech, EBRC)
- Organisation de deux hackathons (Lux4Good² et Space Hack³) et de la conférence WOOP autour du numérique (InTech)
- Animation de la communauté clients d'Editus au travers de l'Editus Marketing Académie (10 sessions en 2019)

Dans nos filiales :

- Développer un écosystème Tech4Good² au Luxembourg (InTech)

Le Groupe :

- 588 stagiaires et étudiants accueillis en 2019 (136 stagiaires / 452 étudiants)

POST Luxembourg :

- 0,5 MEUR investi dans les communautés locales (dons, sponsoring et autres contributions)
- Prise en charge des frais télécoms pendant un mois pour les clients touchés par la tornade qui a frappé le sud du pays en août 2019.
- 31 cabines téléphoniques données en 2019 aux communes pour collecter des dons ou des livres
- 332 jeunes ont bénéficié en 2019 de l'application Phil27 (développée par InTech et soutenue par POST) qui offre la possibilité à tous les jeunes jusqu'à 27 ans, d'acheter des tickets à prix réduit pour la Philharmonie
- 125.000 colis de l'e-commerce non réclamés ou non retournés par les destinataires ont été remis à la Spëndchen, le centre national de collecte et de tri pour les dons vestimentaires
- Grande action de solidarité qui a permis de collecter et d'assembler 472 mètres de tricots, transformés ensuite en couvertures à destination du centre d'accueil Norbert Ensch de la Croix-Rouge, incluant un don de 10 euros par mètre tricoté et la contribution de nos collaborateurs (remise des chèques-cadeaux de fin d'année)
- Premier PostPack « LëtztBox » confié à un artiste luxembourgeois, Alain Welter, et édité à 5.000 exemplaires

POST Luxembourg :

- Développer une démarche interne structurée autour du mécénat

Dans le Groupe :

- 13 lycéens accueillis lors de la journée dayCARE de découverte du monde du travail (POST Luxembourg, Editus)
- Soutien du Forum international *Stand Speak Rise Up* (Luxembourg) pour en finir avec le viol comme arme de guerre et les violences sexuelles dans les zones sensibles (POST Luxembourg, InTech)

POST Luxembourg :

- 4 personnes en situation de handicap accueillies lors du 2^e DUOday (en lien avec l'ADEM)
- Échanges permanents entre les 13 postes membres de la Transversale RADAR au sein de PostEurop (a minima 2 conférences téléphoniques et 1 meeting annuel)

Dans le Groupe :

- Poursuivre la sensibilisation des collaborateurs à la RSE et à ses enjeux

POST Luxembourg :

- Permettre à la Croix-Rouge d'organiser des collectes de sang dans nos locaux

POST Luxembourg :

- 11 bâtiments détenus par POST classés monument national, figurant sur l'inventaire des Sites et Monuments ou protégés au niveau communal (PAG)

POST Luxembourg :

- Développer un projet pour l'Hôtel des Postes dans le respect de ce patrimoine luxembourgeois
- Mener à bien le projet de construction et d'aménagement du futur siège de POST à Luxembourg-Gare, en veillant aux impacts environnementaux et en sauvegardant la façade Accinauto

¹ Fédération des Industriels Luxembourgeois

² Les initiatives Lux4Good ou Tech4Good ont pour ambition de mettre l'innovation numérique au service de projets impactants sur les plans sociaux : et / ou sociétaux.

³ Centré sur les technologies de l'aéronautique et du spatial



Terre

SOUS-THÈMES

OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

OBJECTIFS PRIORITAIRES

CRITÈRES DE PERFORMANCE

Constructions durables



- Construire durablement

- Nombre de bâtiments certifiés durables ou construits selon des règles de durabilité

Émissions de CO₂



- Diminuer nos émissions de CO₂ et nos consommations (énergie, transport, papier, etc.)

- Évolution des émissions de CO₂ et des consommations (énergie, transport, papier, etc.)

Déchets



- Gérer au mieux et réduire les déchets

- Évolution des déchets recyclés et non recyclés

Biodiversité



- Contribuer à la protection des écosystèmes et des espèces

- Nombre d'initiatives prises

Pourquoi le Groupe POST Luxembourg se préoccupe-t-il de son impact sur l'environnement ?

Le changement climatique crée des opportunités que nous entendons bien saisir, que ce soit en optimisant nos émissions de CO₂ liées à nos véhicules, nos data centres ou nos autres bâtiments, voire en diminuant nos consommations en énergie et nos déchets. Sans compter que toute économie en CO₂ se traduit par une réduction de nos coûts.

