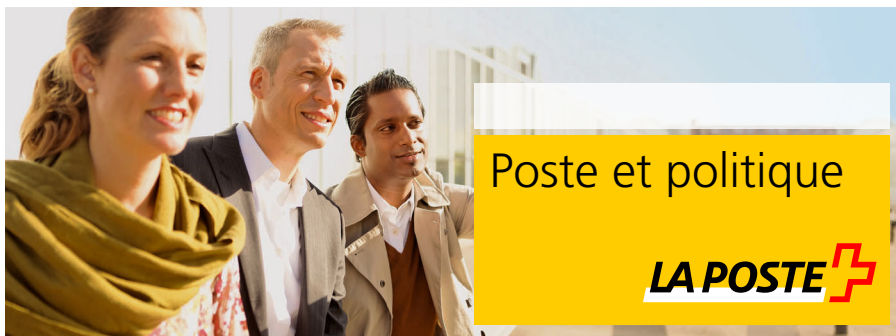


Edition, renseignements

La Poste Suisse
Communication
Ronny Kaufmann
François Tissot-Daguet
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

Téléphone 058 338 77 21
Téléfax 058 667 31 73
infoplattform@poste.ch



La Poste Suisse à l'étranger

Un engagement fiable, valorisant et durable

Outre son marché intérieur, La Poste Suisse est active dans plus de 20 pays à travers le monde. Environ 8000 salariés assurent aujourd'hui les activités de La Poste Suisse à l'international, qui vont de l'expédition de lettres et de colis aux services postaux élargis et aux transports publics. La Poste génère 14% de son chiffre d'affaires à l'étranger. Ce faisant, elle poursuit deux objectifs principaux: accompagner sa clientèle de Suisse à l'étranger et renforcer ainsi la Poste en Suisse.

La Poste est un partenaire privilégié des entreprises suisses d'envergure internationale, auxquelles elle propose notamment des solutions commerciales. Dans le domaine du courrier et de l'envoi de petites marchandises, La Poste Suisse figure depuis des années parmi les principaux fournisseurs de prestations transfrontières. De plus, les produits et prestations de la Poste qui rencontrent du succès en Suisse sont également très prisés sur les marchés étrangers. Ainsi, CarPostal exploite, via les propres entreprises du groupe, onze réseaux de bus en France et l'ensemble du réseau de transport régional du Liechtenstein.

Directives politiques

Les directives régissant les activités à l'étranger de La Poste Suisse sont définies dans les objectifs stratégiques du Conseil fédéral pour les années 2010 à 2013: la Poste doit garantir les importations et exportations sur les marchés de la communication et de la logistique et permettre à ses clients d'accéder aux réseaux mondiaux en concluant des alliances. Ce faisant, elle peut saisir les possibilités d'expansion à l'étranger, à la condition qu'elles offrent une rentabilité durable, en s'abstenant des contrats des obligations de service universel. Les objectifs

stratégiques prévoient en outre que la Poste assure dans toutes les régions de Suisse un service universel comprenant les services postaux et de paiement. La Poste doit également garantir sa rentabilité et exploiter les potentiels d'amélioration de son efficacité. Enfin, elle doit dans la mesure du possible accroître la valeur intrinsèque de l'entreprise et pratiquer une politique du personnel sociale. Dans le cadre des objectifs fixés par le Conseil fédéral, La Poste Suisse tire parti des opportunités qui se présentent sur le marché suisse comme à l'étranger.

Marché de la communication

Sur le marché de la communication, La Poste Suisse est présente à l'étranger sous l'enseigne Swiss Post. D'une part, elle y a employé en 2010 quelque 1300 collaborateurs au sein de son unité Swiss Post International pour l'expédition des lettres et l'envoi de petites marchandises. La même année, elle a généré un chiffre d'affaires de 788 millions de francs. Présente dans douze pays européens et cinq métropoles d'Asie et des Etats-Unis, la Poste occupe la troisième place mondiale des entreprises postales nationales actives dans ce domaine. D'autre part, par l'intermédiaire de son unité Swiss Post Solutions qui regroupe plus de 6000 collaborateurs dans quinze pays, elle fournit des solutions documents et des solutions dialogue. Dans ce secteur situé à la confluence des courriers physique et numérique, le chiffre d'affaires de la Poste s'est élevé à quelque 467 millions de francs en 2010.

Avec ces deux unités d'affaires, La Poste Suisse se positionne sur des marchés libéralisés et poursuit une stratégie axée sur les besoins du client. Avec Swiss Post International, la Poste propose ses activités traditionnelles, ainsi que des prestations complémentaires par-delà les frontières et assoit sa position sur le marché suisse dans un environnement économique de

plus en plus internationalisé. Grâce à Swiss Post Solutions, elle propose à ses clients une intégration fluide des moyens de communication physiques et électroniques. Un exemple significatif: sur demande, les clients de la Poste peuvent d'ores et déjà recevoir et traiter leur courrier physique sous la forme de documents scannés dans une boîte aux lettres électronique, où qu'ils se trouvent.

