



Présentation lors de la conférence sur les comptes annuels, 14 mars 2024 **Christian Levrat, Président du Conseil d'administration**

(La version orale fait foi.)

Mesdames, Messieurs,

- Tout d'abord, bienvenue à la Poste pour la présentation de ces résultats annuels.
- Permettez-moi d'emblée de lever tout suspense. Nous vous présentons des résultats qui, même s'ils sont en légère baisse, marquent avant tout une certaine stabilité. Ils s'inscrivent dans la lignée de l'année précédente. Roberto Cirillo, notre CEO vous présentera les contours de ceux-ci et les progrès que nous avons réalisés dans la mise en œuvre de notre stratégie « Poste de demain ». Puis Alex Glanzmann, notre CFO, et Kurt Fuchs, le CEO a.i. de PostFinance, vous en donneront le détail.
- Ce résultat stable n'est pas l'expression d'une année tranquille, bien au contraire. Il est le fruit d'un travail acharné de nos équipes, et je me dois de commencer cette conférence de presse en leur rendant hommage pour cet effort. De notre management au personnel de distribution, des chauffeurs de car postal aux personnels de vente du réseau, des employés de PostFinance à ceux de notre département de communication digitale, toutes et tous ont fourni un travail formidable pour permettre, malgré des vents contraires, d'atteindre un résultat honorable.
- Mais prenons les choses dans l'ordre. D'abord, nous avons atteint tous nos objectifs en matière de qualité du service. Ces chiffres sont fondés objectivement, par des mesures précises s'agissant des prestations postales ou par des enquêtes de satisfaction de nos clientes et clients. Ils sont vérifiés et validés par le Conseil fédéral pour les uns et par diverses autorités de surveillance, qu'il s'agisse de la PostCom ou de l'OFCOM, pour les autres.
- Nos efforts ont même été récompensés l'année dernière puisque, pour la septième fois consécutive, la Poste suisse a été élue meilleure poste du monde par



l'Union postale universelle. Cette institution ne se contente pas d'examiner deux ou trois entreprises postales, elle évalue une quarantaine de critères pour 172 pays année après année!

- C'est pour moi une preuve supplémentaire du fait que nous fournissons des prestations de grande qualité. Merci encore à toutes les collaboratrices et à tous les collaborateurs pour cet engagement exceptionnel.
- Les chiffres que nous vous présentons sont raisonnablement bons, compte tenu du contexte. Notre chiffre d'affaires est en progression. C'est un premier signe du succès de la diversification de nos activités. Malheureusement, notre résultat est en léger recul, sous l'effet combiné de la baisse continue des volumes du courrier, des variations conjoncturelles du nombre de colis transportés, et des derniers effets de la période de taux négatif pour PostFinance. Derrière cette apparente stabilité se cache une autre réalité. A vrai dire, nous avons traversé une année éprouvante, qui a exigé des mesures énergiques pour parvenir à ce résultat. Vous savez de quoi je parle:
 - le renchérissement,
 - le climat de consommation tendu,
 - la diminution durable des volumes de lettres et des opérations au guichet.
- En cette année de jubilé – la Poste suisse fête cette année ses 175 ans -, nos valeurs sont intactes: fiabilité, sécurité, précision. Mais que nous réserve l'avenir? Sur le plan du groupe, je suis raisonnablement optimiste. Nous avons un bilan solide, avec 10 milliards de fonds propres, nous finançons nous-mêmes depuis des années nos investissements, disposons de liquidités suffisantes et continuons à verser des dividendes à la Confédération. Et même si elle a été durement éprouvée durant la période des taux négatifs, PostFinance rétablit trimestre après trimestre sa position, en tirant parti d'une part du retour des taux à une certaine normalité, d'autre part en développant ses activités indépendantes des fluctuations des taux d'intérêt.
- Pourtant, notre défi principal reste entier s'agissant de notre activité de base, du cœur de la Poste. Le secteur du courrier (moins 5% par an, depuis une vingtaine d'années) et les opérations au guichet (moins 20% par an sur les trois



dernières années) sont en recul rapide, du fait de la digitalisation de la société et de l'économie. Et ce recul, ni le développement de nos activités numériques, ni celles de la logistique, ni l'ouverture du réseau ne permettent encore de le compenser entièrement.

- Nous devons donc redoubler d'efforts et agir avec énergie, sans attendre. Il s'agit de profiter de la bonne santé actuelle de l'entreprise pour mener à bien le processus de transformation du cœur de notre activité. Pourquoi ce volontarisme?
- D'abord parce que la Poste entend rester pertinente à l'avenir également pour la population et pour l'économie. Il nous faut être plus flexibles en nous adaptant aux besoins changeants de la clientèle et en orientant en conséquence nos prestations. Nous pouvons aujourd'hui piloter nos colis et nos recommandés depuis notre smartphone. Et c'est pour ce motif également que nous investissons dans la e-post, pour que chacune et chacun dispose en Suisse d'une boîte aux lettres digitale, sécurisée et fiable. C'est pour cela que nous avons développé le e-voting, ou que nous fournissons l'infrastructure de base du DEP.
- Ensuite parce que nous sommes convaincus que la Poste doit continuer à fournir ses prestations sans subventions étatiques. Le service public moderne doit être efficace. Nous menons ou avons mené plusieurs programmes d'efficacité, afin de réduire nos coûts. Dans le secteur de la logistique l'an dernier, dans la distribution d'imprimés et dans les services centraux cette année. Cet effort ne constitue pas uniquement le pendant nécessaire aux augmentations tarifaires décidées durant l'année écoulée, mais surtout une condition du développement d'un service public moderne et efficace.
- Enfin, il n'y a pas de temps à perdre, il y a même une certaine urgence. Nous sommes engagés dans un processus de transformation en profondeur, qui voit certaines prestations historiques de l'entreprise perdre en pertinence, alors que d'autres gagnent de l'importance, par exemple le trafic des colis, les activités logistiques ou digitales que nous développons rapidement. Nous avons développé au niveau de l'entreprise les premières réponses pour faire face à cette évolution, et nous allons évidemment continuer dans cette direction durant la prochaine période stratégique. Mais ce ne sera pas suffisant pour pouvoir



envisager l'avenir sereinement. Nous avons besoin d'un nouveau cadre légal et d'une certaine marge de manœuvre pour adapter nos prestations aux souhaits de nos clients. Plusieurs propositions ont été discutées en public ces derniers mois, et le Conseil fédéral en est saisi, je n'entrerai donc évidemment pas ici dans le détail. Mais notre situation réclame une intervention politique. Nous avons besoin de davantage de liberté pour développer nos prestations en fonction des attentes de nos clients. Pour en réduire certaines devenues obsolètes, ou qui menacent de la devenir, et en promouvoir d'autres.

- C'est au politique de définir le cadre et les limites de notre activité commerciale. Nous le comprenons bien et le respectons scrupuleusement, quoi qu'en pensent certains. Mais il est de notre devoir de mettre en évidence les tendances lourdes qui menacent notre modèle d'affaires, et de proposer des solutions pour maintenir à l'avenir une Poste dont les prestations sont pertinentes, une entreprise autonome financièrement et qui travaille de manière efficace à remplir sa mission de service public pour la population et l'économie de notre pays.
- Roberto Cirillo vous avait dit il y a trois ans «Nous ne voulons pas nous transformer en musée», c'est un bon résumé de l'enjeu qui est le nôtre, et je lui donne la parole pour vous exposer les résultats de l'exercice écoulé, et la vigueur des réformes que nous mettons en œuvre.
- Merci.