PRINCIPALES RÉALISATIONS 2019

Le Groupe :

- Confirmation de la baisse de nos émissions de CO₂ liées à l'énergie (soit 1.500 téqCO₂ - tonnes équivalent CO₂ - de moins en 5 ans) grâce à nos efforts constants d'efficacité énergétique au niveau de nos bâtiments. La consommation d'énergie compte pour 36 % de nos émissions globales de CO₂ en 2019.

POST Luxembourg :

- Collégalement avec d'autres opérateurs postaux, sous l'égide de l'IPC¹, POST Luxembourg a contribué en 2019 à l'objectif de réduction de 20 % des émissions globales de CO₂ des opérateurs depuis 2008, (considérant à la fois les émissions liées au transport et les émissions liées aux bâtiments). La contribution principale de POST a porté sur les bâtiments, notamment l'approvisionnement par 100 % d'énergie de sources renouvelables.
- Nouveau centre logistique (colis & télécoms) mis en service à Roost et accueillant près d'une centaine de collaborateurs (chauffage via une cogénération 100 % bois, éclairage LED, récupération des eaux pluviales pour les sanitaires, infrastructures pour charger les voitures électriques)
- Pose de la première pierre du nouveau siège de POST à Luxembourg-Gare qui sera le 2^e bâtiment administratif sans émissions carbone directes construit par POST au Luxembourg
- Installation photovoltaïque sur le toit du centre de tri à Bettembourg réalisée conjointement par Enovos et POST. L'installation, d'une puissance de 740 kWp, permet de couvrir la consommation annuelle de plus de 170 ménages.
- Installation d'un nouveau procédé pour le traitement des eaux du système de refroidissement de deux de nos data centres (Luxembourg-Gare et Windhof) réduisant, à la fois, la consommation de produit chimique anticorrosion et de sel d'adoucisseur et, à la fois, la consommation d'eau
- Installations d'éclairage LED dans nos bâtiments BIAN et centre de tri et diminution de la consommation d'énergie liée à l'éclairage de moitié au data centre situé à Betzdorf entre 2018 et 2019

Le Groupe :

- Réduction de la consommation de papier de 111 tonnes en un an, soit 158 téqCO₂ de moins. Le papier représente 12 % de nos émissions globales de CO₂ en 2019.
- Hausse de nos émissions liées au transport de quelque 300 téqCO₂ sur un an due à l'augmentation des kilomètres parcourus (distribution colis). Le transport compte pour 52 % de nos émissions directes de CO₂ globales en 2019.

POST Luxembourg :

PAPIER

- 22 % des clients CCP ont opté pour le paperless (un pourcentage en constante augmentation depuis 2015), permettant à POST Finance de réduire de manière constante ses volumes d'impressions papier
- Sensibilisation de nos clients à la facture électronique en 2019 : actuellement, 57 % de nos clients reçoivent leur facture de téléphonie mobile de manière digitale (+ 7 % en un an)
- Introduction de sachets papier et d'enveloppes « prêt-à-poster » en papier 100 % recyclé dans les nos points de vente

TRANSPORT

- Véhicules électriques : + 1 véhicule électrique en 2019 (total de 52), 10 nouveaux Paxster commandés (opérationnels en 2020) et plusieurs ebikes pour les déplacements entre nos sites à Luxembourg-Gare et Luxembourg Cloche d'Or (4 km de distance)
- 30 % de nos tournées de facteurs sont réalisées à pied ou avec un véhicule électrique. Nos véhicules électriques ont parcouru 450.000 km (soit 2,7 % du nombre total de km parcourus par l'ensemble de nos véhicules).

Le Groupe

- Un nouveau site SuperDrecksKëscht⁵ en 2019 (centre logistique à Roost) sur un total de 63 sites engagés dans le tri des déchets

POST Luxembourg :

- Participation au projet mené par Caritas (eReUse) et collecte en 2019 via nos bureaux de poste de 2.114 anciens GSM destinés à la revalorisation

POST Luxembourg :

- Gestion de près de 200 espaces verts dans le respect de la biodiversité (instauration du fauchage tardif, entretien d'une prairie mellifère à Bettembourg et non-recours aux herbicides et pesticides, compostage des tontes de pelouse, etc.)
- Première vente de miel de nos ruches POST à nos collaborateurs. Bénéfices attribués à un projet en faveur de la biodiversité.