Marché de la logistique

Sur le marché de la logistique, la Poste concentre ses activités internationales sur des coopérations avec des prestataires de services dans le domaine des envois exprès, de la messagerie et des colis. Elle est associée au réseau européen de transport de colis GLS et coopère avec TNT dans le secteur des envois de messagerie et des exprès. Leader sur le marché intérieur, l'unité PostLogistics suit une stratégie visant clairement à s'adapter à la concurrence, en vue de saisir les opportunités qui se présentent sur le marché suisse aussi bien qu'à l'étranger.

Transports publics de voyageurs

S'agissant des transports publics de voyageurs par route, CarPostal gère actuellement onze réseaux de bus en France, prioritairement dans les villes et les agglomérations de taille moyenne. Au Liechtenstein, CarPostal exploite, sur mandat de Liechtenstein Bus Anstalt (LBA), un réseau de bus performant piloté depuis son propre centre régional dans la principauté. A l'intérieur des frontières du Liechtenstein, CarPostal se présente au quotidien comme un partenaire fiable tant pour les pendulaires et les écoliers que pour les touristes. En 2010, CarPostal a généré un chiffre d'affaires supérieur à 65 millions de francs à l'étranger. En Suisse comme à l'étranger, la Poste et ses prestataires de services doivent s'affirmer sur des marchés ouverts à la concurrence.

Marché des services financiers

Sur le marché des services financiers, la Poste propose une gamme complète de prestations en matière de services de paiement internationaux. En Suisse, PostFinance est leader du trafic des paiements. Pour les paiements internationaux également, elle propose un éventail complet de services et traite actuellement huit millions de transactions par an. PostFinance place la majeure partie des avoirs de ses clients sur les marchés monétaires et les marchés des capitaux à l'étranger.

Autofinancement

Sur tous les marchés, les unités du groupe contribuent à augmenter la valeur de l'ensemble du groupe. Les investissements ciblés destinés à l'accroissement de l'expertise, aux activités commerciales et au marketing ont toujours pu être autofinancés. En renonçant à mettre en place des infrastructures coûteuses, Swiss Post International conserve notamment un haut degré de souplesse, qui lui permet de s'adapter rapidement à l'évolution des marchés. Le fait est que les activités de La Poste Suisse à l'étranger sont non seulement rentables, mais lui permettent en outre d'acquérir une précieuse expérience des autres marchés et de profiter, en Suisse, des synergies ainsi créées.

Chiffre d'affaires solide à l'étranger

En 2010, la Poste a réalisé, grâce à ses activités à l'étranger ou transfrontières, un chiffre d'affaires consolidé de plus de 1,2 milliard de francs. Les activités à l'étranger de La Poste Suisse représentent dès lors 14% du chiffre d'affaires global de la Poste, qui s'élève à plus de 8,7 milliards de francs. Les filiales à l'étranger, qui opèrent toutes sur des marchés libéralisés, ont totalisé cette même année un résultat d'exploitation de 24 millions de francs.

Position de la Poste

La Poste entend accompagner ses clients non seulement en Suisse, mais aussi à l'étranger. A l'ère de l'information, les frontières entre les mondes physique et numérique s'estompent. Les clients souhaitent bénéficier de services accessibles en tous lieux. La Poste peut reproduire à l'étranger, en les multipliant, les produits et services qui rencontrent du succès sur le marché intérieur, ce qui ouvre la porte d'une croissance soutenue et ciblée. Le groupe doit être renforcé dans son ensemble par ses activités à l'étranger.

Sur le marché de la communication, La Poste Suisse, par sa présence à l'étran-

ger, conforte sa place en Suisse et se bâtit une position indépendante vis-à-vis de ses concurrents grâce à ses filiales et à son réseau logistique international. La Poste souhaite assurer à ses solutions documents, dialogue et e-business un essor durable et rentable à l'échelle nationale aussi bien qu'internationale.

Dans le transport de voyageurs, CarPostal arrive en tête des entreprises de bus en Suisse et entend se profiler davantage comme un gestionnaire de système dans les transports par bus. En développant des réseaux de bus à l'étranger, CarPostal étend ses compétences.

PostFinance est leader du marché du trafic des paiements en Suisse. Actuellement à la deuxième place en matière de paiements internationaux, elle vise la première place dans les années à venir, notamment dans le traitement des paiements transfrontaliers.

La bonne image dont bénéficie la Poste représente un atout important à l'étranger. Elle véhicule les valeurs de l'entreprise, celles d'une Poste opérant de façon fiable, valorisante et durable.

Informations complémentaires

www.poste.ch/politique

Présence de la Poste à l'étranger