OBJECTIFS À MOYEN / LONG TERME

POST Luxembourg

- Contribuer au nouvel objectif collégial des opérateurs postaux, sous l'égide de l'IPC¹, de réduction des émissions de CO₂ globales par lettre et par colis de 20 % d'ici 2025 (par rapport à 2014)
- Obtenir une certification DGNB² pour le futur siège de POST à Luxembourg-Gare (opérationnel en 2022)
- Mettre en place progressivement, d'ici à 2022, les recommandations des audits énergétiques réalisés pour 100 % de nos bâtiments
- Installer un champ de panneaux photovoltaïques sur le toit de notre centre logistique à Roost
- Déployer un nouveau procédé de traitement des eaux du système de refroidissement au data centre de Kayl
- Poursuivre le remplacement de l'ancien éclairage par de l'éclairage LED moins économe

POST Luxembourg :

PAPIER

- Digitaliser les fiches de salaire de nos collaborateurs
- Instaurer la signature et le contrat digitalisés dans les shops télécoms et augmenter le taux de factures électroniques

TRANSPORT

- Suivre les consommations et coacher individuellement nos chauffeurs afin de garantir un effet positif des formations écoconduite
- Insérer des critères RSE dans notre car policy³
- Tenir l'engagement Lean & Green⁴ pris pour diminuer de 20 % l'empreinte CO₂ de notre flotte automobile par rapport à 2014 (objectif 2020)
- Poursuivre les efforts d'électrification de notre flotte

Le Groupe :

- Renforcer le tri / la revalorisation des déchets

Dans les filiales :

- Poursuivre les efforts de réduction des plastiques à usage unique et d'écogestion du parc informatique (virtualisation, extinction automatique, etc.) (Victor Buck Services)

POST Luxembourg :

- Contribuer à la prise de conscience de nos collaborateurs et clients

¹ International Post Corporation, association internationale fondée par 25 opérateurs postaux dont POST Luxembourg et visant à faciliter les relations entre 180 opérateurs postaux dans le monde

² Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen, organisation

allemande pour la construction durable

³ Politique de gestion des voitures de société

⁴ Le programme Lean & Green vise l'amélioration des processus ainsi que la réduction des émissions de CO₂

émanant d'activités logistiques.

⁵ Le label de la SuperDrecksKëscht fir Betriber (LU) est octroyé aux entreprises qui gèrent leurs déchets dans le respect de l'environnement

PRINCIPALES ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES OÙ POST ET SES FILIALES SONT REPRÉSENTÉES

NOM DE L'ASSOCIATION	ENTITÉ(S)
ABBL (Association des Banques et Banquiers, Luxembourg)	POST Luxembourg
ACA (Association des Compagnies d'Assurances et de Réassurances)	Victor Buck Services
ALFI (Association of the Luxembourg Fund Industry)	Victor Buck Services
ALIAI (Association Luxembourgeoise des Ingénieurs, Architectes et Industriels)	POST Luxembourg
AMCHAM (American Chamber of Commerce in Luxembourg)	POST Luxembourg / EBRC
ISACA (Information Systems Audit and Control Association)	EBRC
British Chamber of Commerce for Luxembourg	POST Telecom
Cloud Community Europe - Luxembourg	EBRC
CdC (Chambre de Commerce Luxembourg)	POST Telecom / EBRC / Editus
CIM (Centre d'Information sur les Médias)	Editus
CLC (Confédération Luxembourgeoise du Commerce)	POST Telecom
CLUSIL (Club de la Sécurité de l'Information Luxembourg)	EBRC
Cluster for Logistics Luxembourg	POST Luxembourg
CPL (Conseil de la Publicité du Luxembourg)	Editus
EATA (European Automotive and Telecoms Alliance)	POST Luxembourg
EFAMA (European Fund and Asset Management Association)	Victor Buck Services
ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association)	POST Luxembourg
Fédération des Artisans	POST Telecom
FEDIL (Fédération des Industriels Luxembourgeois)	POST Luxembourg / EBRC / Victor Buck Services
Finance & Technology Luxembourg	POST Telecom / Victor Buck Services
GIE Luxembourg @ Expo 2020 Dubai	POST Luxembourg
GLAE (Groupement luxembourgeois de l'aéronautique et de l'espace)	POST Luxembourg
HoST (House of Startups)	Victor Buck Services
IAPP (International Association of Privacy Professionals)	Editus
ILA (Institut Luxembourgeois des Administrateurs)	POST Luxembourg / Victor Buck Services
ILEA (Industrie Luxembourgeoise des Équipementiers de l'Automobile)	POST Telecom
IMS Luxembourg (Institut pour le Mouvement Sociétal)	POST Luxembourg / Victor Buck Services
INDR (Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises)	POST Luxembourg / EBRC
Infrachain	EBRC
IPC (International Post Corporation)	POST Luxembourg
Jonk Entrepreneuren Luxembourg	POST Luxembourg
LHoFT (Luxembourg House of Financial Technology)	POST Luxembourg
LOIC (Luxembourg Open Innovation Club)	POST Luxembourg / Victor Buck Services
LPEA (Luxembourg Equity & Venture Capital Association)	POST Luxembourg
LU-CIX (Luxembourg Commercial Internet Exchange)	POST Luxembourg / EBRC
MLQE (Mouvement Luxembourgeois pour la Qualité et l'Excellence)	POST Luxembourg
nyuko	Victor Buck Services
PostEurop	POST Luxembourg
STI (Service de Santé au Travail de l'Industrie)	POST Telecom
Technoport	POST Luxembourg

Cette liste est non exhaustive.

LES CHIFFRES-CLÉS DU MÉTIER TÉLÉCOM & ICT

INDICATEURS OPÉRATIONNELS	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2018/19
Points de vente POST Telecom (nb)						
Shops POST Telecom	12	12	12	14	14	0 %
POP (Point of Presence) fibre optique						
POP (nouvelle construction) (nb)	37	49	56	74	81	9 %
POP (dans CT/DLU existant)	23	33	38	45	46	2 %
Total POP	60	82	94	119	127	7 %

INDICATEURS PRODUITS & SERVICES	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2018/19
Internet						
Couverture Internet 30 Mbit/s (% des ménages)	96,0	96,0	97,6	97,9	98,1	0 %
Couverture Internet 100 Mbit/s (% des ménages)	85,0	86,0	88,4	94,5	95,1	1 %
Couverture fibre optique (% des ménages)	50,0	56,0	61,8	65,5	69,3	6 %
Réseau mobile						
Couverture 2G de la population (%)	99,0	99,9	99,9	99,9	99,9	0 %
Couverture 3G de la population (%)	94,0	91,3	89,9	89,9	89,8	0 %
Couverture 4G de la population (%)	96,0	95,8	97,0	97,8	98,4	1 %
Longueur câbles						
Câbles fibre (km)	13.044	14.903	16.568	18.123	19.500	8 %
Câbles hybrides (km)	4.505	4.617	4.682	4.713	4.700	0 %
Total câbles avec fibres (km)	17.549	19.520	21.250	22.836	24.200	6 %
Longueur fibres						
Fibres dans câbles fibre (km)	833.006	967.534	1.082.231	1.196.224	1.285.000	7 %
Fibres dans câbles hybrides (km)	81.815	84.019	85.487	85.947	86.000	0 %
Total fibres dans câbles (km)	914.821	1.051.553	1.167.718	1.282.171	1.371.000	7 %
Couverture Fibre						
Immeubles raccordés en fibre (nb)	72.622	81.467	89.879	97.023	104.300	8 %
Immeubles raccordés en fibre (%)	47,0	52,2	57,1	61,1	65,0	6 %
Unités dans immeubles raccordés en fibre (nb)	145.230	166.120	175.173	187.378	201.497	8 %
Unités dans immeubles raccordés en fibre (%)	50,2	55,7	61,8	65,5	69,3	6 %

INDICATEURS QUALITÉ	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2018/19
Réseau fixe						
Taux de réparation de raccordements téléphoniques plus petit ou égal à 2 jours (%)	N/A	66,7	72,7	74,7	72,9	-2 %
Taux de réparation de raccordements large bande plus petit ou égal à 2 jours (%)	N/A	57,0	65,0	65,5	66,7	2 %
Dépannage						
Délai de résolution en nombre de jours	2,0	2,2	1,7	1,6	1,5	-4 %
Réseau mobile						
Taux de coupure des appels voix mobile (%)	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	-11 %
Contact center télécoms 8002 8004						
% d'appels qui ont été pris dans les 20 secondes	79,8	69,3	71,8	77,2	86,2	12 %

LES CHIFFRES-CLÉS DU MÉTIER COURRIER & LOGISTIQUE

INDICATEURS OPÉRATIONNELS	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2018/19
Points de vente POST Courrier						
Nombre de bureaux de poste	97	63	63	63	57	-11 %
Nombre de Points POST	16	26	33	46	54	17 %
Total points de vente POST Courrier	113	89	96	109	111	2 %
Nombre d'heures d'ouverture par semaine						
Bureaux de poste	2.623	2.292	2.306	2.316	2.145	-8 %
Points POST	1.338	2.379	2.929	3.604	4.301	19 %
Total nombre d'heures d'ouverture par semaine	3.961	4.671	5.235	5.920	6.446	9 %
PackUp (nb)						
Points PackUp (partenaires et POST)	76	51	51	51	45	-12 %
Stations PackUp 24/24	32	72	84	91	103	13 %
Total points PackUp et stations PackUp 24/24	108	123	135	142	148	4 %

INDICATEURS PRODUITS & SERVICES	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2018/19
Volume de lettres (nb)	146.735.816	139.386.790	133.540.324	130.993.014	125.912.713	-4 %
Volume de colis (nb)	2.095.241	2.367.071	2.732.138	3.464.197	4.042.994	17 %
Volume logistique (nb)	N/A	N/A	1.131.860	4.000.892	12.775.814	219 %

INDICATEURS QUALITÉ	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2018/19
Durée d'acheminement des envois postaux (en %)						
Service national						
J + 2 (objectif 85 % des envois)	99,7	99,7	99,4	96,8	98,0	1 %
J + 3 (objectif 99 % des envois)	100,0	99,9	99,9	99,0	99,4	0 %
Service intracommunautaire*						
J + 3 (objectif 85 % des envois)	89,0	83,2	79,5	78,7	77,5	-2 %
J + 5 (objectif 97 % des envois)	97,1	95,2	94,2	94,4	93,9	-1 %
Durée d'acheminement des colis (en %)						
Service national						
J + 1 (objectif interne 98 % des envois)	97,7	98,1	96,4	97,3	96,2	-1 %
Service intracommunautaire						
J + n	91,0	90,1	91,4	84,5	84,2	0 %

* Performance de traitement des colis luxembourgeois à destination des pays de la "Communauté européenne" (dépendante aussi de la performance de traitement dans les pays de destination)

LES CHIFFRES-CLÉS DU MÉTIER FINANCE

INDICATEURS OPÉRATIONNELS	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2018/19
Distributeurs automatiques de billets (nb)						
POST	57	57	59	56	58	4 %
Banque Raiffeisen	N/A	54	53	54	54	0 %
Total	57	111	112	110	112	2 %
Points de vente POST Finance (nb)						
Bureaux de poste	97	63	63	63	57	-10 %
Agences Banque Raiffeisen	N/A	40	39	38	38	0 %
Total	97	103	102	101	95	-16 %
Heures d'ouverture par semaine (nb)						
Bureaux de poste	2.623	2.292	2.306	2.316	2.145	-7 %
Agences Banque Raiffeisen	N/A	1.096	1.102	1.072	1.072	0 %
Total nombre d'heures d'ouverture par semaine	2.623	3.388	3.408	3.388	3.217	-5 %
Taux d'équipement ebanking (%)						
Clients particuliers	38,5	39,3	41,5	43,3	46,7	8 %
Clients professionnels	18,8	18,7	21,7	23,4	26,8	15 %

INDICATEURS PRODUITS & SERVICES	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2018/19
Transactions (nb)						
Transactions papier	1.411.433	1.323.968	1.019.270	837.084	711.668	-15 %
Transactions électroniques	9.836.295	9.782.778	10.920.542	11.431.767	11.967.865	5 %
Transactions cartes	11.455.911	12.348.744	13.931.533	15.367.708	13.147.043	-14 %
Transactions guichets	1.189.106	1.145.402	905.813	861.625	831.766	-3 %
Taux en termes de choix de fréquence d'extraits (%)						
Journalier	66,8	66,6	43,5	35,4	32,4	-8 %
Hebdomadaire	2,6	2,6	2,2	2,0	1,8	-11 %
Bimensuel	13,2	13,2	22,1	23,8	21,6	-9 %
Mensuel	10,5	10,6	19,5	22,3	22,3	0 %
Paperless	6,9	7,0	12,7	16,6	21,9	32 %

LES CHIFFRES-CLÉS DE LA RSE

(POST Luxembourg, POST Telecom, EBRC, Editus, InTech, Michel Greco S.A. et Victor Buck Services)

RENTABILITÉ	2015	2016	2017	2018		2019
CHIDA (MEUR)*	706	728	770	827	↗	862
EBITDA (MEUR)*	143	156	158	172	↗	183
Bénéfice net de l'exercice (MEUR)*	13	23	38	33	↗	38
Investissements (corporels, incorporels) (MEUR)*	189	182	171	127	↘	118

EMPLOYABILITÉ	2015	2016	2017	2018		2019
Répartition en % de l'effectif par genre (femme / homme)	31/69	30/70	30/70	30/70	○	29/71
Taux d'absentéisme (%)	5,4 %	5,3 %	4,7 %	5,0 %	↗	5,4 %
Nombre de bénéficiaires de la mobilité interne**	113	185	133	124	↗	127
Nombre d'heures de formation (moyenne annuelle/collaborateur)	34	23	20	18	↘	14
Nombre de recrutements	418	397	379	502	↘	488
Nombre de départs	151	149	193	463	↘	418

SÉCURITÉ	2015	2016	2017	2018		2019
Nombre de plaintes enregistrées auprès de la CNPD par des personnes physiques pour manquements en relation avec la protection des données à caractère personnel	0	0	0	2	↗	4
Taux global d'accidents de travail et de trajet (%)	2,9 %	2,4 %	4,9 %	5,0 %	↘	3,8 %
Nombre d'heures de formation à la prévention des risques (santé et sécurité au travail, protection des données, blanchiment, etc.)**	N/A	6.535	8.005	4.967	↘	3.314

PRODUITS	2015	2016	2017	2018		2019
Points de vente POST accessibles aux personnes à mobilité réduite (%/total)	N/A	N/A	85 %	85 %	↘	77 %

ÉTHIQUE	2015	2016	2017	2018		2019
Nombre de cas traités par le Comité éthique**	N/A	N/A	18	7	↘	6
Achats locaux (achats facturés au Luxembourg) (%)**	63 %	63 %	64 %	61 %	↗	64 %

CONNAISSANCES	2015	2016	2017	2018		2019
Nombre de jours consacrés par les collaborateurs à des partages de compétences à des personnes externes à l'entreprise**	N/A	N/A	768	765	↗	769
Nombre d'étudiants et de stagiaires accueillis	450	582	637	571	↗	588
Volume d'investissements dans les communautés locales (dons, sponsoring, etc.) (MEUR)**	0,7	0,9	0,7	0,5	○	0,5

TERRE	2015	2016	2017	2018		2019
Énergie (consommation en tonne équivalentCO ₂)	4.963	5.385	5.170	5.066	↘	4.897
Papier (consommation en téqCO ₂)	1.911	1763	1.894	1.868	↘	1.745
Transport (consommation en téqCO ₂)	6.895	7.044	7.295	7.083	↗	7.410
Transport (% de km parcourus avec des véhicules électriques)*	2,2 %	1,9 %	2,3 %	2,4 %	↗	2,7 %

* Périmètre de consolidation financière

** Uniquement POST Luxembourg

TABLEAU DES PERFORMANCES EXTRA-FINANCIÈRES*

(POST Luxembourg, POST Telecom, EBRC, Editus, InTech, Michel Greco S.A. et Victor Buck Services)

INTITULÉ	Unité	2015	2016	2017	2018		2019
Effectifs sous contrat à durée indéterminée, homme	Nb. Personnes	2.901	2.931	2.901	2.918	↗	3.043
Effectifs sous contrat à durée indéterminée, femme	Nb. Personnes	1.274	1.247	1.218	1.246	↗	1.262
Effectifs sous contrat à durée déterminée, homme	Nb. Personnes	63	77	95	85	↗	112
Effectifs sous contrat à durée déterminée, femme	Nb. Personnes	41	47	62	56	↘	43
Total des effectifs	Nb. Personnes / %	4.316	4.302	4.276	4.305	↗	4.460
Effectifs sous contrat à durée indéterminée à temps plein	Nb. Personnes	3.345	3.397	3.318	3.326	↗	3.419
Effectifs sous contrat à durée indéterminée à temps partiel	Nb. Personnes	830	781	801	838	↗	886
Effectifs sous contrat à durée déterminée à temps plein	Nb. Personnes	87	85	69	103	↗	121
Effectifs sous contrat à durée déterminée à temps partiel	Nb. Personnes	17	39	88	38	↘	34
Répartition de l'effectif total par genre		69 % H-31 % F	70 % H-30 % F	70 % H-30 % F	70 % H-30 % F	○	71 % H-29 % F
Pourcentage de l'ensemble des salariés couverts par une convention collective	%	83 %	83 %	82 %	83 %	○	83 %
Nombre de recrutements, moins de 30 ans, homme	Nb. Personnes	119	139	158	226	↗	228
Nombre de recrutements, moins de 30 ans, femme	Nb. Personnes	67	39	56	86	↘	62
Nombre de recrutements, entre 30-50 ans, homme	Nb. Personnes	176	164	109	145	↘	131
Nombre de recrutements, entre 30-50 ans, femme	Nb. Personnes	43	41	46	33	↗	57
Nombre de recrutements, plus de 50 ans, homme	Nb. Personnes	10	11	10	9	○	9
Nombre de recrutements, plus de 50 ans, femme	Nb. Personnes	3	3	0	3	↘	1
Nombre total de recrutements	Nb. Personnes	418	397	379	502	↘	488
Taux de recrutement**, moins de 30 ans, homme	%	2,8 %	3,2 %	3,7 %	5,2 %	↘	5,1 %
Taux de recrutement, moins de 30 ans, femme	%	1,6 %	0,9 %	1,3 %	2,0 %	↘	1,4 %
Taux de recrutement, entre 30-50 ans, homme	%	4,1 %	3,8 %	2,5 %	3,4 %	↘	2,9 %
Taux de recrutement, entre 30-50 ans, femme	%	1,0 %	1,0 %	1,1 %	0,8 %	↗	1,3 %
Taux de recrutement, plus de 50 ans, homme	%	0,2 %	0,3 %	0,2 %	0,2 %	○	0,2 %
Taux de recrutement, plus de 50 ans, femme	%	0,1 %	0,1 %	0,0 %	0,1 %	↘	0,0 %
Taux de recrutement global	%	9,8 %	9,3 %	8,9 %	11,7 %	↘	10,9 %
Nombre de départs, moins de 30 ans, homme	Nb. Personnes	51	42	60	119	↘	108
Nombre de départs, moins de 30 ans, femme	Nb. Personnes	11	13	19	33	↘	32
Nombre de départs, entre 30-50 ans, homme	Nb. Personnes	58	64	78	142	↘	113
Nombre de départs, entre 30-50 ans, femme	Nb. Personnes	21	26	30	46	↗	57
Nombre de départs, plus de 50 ans, homme	Nb. Personnes	7	3	3	99	↘	77
Nombre de départs, plus de 50 ans, femme	Nb. Personnes	3	1	3	24	↗	31
Nombre total de départs	Nb. Personnes	151	149	193	463	↘	418
Taux de rotation*** moins de 30 ans, homme	%	11,6 %	9,2 %	15,1 %	22,8 %	↘	18,5 %
Taux de rotation moins de 30 ans, femme	%	5,7 %	9,8 %	14,5 %	16,5 %	↘	15,5 %

* Ce rapport et ce tableau font référence au GRI Standards 2016.

** Taux recrutement : (nombre d'embauches*100)/effectif total du périmètre RSE au 31 décembre de l'année

*** Taux de rotation : (nombre de départs*100)/effectif total du périmètre RSE au 31 décembre de l'année

INTITULÉ	Unité	2015	2016	2017	2018		2019
Taux de rotation entre 30-50 ans, homme	%	4,5 %	4,5 %	5,7 %	7,5 %	↘	5,8 %
Taux de rotation entre 30-50 ans, femme	%	4,3 %	5,2 %	5,3 %	5,9 %	↗	7,3 %
Taux de rotation plus de 50 ans, homme	%	13,9 %	9,0 %	13,3 %	16,9 %	↘	12,4 %
Taux de rotation plus de 50 ans, femme	%	13,6 %	7,1 %	13,8 %	7,3 %	↗	9,7 %
Taux de rotation général	%	7,3 %	6,3 %	8,7 %	10,8 %	↘	9,4 %
Taux d'accidents* de trajet, homme	%	1,9 %	1,4 %	1,5 %	1,3 %	↗	2,7 %
Taux d'accidents de trajet, femme	%	2,8 %	2,2 %	2,0 %	2,3 %	↗	3,3 %
Taux d'accidents de travail (hors trajet), homme	%	3,3 %	2,9 %	2,6 %	3,1 %	↘	0,8 %
Taux d'accidents de travail (hors trajet), femme	%	4,6 %	3,2 %	4,8 %	4,1 %	↘	1,5 %
Taux d'accident global	%	2,9 %	2,4 %	4,9 %	5,0 %	↘	3,8 %
Taux d'absentéisme**	%	5,4 %	5,3 %	4,7 %	5,0 %	↗	5,4 %
Décès par accident de travail	Nb.	0	0	0	0	○	0
Nombre moyen d'heures de formation, dirigeants, homme	h	33	48	18	17	↘	6
Nombre moyen d'heures de formation, dirigeants, femme	h	32	44	48	26	↘	19
Nombre moyen d'heures de formation, cadres, homme	h	63	43	25	28	↘	18
Nombre moyen d'heures de formation, cadres, femme	h	47	61	33	42	↘	22
Nombre moyen d'heures de formation, salariés qualifiés, homme	h	36	26	24	21	↘	10
Nombre moyen d'heures de formation, salariés qualifiés, femme	h	40	25	21	18	↘	8
Nombre moyen d'heures de formation, salariés non qualifiés, homme	h	18	8	6	5	↘	2
Nombre moyen d'heures de formation, salariés non qualifiés, femme	h	11	5	4	1	○	1
Nombre moyen d'heures de formation	h	34	23	20	18	↘	14
Salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, dirigeants, homme	%	81 %	89 %	89 %	72 %	↗	88 %
Salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, dirigeants, femme	%	75 %	83 %	83 %	80 %	○	80 %
Salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, cadres, homme	%	88 %	93 %	97 %	95 %	↘	92 %
Salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, cadres, femme	%	90 %	76 %	95 %	91 %	↘	87 %
Salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, salariés qualifiés, homme	%	94 %	93 %	94 %	94 %	○	94 %
Salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, salariés qualifiés, femme	%	92 %	91 %	96 %	94 %	↘	90 %
Salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, salariés non qualifiés, homme	%	52 %	54 %	57 %	49 %	↘	36 %
Salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, salariés non qualifiés, femme	%	100 %	100 %	100 %	100 %	○	100 %
Pourcentage global de salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière	%	89,6 %	89,0 %	91 %	88 %	↘	87 %
Membres du Conseil d'administration, moins de 30 ans, homme	Nb. Personnes	0	0	0	0	○	0
Membres du Conseil d'administration, moins de 30 ans, femme	Nb. Personnes	0	0	0	0	○	0
Membres du Conseil d'administration, entre 30-50 ans, homme	Nb. Personnes	12	9	14	12	↘	9
Membres du Conseil d'administration, entre 30-50 ans, femme	Nb. Personnes	3	2	5	4	↘	3
Membres du Conseil d'administration, plus de 50 ans, homme	Nb. Personnes	21	21	15	16	↗	18
Membres du Conseil d'administration, plus de 50 ans, femme	Nb. Personnes	1	2	1	4	↗	5
Membres du Comité de direction / Comité exécutif, moins de 30 ans, homme	Nb. Personnes	0	0	0	0	○	0
Membres du Comité de direction / Comité exécutif, moins de 30 ans, femme	Nb. Personnes	0	0	0	0	○	0

* Taux d'accident : (nombre d'accidents*100)/effectif total du périmètre RSE au 31 décembre de l'année

** Taux d'absentéisme : (nombre d'heures d'absence*100)/nombre total d'heures théoriques de travail du périmètre RSE pendant la période de référence

INTITULÉ	Unité	2015	2016	2017	2018		2019
Membres du Comité de direction / Comité exécutif, entre 30-50 ans, homme	Nb. Personnes	19	17	16	11	↗	13
Membres du Comité de direction / Comité exécutif, entre 30-50 ans, femme	Nb. Personnes	7	8	7	4	↘	3
Membres du Comité de direction / Comité exécutif, plus de 50 ans, homme	Nb. Personnes	8	11	14	14	↘	13
Membres du Comité de direction / Comité exécutif, plus de 50 ans, femme	Nb. Personnes	1	1	2	2	↗	3
Utilisation de papier recyclé/FSC/PEFC	téqCO ₂	1.907	1.761	1.894	1.868	↘	1.745
Utilisation d'autres types de papier	téqCO ₂	0	0	0	0	○	0
Utilisation totale de papier	téqCO₂	1.925	1.761	1.894	1.868	↘	1.745
Consommation totale de combustible provenant de sources non renouvelables	téqCO ₂	3.450	3.782	3.508	3.340	↘	3.142
Consommation totale d'électricité	téqCO ₂	1.365	1.438	1.565	1.622	↗	1.656
Consommation totale de chaleur	téqCO ₂	107	121	37	35	↘	31
Consommation totale de froid	téqCO ₂	41	44	60	69	↘	68
Consommation totale d'énergie	téqCO₂	4.963	5.385	5170	5.066	↘	4.897
Intensité énergétique des bâtiments et infrastructures	kgéqCO ₂ /km	16	17	17	16	○	16
Quantité de papier non recyclé	kg	0	0	0	0	○	0
Quantité de film plastique non recyclé	kg	0	0	0	0	○	0
Quantité de toners non recyclés	kg	0	0	0	0	○	0
Quantité de tubes lumineux non recyclés	kg	0	1	0	0	○	0
Quantité de batteries non recyclées	kg	0	0	0	0	○	0
Quantité de papier recyclé	t	1.222	1.018	1.245	1.406	↘	1.322
Quantité de film plastique recyclé	t	15,0	8,0	7,3	6,9	↗	9
Quantité de toners recyclés	kg	1.297	1.377	1.399	1.168	↗	1.085
Quantité de tubes lumineux recyclés	kg	212	174	338	161	↗	200,5
Quantité de batteries recyclées	kg	109	485	532	527	↗	736
Émissions de CO ₂ liées au transport	téqCO ₂	6.895	7.044	7.295	7.083	↗	7.410
Intensité énergétique de la mobilité par kilomètre parcouru	kgéqCO ₂ /km	0,2	0,2	0,2	0,2	○	0,2
Investissement dans les communautés locales	€	690.587	895.364	690.980	466.257	↘	465.000
Pourcentage du volume d'achats alloué aux fournisseurs locaux	%	63 %	63 %	64 %	61 %	↗	64 %
Nombre total de catégories de produits/services ayant un impact sur la santé et la sécurité	Nb	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*		N/A**
Nombre total de catégories de produits/services évaluées	Nb	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*		N/A**
Nombre de plaintes enregistrées auprès de la CNPD par des personnes physiques pour manquements en relation avec la protection des données à caractère personnel	Nb	0	0	0	2	↗	4
Montant des amendes substantielles	€	0	0	0	0	○	0
Nombre de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations c/ la mise à disposition et l'utilisation de produits et services	Nb	0	0	0	0	○	0
Nombre total de sanctions pour abus de position	Nb	0	0	0	0	○	0
Sanctions pour non-respect de la réglementation	Nb	0	0	0	0	○	0

* Not available – non disponible